



SİVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı

**TÜRKİYE’DE GERÇEK ÖTESİ SİYASAL İLETİŞİM  
UYGULAMALARI: 2019 YEREL SEÇİMLERİNİN SOSYAL  
MEDYADA PROPAGANDA VE SÖYLEM İNŞASININ  
İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Gürkan BAHAR

Sivas  
Temmuz 2023

SİVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı

**TÜRKİYE’DE GERÇEK ÖTESİ SİYASAL İLETİŞİM  
UYGULAMALARI: 2019 YEREL SEÇİMLERİNİN SOSYAL  
MEDYADA PROPAGANDA VE SÖYLEM İNŞASININ  
İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Gürkan BAHAR

**Tez Danışmanı**

Dr. Öğr. Üyesi Zeynep GÜLTEKİN AKÇAY

Sivas  
Temmuz 2023

## ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde hazırladığım bu Yüksek Lisans Tezinin bizzat tarafımdan ve kendi sözcüklerimle yazılmış orijinal bir çalışma olduğunu ve bu tezde;

- 1- Çeşitli yazarların çalışmalarından faydalandığımda bu çalışmaların ilgili bölümlerini doğru ve net biçimde göstererek yazarlara açık biçimde atıfta bulunduğumu;
- 2- Yazdığım metinlerin tamamı ya da sadece bir kısmı, daha önce herhangi bir yerde yayımlanmışsa bunu da açıkça ifade ederek gösterdiğimi;
- 3- Başkalarına ait alıntılanan tüm verileri (tablo, grafik, şekil vb. de dâhil olmak üzere) atıflarla belirttiğimi;
- 4- Başka yazarların kendi kelimeleriyle alıntıladığım metinlerini, tırnak içerisinde veya farklı dizerek verdiğim yine başka yazarlara ait olup fakat kendi sözcüklerimle ifade ettiğim hususları da istisnasız olarak kaynak göstererek belirttiğimi,

beyan ve bu etik ilkeleri ihlal etmiş olmam halinde bütün sonuçlarına katlanacağımı kabul ederim.

20./07./2023

Gürkan BAHAR

## TEŞEKKÜR

Yüksek lisans sürecimde her zaman desteğini yakından hissettiğim, değerli zamanını bana ayırmaktan çekinmeyen kıymetli hocama teşekkürlerimi sunarım. Bu araştırma projesinin biçimlenmesinde büyük katkısı olan, araştırmanın yürütülmesi ve sonuçlandırılması aşamalarında da her türlü kaynağı bana sağlayan, değerli eleştiri ve yönlendirmeleriyle araştırmanın bu hale gelmesinin de büyük emeği olan proje danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Zeynep GÜLTEKİN AKÇAY'a sonsuz teşekkür ediyorum.

Ve ailem. Araştırmanın her aşamasında çok değerli dönütleri ile yapmakta zorlandığım her şeyi yapabilmemi sağlayan ve daha önemlisi yapabileceğime olan inancımı olumlu yorumlarıyla hep canlı tutan, varlıkları ile hayatıma anlam katan, benden sevgilerini esirgemedikleri ve bu süreçte bana anlayışla yaklaştıkları için aileme minnetlerimi ve sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

# İÇİNDEKİLER

|                                                                               |      |
|-------------------------------------------------------------------------------|------|
| İÇİNDEKİLER .....                                                             | i    |
| KISALTMALAR .....                                                             | iii  |
| ÇİZELGE LİSTESİ .....                                                         | v    |
| ŞEKİL LİSTESİ .....                                                           | vii  |
| RESİM LİSTESİ .....                                                           | ix   |
| ÖZET .....                                                                    | xi   |
| ABSTRACT .....                                                                | xiii |
| GİRİŞ .....                                                                   | 1    |
| BİRİNCİ BÖLÜM .....                                                           | 11   |
| 1. GERÇEK VE HAKİKAT .....                                                    | 11   |
| 1.1. Gerçek ve Hakikat Kavramları .....                                       | 11   |
| 1.2. Gerçek Ötesi Çağ .....                                                   | 13   |
| 1.3. Yeni Medyada Gerçek Ötesinin İnşa Edilmesini Kolaylaştıran Kavramlar ... | 20   |
| 1.3.1. Bilim inkârcılığı .....                                                | 20   |
| 1.3.1.1. Ahlaki panik .....                                                   | 23   |
| 1.3.2. Doğrulama yanlılığı .....                                              | 25   |
| 1.3.3. Geri tepme etkisi .....                                                | 27   |
| 1.3.4. Postmodernizm etkisi .....                                             | 28   |
| İKİNCİ BÖLÜM .....                                                            | 31   |
| 2. MEDYA VE SİYASET İLİŞKİSİ .....                                            | 31   |
| 2.1. Siyasal İletişim ve Propaganda .....                                     | 31   |
| 2.2. Propaganda Çeşitleri .....                                               | 34   |
| 2.3. Türkiye’de Tarihsel Süreç İçinde Siyasal İletişim Örnekleri .....        | 37   |
| 2.4. Yeni Medya ve Siyaset İlişkisi .....                                     | 40   |
| 2.5. Sosyal Medya .....                                                       | 42   |
| 2.6. Sosyal Ağlar .....                                                       | 45   |
| 2.6.1. Sosyal ağların çalışma prensipleri .....                               | 46   |
| 2.7. Sosyal Ağ, Haber Üretimi ve Propaganda .....                             | 47   |
| 2.7.1. Haber üretiminde düzensizlikler .....                                  | 48   |

|                                                                              |            |
|------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 2.7.1.1. Dezenformasyon (disinformation) .....                               | 52         |
| 2.7.1.2. Yanlış bilgi (misinformation).....                                  | 58         |
| 2.7.1.3. Yanlış haber verme (mal information).....                           | 59         |
| 2.8. Sosyal Ağlarda Gerçek Ötesi Haber Üretimini Sağlayan Algoritmalar ..... | 60         |
| 2.8.1. Filtre balonu.....                                                    | 61         |
| 2.8.2. Yankı odası.....                                                      | 62         |
| 2.8.3. Gerçeklik ötesi dönemde haber doğrulaması .....                       | 63         |
| <b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM .....</b>                                                    | <b>65</b>  |
| <b>3. YÖNTEM, BULGULAR ve SONUÇ .....</b>                                    | <b>65</b>  |
| 3.1. Araştırmanın Modeli .....                                               | 65         |
| 3.2. Bulgular .....                                                          | 69         |
| 3.2.1. Makro yapı incelemesi .....                                           | 70         |
| 3.2.1.1. Haber başlıklarından gerçek ötesi yaratımı.....                     | 70         |
| 3.2.1.2. Haber girişlerinde gerçek ötesi yaratımı .....                      | 72         |
| 3.2.1.3. Haberlerde zaman bilgisinin gerçek ötesi yaratımı.....              | 73         |
| 3.2.1.4. Haberlerde ardalın ve bağlam bilgisinin gerçek ötesi yaratımı ..... | 74         |
| 3.2.1.5. Haber fotoğraflarında gerçek ötesi yaratımı .....                   | 77         |
| 3.2.2. Mikro yapı incelemesi .....                                           | 82         |
| 3.2.2.1. Haberlerin sentaktik çözümlemesi .....                              | 82         |
| 3.2.2.2. Haberlerde kullanılan sözcük seçimleri .....                        | 85         |
| <b>SONUÇ ve TARTIŞMA.....</b>                                                | <b>89</b>  |
| <b>KAYNAKÇA .....</b>                                                        | <b>97</b>  |
| <b>EKLER.....</b>                                                            | <b>127</b> |
| Ek 1. Gazete Haber Resimleri .....                                           | 127        |
| Ek 2. Haberlerin Linkleri.....                                               | 134        |
| <b>ÖZ GEÇMİŞ.....</b>                                                        | <b>137</b> |

## KISALTMALAR

|                 |                                                                                       |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>TDK</b>      | : Türk Dil Kurumu                                                                     |
| <b>ABD</b>      | : Amerika Birleşik Devletleri                                                         |
| <b>NATO</b>     | : North Atlantic Treaty Organization-Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü                 |
| <b>MIT</b>      | : Massachusetts Institute of Technology-Massachusetts Teknoloji Enstitüsü             |
| <b>ARPA</b>     | : Advanced Research Projects Agency - Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi            |
| <b>CERN</b>     | : Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire - Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi     |
| <b>NSF</b>      | : National Science Foundation - Ulusal Bilim Vakfı                                    |
| <b>WWW</b>      | : World Wide Web                                                                      |
| <b>İŞİD</b>     | : Irak Şam İslam Devleti                                                              |
| <b>CD</b>       | : Compact Disc – Yoğun Disk                                                           |
| <b>DVD</b>      | : Digital Versatile Disc -Çok Amaçlı Sayısal Disk                                     |
| <b>St.</b>      | : Saint kelimesi için Türkçe karşılığı Aziz dir.                                      |
| <b>LGBT</b>     | : Lezbiyen, Gay, Biseksüel ve Transgender (Transseksüel) birey                        |
| <b>AB</b>       | : Avrupa Birliği                                                                      |
| <b>TBMM</b>     | : Türkiye Büyük Millet Meclisi                                                        |
| <b>RTÜK</b>     | : Radyo ve Televizyon Üst Kurulu                                                      |
| <b>PKK</b>      | : Kürdistan İşçi Partisi veya Kürtçe ismi Partiya Karkerên Kurdistanê' nin kısaltması |
| <b>FETÖ</b>     | : Fethullahçı Terör Örgütü                                                            |
| <b>SARS</b>     | : Şiddetli Akut Solunum Sendromu (Severe Acute Respiratory Syndrome)                  |
| <b>AIDS</b>     | : Edinsel Bağışıklık Yetmezliği Sendromu (Acquired Immune Deficiency Syndrome)        |
| <b>COVID-19</b> | : Yeni Koronavirüs Hastalığı-Şiddetli Akut Solunum Sendromu Koronavirüsü 2            |
| <b>CEO</b>      | : İcra Kurulu Başkanı (Chief Executive Officer)                                       |



## ÇİZELGE LİSTESİ

|                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Tablo 1.</b> Siyasal İletişim Açıklaması.....             | 32  |
| <b>Tablo 2.</b> Sosyal Paylaşım Siteleri Kullanımı.....      | 43  |
| <b>Tablo 3.</b> İncelenen Haber Kaynakları ve Sayıları ..... | 69  |
| <b>Tablo 4.</b> İncelenen Haberlerin Başlık Durumları .....  | 70  |
| <b>Tablo 5.</b> İncelenen Haberlerin Bilgileri.....          | 134 |





## ŞEKİL LİSTESİ

|                                                                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Şekil 1. Brexit Olayında Yapılan Kampanya.....                                                                                           | 14 |
| Şekil 2. Donald Trump’un NATO hakkındaki Twitter örneği .....                                                                            | 17 |
| Şekil 3. İçerik Seçim Nedenleri .....                                                                                                    | 26 |
| Şekil 4. Yeni medya tanımı.....                                                                                                          | 42 |
| Şekil 5. Dezenformasyon Çeşitleri .....                                                                                                  | 53 |
| Şekil 6. Dezenformasyon Matrisi .....                                                                                                    | 55 |
| Şekil 7. Haber Başlık Grafiği.....                                                                                                       | 70 |
| Şekil 8. Mehmet Özhasseki “AK Parti Ankara Büyükşehir Belediye Başkan adayı<br>Özhasseki: Türkiye'yi bölmeye kimsenin gücü yetmez” ..... | 77 |
| Şekil 9. Recep Tayyip Erdoğan “Cumhurbaşkanı Erdoğan: En büyük yanılmayı onlar<br>yaşayacak” .....                                       | 78 |
| Şekil 10. Binali Yıldırım “Binali Yıldırım: Hedefimiz 5 yıl içinde raylı sistemin<br>payını 518 kilometreye çıkarmak” .....              | 79 |
| Şekil 11. Ekrem İmamoğlu “Ekrem İmamoğlu seçim çalışmalarını Beyoğlu'nda<br>sürdürüyor” .....                                            | 80 |



## RESİM LİSTESİ

|                                                                                                                                              |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Resim 1.</b> Recep Tayyip Erdoğan “Sahte senet tüccarlarına Ankara'yı teslim edemeyiz” .....                                              | 127 |
| <b>Resim 2.</b> Numan Kurtulmuş “Örtülü değildir, bu ittifak artık açık bir seçim ittifakıdır” .....                                         | 127 |
| <b>Resim 3.</b> Ekrem İmamoğlu “Ekrem İmamoğlu seçim çalışmalarını Beyoğlu'nda sürdürüyor” .....                                             | 128 |
| <b>Resim 4.</b> Recep Tayyip Erdoğan “Gebze-Halkalı Banliyö Tren Hatları açıldı” .....                                                       | 128 |
| <b>Resim 5.</b> Devlet Bahçeli “31 Mart terör sevicilerle Türkiye sevdalıları arasındaki en kritik seçim olacaktır” .....                    | 129 |
| <b>Resim 6.</b> Mahir Ünal “Vergi kaçıran kimse şehri emin olabilir mi” .....                                                                | 129 |
| <b>Resim 7.</b> Recep Tayyip Erdoğan “Adamda her türlü yolsuzluk var!” .....                                                                 | 130 |
| <b>Resim 8.</b> Kemal Kılıçdaroğlu “Binali Yıldırım korktuğu için istifa etmiyor!” .....                                                     | 130 |
| <b>Resim 9.</b> Mehmet Özhasseki “AK Parti Ankara Büyükşehir Belediye Başkan adayı Özhasseki: Türkiye'yi bölmeye kimsenin gücü yetmez” ..... | 131 |
| <b>Resim 10.</b> Recep Tayyip Erdoğan “Cumhurbaşkanı Erdoğan: En büyük yanılmayı onlar yaşayacak” .....                                      | 131 |
| <b>Resim 11.</b> Binali Yıldırım “Binali Yıldırım: Hedefimiz 5 yıl içinde raylı sistemin payını 518 kilometreye çıkarmak” .....              | 132 |
| <b>Resim 12.</b> Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Ayasofya .....                                                                                     | 132 |
| <b>Resim 13.</b> Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Yıkım İttifakı.....                                                                                | 133 |
| <b>Resim 14.</b> Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Sahte Senet Tüccarları.....                                                                        | 133 |



## ÖZET

Bu çalışma gerçeğin sahteden ayrılmasının zor olduğu ve post truth, hakikat ötesi ya da gerçek ötesi olarak ifade edilen dönemde, Türkiye 2019 Yerel seçimlerini, bu seçimlerde sosyal medyanın nasıl propaganda amacıyla kullanıldığını ele almaktadır. Bilgi teknolojilerinin sürekli gelişerek değiştiği zamanda bilginin üretilmesini ve paylaşılmasını artırmıştır. Bilginin üretimi ve paylaşılmasının bu kadar hızlı olması siyaset alanında da benimsenmiştir. Siyasette gerçek, toplumun üstün çıkarı için farklı olarak ifade edilmiştir. Siyaset alanında gerçeğin bu şekilde yorumlanması sosyal medya aracılığıyla çok daha kolaylaşmıştır. Öyle ki insanlar gerçeklere değil kendileri üzerinde oluşturulan algılara inanmaya başlamışlardır. Hatta bu durum 2016 yılında Oxford sözlüğüne ‘post-truth’ kavramı ile girmiştir.

Bu çalışma 2019 yerel seçim sürecindeki gerçek ötesi siyaset uygulamalarını, siyasal aktörlerin (Cumhur İttifakı ve Millet İttifakı) bir siyasal iletişim uygulaması olarak propaganda faaliyetlerini ve söylemlerini kapsamaktadır. Çalışma kapsamı içinde haber doğruluğu teyit edilen teyit.org ve dogrulukpayi.org siteleri ile Online Haber Sitelerine (mynet.com, aa.com.tr, hürriyet.com.tr) yer verilmiştir. Belirtilen sitelerde yerel seçim ile ilgili siyasi mesajlara odaklanılmıştır. Gerçek ötesi sürecin yaygınlaştırılması ve oluşturulmasında bu sitelerde haberin nasıl inşa edildiği söylem analizi ile çözümlenmiştir. Yapılan inceleme sonunda haberlerde eksiltme, ekleme yapıldığı saptanmıştır. Eksiltme ve/veya eklemenin yapılma nedenin en başında ise siyasal propaganda gelmektedir. Bu sayede de okuyucu ve takipçi yönlendirmesi yapılması amaçlandığı görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Gerçek Ötesi, Siyasal İletişim ve Propaganda, Yalan Haber, Türkiye 2019 Yerel Seçimleri



## ABSTRACT

This study deals with Turkey's 2019 local elections, how social media is used for propaganda in these elections, in the period when it is difficult to separate the truth from the fake and it is expressed as post truth, post-truth or post-truth. Developments in information and communication technologies have increased the production and sharing of information. The fact that the production and sharing of information is so fast has also been adopted in the field of politics. In politics, the truth is expressed differently for the greater benefit of society. This interpretation of reality in the field of politics has become much easier through social media. So much so that people began to believe in perceptions created on them, not facts. In fact, this situation entered the Oxford dictionary in 2016 with the concept of 'post-truth'.

This study covers the surreal political practices in the 2019 local election process, the propaganda activities and discourses of political actors (Public Alliance and Nation Alliance) as a political communication practice. Within the scope of the study, the websites that have confirmed the accuracy of the news, Doğrulukpayi.org and Online News Sites (mynet.com, aa.com.tr, hurriyet.com.tr) were included. The mentioned sites focus on political messages related to local elections. How the news is constructed on these sites in the dissemination and creation of the post-truth process has been analyzed by discourse analysis. At the end of the examination, it was determined that additions and reductions were made in the news. Political propaganda is the primary reason for deduction and/or addition. In this way, readers and followers are guided.

**Keywords:** Post-truth, Political Communication and Propaganda, Fake News, Turkey 2019 Local Elections



## GİRİŞ

Bu bölümde araştırmanın problem durumu, araştırmanın amacı, araştırmanın önemi, sınırlılıkları, varsayımları ve tanımları ele alınmıştır.

Hakikat kavramı (truth) Batı Felsefesinde önemli yer edinmiş bir kavram olarak kabul görmektedir. Heraclitus hakikat'ı bilmenin mükemmelliğin zirvesi olarak tanımlarken Platon ise hem insan hem de tanrılar için hakikatin önemli olduğunu belirtmektedir. Eğer hakikat yok ise cahillik ve bilgisizlik vardır. Aristoteles ve St. Augustine mutluluğun olması için hakikatin olması gerektiği düşüncesindedirler. Sokrates ve Platon ise hakikatin hayat kurtarıcı özelliğinden bahsedip hakikate ulaşmak için gayret gösterilmesi gerektiğini bir diyaloglarında belirtmişlerdir. Orta çağ boyunca hakikat ile ilgili düşüncenin devam ettiği görülmektedir (Allen 2005: 19-23). Orta Çağdaki önemi modern çağda da görülen hakikatin üstünlüğü şüpheci yaklaşımlar ile değişmemiş olduğu görülmektedir. Ayrıca hakikat ile ilgili oluşturulan yeni formüllerin hakikatı açıklamamakta zorlandığı ve hakikatin hala üstün olduğu görülmektedir. Modern Çağ ile Orta Çağ arasında en önemli fark merkezin değişmesidir. Orta Çağda Tanrı merkezli düşünme yerini akla bırakmıştır. Aydınlanma Felsefesinin önemli düşünürü Kant, aydınlanma için kişinin kendi aklını kullanma isteği olarak ifade etmektedir (Çiğdem 2015: 56). Bu düşünce Aydınlanma Döneminin hakikat anlayışını bu yönde etkileyerek değişmesine neden olmuştur. Hakikat dini bir durum değil aklın yeterliliği olduğu vurgulanmıştır. Daha önce Tanrıdan gelen vahiylerle açıklana durumların artık açıklanmasında insan aklı ve düşüncesi devreye girmiştir. Artık bilimsel düşünce metafiziksel ve tanrısal düşüncenin yerini almaya başlamıştır. Auguste Comte (2003: 74) bu dönemi üç hal yasası ile açıklamaktadır. Üç hal yasası metafizik, pozitif ve teolojik olarak isimlendirilmiştir. İnsan düşüncesinde üç hal bu üç farklı aşamadan günümüze kadar gelmiştir. Üç hal yasasında birinci aşama teolojik aşamasıdır. Yeryüzünde meydana gelen değişimin büyük bir güç tarafından gerçekleştirildiği ile açıklanmaktadır. İkinci aşama olan metafizik aşamasında ise gerçekleşen olaylar tanrı ile değil soyut olarak açıklanmaktadır. Her olayın meydana gelmesi kendi kendine olağan sırasında gerçekleşmektedir. Comte (2003: 75) ise metafizik aşamasının teoloji aşamasından çok farklı olmadığını ifade etmektedir. Çünkü her iki

aşamada da hakikat açıklanırken mutlak bir gücün olduğu üzerinde durulmaktadır. Teoloji aşamasında tanrı ile açıklanan olaylar metafizik aşamasında doğa ile açıklanmaktadır. Üçüncü aşama olana bilimsel pozitif aşama da ise olay ve olguların oluşması akıl ile açıklanmaya çalışılır. Gözlem ve akıl olmadan değerlendirmeler yapılmaz. Değişmeyecek gerçeklerin tespit edilmesi ancak bu yöntem ile elde edilir. İnsan akıllı düşünce tarzında en etkili unsurdur. Yaşanılan evrenin kanunları bu yolla elde edilmeye ve açıklanmaya çalışılmaktadır.

Pozitif düşüncede meydana gelen olaylar akılla keşfedilir. Geçerli tek bir kanun yoktur ve sürekli olarak keşif çalışmaları devam etmektedir. Doğada her şey keşfedilmiş değildir. Teolojik ve metafizik aşamasında keşfedilmemiş doğa kanunu yoktur. Ancak pozitif düşüncede ise yeni keşifler daha sonra keşfedilecek yasalar için temel oluşturmaktadır. Mutlak hakikat diye bir şey doğada bulunmaz (Comte 2003: 15). Hakikat demek doğru bilgi demektir ve amaç doğru bilgiyi elde etmek için çalışmaların devam etmesidir. Doğru bilgi de ancak insan akıllı ile elde edilmektedir. Doğanın yasaları evrensel ve her toplumda geçerli olan yasalar olmalıdır. İnsan tarihine bakıldığında doğru ve gerçek bilgisi için insan sürekli olarak bilgiye ulaşmaya devam etmektedir. Bilginin kaynağı ve doğruluğuna her zaman şüpheyile bakılmıştır. Sofistler, nihilisteler ve kuşkucular ise doğru bilginin olmadığını savunmaktadırlar. Rasyonalistler ise bilginin kaynağını olarak ‘akıl’ olarak belirtirken doğruya ulaşmanın yolunun akıldan geçtiğini belirtmişlerdir. Hatta Descartes, ‘düşünüyorum, öyleyse varım’ önermesine her şeyden şüphelenilebileceğini akıl yürütmenin sürekli olarak devam ettirilmesi gerektiğini savunmuştur. İnsan akıllı sayesinde ancak doğru bilgiye ulaşabilir şeklinde savunma yapmıştır (Baykent 2017: 3).

Ancak Friedrich Nietzsche, Karl Marx, William James, ve John Dewey ise hakikatin konusunu değiştirmişlerdir. Marx, gerçeğin pratik olması gerektiğini tartışmalarını, skolastik olarak ifade etmiş; Nietzsche sorgulamayı ve yeniden değerlendirmeyi belirtmektedir. Bu durum gerçeğin sorgulanmasını sağlamaktadır: Neden hakikat önemlidir ve neden istenir? Nietzsche, batı felsefesini adeta dalga geçer gibi eleştirmiş (ironi), hakikati (truth) çirkin ve zararlı olarak ifade etmiştir. James ve Dewey gibi isimlerse ‘kendinde şey’ fikrini kabul etmeyerek oluşun düşüncenin merkezinde olduğunu savunmuştur. Bu durum gerçeğin pratik yaşam ile

ilişkinin tartışılmasını gündeme getirmektedir. Varlığın, cevherin reddedilmesi hakikatin da reddedilmesi anlamını taşımaktadır (Allen 2005: 42-47).

Elde edilen bilgiler ile ilgili olarak insanın gerçek ve doğru gibi hem isim hem de sıfat olan kelimeler kullandığı ayrıca hakikat ve hakiki szöçüklerinin isim ve ismin sıfat hali olarak kullandığı görülmektedir. Gerçek bilgi ontolojik açıdan ve kişiden ayrı var olma sebebini açıklarken hakikat epistemolojik yönden kişi üzerindeki algısına dikkat çekmektedir. Doğru olarak ifade edilmesi de bilginin etik yönden dikkat çektiği bir yön olarak ifade edilmektedir (Evre 2017). Hançerlioğlu (1976) ise gerçek' in bir yere bağımlı olmadan var olanı hakikatin ise gerçeğin bilinçteki yansıması olarak ifade etmektedir. Bu bilgiler ışığında doğrunun (truth), gerçeklik kavramı ile uyum halinde olduğunu söylemek mümkündür. Siyasetçiler her zaman düşünürlerin düşüncelerini destekler şekilde kendi menfaatlerini korumak için gerçekleri farklı şekillerde dile getirmişlerdir. Ancak siyasetçilerin çekinceleri arasında topluma kendilerince verdikleri bilgilerin doğru olmadığının tespit edilmesi olmuştur.

Siyasetçilerin bilgiyi çıkarlarına yönelik kullanmalarında en önemli yardımcı, kitle iletişim araçları olmuştur. Siyasetçiler kendilerinin desteklenmesi için onları savunacak bir medya oluşturmak için gayret göstermişlerdir (Uzun 2014). 18. Yüzyıl İngiltere'sinde haberciler, siyasal amaçla hizmet etmişlerdir. Bu gazeteciliğe partizan gazetecilik denmiş, gazetecinin gözcü konumu kaybolmuştur (Taş 2012: 57-59). 19. yy da Osmanlı Devletinde gazetelerin kurulmasında devletin etkileri görülmektedir. Devlet resmi basın oluşmasını halkın bilgilendirilmesi için yayınlar oluştururken kendine muhalif olarak ortaya çıkan diğer basın yayın kuruluşlarını da hem mali hem de ahlaka uygun yayın yapması konusunda sıkı bir denetime tabii tutmuştur (Taş 2012: 143). 1960 ABD'sinde ise Başkan Kennedy'nin *New York Times*'ta yayımlanacak olan CIA'nın, Kübalı sürgünleri Guetemala'da bir kampta askeri eğitime tabi tutulduğuna dair haberin basılmasını önlemiştir. Haberi önleyen Amerikan Başkanı bu sayede kendi kirli işine gazeteyi de ortak etmiştir (Alemdar 1990: 14).

Yakın dönemde ise doğrunun çok önemli olmadığı bir siyasi anlayışın kullanılmaya başlandığı ve siyasi aktörler tarafından bu durumun normal olarak görüldüğü post-truth (gerçek ötesi) hale dönüştüğü görülmektedir. Liderlerin yapmış oldukları propagandalarda insanların baktığı şey doğrunun kendisi değildir. Bilginin doğrulanmaması bile insanların düşüncelerini değiştirmemektedir. Gerçek ötesi bir dönemde hayatın giderek medyatize (medya ortamında paylaşımlar, ilişkiler, tartışmalar vs.) olması da yaşananları giderek perçinlemiştir. Son dönemlerde doğru, gerçek, yalan hakiki haber ve bunların oluşturduğu kamuoyu tartışma konusu olmuşken 2016 yılında Oxford sözlüğü ‘post-truth’ kavramını yılın sözcüğü olarak ilan etmiştir. Gerçek haberin hakikatin ve yalan haberin tartışıldığı ve doğrunun yıprandığı bir zamanda ‘post-truth’ kavramı dönemin tanımlanmasında destek olmuştur. Çalışmamızda ilerleyen bölümlerde post-truth’ kavramı üzerinde detaylı biçimde durulacak olup kısaca bakılacak olursa Türkçe doğru sözcüğü ile aktarılması uygun görülmektedir. Ancak literatüre bakıldığında bu kavramın Türkçe olarak karşılığı üzerinde henüz ortak bir kanaat oluşmadığı görülmektedir. Post hakikat’, ‘post gerçeklik’, ‘hakikat sonrası’ ya da ‘gerçek sonrası’, ‘post olgusal’ gibi çevrileri görmek mümkündür. Çalışmada henüz üzerinde ortak bir mutabakat oluşmayan kavram ile ilgili olarak ‘doğrunun önemsizleşmiş olduğu’ anlamında gerçek ötesi olarak kullanılmaktadır

Günümüz dijital çağını yaşadığı bu dönemde insan yaşamında Facebook, Twitter vb. yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu mecraların kişinin yaşamının hemen hemen her alanında etkileri olduğu görülmektedir. Kendisini bir gruba ait hissetmek isteyen kişi bu çevrimiçi ağlarda yer almaktadır. Kişi bu ağlar sayesinde fotoğraf, video ve belge paylaşımı yapabilmektedir (Boyd, Ellison 2008). Bu ağlarda bilginin üretilmesi yanında dünya çapında yayılması da mümkün hale gelmektedir. Sosyal bilimlerde ağ toplumu ile ilgili çok sayıda yaklaşımı görmek mümkündür. En çok kabul gören ise Manuel Castells’e ait olanıdır. Castells’e göre ağlar, geleceğin baskın örgütleri olarak görülmektedir (Abercrombie, Longhurst 2007: 241). Castells’e (2000: 13) göre ağ toplumunun en belirgin özelliklerinin ise zaman ve mekânda ortaya çıktığı görülmektedir. Yine O’na (2000:13) göre, günümüz toplum organizasyonunda enformasyon akışının merkezi bir hal alması sonucunda, birbirinden tamamen farklı ve uzak mekanlar, uluslararası ağlara entegre olmuş ve en

dinamik sektörlerini bu ağı bağlama imkanına kavuşmuşlardır. Castells (2008: 600), 'zamansız zaman' ın ağ toplumlarının yeni ağ toplumun zaman içimi olarak ifade edilmektedir. Jan Van Dijk (2016: 54) ise, ağların sosyal gerçekliğin tüm seviyeleri veya birimleri içindeki ve arasındaki ilişkileri düzenlediğini belirtmektedir.

Ağ toplumunda sadece doğru bilgiler değil bunun yanında doğru olmayan bilgilerin de yer aldığını ve serbestçe dolaştığını dikkate almak gerekmektedir. Kişi doğrunun dışında yanlış bilgiye bu ağlar sayesinde ulaşabilmektedir. O kadar çok bilginin içinde kişinin elde ettiği bilginin yanlış mı yoksa doğru mu olduğu konusunda davranışlarının belirlenmesi önemlidir. Demokrasiye katkı sağlanması amacıyla kamunun doğru biçimde bilgilendirilmesi gerekmektedir. Siyasetçinin taraftar kazanmak için bilgiyi manipüle etmesinin son derece kolay olduğu bu dönemde insanların bu duruma karşı gösterecekleri tavrın belirlenmesi önem arz etmektedir. Gerçek ötesi dönem bilginin sağanak halde verildiği bir dönemdir ve kişilerin bundan etkilenmesi için verecekleri karar son derece önem arz etmektedir

Gerçek ötesi dönem; nesnel olguların, bireylerin duygu ve düşüncelerinden daha az geçerli bir durum alması ile gerçeğin önemsizleştirildiği bir dönemde yaşadığımız hipotezi üzerine kavramsallaştırılmıştır. Bu dönemde yapılan propaganda ve medya faaliyetlerinde gerçeklikten kopuş söz konusudur. Propaganda ve medya faaliyetlerinde alternatif gerçeklikler üzerinden bir strateji üretilmesi yeni bir durum değildir; ancak bugün karşı karşıya olunan bu mesele durumun toplum nezdinde önemsizleşmesini artırmıştır. Bu ise, hakikat nedir ve nasıl inşa edilir sorularını gündeme getirmektedir. Bu çalışmanın amacı, 21. yüzyılın ilk çeyreğinin sonuna yaklaşırken başvurulmuş medya stratejilerinin gerçek ötesi siyaset uygulamaları ekseninde sosyal medyada nasıl vücut bulduğu, sosyal medya platformlarında gerçek ötesi siyasi söylemlerin hangi biçimlerde inşa edildiğini ortaya koymaktır. Bu kapsamda üç temel soruya cevap aranacaktır;

1) Türkiye'de gerçek ötesi dönemde 2019 Yerel Seçimlerinin bir siyasal iletişim uygulaması olarak sosyal medya söylemleri nasıl oluşturulmuştur?

2) Türkiye'de gerçek ötesi dönemde 2019 Yerel Seçimlerinde siyasal oluşumların sosyal medya ile inşa ettikleri söylemlerin ardında yatan temel nedenler nelerdir?

3) Sosyal medya söylemlerinde ideolojik ardalın nedir? Neden bu ideoloji yaratılmıştır?

Gerçeğin çarpıtılması siyasette, geçmişten beri var olan bir durumdur. George Orwell, *Politics and the English Language* (2013: 8) çalışmasında yalanın siyasetin olağan akışı içinde olduğunu belirtir. Bu, durum ideolojilere göre fark etmez. Hepsi için geçerlidir. Siyasette hangisi doğru hangisi yalan ayırt edilmesi mümkün değildir. Bu durumu şöyle izah etmektedir:

“Siyasi dil - ve varyasyonlar, muhafazakârlardan anarşistlere kadar tüm siyasi partiler için geçerlidir - yalanları doğru ve cinayete saygılı kılmak ve saf rüzgâra sağlam bir görünüm kazandırmak için tasarlanmıştır.”

Michael Marmot (2017) gibi Orwell de politikanın yalansız olamayacağını bunun politika sürecinde olması gerektiğini düşünmektedir. Marmot, ise bilim tartışmalarında iddiasını ilk olarak orta koyanın karşısına güçlü deliller ile geldiğinde iddiasından vazgeçebildiğini belirtmektedir. Aksine deliller bile olsa asla dediğinin dışında bir durum kabul edilemez. Konu ile ilgili olarak en güzel örneklerden bir tanesi Donald Trump’ın küresel ısınma ile ilgili olarak bilim adamlarının aksine sorunu insanlara değil kapitalistlere bağlaması gösterilebilir. Bilim insanları küresel ısınma ile ilgili yapmış oldukları araştırmalarda insan kaynaklı faktörlerden kaynaklı olduğunu araştırma sonuçları ile kanıtlamışlardır. Ancak Donald Trump ve onun gibi düşünenler ise küresel ısınmanın nedeni olarak kapitalistleri işaret etmektedirler. Şimdilerde medya ve iletişim mekanizmalarının çoğalması, insanların bir bilgiye ya da mesaja daha kolay ulaşabilmesi, siyasette yalanın daha fazla ve daha hızlı yayılma olanağı bulması ve buna medya faaliyetlerinin alet edilmesi sıklıkla şahit olduğumuz bir olgudur. Sosyal medyanın kararsızların ikna edilmesi ya da kamuoyundan destek oluşturulmasında etkili bir rol üstlendiğini gören siyasal iletişim uzmanları interaktif olan bu alanı kullanmaya başlamışlardır. Kısa sürede hedef kitleye ulaşılması ve iletişimin iki taraflı olarak yapılabilmesi geleneksel iletişim araçlarından daha fazla sosyal medyanın kullanılmasına doğru bir değişime sebep olmaktadır. Başta twitter olmak üzere birçok sosyal medya platformu seçim kampanyalarında aktif olarak kullanılmaktadır (Çakır, Tufan 2016: 10). İnternetin kullanım sıklığının artması ve internet ile beraber anılmaya başlanan sosyal medyadan sadece gündemi takip etmeyen bununla birlikte gündem oluşturan siyasetçiler yer almaya başlamıştır. Her kademedeki siyaset ve

yöneticilerin sosyal medya aracılığıyla halkı bilgilendirme çabaları görülmektedir (Köseoğlu, et al., 2013: 112). Bilgilerinin anında paylaşılabildiği ve takip edilebildiği Twitter ve Facebook gibi sosyal iletişim platformları artık günümüzün vazgeçilmez parçaları olarak hayatımızda yer almaktadır. Dünyanın neresinde olursa olsun insanlar bu platformlar sayesinde iletişim halinde olmaya devam etmektedirler.

Medya, bilginin geniş kitlelere yayılması ve küreselleşen dünyanın bilgiye ulaşması görevini yerine getirmektedir. Bu durum onları siyasetinde gündemine girmesine ve bu bilgilendirme görevlendirmelerinden dolayı siyasetçilerin planlarında kendilerine yer ayarmasına neden olmaktadır. Siyasetçi bu durumu kamuoyuna ulaşma aracı olarak da kullanılmak istemektedir. Medya insanların görüşlerini etkilemekte ve medya patronlarına bu açıdan önemli güç kazandırmaktadır. Medya patronu kendi düşüncesi doğrultusunda haberi yayma gücüne sahiptir (Gölbaşı 2010: 9; Türkoğlu 2008: 40). Medya haber içeriğini değiştirerek verirse yaptığı işin adı hile olarak ifade edilmektedir. İnsanların istenilen düşünce doğrultusunda yönlendirmek ve kurnazca yaklaşıp bu yolu çıkarlarına alet etmek manipülasyon, yapımları anlamı taşımaktadır. Manipülasyon, kasıtlı şekilde bireyleri veya toplumları istenilen amaçlar doğrultusunda yönlendirmek ya da seçme, ekleme ve çıkarma yoluyla bilgileri değiştirmek anlamı taşımaktadır (Türkoğlu 2008: 40; Ever 2001: 51). Manipülasyon, gerçeklikleri çarpıtarak iktidarı elinde bulunduran grupların çıkarlarıyla toplumun çıkarlarını eş değer gören, kitleleri istek ve talepleri doğrultusunda biçimlendiren bir araçtır (Özer 2011: 5). Medyanın bilgileri manüple etme gücü bulunduğundan kültürel ve ideolojik olarak siyasiler tarafından kullandığı görülmektedir. Egemen grup kendi ideolojini devam ettirmek için bu gücü kullanmaktadır.

Toplumu oluşturan bireylerin manüple edilmesi onların istenilen bilgileri benimseyerek kendi düşünceleri gibi inanmasına neden olmaktadır ve zaman içinde yönlendirildiği bilgilerin kendi düşünceleri olduğu inancıyla hareket etmeye başlamaktadır (Özer 2011: 6).

Siyaset, medya ve yalan/hakikat ilişkisini ele alan çalışmalar gerçek ötesi tartışmasından sonra hızla artmıştır. Ayşe Fulya Şen ve Hacer Taşdelen'in (2020) *Post-Truth Siyaset Bağlamında Yeni Medya: 2019 Yerel Seçimi Örneğinde Bir*

*İnceleme* araştırmasını gerçeğin değerini yitirmesi anlamında post-truth kavramını ve yeni medya ile yapılan yalan haberler üzerine gerçekleştirmiştir. Araştırma 31 Mart yerel seçimleri Çağla Karadağ' ın (2019) *Post-Truth Kavramı Üzerinden Medya ve Siyaset İlişkisinin The Post, Spotlight ve Truth Filmleri Çerçevesinde İncelenmesi* bir çalışma yapmış ve post-truth kavramı, medya ve siyaset arasında yaşanan mücadeleleri *The Post, Spotlight ve Truth*' isimli sinema filmi üzerinden güç, manipulasyon, iktidar mücadeleleri ve siyasetin bağlantıları ile ilgili durumları somut örneklerle anlatmayı amaçlamıştır. Serdar Paktin ve Hazal Sena Karaca'nın (2018) *Post-Truth, Medya ve İktidar* isimli araştırmasında gerçeklik, hakikat ve enformasyon kavramlarının arasındaki ilişki ve etkilerini irdelemiştir. Rıdvan Korkut'un (2020) *Gerçek Ötesi Dönemde Siyasal İçerikli Bilgi Arayışı, İçerik Teyidi ve Sinizm* isimli araştırmasında bireylerin siyasal alanın aktörlerini nasıl değerlendirdikleri, konu etmiştir. Onurcan Güden (2020) *Hakikat Sonrası Dönemde Siyasal İletişim Yönetimini Yeniden Düşünmek Üzere Niteliksel Bir Araştırma* isimli araştırmasında yirmi birinci yüzyılın gerçek ötesi siyasetinde başvurulmuş siyasal iletişim strateji ve tekniklerinin dönüşümünü ortaya koymuştur. Gerçek ötesi fenomenini geniş bir sosyolojik ve felsefi perspektiften ele almaya çalışan Mehmet Sebih Oruç (2019) yaptığı çalışmada siyasal iletişim ile ilgili gelişmelerin yakından takip edilerek anlaşılır olması için değişimin yaşandığı politik, ekonomik ve teknolojik durumun analiz edilmesi gerektiğini aksi takdirde gerçek ötesi gerçekliğin elde edilmesinin mümkün olmadığını belirtmektedir. Sait Kaan Karcı (2021) *Dijitalleşmenin Siyasal İletişime Etkisi: 2014 ve 2019 Yerel Seçimlerinde Youtube'da Yayınlanan Siyasi Reklamların İncelenmesi* başlıklı çalışmada siyasal iletişim kavramının; dijital medya ekseninde günümüz ihtiyaçlarına nasıl uyum sağladığını ele almıştır. Elif Asude Tunca ve Nurten Avtürk Koldaş (2019) araştırmaları sonucunda küresel iletişim perspektifinden siyasal iletişim ve seçim kampanyalarının ABD'deki uygulamaları çerçevesinde Türkiye'deki yansımalarına bakmışlardır. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçişi sağlayan Anayasa değişikliği referandumunun yazılı basındaki sunumunu ele alan Atıl Cem Çiçek ve Gözde Uysal'a (2019) göre, öncelikle, medyanın sırasıyla siyaset, ideoloji ve manipülasyonla olan ilişkisi irdelenmelidir. LGBT'li bireylerin haklarını anlatmak ve halkın bu konuda dikkati sağlamak için Gökkuşak Derneğinin 6 Ağustos 2006

tarhinde Bursa da gerçekleştirdiği yürüyüş ile ilgili Bursaspor taraftar grubu tarafından düzenlenen eylemler ile ilgili basındaki haberleri alarak çalışma yapan zlem Doruk (2013)’a göre haberlerin tümünde okuyucuya belirli bir ereve sunulduğu ve toplumsal cinsiyet normlarının yeniden üretildiğini belirlenmiştir. Barış Yetkin’in *2019 yerel seçimlerinde adayların Twitter kullanımı* isimli çalışmasında 31 Mart 2019 yerel seçimlerinde  Büyükşehir’de belediye başkanlığı için ittifak adayı (Cumhur İttifakı ve Millet İttifakı) olan siyasetçilerin Twitter kullanımları çalışmanın odağını oluşturmaktadır. Araştırma sonuçları incelendiğinde; oluşan yeni medyanın etkisinin hala anlaşılmadığı ve etkin biçimde kullanılamadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum, yerleşik bir siyasi kültürün olduğunu ve yeni iletişim kültürünün bu durumu etkileyemediği yönünde yorumlanabilir. Zeynep Merve şıvgın’ın *2019 yılında sosyal medyada ideolojik bir mücadele aracı olarak politik doğruculuk* isimli makalesinde, oluşan bu yeni medyanın aslında siyasiler için yeni kişilere ulaşmak ve onlara kendilerini ifade edebilmek gibi bir özgürlük alanı oluşturduğundan bahsetmektedir. Bu durum demokrasilerin arzu ettiği bir durumdur. Bu alışma politik doğruculuk kavramını ortaya çıkaran, ‘kültürel çeşitlilik’ ve ‘eşit temsil hakkı’ gibi değerlerin zaman içerisinde etkinliğini kaybederek, kavramın ideolojik bir mücadele aracı haline gelmesine odaklanmakta ve sosyal medyadaki politik doğruculuk anlayışının katılımcı pratikler üzerindeki etkisini tartışmaya açmaktadır. Tirşe Erbaysal Filibeli ve Orhan şener’ in 2019 yılındaki *Manipüle Edilmiş Enformasyonel Bir Vitrin Ve Popülist Bir Enformasyon Alanı Olarak Twitter* isimli çalışmasında Twitter’ın evrimii bir kamusal alandan ziyade popülist taleplerin dile getirildiği bir enformasyon alanı ve manipüle edilmiş enformasyonel bir vitrin olduğu gösterilmiştir. Emre Erdoğan ve Tuğçe Erçetin’ in 2019 yılında yayınlanan *Popülist Liderlerinin Başarısına Medya Sistemleri Perspektifinden Bir Bakış: Birleşik Krallık, Hollanda ve Türkiye Karşılaştırması* isimli araştırmalarında popülist aktörlerin medyada neden/nasıl görünür oldukları (veya olmadıkları) ve medyayı nasıl kullandıklarını açıklanmıştır. Bu araştırmaların temel noktası siyasal iletişim uygulamalarıdır. Bu tez de siyasal iletişim uygulaması açısından bahsedilen araştırmalarla benzerlik göstermektedir. Ancak bu çalışma bahsedilen araştırmalardan siyasal iletişim ve gerçek ötesi kavramlarını yerel seçimlerdeki siyasetçilerin sosyal medya söylemleri üzerinden araştırması yönüyle ayrılmaktadır.

Ayrıca gerçeğe aykırı biçimde elde edilen ve belirlenen siyasi mesajlar ise seçmenin davranışlarını yönlendirmesinin incelemesi noktasında da ayrılmaktadır. Çalışma siyasal iletişim ve gerçeklik ötesi ilişkilerini inceleyen alana katkı sunmayı ummaktadır.

Türkiye'deki 2019 yerel seçimlerini kapsayan süreçte gerçek ötesi siyaset uygulamalarının, siyasal aktörlerin (Cumhur İttifakı ve Millet İttifakı) bir siyasal iletişim uygulaması olarak propaganda faaliyetleri ve söylemleri tezin kapsamını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda Doğruluk Payı, Teyit isimli doğrulama siteleri ile online haber siteleri (mynet.com, aa.com.tr, hürriyet.com.tr) incelenmiştir. 2019 Yerel seçimlerin propaganda faaliyetlerinin başladığı 1 Ocak 2019 tarihinden, seçimlerin bitiş tarihi olan 31 Mart 2019 tarihini kapsayan haberler incelenmiştir. Bu tarihler için belirtilen sitelerde İstanbul ve Ankara Büyükşehir Belediyelerinin Millet İttifakı ve Cumhur İttifakı tarafları adına seçim ile ilgili yer alan 98 haber incelenmiştir.

Tezin ilk bölümü gerçek ve hakikat kavramları ile ilgili konulardan oluşmaktadır. Gerçek ve hakikat kavramları, gerçek ötesi kavramı detaylı bir şekilde açıklanmaya çalışılmıştır. Daha sonra ise yeni medya kavramı ve bileşenleri ortaya konmuştur. İkinci bölümde ise medya ve siyaset ilişkisi üzerinde durulmuştur. Siyasal iletişim kavramı detaylı olarak ortaya konmuştur. Üçüncü bölümde ise eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi ile 2019 Yerel seçimlerinde araştırmaya dâhil edilen haberler belirli bir düzen içerisinde incelenmeye çalışılmıştır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## 1. GERÇEK VE HAKİKAT

Bu bölümde gerçek-hakikat, yeni medyada hakikat, yeni medya ve siyasal iletişim kavramları, ele alınmıştır. Post-truth kavramı Amerika’da siyaset içinden çıkan bir kavramdır. Yayılması ise tüm dillerde hızlı biçimde gerçekleşmiştir (Harsin 2018). Özellikle son dönemde dünyada yayılan bu post-truth kavramı Türkçe de ‘hakikat sonrası’, ‘gerçek-ötesi’ veya ‘gerçek-sonrası’ şeklinde ifade edilmiştir. Post-truth kavramının yaygın kullanılmasında en önemli etken ise 2016 Amerika Seçimlerinin Donald Trump tarafından kazanılması olduğu görülmektedir. Siyasetin amacı kitleleri etkilemek olduğundan sosyal medya da bu alanda siyasetçilere kolaylıklar sağlamıştır. Haberin gerçek ve yalan olmasından çok yayılması siyasal bilgilerin kaynağı haline getirmiştir.

### 1.1. Gerçek ve Hakikat Kavramları

Post-truth kelimesinin Türkçe’ye çevrilmesinde nesnel gerçekliğin insanları ikna etmede daha az etkili olmasından kaynaklı hakikat ötesi ya da hakikat sonrası olarak çevrildiği görülmektedir (Terzi 2020). Post ve truth kavramlarının Türkçe’ye çevrilmesin anlam ayrılıklarından kaynaklı Adem Terzi, (2020: 26) ‘post’ ön eki Türkçe’ de daha çok ‘sonra’ ifadesiyle karşılık bulmasından ve bir durumdan başka duruma geçilmesine neden olduğundan bu şekilde ifade edildiğini belirtmektedir. Gerçek/hakikat/doğruluk kavramları sıfat olmaktan çok isim olarak kullanılmaktadır. Sonrası belli olan ve farklılıkları nedeniyle birbirlerinden ayrılan durum için kullanılan isim olan değişmez bir durum ifade edilmektedir. Geçek denildiğinde sözlüklerde her şeyden bağımsız nesnel bir olgu akla gelmektedir. Hakikat, gerçeklerin anlatılması ve doğruların belirtilmesi olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle gerçeğin vurgulanması olarak kullanılmaktadır. Hakikat sözcüğü Arapça kökenli bir sözcük olup Türkçe de gerçek sözü ile değil doğru sözcüğüyle ilişkilendirilmiştir. Buna göre ‘post-truth’ sözcüğünde truth sözcüğü dikkate alınarak hakikat sözcüğü ile ifade edilmektedir. En doğru ifade biçimi hakikat sözcüğüdür.

Gerçek sözcüğü ile real ya da reel kelimesinin karşılığı olarak Türkçe’de yer almaktadır. Bu farklılıklar felsefî anlamda değerlendirilmektedir. Ancak günlük yaşamda bu durum o kadar karışık değildir. Doğru ile gerçek kelimeleri birlikte anılmaktadır ve bu sözcüklerin birbirinin yerine kullanıldığı görülmektedir. Nesnel olarak ifade edilen gerçeklerin halk üzerinde onların duygu ve düşüncelerini oluşmasında daha az etkili olduğu Post-truth kelimesi ile belirtilmektedir. Bundan dolayıdır ki Türkçe’ye hakikat öncesi, ya da hakikat sonrası olarak çevrilmiştir. Ancak bu kelime için en doğru çeviri ‘gerçek sonrası’ ve gerçek ötesi olduğu söylenebilir (Terzi 2020: 23-25). Hakikat ve gerçek kelimelerinin kullanıldığı yerlere bakıldığında birbirilerinin yerine kullanılan kavram olarak birbirlerine yakın kelimeler olduğu ifade edilmektedir (Dictionary Cambridge 2020). Cevizci (2002: 395), *Paradigma Felsefe Sözlüğü*’nde hakikati;

1. Genel olarak bakıldığında hem dini, hem ahlaki hem de bilimsel olarak bir disiplin tarafından araştırılıp varlık alanı ile ilgili doğruların bütünüdür.

2. Özel olarak bakıldığında ise bazen gerçeklik anlamında kullanılırken bazen de doğruluk anlamında kullanılmıştır. Kendi özü içerisinde kendi oluş sırasını gerçekleştirmesi ve bunun da insanlar tarafından fark edilmesi olarak ifade edilebilir

Hakikat kavramının gerçek ve gerçeklikle kullanıldığı görülmektedir. Ancak reel ve realite sözcükleri ile birbirine karıştırıldığı görülmektedir. Doğru ve doğruluk olarak ifade edilmesi de Fransızca ‘Juste’ ve ‘Justesse’ kavramları ile karıştırılmasındandır. Hakikat, gerçek ve doğru kavramları ile aynı anlama gelmemektedir. Birbirleri ile bağları bulunmakla beraber özdeş kavramlar değildir. Hakikat ta bilgi doğrulukta mantık bulunmaktadır (Hançerlioğlu 2008). Hakikatin mantıksal olarak ifadesinde epistemoloji ile olan bağlantısı bulunmaktadır. Bu durum hakikatin epistemolojik temelleri olduğunu ortaya koymaktadır. Hakikat ile birlikte gündeme gelen nesnel gerçeklik, zihin dil açısından ifade edilmektedir (Erdem 2012: 17).

Post-truth kavramındaki post ve truth terimlerinin Türkçe ’ye çevrilince anlam kaymaları yaşamasından sonra *Post-Truth Kavramı ve Türkçe Karşılıkları Üzerine* Terzi’ye (2020) bir makale çalışması yaparak, post truth kavramındaki ‘post’ ön eki Türkçe’ de daha çok ‘sonra’ sözcüğüyle karıştırıldığını belirtmiştir. Bu

ekin aslında bir duruma karşı etkisinin kaybedilerek başka bir duruma geçilmesini anlatmak için kullanıldığını söylemiştir.

## 1.2. Gerçek Ötesi Çağ

Gerçek ötesi kavramının kullanımı ile ilgili olarak geçmişine bakıldığında 1992 yılında yazar Steve Tesich'in *The Nation* dergisine yazdığı *Yalanların Hükümeti* (Government of Lies) adlı makalesinde kullandığı görülmektedir. Makalede ABD başkanları Nixon ve Regan dönemlerine ait politikalara yer veren Tesich (1992: 8), o dönemde yaşanan Watergate skandalından bahsetmektedir. İki başkan döneminde siyasi liderler tarafından söylenen yalanların olduğunu ve halkın hakikati bilmek yerine yalanı duymak istediklerini belirtmektedir. Halk ülkesinin güçsüz olmasından ve zayıf gösterilmesinden ziyade siyasilerin yalanlarına inanmayı tercih etmektedir (Tesich, 1992). Gerçek ötesi kavramının kullanımını 2004 yılında Ralph Keyes tarafından yayımlanan *The Post-Truth Era: Dishonesty in Contemporary Life* (Hakikat Sonrası Çağ: Günümüz Dünyasında Yalan ve Aldatma) adlı kitapta görülmektedir. Ayrıca bu kavram bu kitap ile birlikte kurumsal hale de dönüşmüştür. Kitapta yalan ve aldatmanın gündelik olarak kullanıldığı, gündelik refleklese dönüşmesinden ve toplum yaşamında normal hale gelmesinden bahsetmektedir. Kitapta yazarın dikkat çektiği konu siyasetçi, sanatçı, gazeteci, akademisyen ya da toplumda popüler olarak görülen herkesin aslında usta bir yalancı olduğuna dikkat çekmektedir. Yazar, kamuoyu oluşturmak isteyen kişilerin yalan sayesinde bunu gerçekleştirdiklerini belirtmektedir (Alpay 2017: 33). Gerçek ötesi kavramın kullanımında yaşanan yoğunluğun asıl nedeni ise 2016 yılında Oxford Sözlüğü tarafından 'Post-truth' un yılın sözcüğü seçilmesi olmuştur. Sözlük, Post-truth sözcüğünün on yıldan fazladır olmasına karşın dikkat çekmesindeki temel neden İngiltere'nin AB 'den ayrılması için yapılan Brexit anlaşması ve ABD'de yaşana başkanlık seçimleri olduğunu ifade etmiştir (Mcintyre 2018).

Birleşik Krallık ve Avrupa Birliği arasında yapılan anlaşma (Brexit) da gerçek ötesi yaratımı referandum sürecinde Avrupa Birliğinden Birleşik Krallığa her ay 350 milyon pound gönderildiği bu anlaşma ile artık gönderilmeyecek bu paralardan dolayı İngiliz Sağlık Sisteminin çökeceği dile getirilmiştir. Ayrıca bu bilginin yayılması ve halkın ikna edilmesi için otobüslere giyindirme yapılarak sokak

sokak dolaştırılmıştır. Aşağıda bu olayı anlatan görsel bu durumu daha iyi özetlemektedir.



Şekil 1. Brexit Olayında Yapılan Kampanya (www.bbc.com)

Yukarıda Brexit ile ilgili paylaşılan görselin de özetlediği gibi bu süreçte yapılan kampanyalar ile kişiler etkilendiği ve bu bilgiyi doğru kabul ettikleri görülmektedir. Böylelikle bu ve benzeri doğru olmayan bilgileri kullananlar, referandumda istedikleri sonuçları elde etmiştir. Referandum için yapılan bu gerçek ötesi müdahalenin kısa bir süre sonra Birleşik Krallık için ağır ekonomik bedeli olmuştur<sup>1</sup> (McIntyre 2018; Pasha-Robinson 2017).

Konu ile ilgili bir örnek daha verilecek olursa, 2016 yılında ABD’de gerçekleşen başkanlık seçimleridir. Başkan adayı olan Donald Trump doğru olmayan çok sayıda iddiayı gündeme getirip rakibi Barack Obama’yı geçerek ABD başkanı olmuştur. Kanıtları ile birlikte sunulmasına rağmen Barack Obama’nın gizli Müslüman olduğu iddia edilmiştir (Leonhardt, Thompson 2017).

Cumhuriyetçi adayın gerek partisi, gerekse medya tarafından en sert eleştirildiği konulardan biri, terör örgütü IŞİD’ in kurucularının aslında ABD Başkanı Barack Obama ve Demokrat Parti adayı Hillary Clinton iddiası (www.aa.com.tr) olmuştur. Dahası, Trump seçim dönemi propaganda için yine gerçek ötesini kurgulayan tweetler atmıştır: “Hatırlayın; Başkan Obama çocukları

<sup>1</sup> 1 Ocak 2021 tarihi itibarıyla İngiltere'nin AB'den ayrılış süreci (Brexit) tamamlanırken, Bu ilten zararlı çıkan ise İngiltere olmuştur. Business Insider'ın (2021) haberine göre, İngiltereden ayrılan 440 finas şirketi olmuştur. İngiltereden ayrılan 90 milyon paundun Avrupa ülkelerine gittiği belirtilmektedir, Londra'da bu alanda ticaret hacmi 8,6 milyar Euro'da kalmıştır (www.bbc.com).

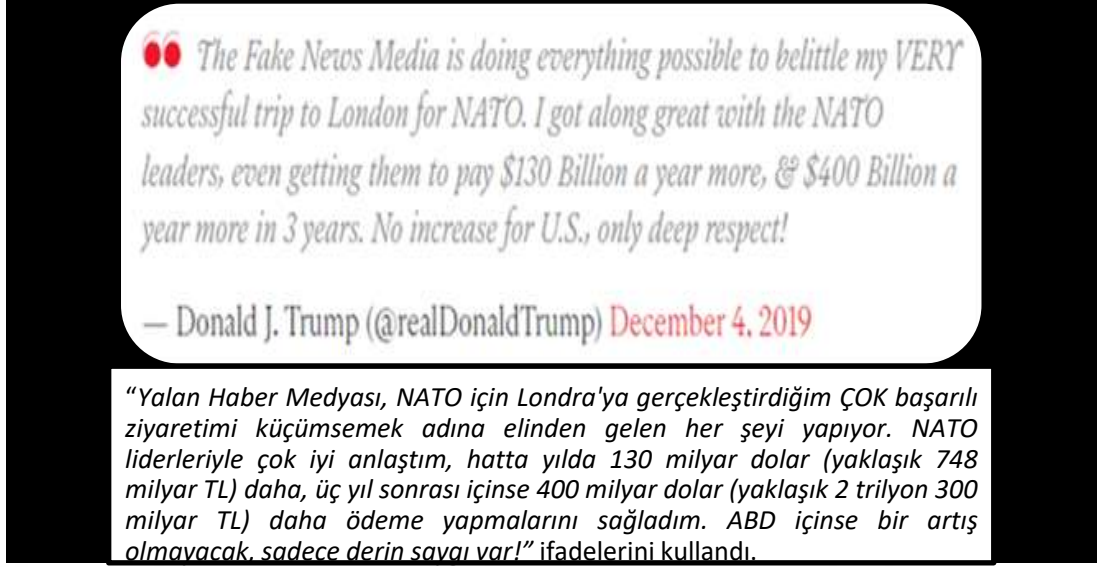
ailelerinden ayırdı”. Ancak, bakıldığında Obama’nın böyle bir politikası bulunmamaktadır. Aksine çocukların alilerinden ayrılması yerine birlikte gözüaltına alınması stratejisi uygulanmaktadır. Çocuk kaçakçılığı şüphesiyle ailelerinden ayrılan çocukların bu durum tespit edilir edilmez aileleri ile bir araya gelmeleri sağlanmıştır (Euronews 2019).

Oxford'un ABD Sözlükler bölümü başkanı Katherine Connor Martin (www.politico.eu), post-truth, “nesnel gerçeklerin kamuoyunu şekillendirme de duygulara ve kişisel inanca hitap etmekten daha az etkili olduğu durumlarla ilgili veya bunları ifade eden” olarak tanımlamaktadır.

Gerçek ötesi kavramına ‘sahte gerçeklik’, ‘inanılmış gerçek’, ‘gerçek aşımı’, ‘gerçek aşınımı’, ‘hakikat aşınımı’, ‘gerçeğin bükülmesi’, ‘özel gerçekleme’, ‘hakikatin önemsizleşmesi’ gibi isim önerilerinde bulunmuştur. Gerçek ötesi doğrunun yerini almasına karşın aslında iletişim gerçekleştiren iki taraftan birinin gerçeği dikkate almaması durumu söz konusudur. Türkçe ‘ye çevrilmesinde problem yaşanmasının temel nedeni ise terim olmasıdır. Bu yüzden karşılık üretilmekte zorluklar yaşanmıştır. Siyasi olarak değerlendirilme de kamuoyu ilintileyerek bu alandan örnekler verilerek açıklanmıştır. Alex Edmans (2017), Belle Gibson ismindeki gencin kanser ile yapmış olduğu mücadeleyi sosyal medya üzerinden paylaşması örneğini vermiştir. Belle Gibson beyinde kanser olduğunu ve yaşamı için ise kendisine dört aylık bir ömür biçildiğini öğrenmiş ve hemen radyoterapiye başlamıştır. İki ay süren radyoterapi ve kemoterapinin etkisi olmadığını görmüştür. Dertleri bununla da bitmeyen Belle aynı zamanda otizmli erkek kardeşinin ve skleroz hastası annesinin de bakımı ile ilgilenmiştir. Bu durum onu savaşçı olarak gösterilmesine neden olmuş ve hayat hikâyesi sosyal medyada hızlı biçimde paylaşılmaya başlanmıştır. Belle, toplumda örnek olarak gösterilmiş ve ilham verici kadın olarak gösterilmiştir. Belle, et yiyerek, meditasyon ve egzersizler yaparak sağlığına kavuşmuştur. Yeni beslenme alışkanlığı ile ilgili uygulama geliştirilmiş ve bu uygulama bir ayda 200.000 fazla indirilmiştir. Yemek kitabı yazmış ve çok satanlar listesine girmiştir. Ancak daha sonra Belle hayatının yalan üzerine kurgulandığı hiç kanser olmadığını itiraf etmiştir. Benzer hikâyeleri duymak ve bu örneklerin çoğaltılması mümkündür.

2016 yılındaki Brexit ve ABD başkanlık seçimlerinde gerçeklerin farklı biçimde anlatılmasının yaşandığı gerçeklerin saklandığı ve belge ile hakikatin ortaya çıkarılmasının ertelendiğinin yaşanması bundan sonra gerçeklerin saklanması için örnek teşkil etmektedir. Artık gerçekler kişilerin menfaatleri doğrultusunda ifade edilebilen uluslararası bir duruma dönüştüğü görülmektedir. Demokratik sistemlerde siyaseten yalan söylemek artık meşru görülmektedir. Siyasetin demokraside yarısı imaj oluşturmak yarısı da bu imaja inandırmak olarak tanımlanmaktadır (Keane 1993: 99). Artık siyasetçiler medya ile ilgili olarak işlerini uzmanlarına bırakıp onlardan destek almaktadırlar. Danışmanlar, halkla ilişkiler sorumluları, reklamcılar bu işleri siyasiler adına yapmaktadırlar (Uzun 2007: 79-80). Gerçek ötesi ve siyaset ilişkisinin tartışılmasından önce başlayan bu sürece spin de denmektedir. Halkla ilişkilerde genellikle olumsuz bir terim olarak algılanan spin; bir olay veya bir durumun, kişinin kendi çıkarı doğrultusunda şekillenmesini sağlamak için, tek taraflı ve kendi lehine yorumlarla yönlendirilmesi olarak kullanılmaktadır (Görgün 2006: 311). Spin, siyasetçinin çıkarlarını kendi çıkarlarından daha fazla görmek ve onun için çalışmak olarak ifade edilmektedir. Buna bağlı olarak, spin doktoru planını uygulamaya soktuğunda; haberin yönlendirilmesi, kandırılması ve şeffaflığın ortadan kaldırılarak gizli biçimde propaganda yapılmasına dönüşmektedir (Foa 2006: 206). Spin doktorları, haber yönlendirme uzmanlığına yönelerek manipülasyon sürecini işletmektedirler.

Yalan ile ilgili olarak insanlık kadar eski bir kavran olduğu söylenebilir. Ancak gerçek ötesindeki durum yalanın samimiyetle çelişkiye düşmesidir. Yalanların sadece birkaç kişiyi kandırmaktan çıkıp kamuoyunu yönlendirmeye dönüşmüştür. Sosyal medya aracılığı ile hakikat itibarsızlaştırılmıştır (Mcintyre 2019: 15). Konu ile en iyi örnekler 2016 ABD seçimlerinde Donald Trump tarafından atılan tweetler oluşturmaktadır. Donald Trump başkanlığının ilk yılında 2.140 yalan söylerken ikinci yılında ise 4.320 yalan imza atmıştır. İç siyasetten, uluslararası konulara geniş bir yelpazede yalanlar söylemiştir.



Şekil 2. Donald Trump'un NATO hakkındaki Twitter örneği (www.indyturk.com)

ABD Başkanı Donald Trump Meksika'dan gelen göçmenlerini engellenmesi için yapılan duvar için , "Dünyanın en güçlü duvarı, Covid-19'u durdurdu, her şeyi durdurdu" diye konuşmuştur. Seçim gezileri kapsamında sık sık duvarın inşasından bahsetmiş ve seçimin en önemli vaatleri arasında belirttiği duvar için sadece göçü değil aynı zamanda çağımızın pandemisi Covid-19'un ABD'de yayılmasını engellediğini bile iddia etmiştir. (Euronews 2020). Trump, 2018 Ekim ayında Fox televizyonunda yaptığı konuşmada "şu an biz konuşurken o duvar örülmeye devam ediyor. Duvarın yapılmasının kendi ekonomilerine etkisinin olmayacağını ve duvarın parasının Meksika Hükûmetinden alacağını söyleyerek, duvarın bir kısmının da "tamamlandı" ifadelerini ile belirtmiştir. Ancak gerçekte Meksika sınırında var olan teller yenilenmiş ve yeni bir duvar inşasına başlanmamıştır. Yenilenen yaklaşık 1000 km uzunluğundaki tel örgülü duvar Trump'tan önce inşa edilmiştir (Euronews 2019). Siyasetçi rakipleri tarafından köşeye sıkıştırıldığında ya da zor durumda kaldığından yalan söylemektedir. Amacı kamuoyunu yönlendirmektir. Geniş bir kitleyi inandırıp kendi dünyasını oluşturmaktır.

Hakikatin önemsizleşmesi-Donald Trump örneğinde olduğu gibi- yalanın kişinin düşüncelerine ve inançlarına uygun olması ona inanması için yeterlidir. Kişi bu yalanlara doğru gibi inanmaktadır. Yalın Alpay'a (2017) göre, gerçek ötesi ile hakikatin düşüşü yalan söylemek ile eş anlamlı olarak kullanılamaz. Amaç yalandan

çok etkilenmek istenilen kitlenin tepkisidir. Eğer kitle yalana sahip çıkıp savunuyor ise amaca ulaşılmıştır.

Ralph Keyes (2017) eğer bir toplumda doğruluk istediği değerı görmüyorsa yalancılığın artacağını belirtmektedir. Ahlak yoksunu insanları her dönemde sıklıkla görebiliriz. Yalanın yanına kar olarak kalacağını düşünen insan yalan söylemeye devam edecektir. Kişinin koşullara göre dürüstlüğü değişkenlik gösterebilmektedir. Eğer yalanın yeri üst sıralardaysa doğruluğun yeri alt sıralara düşecektir. Yalan hak ettiği cezayı görmez ise doğruluk azalacaktır. Keyes (2017: 22) eskiden yalanın olduğuna değinilmekle birlikte, yalanların tereddüt edilerek, çok kaygılı, bir parça suçlulukla, biraz utançla söylediğini belirtmektedir. Şimdiyse insanlar kendini suçlamadan kurtarmak için gerçekleri yok sayabilmektedir. Bu sayede de insanların, yalancı olduğunu düşünmeden gerçeği gizlediğini vurgulanmaktadır.

Etik azalırsa yalancılık yükselmiş demektir. Yalan söylemek her dönemde görülen bir durumdur. İçinde yaşadığımız bu dönem geçmiş dönemlerden fazla yalan söylenen bir dönem olmayıp, farkın yalandan sıyrılmanın iyi gerçekleştirildiği bir dönemdir. Yalanımızın ortaya çıkmasından ziyade elde ettiğimiz kar ön plandadır. Eğer yalanımız ortaya çıkmış ve bundan biz zarar yerine kar etmişsek bu durum sorun oluşturmaz. Bundan dolaydır ki insanlar kendilerine özgün etik yaklaşımlar geliştirmektedir. Yalan söyleyen kendisine yalancı denilmesinden hoşlanmaz. Aldatma sözcüklerinin duygusal ağırlılığının azalttığı görülmektedir. Keyes'e (2017: 18-25) göre, gerçek ötesi çağda yalan ve gerçek dışında tam belli olmayan üçüncü bir kategoride bulunmaktadır. Ne tam yalan ne de tam gerçek olmayan bu muğlak ifadeler bu kategoride yer almaktadır.

Mcintyre'a (2019) göre, gerçek ötesi haline toplumun yalan ile ilgili görüşlerinin değiştiginde geçilmektedir. Gerçek ötesi çağda gerçekliğin bilinmesi düşüncesi değil gerçekliğin varlığının yok sayılmasıdır. Kişi yapmış olduğu yanlış ile ilgili bedel ödeyecektir. Sadece iyi niyet ile düşünüp bir ilacı tedavide etkin olarak kullanılmaz. Güzel bir örnek; Güney Afrika Devlet Başkanı Thabo Mbeki antiretroviral<sup>2</sup> ilaçlarının tüketilmemesi gerektiğini bunun Avrupa Devletlerinin bir kumpası olduğunu AIDS'ten aslında çok basit bir yöntemle kurtulabileceğini

---

<sup>2</sup> Uzun süreli etki eden virüslere karşı olan.

belirtmiştir. Halka verdiği tedavi yöntemi ise sarımsakla limon suyu olmuştur. Ancak devlet başkanını dinleyen ve sarımsak limon tüketen 300.000 insan ölmüştür (Erez 2022: 45).

Donald Trump iklim değişikliği ile ilgili olarak bunun Çin tarafından ABD ekonomisine zarar vermek için uydurulmuş bir durum olduğunu söylemiştir. ABD bilim insanlarını kalem aldığı iklim değişikliği raporunu bile gerçekçi bulmadığını söylemiştir. Bu raporda iklim değişikliğini ABD ekonomisine vereceği zararın yüz milyonlarca dolar olduğu belirtilmektedir (BBC 2021). Aslında dikkat edilmesi gereken konu birkaç kişinin gündeme getirerek savunduğu düşünceler değil kişinin istediği olguyu doğru olarak yaygınlaştırmasıdır. Gerçek ötesinde doğrunun yerini duyguların almasıdır. Sürekli olarak doğru olmayan görüntülerin verilmesi doğru olmayan iddiaların tekrarlanması hakikat gibi görünmesine sebep olmaktadır. Gerçeklerin bazı görüntüler ile çarpıtılması gerçek olmayanların ise üretilen içerikler ile gerçekmiş gibi sunulması söz konusudur. Sosyal medya mecralarında gerçekleri anlatmak için kanıta gerek kalmamıştır. İnsanların kanıtları olmasına rağmen gerçeğe değil de ona sunulan içeriklere duygusal bağlar nedeniyle ya da kızgınlıktan inanmaktadırlar. Büyük gruplar halinde insanlar bilimsel bilgiye değil duygusal olana doğru geleneksel medyadan uzaklaşıp sosyal medyada anlatılanlara sürüklenmektedirler (Jabal 2018).

Jürgen Habermas'ın (2018: 324) yirmi birinci yüzyıl haberciliğini vahşi olarak nitelemiştir. Kitleler mantığa ve bilime değil duygu ve düşüncelere göre hareket etmektedirler. Kişilerin kendi doğruları oluşmuş ve bu doğruların değiştirilmesi imkânsız hale gelmiştir (Jabal 2018). Gerçek ötesi dönemde gerçek hakikat değersiz hale gelmiş ve yeni medya kanalları ile aldatma kolaylaşmıştır. Yalanlar rahatlıkla hakikat gibi sunulabilmektedir. Bu durum kişilerde yalan ne hakikat ne karmaşasına neden olmaktadır. Kişilerin hakikat ile yalanı kıyaslayacak bir ölçütleri kalmamaktadır. Gerçek ötesi duruma neden olan sebeplerin ortaya çıkarılması için gerçek ötesi gelişim sürecine bakmak gerekmektedir.

### **1.3. Yeni Medyada Gerçek Ötesinin İnşa Edilmesini Kolaylaştıran Kavramlar**

Bilim ve teknolojiyle aydınlanma çağı ile başlayan gelişmeleri günümüzde insanlığı çok ileri bir düzeye getirmiştir. Daha önceden doğanın küçük bir parçası olan insan artık doğayı nesne haline getirerek ona hükmetmeye başlamıştır. Bazen de ondan uzaklaşarak yabancılaşmaya başlamıştır (Dellaloğlu 2003). Nesnel dünyadan kopan insan gerçeklikten de ayrı düşerek doğadan ayrı sosyal hayatı algılamaya başlamıştır. Doğaya karşı büyük bir güç olan insan bu yalıtılmış evrende kendisi için sunulanlara karşı güçsüzleşmiştir. Bu evrende karşılaştığı durumlara karşı savunmasız kalarak sorunlar ile başa çıkamayacak duruma gelmiştir. Bilgi çok hızlı üretilmekte ve eskitilmektedir. İnsanın bu akıl almaz hızla üretilen bilgiyle baş edemez duruma gelmiştir. Bu kadar çok bilgi arasında kalan insan doğruyu bulmaktan ziyade Daniel Kahneman'ın (2015) ortaya koyduğu gibi, duyguları ile hareket etmeye başlamıştır. Kendi tercihleri doğrultusunda hareket etmektedir.

Yirmi birinci yüzyılda hem medya içinde hem de gündelik yaşam sürecinde kişilerin konuşmalarında ve söylemlerinde kanıtlı bilimsel bilgi yerine duyguların yer aldığı kişisel kanatlar yer almaktadır. Kişi bu kanaatlerine uygun bilgiyi alıp kullanmak eğilimindedir. Hakikatin ortaya çıkarılması için kanıtlanmasına ihtiyaç duymamaktadır. Kavramları gerçek ötesine dönemi anlamaya yönelik yol gösterici kavramlardır. Bunun yanında postmodernizmin temel söylemlerine de göz atmak bu konun anlaşılmasını olanaklı hale getirecektir. Aşağıda konu ile ilgili açıklamalara verilmektedir.

#### **1.3.1. Bilim inkârcılığı**

George Katona, Herbert A. Simon ve Harvey Leibenstein gibi öncü davranışsal ekonomistler, Donald Symons, John Tooby ve David Buller gibi evrimsel psikologlar ise insanların kararları ile ilgili olarak rasyonel analizlerden çok duygusal ve sezgisel olduğunu belirtmektedirler (Harari 2018: 204-205). Kişinin kendi başına düşünmesi azdır. Genellikle grupların düşüncelerinden etkilenirler. İçinde yaşadığımız çağda insanların kendilerini çok şey bildiklerini düşünmektedirler. Bu yüzden de az bilgiyle yaşamlarını sürdürmektedirler. İnsanlar ihtiyaçlarını karşılarken kendilerinden çok başkalarının uzmanlığında bunları

gerçekleştirmektedirler. Her geçen gün daha karmaşık olan dünyamızda insanların cahilliklerinden haberdar olmadıkları görülmektedir (Harari 2018: 205).

İnsanların kanıtlanmış düşüncelere karşı gerek inançlarından gerek düşüncelerinden gerekse menfaatleri için uzak durdukları görülmektedir. Amaçları bilimsel bilgilere karşı kafa karıştırmak ve şüphe oluşturmaktır. Bilimsel yöntemde bilgiler bağımsız veriler ile değerlendirilir. Değerlendirme sonucunda elde edilen bilgiler insanlığın kullanımına sunulur. Süreç çok şeffaf biçimde yürütülmektedir. Tabii ki yapılan her çalışma kusursuz olmaz hatalar yapılabilir. Elde edilen bilgiler de zaman içinde yeni yapılan araştırmalar ile çürütülebilir. Bu durum bilimsel bilgilerin kullanılmamasına ya da inanılmasına engel oluşturmaz. Bilişsel yöntemde zayıflık olarak gösterilen bilimin insanlığın kendi olduğu bu nedenle bilimsel açıklık nedeniyle diğer seçenek teorilerinin reddedilmesi gerektiği konusunun istismar edilmesine neden olmaktadır. Bir teorinin tam olarak kabul edilmemesi hale diğer seçeneklerin kabul edilmesi anlamına gelmektedir (Mcintyre 2019: 37-39).

Bilim inkârcılığı, gerçek ötesi dönemde sıklıkla ve sürekli olarak üretilmektedir. 1950’li yıllarda, Tütün şirketlerinin sigara üzerine yarattıkları algı çarpıcı bir bilim inkârcılığı örneğidir. Şirketler, aslında sigaranın neden olduğu iddia edilen akciğer kanserinin kendileri için bir fırsat olduğunu düşünerek 1933 yılında otelde tüm tütün üreticileri bir araya gelerek tütün katranının kansere neden olduğu sonucuna ulaşan laboratuvar sonuçları için nasıl mücadele edecekleri konusunda tartışmışlardır. Toplantıya başkanlık eden John W. Hill, sigara üreticileri ile hangi sigaranın daha zararlı olduğunu tespit edip onunla ilgili düzeltme çalışmaları yapmak yerine tüm üreticilerin sponsorluk güçleri ile mücadele etmek için birlikte hareket etmeleri gerektiği üzerinde durmuştur. Teklifi kabul görmüş ve Hill tarafından oluşturulan Tütün Sanayisi Araştırma Komitesi de sigara üreticileri tarafından mali açıdan desteklenmesi fikri benimsenmiştir. Hill tarafından kurulan komitenin amacı sigaranın çok kez farklı bilim adamları tarafından zararları konusunda incelendiği ve herhangi bir zararının olmadığını kamuoyuna anlatmak ve onları ikna etmektir. Tütün Sanayisi Araştırma Komitesi hızlı bir biçimde çalışmalara başlayarak sigara ile kanser arasında bağlantı olmadığını anlatmak için gazetelere tam sayfa ilanlar vermiştir. ABD ‘de 43 milyon insana ulaşan komite bilimsel verilere karşı insanların düşüncelerinde şüpheler oluşturmuştur (Mcintyre 2019: 40-42).

Bilim inkârcılığı konusunda bir diğer güzel örnek ise küresel ısınma ya da iklim değişikliği konusunda yaşananlardır. Bilim insanlarının araştırması küresel ısınma da insan faktörünün ekili olduğu yönündedir. Bu konuda en ufak bir şüphe bırakacak durum yoktur. Ancak kamuoyunun yanlış yönlendirilmesi ile insanların bu konuda düşüncelerinde şüpheler meydana getirilmiştir (Mcintyre 2019: 39-47). Yuval Noah Harari (2018: 204-205) insanların kafa karışıklığı ile ilgili olarak cahilliklerinin yüksek düzeyde olduğunu belirtmektedir. İklim değişikliği konusunda yorum yapacak kişilerin meteoroloji ve biyoloji konusunda bilgi sahibi olması gerekmektedir. Ancak insanlar bu konuda hiç bilgi sahibi olmadan siyasi çözüm önerileri bile getirmektedir. Dünya haritası üzerinde bahsi geçen ülkeler ile ilgili yerini bile gösteremeyecek kişilerin o ülkelerle ilgili yapılması gerekenler ile ilgili görüş belirtmektedirler. Görüşlerinde de çok kesin ifadeler kullanmaktadırlar. İklim değişikliğinin insan faktörüne bağlı olmadığı konusunda bilgiler üretilerek insanların kafası karıştırılmaktadır. Bilim insanlarında bile uzlaşının olmamasının temel nedeni ise son yirmi yıl içerisinde kar amacı güdenlerin bu durumu finanse etmesinden kaynaklanmasıdır (Mcintyre 2019: 39-47). Harari (2018), daha net bilgiler vererek petrol üreticilerinin bir araya gelerek bilim insanlarının konuyu abarttıklarını belirtmesi ve ABD Başkanı Donald Trump'ın konunun ciddi olmadığını belirtmesinden kaynaklı olduğunu söylemektedir.

Son dönemde yaşanan ve dünyayı etkileyen Covid-19 pandemisi döneminde yaşanan aşı karşıtlığını da bilim inkârcılığı konusunda değerlendirmek mümkündür. Aşılar insan sağlığı için bilim insanlarının uzun süreli çalışmaları ve elde ettikleri test sonuçları ile geliştirilmekte ve insanlığın hizmetine sunulmaktadır. Kuduz, hepatit, çocuk felci gibi hastalıkların tedavisi için aşılar geliştirilmiş olumlu sonuçlar alınmıştır. Ancak aşı karşıtlığı konusunda insanların organize oldukları ve aşının faydasından çok insan bağışıklığını düşürmek ve daha fazla ilaç satmak için ilaç firmalarının para kazanması için yapıldığı konusunda komplo teorileri geliştirilmiştir. Konu ile ilgili açıklama yapan Yeniden Refah Partisi Lideri Dr. Fatih Erbakan konu ile ilgili şüphelerini bilimsel olarak açıklamaya çalışmıştır ([www.yeniakit.com.tr](http://www.yeniakit.com.tr)). İnsan sağlığı konusunda yapılacak açıklamalarda daha duyarlı olunması gerekmektedir. Böylesine hassas bir konuda açıklama yapacak kişilerin yetkin olması gerekmektedir. Bir siyasetçinin konuşması kitleleri

etkileyeceğinden hastalığın seyrini etkileyip çok sayıda kişinin hasta olmasına ya da ölmesine neden olabilir. Kişinin kendi menfaatleri için yapmış olduğu açıklamalar gerçek ötesi gerçekliğin artık ayrılmaz bir parçası haline dönüştüğünün göstergesidir. Gerçeği çarpıtarak oluşturacağı sonuçlardan herhangi biçimde sorumlu tutulmayan kişiler bu durumu sıklıkla kullanabilir. Donald Trump'ın, 'Birther'<sup>3</sup> komplosunu yıllarca tekrarladıktan sonra başkan olarak seçilmesi buna iyi bir örnek teşkil etmektedir. Kişi, eğer belgelere dayanan gerçeklere inanmak yerine hangi tarafta durduğunu daha çok önemsiyor ise olgular kanaate göre şekillenmektedir (Mcintyre 2019: 50).

Naomi Oreskes ve Erik M. Conway 2010 yılında yayınladıkları *Şüpheli Tacirleri* adlı kitapta siyaset ve endüstri ile farklı alanlarda benzer stratejiler ile birlikte yol alan bilim insanlarından bahsetmektedir. Fosil yakıtların karbon salınımları ile ilgili gerçeklere rağmen onlar gerçeğin dışında verileri paylaşmışlardır. Kamuoyunu etkilemek için düşünce kuruluşlarını maddi olarak desteklemişler ve bunu da gerçeğin ortaya çıkması için yapıldığını iddia etmişlerdir (Baykan 2022). Ufak ufak başlayan bu çalışmaların temelleri 2016 ABD Başkanlık seçimleri ile sistemli olarak uygulanmaya başladığı görülmektedir.

Bilim inkârcığının sebepleri aşağıda detaylı olarak açıklanmaktadır.

#### **1.3.1.1. Ahlaki panik**

Birlikte yaşamdan kaynaklı toplum içinde zaman zaman sorunlar yaşanabilmektedir. Yaşanan sorunları da medya haber yapmaktadır. Yapılan haberler ile ilgili yorum ve düşünceler birlikte ifade edilmektedir. Bir konu üzerinde sürekli durulması o konunun yazılı veya görsel medyada sürekli olarak irdelenmesi ve olay ile ilgili çözüm önerilerinden bahsedilmesi bu haberleri izleyenler üzerinde etki göstererek bu ve buna benzer davranışlarda bulunan kişilere karşı ön yargı oluşmasında sağlamaktadır. Sadece gündem de olan konu ile ilgili toplumu oluşturan bireylerde tedirginlik oluşmakta ve endişe artmaktadır. Bu duruma ise ahlaki panik denilmektedir. (Dönmezer 1994: 391). Ahlaki panik konusunda Stanley Cohen ilk sıradadır. 1972 yılında yazdığı *Folk Devils and Moral Panics (Halk Düşmanları ve*

---

<sup>3</sup> 2008 yılındaki seçimlerde Obamanın başkan adayı olmak için gerekli olan ABD 'de doğmak şartını taşımadığının iddia edildiği komplo teorisi.

*Ahlaki Panikler*) adlı bu kavramdan bahsetmektedir. İnsanın ahlaki bakışının oluşmasında panik eğilimi etkisi olduğu görülmektedir. Panik eğiliminde ahlaki bakış odak noktasında yer almaktadır. Ahlaki kaygıların gündeme gelmesi okuma yazma konusunda da problemler yaşatabilmektedir. Yazma aracıyla ilgili tarihsel deneyim de yine ahlaki düzenle ilişkili kaygıyla bağlantılıdır (Frank Furedi 2016: 2).

Kişilerin ve grupların değerleri için ahlaki panikler tehdit olarak görülmektedir. Toplumlar hâkim olan sistemlerin, değerlerin tehdit altında olması halkın panikletilmesine sebep olmaktadır. Bu anlamda tehdit ile ilgili insan bilincine, insani değerler sistemi aracılık etmektedir. Hâkim olan duygularıyla ilişkileri sonucunda insanlar, kendilerini iyi veya güvensiz hissetmektedirler. Kısacası değerleri olan insanın herhangi bir tehdit hissetmediğinde refah içinde yaşayacakları önermesinin tersini düşünmek daha doğru olacaktır. Özetle, insanların değerlerine saldırılması onlarda krize neden olmaktadır (Furedi 2016: 4).

Toplumlar hayatlarının belirli zamanlarında ahlaki panik ile karşı karşıya kalırlar ancak ahlaki paniğe neden olan kişi, olay ya da durumlar hep aynı kalmamakta zamana, kültüre ve ülkelere göre farklılık göstermektedir. Dünya genelinde ciddi korku ve panik ortamı oluşturan SARS Virüsü, AIDS, kuş gribi, deli dana hastalığı ve domuz gribi gibi salgın hastalıklar, çocuk istismarları ahlaki paniğin konusu olmuştur. Türkiye’de ise kapkaç olayları, teröre yönelik eylemler ahlaki panik için örnek gösterilirken son zamanlarda Suriye’den Türkiye’ye gelen Suriyeliler ve yaşanan Covid-19 salgını ahlaki panik olayları olarak gündemi oldukça meşgul etmektedir (Süslü 2013: 40).

Ahlaki paniğin oluşumunda korku ve paniğin kamuoyunda belirli bir kısma yayılması gerekmektedir. Genelde toplumun belli bir kısmını etkisi altına alan ve güvenlik için ölçüsüz davranışlar gösterilmesine sebep olan, şiddetli tehlikeye bağlı yoğun korku hali olarak tanımlanan panik, yaşanan korku duygusu ile bireylerin hayat düzenlerini değiştirmekte ve kamuoyunda birtakım farklılaşmalara neden olmaktadır (Kırçıl 2009: 125).

Ahlaki paniklerin oluşumlarını medyadan ayrı düşünmek neredeyse imkânsızdır. Çünkü ahlaki paniğin oluşum ve gelişimi medya önderliğinde olmaktadır. Çıkarlara ve değerlere aykırı olarak hareket edenler birey, olay veya

gruplar medya tarafından abartılı bir haber haline getirilir. Medya bu haberleri sürekli sunarak halka öğretir ve ahlaki paniğe neden olan birey veya gruplar medya tarafından sapkın bireyler olarak konumlandırılır. Son aşamada ise önyargılarla da beslenen izleyici de oluşan korku ile ahlaki panik oluşmaktadır (Tombul 2020: 54).

Ahlaki paniklerin gelişim evresinde sapkın hale getirilecek birey, grup veya durumların belirlenmesinde başat rol alan medya, geniş kitlelere ulaşma imkânı ile kamuoyunu yönlendirebilmektedir. Şiddet ve suç konulu haberlerde medyanın haberi sunarken kullandığı görseller ile kamuoyunda oluşturulan algı ile korku kültürü oluşturulmaktadır. Korku kültürünün etkisi altına giren halk, yaşadığı panik duygusu ile yönlendirmeye hazır bir hale getirilmektedir. Böylece medya sahip olduğu mecralarla risk faktörlerini şekillendirerek kendi bakış açısına uygun bir toplum oluşturmaktadır (Yıldız 2015: 68).

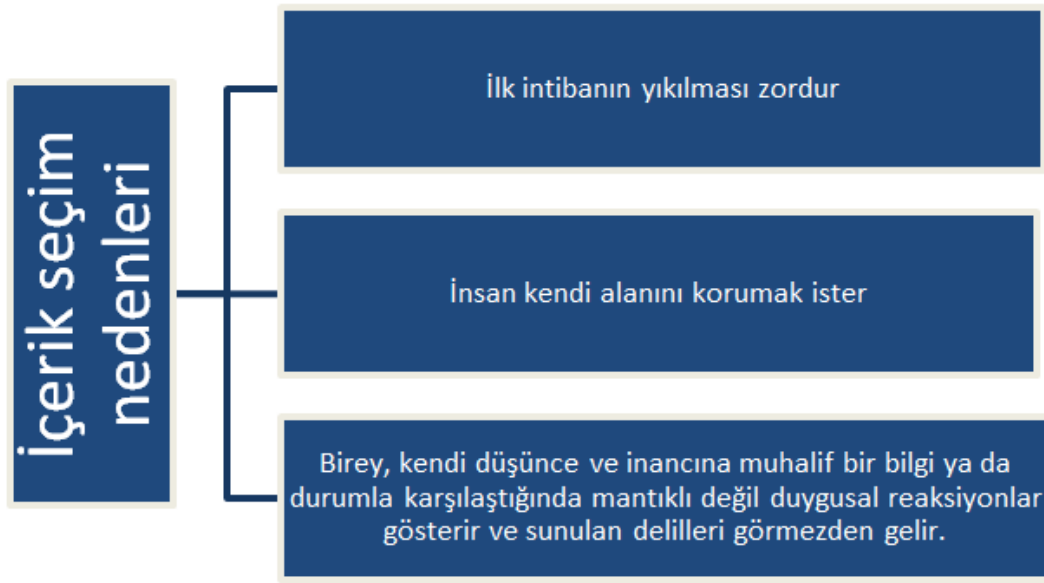
Bir diğer sebep ise doğrulama yanlılığıdır.

### **1.3.2. Doğrulama yanlılığı**

İnsanların rasyonel karar almasında hızlı biçimde bilgiyi işleyerek kullanamaması onlara engel olmaktadır. Kişi rasyonellikten ayrılırsa taraf olarak düşünmeye başlar. Bu durum da bilginin yorumlanmasında yanlılıklara neden olmaktadır. Artık yargılama duygusal olarak gerçekleştirmektedir. Kişinin kapasitesi belli olduğundan basit modeller kullanmaktadırlar. Kısa yollar bilinçaltında hazır olduğundan kullanılmaktadır. Basit model ile beraber bilişsel yanlılıkta beraberinde gelmektedir. Bilişsel yanlılık türlerinden bir tanesi de doğrulama yanlılığıdır. Doğrulama yanlılığı; bir düşünceye sahip kişinin karşılaştığı tüm olay ve durumlara karşı farkında olmaksızın bu düşünceleri desteklemesidir. Yapılan durum değerlendirilmesi de nesnel değildir.

Nesnel olmayan değerlendirmeye doğrulama yanlılığında beraberinde getirmektedir. Peter Cathcart Wason 1960'ta *Kavramsal Görevlerde Hipotezleri Saf dışı Bırakmama Durumu Üzerine* başlıklı makalesinde 'doğrulama yanlılığı' (confirmation bias) ilk olarak gündeme getirmiştir. Psikoloji literatüründe kullanılan bir terim olan doğrulama yanlılığı, delil arama ve hipotezlerin değerlendirilmesinde mevcut fikri güçlendirme gayreti içerisindedir (Nickerson 1998). İnsanın rasyonel karar vermesinde yanlılığıyla yol açan doğrulama yanlılığı kuramında kişi eğer bir

düşünceye inanmış ise karşısına çıkan tüm olayları ve durumları bu fikri desteklemek için kullanmaktadır. Kişinin kendisini ikna edici, ihtiyaçlarını karşılayıcı onları doğrulayan bilgi arayışı olarak da doğrulama yanlılığı ifade edilebilir. Kişinin elde ettiği bilgi ile zihninde olan bilgi arasında bir farklılık yok ise kişinin davranışlarında değişme meydana gelmez. Kişi kendi sahip olduğu bilgi ile paralel bilgileri seçer. Kişini sahip olduğu bilgiyi seçmesi bir doğrulama yanlılığıdır (Castells 2016: 209). Michiko Kakutani'ye (2018) göre kişinin bilgi edinirken ve bu bilgiyi benimserken kendi fikirleri ile çelişmeyecek, onlarla uyumlu içerikleri seçmesinin bazı sebeplerini aşağıdaki tabloda belirtmiştir



Şekil 3. İçerik Seçim Nedenleri (Kakutani 2018)

Kişinin, kendisinde oluşan ilk intibanın yıkılması kolay değildir. İnsan kendi alanını korumak ister ve kişi kendi bilgisinin aksine bilgiler ile karşılaşır ise duygusal tepkiler verebilir. Delillere ve ya mantıklı olmasına bakmaz. Bunları görmezden gelebilir. Doğru olduğu düşünülen veya istenilen bilginin insanın düşüncesini etkilemesine ‘güdülenmiş akıl yürütme’ denir. Kişi değerlendirmelerini genellikle duygusal bağlam içinde yapar.

İnançların hisselerle uydurulması hislerin inançlara uydurulmasından göre irrasyonel bir duruma yol açabilir. Kişi eğer bir inancın doğruluğuna inanıyorsa onunla ilgili hep kanıt bulmak arayışındadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde doğrulama yanlılığının güdülenmiş akıl yürütme ile olan ilişkisi görülebilir. Bunu

dedektiflerin olaylara şüpheli yaklaşmaktansa onun üzerine dava inşa etmelerine benzetilebilir. Burada dikkat edilmesi gereken şey güdülenmiş akıl yürütme ile doğrulama sapmasının aynı şey olmadığını bilmektir. Güdülenmiş akıl yürütme de inançların kanaatlerin gölgesinde bırakılırken var olan bilgiyle inançları doğrulamaya çalışmak doğrulama yanlılığını ifade etmektedir. Güdülenmiş akıl yürütme ile ilgili deneysel yöntem ile yapılan araştırmalarda aynı videonun farklı takım taraftarlarına izletilip farklı şeyler görmelerinin nedeni araştırılmıştır. Kişi kendi tuttuğu takım ile ilgili olumsuz durumları görmeme eğiliminde iken maçı da kendi açısından izleyerek hakemin verdiği kararları yorumlayabilmektedir (Mcintyre 2019: 58-59). Doğrulama yanlılığında kişi kendi inancını ve düşüncesini destekleyecek yorumlarda bulunur ve onları ön plana çıkaracak deliller ararken çelişen durumları ise görmezden gelmektedir. Bu durum ön yargının oluşmasını sağlamaktadır. İnsanlar bilgi edinmeleri aşmasında önyargıları doğrultusunda hareket etmektedirler. Duygusal konularda ve derin inançlarda daha fazla olmaktadır. Çünkü kendi düşüncesini destekleyen delili hemen görüp kabul ederken kendi düşüncesi ile çelişen bilgileri ve delilleri görmezden gelmektedir (Lazaroff 2016).

Üçüncü olarak ise geri tepme etkisi bulunmaktadır. Geri tepme etkisi ile ilgili olarak aşağıda açıklamalar yer almaktadır.

### **1.3.3. Geri tepme etkisi**

‘Geri tepme etkisi’ ilk kez Brendan Nyhan ve Jason Reifler tarafından kullanılmıştır. Bilinçli olarak kendi inançlarını ve düşüncelerinin aksine sunulan kanıta inanmayarak kendi inanç ve düşüncelerine daha sıkı sıkıya bağlanılmasıdır olarak belirtilmektedir. İnsan doğru kabul ettiğini bilimsel olarak çürütülse bile kabul etmeye devam etmektedir (Anar 2017). İnançın yükselmesi kanıtın haklılığını da azaltarak etkisiz hale getirmektedir. Kişi kanıta dayalı değil inancına bağlı olarak hareket etmektedir.

Geri tepme etkisi, Nyhan ve Reifler’in (2010), kişiye sunulan kanıtlar arasında eğer kendisi siyasi inancına aykırı bir kanıt olsa bile kendi iknacında ısrar ettiğini 2005 yılında yapmış oldukları deneysel çalışmalar ile tespit etmişlerdir. Hatta bazı vakalarda inancının çürütülmesi için sunulan kanıtlara rağmen kişinin inancı daha da sağlamlaşmaktadır. Yapılan bu deneysel çalışmada deneklere geçerli olan

ancak bazı yanlış kanıları destekler nitelikte oluşturulan gazeteler verilmiştir. Irak'ta kitle imha silahları bulunduğu ve kök hücre araştırmalarını başkan Bush tarafından engellediği haberleri verilmektedir. Bu haberler yanlış haberlerdir. Ancak savaş karşıtları ve liberal görüşte olanlar bu haberleri doğrularken savaş taraftarları da kabul etmemişlerdir. Bu araştırma sonucundan da yola çıkarak ideolojik konularda geri tepme etkisinin kuvvetli olduğu sonucuna ulaşılabilir. Her ne kadar haberler düzeltilse bile oluşan yanlış algının düzeltilmesi pek mümkün olmamıştır. Bu pekiştireç temel inançlarla çelişen ideolojik bilgilerin daha güçlenmesinin sebebi olarak geri tepme etkisi ile açıklanmıştır (Mcintyre 2019: 58).

Geri tepme etkisinin gerçek ötesi kavramı ile bağlantılı olduğu görülmektedir. Bu durum ve ön yargılar kişinin mantıklı düşülmesini etkilemektedir. Kişinin mantıklı düşünmesinin önüne bir set çekmektedir. Bilimsel önyargılar kişide düşünme olarak görülebilir ancak duygusal yatırımın deneysel sonuçları etkilediğini göstermektedir (Mcintyre 2019: 66).

İnsanların sınıflara ayrılmasında teknoloji ve iletişim alanındaki yeniliklerin etkisi bulunmaktadır. Tarihsel çağların sınıflandırılmasında iletişimin dijitalleşmesinin etkili olduğu görülmektedir. İletişim araçlarının kullanımı günümüzde hiç olmadığı kadar artmıştır (Yurdakul 2020: 86). Teknolojinin iletişimde kullanılması ve gelişmesi ile geleneksel iletişimde dönüşüme uğramıştır. Bilim ve teknolojiye yaşanan gelişim geleneksel iletişimi de etkilemiştir (Hülür 2020: 2) ve insanın kültür birikiminde yepyeni bir oluşuma neden olmuştur. Bu yeni oluşan kültür de geri tepme etkisini artırmıştır.

#### **1.3.4. Postmodernizm etkisi**

Jean-François Lyotard (2000), tanımına bakıldığında 19.yy Da sanat, edebiyat ve bilimdeki kuralları değiştiren dönüşümün gerçekleşmesini sağlayan bir durum olarak tanımlanmıştır. Postmodernizmin bilime etkisini araştıran Alan Sokal ise postmodernizm düşünce akımı olarak nitelemiştir. Sokal ve Jean Bricmont (2002: 19) tarafından yapılan post modernizm tanımında ise bilimin her türlü hikâyeden ve masaldan uzak kişisel yargılara dayanan düşüncelerden uzak oluşunu yadsıyarak kültür ve arayış göreceliği temelinde bir düşünce akımı olarak tanımlamıştır.

Postmodernizm içinde doğa olsun Tanrı olsun salt bir değer yüklenmez. Dünya için bakılması gereken temel sorular: Hangi doğruluk? Neyin doğası? Kimin Tanrısı? Nerede ki gerçeklik? Nasıl bir dünya? postmodernliğin felsefeye giriş yaptığı Fransız postmodern düşünür J.F. Lyotard'ın 1979'da yayımlanan *Postmodern Durum* adlı kitabında ideolojilerin, yani Lyotard'ın 'büyük anlatılar' adını verdiği Aydınlanma, İdealizm, Marksizm gibi ideolojilerin sonunun geldiğinden söz edilmektedir. Artık bu ideolojiler eskimiş ve insanları ikna etmek için yeni bilimsel temelli bilgilerin araştırılması zamanı gelmiştir. Postmodernliğin ilerlemesi ancak bilimde olduğu gibi hakikate güvenme gerektirmektedir. Postmodernlikte ilerleme için güven gerekmektedir. Bu nedenle Nietzsche'nin örnek anlatım fikri kullanılmalıdır.

Örnek anlatım fikri, hakikat kötü, yanılsama iyi bir şey olabilirdi ve modern dünyanın yazgısı buydu. Meselenin özünü, önce Hegel ve daha sonra Nietzsche'nin öne sürdüğü 'Tanrı öldü' sözünden ziyade gerçek dünyanın da bir masala dönüştüğünden, 'Olgular yoktur, yalnızca yorumlar vardır' sözünde aramak gerekir (Uzun vd. 2002: 1161-1164). Bir olayın ya da olgunun ne olduğu ile ne anlama geldiği arasındaki farkın yorumlanması ve bunun kişiye göre değişmesi sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Postmodernizm bilimin ve hakikatin temelinde kesin gerçeklik algına karşı reddetme bulunmaktadır. Bu düşünce sisteminde bilginin üretilmesi hakikatin esas alınması esasına dayanmaktadır. Hakikat post modern anlayışta belirli kurallara, mantığa ve akla gönderme yapılarak sorgulanmaktadır. Postmodernizmde hakikatin keşfedilmesi gereken herkesi bağlayan evrensel hakikatler olduğu düşüncesi kabul edilmemektedir. Hakikat tek değildir ve insana göre değişen hakikatlerin olacağı düşüncesi öne sürülmektedir. Modernite de hakikatin anlamı 'göreceli doğrular' olarak ifade edilmektedir. Hakikatin kişisel, bölgesel ve cemaate göre yeniden anlam kazandığını ve kavramlaştığını belirtmektedir. Postmodernizm de hakikat bir amaç veya ideal olarak görülmez. Hakikat modernliğin özüdür (Rosenau 2004: 119). Postmodernizm de bilgi başta olmak üzere hakikat gerçek ve tüm kavramlar ele alınarak tanımlanarak referansları değiştirilmiştir. Hakikat ve gerçek gibi kavramların tanımlanması dil üzerinden yapılarak değer olarak birbirinde ayı olarak görülmemektedir (Güven 2015: 212). Postmodernizmin asıl hedefe genel tanımlamalardan çok kişiye özel bakış açısının geliştirilmesidir. Dile güvenerek

hareket edilemez çünkü söylenen ile söylenmek isten şey farklı olarak adlandırılabilir. Kişinin içinde bulunduğu yer ve zaman onun düşüncelerinde etki etmektedir. Tarafsız gerçek olamadığı gerçeğine inanmaktadırlar. Bu yüzen postmodernizmde ‘tüm gerçekler taraflıdır’ ve kişinin penceresinden değerlendirilmektedir. Genel olarak bakıldığında postmodern görüş insanın dışında bir değerlendirmenin yapılmasını kabul etmemektedir. İnsan algısı bağımsız değildir. Cinsiyeti, ırkı bilgisi insanın algısında etkilidir (Kakutani 2018: 40-57).

Birinci bölümde gerçek ve hakikat kavramları açıklanarak gerçek ötesi çağ ile ilgili olarak bilgilere yer verilmiştir. Yeni medyanın inşasını kolaylaştıran kavramların açıklamaları yapılmıştır. İkinci bölümde ise siyasal iletişim ve medya ilişkileri açıklanacaktır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. MEDYA VE SİYASET İLİŞKİSİ

Siyasal iletişim, insanın bir araya gelerek birlikte yaşaması ile var olup içinde yaşanan zamana kadar değişik şekillerde gündemde kalmış bir sistemdir. Yöneten ve yönetilen ile aradaki bağ siyasal iletişim ile sağlanmıştır. Siyasal iletişim önemli bir güç olup insanlık tarihinde her dönemde uygulandığı görülmektedir.

Siyasi iletişim iki farklı disiplin olan siyaset ve iletişim disiplinlerinin birleşiminden oluşmuş bir kavramdır. 1980’li yıllarda yaşanan küresel politikalar ile önem kazanan kavramlar arasında yer almaktadır. Demokrasini olmazsa olmaz unsuru olan seçimlerde seçmenin düşüncesini etkilemek için propagandalar ve seçim çalışmaları siyasal iletişim ile desteklenmektedir. Vatandaşın siyasi düşüncesinin oluşturulması ve kararını etkilenmesi için kullanılmaktadır.

#### 2.1. Siyasal İletişim ve Propaganda

Siyasal iletişim ile ilgili olarak yapılan tanımlanma için araştırmacıların hem fikir olamadıkları görülmektedir. Bunun nedeni kavramın karmaşık olmasından ziyade bu kavramı oluşturan bileşenlerin çok geniş kapsamlarının olmasıdır. Birden fazla disiplinin çalışma alanını oluşturması onu tek bir basit kavram olmaktan çıkarmaktadır. Siyasal iletişim, ideolojik yaklaşımların siyasiler tarafından belirli gruplara ya da ülkelere ulaştırılması için kullanılan iletişim yöntemidir (Aziz 2015). Yapılan bu tanımın genel kabul gördüğünü söylemek mümkündür. Ancak burada siyasal iletişim bir açıdan ele alınmaktadır. Bu durum ise tanımda eksiklik olarak belirtilen en önemli konudur. Siyasi iletişim içinde sadece siyasi unsurlar bulunmaz. Siyaset ile ilgilenmeden de kişiler tarafından oluşturulan siyasi içerikli bir mesajın siyasal iletişim alanı içinde değerlendirmek mümkündür (Graber, Smith 2005). Robert E. Denton ve Gary C. Woodward’a (1990) tarafından yapılan tanımda ise siyasal iletişimin doğasını belirleyen ve iletişim sürecine siyasal boyut kazandıran şey, iletiyi gönderenlerin siyasi çevreyi etkileme niyetleridir. Mesaja siyasi içerik kazandıran durum mesajın kaynağına bakılmasından anlaşılmaz mesajın içeriğine ve

amacına bakmak gerekmektedir. Eğer mesajın içeriğinde kitleleri etkilemek onlarda bir hareket oluşturmak var ise bu mesajın siyasal mesaj olarak değerlendirilmesi gerekir. Hem siyaset hem de iletişim bilimleri arasında bir köprü vazifesi gören siyasal iletişimin tanımını, Denton ve Woodward'un izinden giderek McNair (2007) şöyle yapmaktadır: “Siyasal iletişim, politika hakkında her türlü amaçlı iletişimdir”. Yazar, bu tanımın içeriğine şu alt satırları da dâhil etmiştir:

**Tablo 1.** Siyasal İletişim Açıklaması (Mc Nair 2003)

|                  |                                                                                                                                                                     |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Siyasal İletişim | Siyasetçilerin ve politikacıların belirlenen amaca ulaşmak için kullandıkları iletişim                                                                              |
|                  | Siyasetçilere yönetlik siyasi olmayan seçmen ve gazeteciler tarafından gerçekleştirilen iletişim                                                                    |
|                  | Siyasi aktörler, politikacılar ve onların aktivitelerini içeren haber bülteni, editoryal ya da siyasi içerikli farklı medya formlarından oluşan iletişim biçimidir. |

McNair'ın yapmış olduğu tanımdan hareketle, siyasal iletişim sürecinde iki yönden bahsetmek mümkündür. Birinci yön politikacıların siyasi amaçları için yürüttükleri iletişim süreci bir diğeri de siyasetçi olmayanların siyasalere yönelik yürüttükleri iletişim süreci olduğu söylenebilir. Bu süreç sadece siyasalere değil siyasi olmayanlara da bağlı bir süreçtir. Norris Pippa, (2007) siyasal iletişim yönetimiyle ilgili araştırmaların;

- Siyasi mesajların üretim sürecine odaklanan araştırmalar,
- Siyasi mesajların içeriğine odaklanan araştırmalar,
- Siyasi mesajların etkilerine odaklanan araştırmalar,

Olarak üç kategori belirlemiştir. Siyasi iletişim süreci siyasiler ile seçmenler arasında hem yukarıdan aşağıya hem de aşağıdan yukarıya doğru sürekli olarak interaktif biçimde yenilenmektedir. Yusuf Özkır (2015), da siyasal iletişim tek taraflı bir şekilde monolog gibi olamayacağından bahsetmektedir. Dominique Wolton da (akt. Özkan 2007), eğer konusunda siyaset var ise tüm iletişim siyasal iletişim

kapsamına girmektedir. Siyasal olan tüm mesaj, söylem veya içerik üretimi siyasal iletişim ögesi olarak nitelendirilmektedir. Siyasal iletişimin amacı iktidarı ele geçirmenin özel formu olarak ifade edilmektedir. Siyasal iletişim sürecinde propaganda, dedikodu, halkla ilişkiler ve rızayı oluşturmak için yapılan tüm faaliyetler yer almaktadır (Myslik, Kioussis 2019).

Yukarıda verilen siyasal iletişim kavramının tanımlarından yola çıkıldığında; birçok etkinin siyasal iletişimin tanımını etkileyebileceği görülmektedir. Siyasetçinin kendisi, diğer siyasi aktörler, psikoloji, sosyoloji ve siyasal iletişimin amacı farklı biçimlerde tanımlanmasına neden olabilmektedir (Myslik, Kioussis 2019). Siyasal iletişim ile ilgili disiplinlere bakıldığında; sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji, felsefe, istatistik, tarih gibi farklı alanları görmek mümkündür. Ayrıca reklam, propaganda, pazarlama ve halkla ilişkiler de bu yelpazenin içinde yer almaktadır (Kılıç 2013). Siyasal iletişimde katılımcıların fikrinin etkilenmesi amaçlar arasında olduğundan halkla ilişkilerin yeri önemlidir. Seçmene ulaştırılmak istenen mesajlar propaganda, pazarlama, halkla ilişkiler ve reklam gibi stratejik uygulamalar ile yerine getirilmektedir. İletişim meşruluk demek olduğu meşruluk olmadan da çalışmaların yapılamayacağı unutulmamalıdır.

Demokrasinin temeli ülkeyi idare edeceklerin halkın seçimi ile yönetime gelmesi varsayımdır. Halkı temsil için yola çıkanların kendilerini halka tanıtmaları ve onları kendilerini desteklemeleri için ikna etmeleri gerekmektedir. Bunu ticarete üretilen bir ürünün satılması için reklamının yapılmasıyla benzer olarak ifade edebiliriz. Temsilci adayı kendisini ve partisini halka tanıtmak durumundadır. Halkın, geniş bir kitle olmasından dolayı tanıtım faaliyetlerini gündeme getirmektedir ve bu durum da ‘siyasal iletişim’ olarak anlatılmalıdır. Siyasi partiler ve siyasetçiler kendileri ile ilgili olarak kendileri ile ilgili değerleri, bilgileri seçim vaatlerini ve sorunlara karşı çözüm önerilerini geliştirdikleri içerikler ve mesajlar ile topluma anlatmaları gerekmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde ise bunu yapmanın yolu da siyasal iletişimden geçmektedir. Siyasal iletişim içerisinde siyasi partilerin düzenleyecekleri tüm etkinlikler, siyasi partilerin promosyon ürünleri (kitap, dergi, kurumsal gazete, broşür, fotoğraf,) kapsamaktadır (Erdoğan 1997: 190).

İletişim içinde siyasal ürünlerin katılmasıyla iletişimin teknik, yöntem ve araçlarının siyasal unsurlar dikkate alınarak kurgulanması gerekmektedir. Siyasal iletişimin uygulaması iletişim çatısı altında yer alan bir kolona benzetilebilir. Bu tanıma benzer tanımlardan birisini de Steven Chaffee “siyasal süreç içerisinde iletişimin oynadığı rol” şeklinde yaparken (akt. Tokgöz 2008: 109), Perloff (1998: 8) ise, “kamu siyasetinin yürütülmesi ile ilgili olan mesajlar üzerine müzakere etme ve herhangi bir ülkenin lideri, basını ve vatandaşı değişimi tarafından oluşan süreç” şeklinde tanımladıkları görülmektedir. Siyasal iletişim “ kamu kaynaklarının kullanılması ve paylaşımı ile ilgili devletin erklerinin uygulama ve şekillendirilmesidir” (Oktay 2002: 22). Siyasal iletişim sürecinin iletişim sürecini temel özellikleri ile benzerlik göstermektedirler. İletişin temel ögeleri olan verici, alıcı, kanal, mesaj, geri dönüşüm iletişimin başarılı olması için etkin biçimde çalışması zorunluluk ise siyasal iletişimde de bu özelliklerin çalışması gerekmektedir (Dalkıran 1995: 42). Gelişmiş ülkelerde siyasal iletişim siyasal yaşamının ayrılmaz parçasıdır. Seçimde bir kanaat oluşması için çalışmaların olumlu yönde artırılması gerekmektedir.

Günümüz siyasal iletişim çalışmaları 1950’li yıllarda ABD Başkanlık seçiminde kullanılmaya başlamıştır. Bu çalışmaların odak noktasını ise kitle iletişim araçları oluşturmaktadır. Ancak Oktay'a göre (2002: 25), siyasal iletişimde kitle iletişim araçlarının gelişmesi kadar önemli olan durumun muhaliflerin çalışmalarıdır. Sivil toplum örgütleri ya da baskı gruplarının siyasi adaya verdikleri dayanağı oluşturmaktadırlar. Bu grupların siyasi adaya desteklerini gösterebilmeleri ancak medya ile olabilmektedir. ABD başkanlık seçimleri ile başlayan siyasal iletişim sürecini her seçimde farklı stratejiler ile kullanıldığı görülmektedir (Doğan 2002: 16).

Siyasal iletişim iktidarı ele geçirmek ve orada kalıcı olmak için kullanılmaktadır. Bunun için propaganda yapılması gerekmektedir.

## **2.2. Propaganda Çeşitleri**

Öncelikle siyasal iktidar toplumdan yetki alması için nasıl bir çalışma yapılmalı sorusu cevaplandırılarak, iktidara kavuşmaları halinde bu gücün

korunmasını sağlayacaklarının belirlenmesi gerekmektedir. İktidarda kalıcı olmak ve iktidar alanlarının gelişmesi için neler yapılacağına karar verilmelidir. Otoriter ve totaliter rejimlerde sadece baskı ile güç elde edilmeye ve korunmaya çalışılır ise toplumun demokratik yapıya kavuşmasında bu güç yitirilebilir. Bu yüzden iktidarın güç kayıpları yaşadığında yeni yöntemleri de önceden belirlemesi gerekmektedir. Kamuoyunu etkilemek ile ilgili çalışmalar yapan Edward Bernays, *Propaganda* (1928) adlı kitabının ‘Organising Chaos’ başlıklı bölümünde şu düşüncelerini belirtmektedir:

Demokratik toplumların temelinde kişilerin alışkanlıklarının ve düşüncelerinin kasten manüple edilmesi bulunmaktadır. Hükümetler toplumun mekanizmalarını kendi düşünceleri doğrultusunda yönlendirmektedirler. Yöneten güçler vitrinde olan insanlar ile gerçekleştirebilir. Belki de hiç bilmediğimiz kişiler tarafından yönetiliyor olabiliriz...Düzenli işleyen bir toplum olarak yaşamak istiyorsak, çok sayıda insan bu şekilde iş birliği yapmalıdır.

Walter Lippmann’a göre (1991) ise demokrasi sanatının yeni devrimi ‘olan rızanın üretilmesi, eski bir uygulamadır. Rıza üretimi ile ilgili analiz ve araştırmalar ile geliştiği görülmektedir. Psikolojik araştırmaların kitle iletişim araçları ile demokrasi boyutunda bir dönüşüme neden olduğu görülmektedir. Demokraside var olan insan ilişkileri yönetimi için gereken bilginin insanın kabinde kendiliğinden olduğuna karşı inaç azalmaktadır. Demokrasi sanatındaki bu yeni devrim Bernays (1947) tarafından kitle demokrasisinin temel bir gereksinimi olarak görülmektedir. Bernays, iktidar cephesinden iletişim araçları ile onayların oluşturulmasını beklediğini; iktidarın otoriter yapısını kabul etmeyen bu kitlenin bizzat iktidar tarafından tüm önerileri yapmaya hazır olduklarını bildirmektedir. Rıza mühendisliği, demokratik sürecinin özü, ikna edilmenin de özgürlüğüdür. Reklamlar, halkla ilişkiler ve pazarlama çalışmaları ile halkın rızasının kazanmaya yönelik çalışmaları bulunmaktadır. Bu sayede iktidarın meşruluğu sağlanarak devamı gerçekleştirilmektedir

Birinci dünya savaşında propaganda faaliyetlerinin oldukça yoğun olduğu bir dönemdir. Bu dönemde ABD Başkanı Woodrow Wilson tarafından The Committee on Public Information ya da gayri resmi adı ile Creel Komitesi kitlelerin iknası için profesyonel ekip kurulmuştur. Komite başkanı George Creel (1947: 158) komisyonun, “Almanların tanımladığı biçimde ‘propaganda’ değil, kelimenin gerçek anlamıyla yani ‘inancın yayılması’ için propaganda” üretmek için çalışacağını ifade

etmiştir. Birinci Dünya savaşı'nın başında savaşta yer almayan ABD'nin savaşa katılması için kamuoyunun iknası amacıyla komite çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Başkan Woodrow Wilson bir sonraki seçim döneminde 'bizi savaştan uzak tuttu ' kampanyası yürüterek seçimi kıl payı kazanmıştır. Bu da komitenin işinin ne kadar zor olduğunu göstermektedir. Noam Chomsky (2008: 1), komitenin Amerikan halkının kanaati üzerindeki etkisini,

“Creel Komisyonu, altı ay içinde etkisini göstererek o barışçıl halkı, histerik bir savaş çığırtkanına dönüştürdü; Alman olan her şeyi yakıp yıkmak, tüm Almanları lime lime etmek, savaşa gidip dünyayı kurtarmak isteyen insanlar yaratmayı başardı”

sözüyle ifade etmektedir. Bu yöntem daha sonra farklı korkuların yönetilmesi içinde kullanılmıştır. Birinci Dünya savaşı kitlelerin kontrol edilmesi için halkla ilişkiler faaliyetlerinin ve propagandanın gerekliliğini en iyi şekilde anlatmıştır. Demokrasiye ilişkin görülen rızanın imalatı manipölasyon için kullanılmıştır.

“Toplumun daha zeki insanları, gönülsüz halkı dehşete düşürerek, kandırarak ya da inandırarak istediğı biçimlerde yönlendirmiştir” (Chomsky 2008: 1)”.

1919 'da dağılan Creel komitesinin çalışmalarının etkisi hala hissedilmeye devam etmektedir. Özgürlükler ülkesi imajını bundan yüzyıl önce Creel Komitesi yalanları ile gerçekleştiren ABD de 2016 yılına gelindiğinde Donald Trump fenomenini de yaratmıştır. Görüntüsü demokratik olsa da halk bu totaliter durumun boyunduruğı altındadır (Graham 2017). Kişilerin toplumsal konulardaki 'uzlaşması''nın arka planında aslında yöneticiler tarafından ikna edilmesi yatmaktadır. Yöneticiler ekonomik ve toplumsal güç sahiplerine gönderdikleri mesajlar ile onların kendi isteklerini kendi isteğı gibi görüp kabul etmektedirler (Sancar 2012). Halkın zihninin ve duygularının denetimini sağlayan bu silahlar ile yönetenler rızayı üreterek, meşruiyetlerini sağlamaktadır.

Türkiye'de siyasal iletişim ile ilgili çalışmaların cumhuriyetin kuruluşu ile başladığı ve Mustafa Kemal Atatürk tarafından gerçekleştirildiğı görülmektedir. Mustafa Kemal Atatürk parti ve adayların ön plana çıkarılması için değil halkın eğitilmesi için siyasal iletişim çalışmalarını gerçekleştirmiştir. Devrin ideolojisi ve propagandasının yapılması siyasal iletişim çalışmalarının merkezini oluşturmuştur. Bu amaçla 1920 yılında kurulan Anadolu Ajansı kullanılmıştır. Anadolu Ajansı'nın kuruluşunda Halide Edip Adıvar ve Yunus Nadi gibi yazarların görev aldıkları

görülmektedir (Alemdar 1996). Cumhuriyet döneminin ilk yıllarında okuma yazma oranlarının düşük olması ve ülkedeki radyoların yeterli sayıda olmaması nedeniyle doğrudan anlatım şeklinde çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Çakan 2004:302).

### **2.3. Türkiye’de Tarihsel Süreç İçinde Siyasal İletişim Örnekleri**

Türkiye’de tek parti yönetimi boyunca 1927, 1931, 1935, 1939 ve 1943 seçimleri yapılmış ancak açık oy gizli sayım nedeniyle sonucu önceden belli seçimler olduğundan siyasal iletişim çalışması yapılmamıştır. Siyasal iletişim rakipler olduğu zaman kullanılan bir araçtır. Ancak 27 Mayıs 1950 yılına gelindiğinde Cumhuriyet Halk Partisinin rakibi Demokrat Parti’nin ortaya çıkmasıyla zorlu bir seçim süreci başlamıştır. İkinci Dünya Savaşı yeni bitmiş ve etkileri devam ederken tam olarak demokratik olgunluğa erişemeyen Türkiye’de yapılan seçimlerde Demokrat Parti başarıya ulaşmıştır. Uzun süren tek parti dönemini sona erdirerek 1946 yılında kurulan Demokrat Parti seçimle iş başına gelmiştir (Gürkan 1998). Çok partili siyasi hayata geçmek durumunda kalan iktidar gelen iç ve dış baskılara dayanamamıştır (Güvenir 1987). Kurulan parti aslında iktidar partisi içinden kişiler tarafından kurulmuştur. İlk seçimler olan 1946 yılında milletvekili çıkaran Demokrat Parti meclise girdikten kısa süre sonrada iktidarı Cumhuriyet Halk Partisi’nin elinden almıştır. Her ne kadar çelişkili politikalar sürdürse de hükûmet partisi demokratik zemin için gerekli adımları da atmıştır. Halk daha fazla demokrasi ve özgürlük için yeni kurulan Demokrat Parti’ye destek vererek iktidar olmasını sağlamıştır (Emre Kaya 2010). Halka vaat verilmesi iki partinin seçime katılmasıyla gerçekleşmiştir. Yönetime talip olanların halkın oyunu almak için bir takım ikna vaatleri yaptıkları görülmektedir.

Demokrat Parti’nin on yıllık iktidar dönemi 27 Mayıs 1960 Devrimi ile sona ermiştir. 1961 yılında kabul edilen yeni anayasanın toplumsal gelişmeyi önemli biçimde etkileyecek ilkeler getirdiği görülmektedir: Planlı ekonomik kalkınma, sosyal hukuk devleti anlayışı, örgütlenme hakkının ve özgürlüklerin genişletilmesi bunlar arasındadır. Üniversitelerin bilimsel ve idari özerkliği, radyo ve televizyon yayıncılığının devlet eliyle ancak özerk kamu tüzel kişiliği halinde ve tarafsızlık

esasinda yürütülmesi ilkesi de yeni anayasanın düzenlemeleri arasındadır (Alemdar 2017: 290).

1960 sonrasında iletişim alanına ilişkin düzenlemeler Dekrark Parti uygulamalarına bir daha meydan verilmemesi amacına dönüktür. Bunların en önemlilerinden biri Demokrat Parti'nin denetim altına aldığı resmi ilânların dağıtımı konusudur. Basın İlân Kurumu Milli Birlik Komitesi tarafından 1961 yılında ilan dağıtımındaki keyfiliği önlemek amacıyla kuruldu. Radyo ve televizyon yayınlarının özerk bir yapılanmaya kavuşturulması da yeni anayasanın öngördüğü düzenleme oldu. Bu dönemde gazeteciler için 212 sayılı yasa çıkarılmıştır. Yapılan değişikliklere tepkilerin gecikmediğini belirtmek gerekir. 1965 yılında iktidara gelen Adalet Partisi, bazen açıkça bazen dolaylı biçimde 1961 Anayasa'sını eleştirdi ve değişmesi için çaba sarf etti. Ancak anayasayı yine askeri müdahaleler değiştirdi. 1971 yılının mart ayında verilen muhtıra, anayasayı toplumsal yapımız için lüks olarak değerlendiren ve onu buzdolabına kaldırmayı görev edinen hükümetleri işbaşına getirdi. Bu dönem yönetimleri, özgürlüklere sınır getirmenin yanı sıra özgürlüklerden yararlanmak ve genişletmek isteyenleri de acımasızca cezalandırdı. Anayasaya göre oluşturulması gereken özerk radyo ve televizyon yayıncılığı hiç bir zaman gerçekleştirilmedi. Basın İlân Kurumu, siyasal iktidarın varlığını hep hissederek varlığını sürdürdü. 27 Mayıs 1960 Devrimi'nin kurmaya çalıştığı yapı uzun ömürlü olmadı ama Türk siyasal yaşamında unutulmaz izler bıraktı (Alemdar 2017: 291).

1970'lerde, 1961 Anayasası'nın sağladığı haklar ve özgürlüklerin kısıtlanması Adalet Partisi döneminde yaşanmış ve 12 Mart rejimiyle sürdürülmüş olduğu saptamasının yapılması önemlidir. Demokrasi adına var olan bir partinin bu türden bir tutum içine girmesi yadırganacak bir durumdur. Ayrıca, özerklik konusunda yapılan saptama da değerlidir. Bunun yanında, Basın İlân Kurumu'nun da siyasal iktidarın güdümünden çıkamamış olması önemli bir durumdur. Sendikaların bitmesi o yıllarda başlamıştır. 1970'lerde basın kutuplaşmıştır. Kutuplaşmanın boyutu, sağ ve sol basındır. Basın üzerinde, her zaman baskı olmuştur. Ama 1970'lerin özelliği baskının asker, patron ve hükümet üölüsünden gelmesidir. Elbette, o dönemde, süpermarket gazeteciliğinin oluşmamasının nedeni, neo-liberal politikaların bir on yıl sonra uygulamaya konulacak olmasıdır. 1970'lerin önemli bir

özelliği de, patron hükümet ilişkilerinin başlamasıdır. Bu, sonraki yıllarda basına darbe indirmiştir. 1970'lerde basın özgürlüğünün kısmen kullanıldığını söylemek mümkündür. Nitekim basın özgürlüğünü kısıtlayan kanun maddeleri orada durmaktadır. 1970'lerde gazeteci-patronların iş başında olması önemlidir. En azından gazetecilikten para kazanmayı denemektedirler. Haber satma yoluyla ayakta durmaktadırlar. Elbette, ufak tefek pürüzler çıkmış olabilir. Bugünkü gibi, basını kendi çıkarları için kullanım yolu pek açık değildir. 1970'li yıllar, haber yazımında bugüne temel olmuştur. 'Dedi, belirtti' haberciliği o dönemden kalmıştır. Teknik anlamda, gelişmenin temelleri de o dönemlerde atılmıştır. Magazin haberciliğinin yükselişe geçmesi de bu döneme rastlamaktadır. O dönemde skandallar da ortaya çıkarılmaktadır. Basının, 1970'li yıllar açısından kamuoyunu yönlendirmesine yönelik düşünceler tek boyutlu olmamıştır. Sol sözcüğünün yasaklı olması ve Ecevit ile kullanılmaya başlanması anlamlı bir bilgidir. Ayrıca, o dönemde sol basın güçlü değildir. Sağ basının da 1970'lerde olayları yönlendirecek beyinlere sahip olmadığı söylenmiştir. Ama en azından sağ basının taraf olduğu saptamasını yapmak yararlı olacaktır. Şeriatçı basının darbe dönemlerinde gelişmeye başladığı saptamasının önemini de teslim etmek gerekir. O dönemde yandaş basın yoktur ama hükümetle iyi ilişkiler içinde olan gazeteler bulunmaktadır (Özer 2017).

Yeni Dünya Düzeni<sup>4</sup>'ne uyum sağlama çabasında olan Türkiye'de 1990'ların başından itibaren elektronik yayıncılığa egemen olan pazar mantığının sonucu, tekel olarak 30 yıl yayın yapan TRT'nin yanında özel televizyon kanallarının kurulması başlamıştır. 1990'larda Türk elektronik yayıncılığının gelişimini belirleyen siyasal, ekonomik ve sosyal ortamın çehresi bir önceki on yılda çizilmiştir. Başka deyişle, Türkiye'de son yirmi yıldır radyo ve televizyon alanında yaşanan değişimlerin bütün çapraşıklıkları, zıtlıkları ve anlaşılmazlıkları, 1980'lerin darbe, depolitizasyon, ekonomik liberalizm, siyasal muhafazakârlık eğilimleri ve 1990'ların popüler demokrasi özlemleri, ticari pragmatizm, ekonomik kriz ve küresel etkilerinin içinde gizlenmiştir (Çatalbaş 2017). Turgut Özal'ın Başbakanlığı döneminde, Mayıs 1990'da başlayan özel radyo ve televizyon yayıncılığı, Haziran 1992'de TBMM'nin radyo ve televizyon yayıncılığında devlet tekeli öngören 2954 sayılı kanunu

---

<sup>4</sup> Elektronik yayıncılığın özel ve devlet kanallarıyla birlikte kullanılmaya başladığı dönem olarak belirtilmiştir.

kaldırması ve 13 Nisan 1994’de Yerel basının genel görünümü 3984 sayılı kanunu çıkarmasıyla yasal çerçeveye oturmuştur. Söz konusu kanunla kurulan ve özel radyo ve televizyonların Türk Cumhuriyeti’nin temel değerlerine uygunluklarını izlemekle yükümlü olan RTÜK’ün yerel kanalları izlemek için illerde şubelerinin açılması düşünülmüşse de pratikte gerçekleştirilememiştir. Bu nedenle yüzlerce yerel radyo-televizyon kanalının denetimi, yerel mülki idare temsilcileri aracılığı ile polise devredilmiştir (Yücel 2017: 702-703).

Türkiye’de siyasal iletişim sürecine radyonun, gazetenin, televizyonun ve internetin dâhil olmasıyla partiler arası rekabetin artışı ve partilerin iletişim için yüksek miktarlarda yatırım yaptıkları görülmektedir. Ancak 2010’lu yıllardan itibaren tüm Dünya’yı adeta 'kasıp-kavuran' yeni bir iletişim aracı hayatımıza girmiştir. Bu yeni iletişim aracının adı sosyal medyadır. Artık bir cep telefonu ve internet yeterli olmaktadır. İnsanlarla iletişimin sağlanması için ne televizyona ne radyoya gerek kalmıştır (Çambay 2015). Siyasi partiler yaşanan bu değişimden etkilenmişlerdir. Onların konun önemini takip etmemesi mümkün değildi. Siyasi partiler de yaşanan değişim ve gelişime ayak uydurmak için çalışmalar yapmış konunun uzmanlarından destek almışlardır. Şuanki duruma bakıldığında partilerin sosyal medya uzmanları ile çalıştıkları her partinin sosyal medya birimin olduğu görülmektedir. Partiler oluşturdukları halkla ilişkiler veya propaganda birimleri ile sosyal medya çalışmaları yapmaktadırlar. Bu kapsamda yeni medya ve siyaset ilişkisi özellikle ele alınmalıdır.

## **2.4. Yeni Medya ve Siyaset İlişkisi**

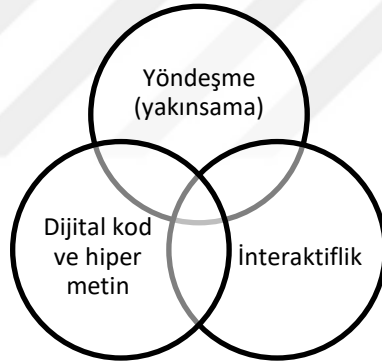
İletişim ve medya tarihinde teknolojik gelişmeler ile birlikte gelişmeler son beş yüz yıllık süreç içinde devam etmektedir. Marshall McLuhan (akt. Güngör 2013: 178). Teknoloji temel alınarak yapılan insanlık tarihi sınıflaması üç döneme ayrılabilir. Konuşma ağırlıklı olan 1500 ‘lü yıllar öncesi birinci dönem, 1500-1900 arası matbaanın kullanılmasıyla başlayan yazılı iletişim dönemi ikinci dönem, 1900’den sonra radyo, televizyon ve iletişim teknolojilerinin kullanılmaya başlandığı elektronik çağ dönemi üçüncü dönem olarak ayrılabilir.

Yeni teknolojinin gelmesi ile önceli dönemi eskiye çevirmektedir. Dolayısıyla yeni devinilen kavram zaman içerisinde değişiklik gösterebilmektedir. Daha önce çok yoğun bir kullanıma sahip buluş yenilikler ile beraber eskiye dönüşmektedir. Örneğin televizyon, sinema, telefon amaçları medya olmasa bile zaman içinde medya aracı olarak kullanılmaya başlamıştır (Manovich 2014: 170). Medyanın bu durumu da eski ve yeni medya olarak ayrılabilir. Geleneksel medya sadece tek taraflı iletişimin yaşandığı görsel ve yazılı medya araçlarını içermektedir. Yeni medya internet ve bilişim teknolojisinde yaşanan gelişmeleri içermektedir.

Yeni medya denilince geleneksel medya araçları (kitap, televizyon ve radyo) etkileşim içeren medyayı anlatmak için kullanılan bir terimdir. Sosyal medyayı da anlatan iletişim için kullanılmaktadır (Binark 2015: 15). Lev Manovich (2001: 19) yeni medyayı internet, web siteleri, bilgisayar multimedia, bilgisayar oyunları, sanal gerçeklik, CD ve DVD'lerden oluşan kategorileri sıralayarak tartışmaktadır. Bu yeni medyanın iletileri farklı depolama birimlerine yüklenebilen iletilerdir (Dijk 2016: 17). Depolama için kullanılan yöntemlerin diğer kültürel objeler – televizyon programları, sinema filmleri, dergiler, kitaplar vb. ya da diğer kâğıt esaslı yayınlar – yeni medya değildir (Manovich 2014: 165). Mutlu Binark ve Koray Löker (2011), geleneksel medya ile yeni medya arasındaki farkın dijital olması, etkileşim imkânı sunması, multimedia biçimselliği, kullanıcının içerik üretebilmesi ve sanallık olarak belirtmektedir

Bilginin niteliği konusunda bilişim teknolojisinde yaşanan hızlı gelişim ve yayılım sayesinde tavrı almak her zamankinden daha zor hale gelmektedir. Web 1.0 içeriğin sabit verildiği geleneksel medyadan farklı olan imkânlar sunarken web 2.0 ise yerini dijital veri üretimin yapıldığı teknolojiye bırakarak büyük değişimin temelini atmıştır. Web 1.0 teknolojisi gazete ve dergilerdeki gibi verilenlerin sadece internet ortamında verilmesine olanak vermekteydi. Amaç ansiklopedilerde verilen bilgilerin internet ortamında verilerek ulaşımına imkân verilmesiydi. İnternet tek taraflı bir iletişime izin veriyordu. Ancak Web 2.0 teknolojisi ile kullanıcı verilen içeriğe katkı sunabilmektedir. Örnek olarak *Wikipedia* (2019) da kullanıcılar üretilen içeriğe katkı sunulabilmektedir. Kullanıcı hem içeriği takip edebilmekte hem de içeriğe internet bağlantısının olduğu her yerden katkı sağlayabilmektedir (O'Reilly 2005). Herkesin içerik üretimine katkı sunması bilginin artarak çok sayıda kişinin

hizmetine sunulması anlamı taşımaktadır. Paul Virilio (2007), makineler ve medya ile mekân üzerinden zamanın evveliyatını keşfetmeye çalışmaktadır. Medyanın etkisi ve teknolojinin desteği ile toplumun kültürü etkilenmektedir. Teknik resimlerin kültürel değişimde etkisinin önemli olduğunu düşünerek savaş, hız ve görsel algılamının değişimi konusunda araştırmalar yapmaktadır. Konu ile ilgili olarak Virilio (2007:45), resimli medya ve bilgi teknolojisinin sınırları ve tehlikeleri için uyarılarda bulunmaktadır. Bilgilerin doğruluğunun ya da gerçekliğinin ayırt edilmesi sürekli artan bilgi içinde güçlükler oluşturmaktadır. Bu durum bilginin ‘gerçek ve doğru’ olduğu yönündeki kabulünü de olumsuz yönde etkilemiştir. Teun Adrian Van Dijk (2016: 16-18), medyada gerçekleşen devrimleri yapısal ve teknik iletişim devrimleri olarak ayırmaktadır. Uzam ve zaman koordinatlarında temel değişiklikler meydana gelen devrimler yapısal iletişim devrimleridir. Bağlantılar, yapay hafızalar ve hafızaların içeriğinin yeniden üretilmesi teknik iletişim devrimini oluşturmaktadır. Bu bağlamda Dijk (2016: 20-24) yeni medyayı şöyle betimlemektedir



**Şekil 4.** Yeni medya tanımı (Dijk 2016: 2024)

Yakınsama, bir araya gelen çok sayıda iletişim aracının birbirleri ile olan etkileşimleridir. Bu özelliğinden dolayı yeni medyanın en önemli yapısal özelliği olarak ifade edilmektedir. İnteraktiflik, bu yeni medyanın ikinci yapısal özelliğidir. Bu sayede çift taraflı ve çok yönlü iletişim sağlanmaktadır. Yeni medyanın teknik özelliği olarak dijital kod ve hiper metin gösterilmektedir.

## **2.5. Sosyal Medya**

Sosyal medya ile hem kişiler arası hem de kişinin kitleler iletişimin sağlandığı bir iletişim şeklidir (Dijk 2016: 251). Günümüzde kullanılan sosyal

ağların tarihi çok eski değildir. İlk sosyal ağ sitesinin Bruce ve Susan Abelson'un çevrimiçi günlü yazıları için 20 yıl önce kullanılan 'Open Dairy'yi kurmalarıyla başlamıştır (Kaplan, Haenlein 2016: 354). Ama sosyal medyanın yaygınlaşması Web 2.0 teknolojisinin çift yönlü ve eş zamanlı ileti paylaşımına imkân vermesiyle başlamıştır.

Sosyal medya uygulamalarına bakıldığında farklı kullanım alanları olduğu görülmektedir. Facebook sosyal paylaşımlar için, Flickr fotoğraf paylaşımı için, YouTube ise video paylaşımları için ve Twiter ise mikro blog hizmetleri için kullanılmaktadır. Sosyal medya uygulamalarının çoğu ücretsiz ya da çok fazla ücret verilmeden kullanılabilir (Whiting, Williams 2013: 363). Ağ toplumun iyi bir örneğidir. Hem sosyal hem de medya ağlarını bir araya getirmektedir (Dijk 2016: 253). Her sosyal medya aracının amacı farklıdır. Kaplan ve Haenlein (2016), sosyal medya uygulamalarını altı farklı kategoride sınıflandırmıştır. Bu sınıflandırma sosyal paylaşım siteleri (Facebook, LinkedIn), içerik toplulukları (YouTube, Flickr, Slideshare, Delicious), bloglar (Second Life), sanal oyun dünyaları (Train Station) ve ortak projeler (Wikipedia, Wikitravel) şeklindedir. Ancak bu sınıflandırma diğer sosyal medya türlerini göz ardı etmektedir. Bunların dışında Twitter gibi mikrobloglar, TripAdvisor gibi turist derecelendirme ve yorumlama web siteleri ve Fodor's Travel Talk gibi internet forumları da mevcuttur (Fotis vd., 2012). Sıklıkla Sosyal Medya olarak da anılan Sosyal Paylaşım Ağları (SPA) bireylerin aşağıdakileri gerçekleştirmelerini sağlayan web tabanlı hizmetlerdir:

**Tablo 2.** Sosyal Paylaşım Siteleri Kullanımı (Fotis vd., 2012)

|                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Belirli sınırlarda tamamen ya da kısmen herkes ile iletişim sağlamak                                                                                    |
| Tüm kullanıcılara bağlantı olduğunda listenin sunulması                                                                                                 |
| Aynı sistem içinde bulunan diğer kullanıcıların iletişim içinde oldukları bireylerin listesini görüntülemek ve bunları kendi listesi ile karşılaştırmak |

Birden fazla kişi ya birlikte ya da eş zamanlı olarak ortak projelerde çalışabilmekte ve içerik oluşturabilmektedir. En güzel örneklerden bir tanesi de Wikipedia olarak gösterilebilir. Bloglar kişiler tarafından yönetilen web siteleridir.

Blogger ve Wordpres bu uygulamalara örnek verilebilir. Twitter ise mikro blog olarak bu kategoride yer almaktadır. YouTube, Flickr, SoundCloud gibi uygulamalar ise topluluklar arasında ses, video ve görüntü paylaşımına imkân vermesinden dolayı içerik toplulukları arasında gösterilebilir. Sosyal ağda kişi kendine özgü oluşturacağı bir profil ile başka kişiler ile iletişime geçebilmektedir. Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook günümüzde en fazla kullanılan sosyal ağlar içerisinde yer almaktadır. Bunu dışında sanal oyun ağları bulunmaktadır. Bu ağlar sayesinde kişiler etkileşimli bir şekilde oyun oynayabilmektedir. Bir devasa çok oyunculu çevrimiçi rol yapma oyunu (MMORPG)<sup>5</sup> olan World of Warcraft bu kategoriye örnek olarak gösterilebilir. Kişi sanal dünyasını kendi gerçek dünyasına göre oluşturabilir. 2003 yılında kurulan ve web tabanlı bir sanal dünya olan Second Life<sup>6</sup> bu kategorinin öne çıkan örneğidir.

Sosyal medyanı kullanıcılarının çok sayıda seçeneği bulunmaktadır. Kullanıcı kendi amaçları doğrultusunda bu araçları kullanabilmektedir. Anita Whiting ve David Williams (2013), sosyal medya kullanımı ile ilgili olarak 18-50 yaş arası kişilerde kullanım amacı ile ilgili yapmış olduğu araştırmasında; sosyal medyanın iletişim aracı olarak kullananların oranının %88 olduğunu belirlemiştir. Sosyal medya kullanıcıları eşleri, akrabaları, arkadaşları ve dostları ile sosyal ağlar sayesinde iletişim kurduklarını ve kendilerine sosyalleşme alanı oluşturduğunu düşünmektedir. Yapılan araştırmada yine dikkat çekici bir husus sosyal medya araçlarını kullananların %80'i bilgi arama konusunda kullandıklarının piyasaya yeni çıkan ürünler, indirim fırsatları gibi konularda sosyal medya sayesinde haberdar olduklarını belirtmektedirler. Zamanlarını değerlendirmek için sosyal medyayı kullanıyorum diyenlerin oranı ise %76 olarak görülmektedir. Oyun oynarım, video izlerim ve müzik dinlerim diyenlerin oranı ise %64 olarak ortaya çıkmıştır. Kendi profilleri dışında profil kullanarak sosyal medya da olmanın kendilerini rahatlattığını

---

<sup>5</sup> Devasa çok oyunculu çevrimiçi rol yapma oyunu ya da sıkça kullanılan orijinal adının kısaltmasıyla MMORPG (İngilizce: Massively Multiplayer Online Role-Playing Game), çok sayıda oyuncunun bilgisayarlarından veya oyun konsollarından internete bağlanarak birlikte oynadığı, oyun esnasında çeşitli karakterlere büründüğü devasa video oyunu türü. 1997 yılından beri gitgide yaygınlaşmaktadır (www.wikipedia.tr).

<sup>6</sup> Second Life, Linden Research firması tarafından 2003 yılında hizmete sokulmuş, internet tabanlı sanal dünyadır. Second Life kurulurken kurucuları sınırsız ve özgür bir dünyayı anlatan Neal Stephenson'ın 'Snow Crahs'adlı bilimkurgu romanından esinlenmiştir. Oyun kullanıcılarına ikinci bir hayatı vadetmektedir (artsandculture.google.com).

düşünenlerin oranı ise %60 olduğu görülmektedir. Facebook'un kendilerine sahte bir dünya oluşturduğunu ve kaçış imkânı sunduğunu belirtilen sosyal ağ kullanıcıları kendi fotoğraflarını paylaşma, başkalarının paylaşımlarını beğenme ve kendilerine ait düşüncelerini ifade etmelerinin kendilerini rahatlattığını düşünenlerin oranı ise %56 olarak görülmektedir. Facebook sayesinde %56 oranında katılımcının kendilerine dedikodu yapma imkânı vermesi ve rahatlıkla başkaları hakkında konuşma olanağı sunması nedeniyle kullandığını belirtmektedirler. Sosyal medyaya her zaman ulaşırım diyenlerin oranı ise %52 olduğu görülmektedir. Katılımcıların %32'si başka hayatları takip için sosyal medyayı kullandığını belirtmektedir.

## 2.6. Sosyal Ağlar

Küreselleşmenin yayılmasında kitle iletişim araçlarının önemi de artmaktadır. Kitle iletişim araçları küreselleşmenin oluşmasında önemli etki göstermiştir (Büyükbaykal 2008: 40). Manuel Castells küreselleşme ile ilgili çalışmalar gerçekleştirmiş, küreselleşmenin sonuçları arasında zamanın ve mekânın düzenlenmesi olduğunu belirtmektedir. Ağ sosyolojik bir kavramdır ve birden fazla kişinin birbirine bağlanması olarak bireylere gönderme yapılmaktadır. Bu tanımın ışığında toplumsal ilişkinin olduğu her zaman ağ olgusundan bahsetmek mümkündür. Ancak günümüzde ağ kavramı bilgi teknolojilerinin gelişimleri ile yeni sosyal ağların oluşumunu ortaya çıkarmıştır(Göksel, Doğan 2017).

Sosyal ağ siteleri; web tabanlı olarak bilgi ve iletişim teknolojilerinin birleştirilmesidir (Fuchs 2016: 212). Sosyal ağ kullanıcısı kendine özgün profiller oluşturarak paylaşımlar yapabilmektedir. Kendi fikirleri ile yapmış olduğu paylaşımlar sayesinde diğer ağ kullanıcıları ile etkileşim içine girebilmektedir. Sadece etkileşim içinde bulunmamaktadırlar aynı zamanda oyun da oynamaktadırlar.

Önemli sosyal faaliyetler sosyal ağlar üzerinden gerçekleştirilmektedir. Sosyal ağlar üzerinde sohbet ve kişisel bağlantıların gelişmesi değil aynı zamanda e-ticaret, pazarlama, eğitim ve kültürel yayıncılığında yapılması mümkündür (Castells 2016: 12). Kullanıcı sosyal ağ üzerinde faaliyetlerini anonim olarak gerçekleştirmektedir. Manuel Castells (2016: 13), sosyal ağdaki başarının kimliklerinin gizlenmesi değil tam tersine kimliğini açıklayarak gerçek kişiler ile

bağlantı kurmasını sağlamaktadır. Kişiler, genellikle sosyal ağlara kendi kimlikleri ile katılmaktadır.

Sorunların çözümü için sembolik kodlar ile örgütlenerek harekete geçirilmektedir. Kodlar günümüz ağlar üzerinde dolaşmaktadır. Kodlar kolektif eylemlerin düzenlenmesinde ve eylemlerin gerçekleştirilmesinde etki etmektedir. Kolektif eylemlerin ağ hareketi olarak tanımlanması mümkündür. Ancak toplumsal nedensellik için internet ya da başka bir teknoloji nedensellik kaynağı olarak görülmemektedir. Ortaklaşa eylemler; toplumların belirli çelişkilerinden ve çatışmalarından kaynaklanır (Castells 2015). Kolektif etkinlikler için model ortaya çıkmaktadır. Kurulacak modelde; internetin ve mobil iletişim ağlarının kullanılması zorunludur (Castells 2015: 249). Oluşturulan mesajlarda çevrenin etkisi bulunmaktadır. İnsan zihni kendi düşünceleri ve kendi ifadeleri ile terimleri yorumlar ve bu nedenle iletişim ortamını belirlemektedir (Castells 2015: 6). Sosyal ağların da kendilerine göre bir çalışma prensipleri bulunmaktadır.

### **2.6.1. Sosyal ağların çalışma prensipleri**

Sosyal ağların içeriğinde kendi kendine öğrenen algoritmalar bulunmaktadır. Bu tüm ağlar için geçerli bir durumdur. Kullanıcı sosyal ağ içerisinde bu algoritmalar sayesinde takip edilerek kişiselleştirilmiş içerikler sunulmaktadır. Kişiselleştirme kişinin sosyal ağdaki izleri kullanıcıya haber verilmeden takip edilerek ona özel seçenekler sunulmasıdır (Dijk 2016: 322). Kişinin sosyal ağdaki girmiş oldukları siteler, beğendikleri paylaşımlar hepsi kayıt altına alınmaktadır. Bu ağlar sadece kişinin beğenilerini değil aynı zamanda uzak durdukları durumları da kontrol ederek onları kullanıcının karşısına çıkarmaz. Algoritma, bu görev için oluşturulan dizine denilmektedir (Manovich 2014: 172-173).

Kişiselleştirmiş medya özellikle 1990'lı yıllarda dijital çağın öncelikli hedeflerden biriydi. Dijital medyanın kitlesel hali 'tiranlığından' 'özgür kılacak', ve sadece bize özgün içerikler ile karşılaşmamıza imkân verecekti (Jenkins 2016: 365). Sosyal ağların algoritmaları bu hedefi gerçekleştirdikleri söylenebilir. Sosyal ağda fazla vakit geçirmemizi sağlamak için Facebook ilgimizi çekecek haber akışını oluşturarak karşımıza çıkarmaktadır (Samuel 2017). Haber kaynağı bu algoritmalar

nedeniyle son ekleneni en üstte göstermemektedir. Takip önerileri ile ilgili kişileri yapay zekâ kullanıcının karşına çıkarmaktadır.

## **2.7. Sosyal Ağ, Haber Üretimi ve Propaganda**

Yaşamın değişmez kuralı olan değişimden iletişim de etkilenmektedir. Yaşanan değişimlerden iletişimin etkilenmemesi düşünülemez. Bilgisayar ve iletişim teknolojisi sanal dünyanın kapılarını insanlara açmaktadır. Milenyum ile sosyal ağların hızlıca kullandığı görülmektedir. Sadece iletişim değil bunun kullanılabileceği cep telefonu ve tabletler ile de herkesin ulaşımına sunulmaktadır. Günümüzde yaşamın vazgeçilmez parçası olan sosyal medya günlük yaşam içerisinde iletişimden bilgi edinmeye kadar çok alanda kullanılmaktadır. Sekiz milyarlık dünya nüfusu içerisinde nüfusun yarısı olan 4.2 milyar insanın sosyal medya kullanıcısı olduğundan hayatımızın sosyal medyadan etkilenmemesi mümkün görünmemektedir. Bu durum siyasetçilerin sosyal medyaya karşı ilgisini de artırmaktadır. Siyasetçiler kendi sosyal medya hesapları ile seçmenlerine ulaşmaktadır (Karlı 2015: 37). Geleneksel medya ile bu yeni medya birbirlerine rakip değil birbirlerini tamamlayan bir şekilde etkilemesi kaçınılmazdır. Televizyon veya radyoda haberin izlenmemesi o haberin kaçırılmasına neden olurken sosyal medyada ise tüm haberlere sondan başlayarak geriye doğru ulaşmak mümkündür. Haber ajansları tarafından yapılan haberlerin daha fazla yayılması için siyasetçiler sosyal medya araçlarından paylaşarak yeni medyayı kullanmaktadırlar.

Kezban Karagöz (2013: 143) sosyal medyanın siyasal iletişimdeki üç görevini aşağıdaki şekilde belirtmektedir. Sosyal medyanın ilk işlevi olarak iletişimin sağlandığı çok geniş bir alan olmasıdır. Bu aşanda kişilerin iletişim kurmaları ve birbirlerini etkilemeleri mümkündür. İkinci olarak bu alanın engellenmesi zordur. Çünkü sosyal medya yapılanması merkezi değildir. Kişiler sosyal medya aracılığıyla rahatlıkla organize olup birlikte hareket edebilmektedir. Kişilere sağladığı önemli bir alan da serbestliktir. Kullanıcı profillerine bakıldığında yaş ortalamasının düşük olduğu genellikle gençlerin kullandığı görülmektedir. Gençlerin siyasete katılması bu sayede sağlanabilmektedir. Herhangi bir konu ile ilgili yapılan bir paylaşım artık milyonlarca veya milyarlarca insana ulaşarak onlar tarafından görülmesini sağlamaktadır. Kişiler paylaşımlar ile ilgili yorum ve görüşlerini belirtebilmektedirler.

Birey isterse organize bir eylem başlatmanın yanında herhangi bir engel ile de karşılaşmamaktadır. Genç nüfusa ulaşmak isteyen ziyaretçiler için son derece önemlidir. Belli yaş grubunda insanların düşünceleri değişmeyeceğinden genç nüfusa ulaşip onların düşüncelerini etkilemek tercih edilen bir durum olarak görülebilir. Çok sayıda seçmenin sosyal medya ile siyasete katılımı sağlanabilmektedir. Bu durum demokrasinin korunması ve gelişmesine katkı sunmaktadır (Karaçor 2009: 125). Ancak buna engel durumlar olabilir bunlar ile ilgili dtaylı bilgi aşağıda verilmektedir.

### **2.7.1. Haber üretiminde düzensizlikler**

Medya aracılığıyla toplumsal olayların desteklenmesi veya yeniden üretilmesi geniş kitleler tarafından desteklenerek paylaşılması gerçekleştirilmektedir. Bu sayede toplumsal bir kabul oluşturulmaktadır. Medya bunu içerisinde yer alan manipölasyon yeteneği ile yerin egetirmektedir. Medya, manipölasyonu gerçeğin farklı kasımlarını işleyip belli kısımlarını görmezden gelerek oluşturduğu ‘yeni bir gerçeklik’ ile oluşturmaktadır (İnce 2018).

Jean Baudrillard (2005: 87), gerçeğin belirli göstergelere karşı çaresiz kaldığı, yapılan hileler ile yaratılan yalan dünyada radyo, televizyon ve iletişim araçlarını kullanan şirket tipi yapıları ile gerçekleştirdiğini iddia etmektedir

*Kitle iletişimi, ister ticari ister kamu kurumu biçiminde örgütlensin, haber denen dedikodusuyla, eğlencesiyle, müziğiyle ve belgeseliyle merkezleşmiş öykü sistemidir” (İrfan Erdoğan 2013).*

Robert Logan *Understanding New Media (Yeni Medyayı Anlama)* kitabında oluşan yeni medyayı; ‘çok kolay bir şekilde işlenir, saklanır, dönüştürülür, alınır, köprülenir ve belki de hepsinden radikal olarak kolayca aranır ve erişilebilir’ olarak tanımlar (Logan 2010). Yeni medya verileri yazılımlar tarafından manüple edilebilecek dijital verilerden oluşmaktadır. Aynı verinin birçok versiyonu üretilmektedir. Yeni medya ile resimler üzerinde ekleme ve çıkarmalar yapılarak manipölasyon yapılabilir. Yeni medyanın durumu buna müsaittir. Medya, bir inancı ya da düşünceyi başkalarına tanıtip, benimsetmek için propaganda için kullanılan bir araç olduğunu savunan Chomsky hem devlet hem de özel faaliyetlerin çıkarları için harekete geçirme hizmeti yapmaktadır. Medyanın odaklandığı ya da ön plan çıkardığı konular incelendiğinde durum daha iyi anlaşılabilir. Propaganda medyanın öncelikli görevidir (Erdoğan, Alemdar 2002).

Gramsci ve Althusser tarafından yapılan araştırmada; medyanın ideolojik olarak toplum üzerinde etkisini kendi hegemonyalarını dayatma unsuru olarak kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır. Bu durum haberlere eleştirel bakmayı da sağlamıştır. Kişi medya tarafından verilen haberler ışığında gerçeklik algısını kendi oluşturmaktadır (Karadağ 2019: 34). Gurevitch ve Murdock medya kuruluşlarının sermaye ile olan çıkar ilişkilerine dikkat çekerek medya ve haber içeriklerinin oluşturulabildiğini belirtmektedir (Gurevitch vd., 1982: 106). Murdock'un bu görüşünden yola çıkarak, medya sahipleri ve onların çıkarları gözetildiğinde, haber içeriklerinde gerçeklikten uzaklaşabilir, çıkarları doğrultusunda haberde manipülasyona yer verebilirler. Haberler izleyiciden önce medya menajerleri tarafından kontrol edilmektedir. İstenilen şekle dönüştürülen haberler seyircilere sunulmaktadır. Devlet tarafından kontrol edilen medya da ise sansüre tabi tutulan haberler halka ulaştırılmaktadır. Toplumı yönetmek için manipülasyon gücüne sahip kişiler bunlar iktidar sahipleri olan kişiler olup istedikleri ideolojiyi kişilere benimsetme gücüne sahip olmaktadır. İstenilen düşünce doğrultusunda kişilerde davranış değişiklikleri gerçekleştirilmektedir. Bu durum medya tarafından sağlanan güçle yapılmaktadır.

Kendi hegemonyasını oluşturmak için siyasetçiler haberlerin verilmesine müdahale ederek kendi istedikleri şekilde haberlerin verilmesi sağlarlar. Edward S. Herman ve Noam Chomsky, toplumsal düzende egemen kişilerin söylemlerinin kendi yurttaşlarının neleri görmesini, duymasını ve düşünmesini etkilediğini ve bu söylem ve propagandaları ile kamuoyunu yönlendirdiklerini dile getirmişlerdir (Herman, Chomsky 2012).

Medyanın siyasal katılımda önemli bir katkısı bulunmaktadır. Bu katkının yanında siyasi gücün ve diğer kurumlar ile ilişkisini ve bilginin aktarılması ve bilginin tartışılacağı ortamı oluşturması, siyasal katılımın sağlanması açısından medyanın önemli bir aktör olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Medyanın tek amacı siyasi güçten aldığı mesajları toplumla paylaşmaz. Bunun dışında bilginin işlenmesinde de yer almaktadır. Bilgi/haber kavramları hem üretilip hem de aktarılmaktadır. Medya sadece siyasi çevrenin etkilenmesi için değil aynı zamanda toplumun etkilenmesi içinde bir araçtır (Ceyhan 2019: 9-10).

*“Pek çok ikna çabasının birincil vasıtası kitle iletişim araçlarıdır”*  
(Pratkanis, Aronson 2001: 3).

İkna insan yaşamında var olan tüm alanlarda karşısına çıkan bir olgudur. İkna sadece siyasi olarak değil ekonomik ve kültürel açıdan da insanı yönlendirmeye çalışmaktadır. Kişinin yolda yürürken bile kendisini bilgilendirici bilbordlar, posterler ile karşılaşması mümkündür. Bindiği toplu taşıma aracında reklamlar hem ekonomik hem de kültürel davranışlar oluşturmamız için gayret göstermektedir. Hepsisi ikna için oluşturulmuş çabalarlardır. İkna açısından medyanın bilgilendirmesi etkili bir araçtır.

Medya siyaseti pratiği birkaç kilit işin gerçekleştirilmesi anlamına gelir:

1. Birinci iş, iktidar olmak için toplumsal ve siyasal aktörlerine güvencenin sunulması gerekmektedir.
2. İkinci iş, iktidar olmak için üretilcek içeriklerin amaca hizmet edecek şekilde açık olarak üretilmesi gerekmektedir. Siyasi takipçilerin çok iyi tanımlanarak etkili mesajlar oluşturmak mümkündür. Bu stratejinin sürekliliğinin sağlanması için hangi kanalların kullanılacağı hakkında bilgi sahibi olunmalıdır. Medya siyasetin daha geniş alanlara yayılması için kullanılan bir araçtır.
3. Mesajın verildikten sonra etkisini de kamuoyu araştırmaları ile belirlenmesi gerekmektedir.
4. Son olarak ise yapılacak faaliyetlerini bedelinin ödenmesi gerekmektedir. Bu durum siyasetin finansmanını gündeme taşımaktadır. Siyasal iktidar ile elektronik iktidar arasındaki bağlantı burada sağlanmaktadır (Castells 2016: 238-239).

Bilgi, haber kavramını bu dört unsur ışığında ele almanın faydaları bulunmaktadır. Medya ve içeriği siyasal kampanyalar ile sınırlı değildir. Siyasi gücün devamlılığı söz konusudur. Bu devamlılık sadece iktidar olmak için değil devletin sistematığının oluşturulması ve devamı için de faaliyetlerin yapılması açısından değerlendirilmektedir. Bu sebeple medya içinde üretilen bilgi ve haberin sürekli olarak etkilenmesi ve yönlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca medya tarafından üretilen haber ve bilginin onu kullanan tarafından kalıcı hale getirilmesi

gerekmektedir. Oluşturulan bilgi ve haberin karar alma süreçlerinde bir alt yapı oluşturması siyasi güç için önemlidir. Aksi halde bir anlamı kalmaz. Bir diğer dikkat edilmesi gereken nokta da haberlerin seçimi ve hangi yollar ile ne kadar süre verileceğidir. Bunların yapılması için personel ve finansal destek gerekmektedir. Bu süreçte halka ilişkiler uzmanı, reklamcı, gazeteci ve iletişim uzmanlarından oluşan profesyonel bir ekibin kurularak destek alınması gerekmektedir. Siyasal amaç, iletişim çalışmalarını yönünü ve kanalını belirlemektedir (Ceyhan 2019: 10-11). Finansman için de çıkar grupları, şirketler, lobiler devreye girerek gerekli desteği sağlamaktadırlar. Bu sayede istenilen ‘içerik üretilebilir’ (Mcnaair 2007: 24). Bu sistemin günümüz iletişim sistemlerinde desteklendiği görülmektedir. Öncelikle kolay erişimin sağlanması güncel iletişim sisteminin temelini oluşturmaktadır. Kolay erişim hem geniş kitlelere ulaşmak hem de istenilen hedefe doğru daha büyük adım atılmasını sağlamaya olanak verir. Günümüz iletişim sistemleri içinde yer alan mobil cihazlar sayesinde haber çemberinin oluşması hızlıca gerçekleşmektedir. Önceden özel olarak ifade edilen bilgi ve haberler artık kamusal olguya dönüşmektedir. Oluşturulan ve dolaşımda olan bilginin güvenilir kişiler tarafından paylaşılması gerçeklik olgusunu artırırken uzaklaşması ise gereke olgusunun azalmasına neden olmaktadır. Dijital güven günümüzdeki iletişim sistemlerinin son aşamasında yer almaktadır. Haberlerin ya da bilginin manipülasyona uğraması yeni bir durum değildir. Ancak geleneksel noktada internet ve sosyal medya unsurları ile bunun çapı ve hızı genişlemiştir. “(...) internet ve sosyal teknolojiler içerisinde yaşanan değişimler bilginin üretilmesi, etkileşiminin sağlanması ve dağıtılmasının yöntemlerinde de temel değişimlere uğramasını sağladı. Modern bilgilenme çevresinin diğer karakteristikleri şu şekilde sıralanabilir (Ceyhan 2019: 10-11):

- a) Geniş bir kullanıma sahip ulaşımı kolay ve ucuz herkesin içerik üretebildiği ve yayınlanmayabilmesi
- b) Bilginin tüketiminin özel değil artık kamusal alan dâhilinde olması
- c) Kullanım için mobil cihazların yeterli olması
- d) Bilgi gerçek zamanlı olarak güvenilir meslektaşlar arasında iletilir ve herhangi bir bilgi parçasına itiraz edilme olasılığı çok düşüktür.” (Wardle, Derakhshan 2017: 11-12)

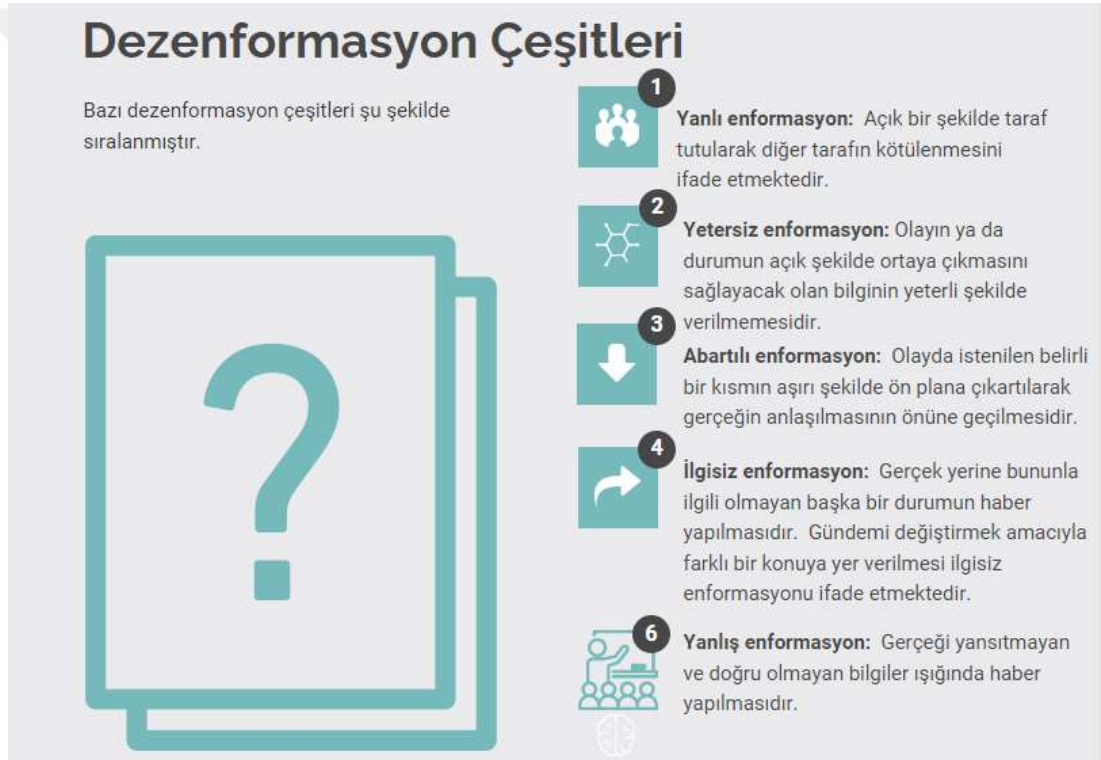
Bu dört unsur, sahte haber kavramının oluşturulmasında da etkilidir. Medya bir filtredir ve ilgili medya kuruluşunun ekonomik yapıları (medya bir şirkettir ve belirli bir sermaye yapısına sahiptir, ekonomik faaliyet yapısının bir unsurudur), alt yapı unsurları (medyanın yayın yapabilmesi için belirli teknolojik alt yapıya ihtiyacı vardır. Bu alt yapının oluşumunda finansal yapı ve devlerin yasal altyapısı etkilidir (Ceyhan 2019: 10-11).

Bu kavramlardan yola çıkarak sahte haber tanımı yapılacak olursa; “Kurumsal bir işleyiş ya da niyet olmadan medya haber içeriğini taklit eden üretilmiş bilgi” (Pennycook, Rand 2018: 3). Bu tanım ışığında belirli bir amacı olmayan tüm söylemleri komplo teorileri içinde değerlendirmek mümkündür. Sosyal medya ve internet haberlerinin yapılarının açıklanması için bu tanım yeterli görülmemektedir. Kurumlar internet ve sosyal medyayı etkin biçimde kullanmak durumdadır. Siyasi erk haber içeriklerini belirli bir amaç etrafında gerçekleştirdiğinden bu tanımın güncelliği kalmamaktadır. 2016 yılında yaşanan ABD Başkanlık seçimlerinde Donald Trump tarafından yapılan yalan haberler ile seçimi kazanması ve Birleşik Krallıkta Brexit sürecindeki yanlış ve yalan haberlerin kullanılması kavramın yeniden ifade edilmesi için düşünülmesi gerekliliğini gösteren örnekler olarak gösterilebilir(Ceyhan 2019: 12).

#### **2.7.1.1. Dezenformasyon (disinformation)**

Dezenformasyon (disinformation) kelimesi ilk olarak 1949 yılında kullanılmıştır ve Rusça kökenli bir kelimedir. Sovyetler Birliği’ndeki siyasi ve kültürel ortam göz önüne getirildiğinde dezenformasyon, Josef Stalin tarafında yer alan bilgi kontrol politikalarının bir sonucu olarak gelişim göstermiştir. Dezenformasyon art niyetli bir biçimde kitleleri yanıltarak yanlış bilgilendirmektir. Mezenformasyon kavramından farkı ise bilinçli ve kötü niyetli bir şekilde yapılmasıdır (Toktay 2019: 38). Dezenformasyon “bilinçli olarak yanlış bilginin yayılması, karşısındakinin görüşlerini ve fikirlerini etki altına almak amacıyla özellikle hükümet ya da temsilcisi tarafından başka bir güce ya da medyaya karşı kullanılması” şeklinde tanımlanmaktadır (Çınarlı 2008: 87). Bazı durumlarda toplum, bu tür bilgilerin kaynağı hakkında bilgilendirilmektedir ve buna açık dezenformasyon denilmektedir. Bazen de bu durum, bilgilerin kaynağı hakkında bir

açıklama yapılmadan ya da yanlış kaynak belirtilerek yapılmaktadır. Buna ise kapalı dezenformasyon adı verilmektedir (Alp 2011: 116). Dezenformasyon belirli bir kişi veya kurum tarafından yapılmış olsa dahi bazı haber kuruluşları bilinçli üretilmiş enformasyonu kabul ederek yalan haberler yayımlayabilmektedir. Bu noktada medya aslında dezenformasyonun kaynağı olmamakta, kötü niyetle üretilmiş haberi taşıyıcılık ve hedef kitleye aktarma görevini yürütmektedir (Çakmak 2019: 1129). Gerçek dışı bilginin paylaşımı anlamını taşıyan dezenformasyon, haberi yok etme, önemini azaltma ya da anlamını değiştirme durumlarını tanımlamaktadır. Bazı dezenformasyon biçimlerini Erkan Yüksel ve Halil İbrahim Gürcan (2005: 86-87) şöyle sıralamaktadır:



**Şekil 5.** Dezenformasyon Çeşitleri (Yüksel, Gürcan 2005)

Dezenformasyonun etkileri anlatıldandan çok daha fazladır. Kişinin haberlerini okutturmak bir kitleyi harekete geçirmek ve kendi çıkarları doğrultusunda bir amaca insanların inandırmak için dezenformasyon yapabilmektedir. Zaman içinde takipçi artıran ve popülerlik kazandıran bu durum aynı zamanda birden azalmasına da neden olmaktadır (Gasımlı 2019: 18-19).

Çevrimiçi dezenformasyon eski bir kavramdır. Bilgi teknolojilerinde yaşana gelişmeler deformasyonun gelişip daha faza yayılmasına imkân vermektedir. Batılı ülkelerde son dönemlerde yapılan seçimler ile ilgili araştırmalarda dijital dönüşümün siyasete ve demokrasiye etkileri ile ilgili önemli sonuçlara ulaşılmıştır. Buna en güzel örnek 2016 yılında yapılan ABD başkanlık seçimleridir. Seçimler ile ilgili yapay zekâdan ve algoritmalarından önemli ölçüde yararlanmışlardır. Ayrıca bu siber faaliyetlerin seçmen tercihlerinde etkili olduğu da belirlenmiştir (İldem 2021: 2). Sosyal medya bilginin en fazla dolaştığı bir alandır ve bu bilgilerin kaynağı da belli değildir. Yapılan dezenformasyon mesajları kampanyaların önemli parçaları olduğu belirtilmektedir. Siyaset savaşında dezenformasyon haberler bir mühimmat olarak aldatma ve etkileme için kullanılmaktadır. Medya okuryazarlığı ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmayan tüm kişilerde bu haberlerden etkilenmektedir (Freelon, Well 2020: 146; Şimşek 2018: 5)

Gerçek ötesi dönemin sorunları arasında yalan haberin üretilmesinden ziyade bir anda çok fazla kişinin kullanımına sunulması dikkat edilmesi gereken bir noktadır. Sosyal medyanın yanlış yayın yapmasında üç türlü hal bulunmaktadır. Birincisi bilişsel yanlılıktır. Bilişsel yanlılıkta çok fazla bilginin ortaya sürülmesi beynin bu bilgilere karşı bir süre sonra kendisini kapatmasına neden olmaktadır. Beyin bu nedenle bilginin kodlanması için kısa yollar üretmektedir. Sosyal medya kullanıcısının takipçilerine bakıldığında hangi siyasi görüşten olduğunu bulmak oldukça kolaydır. İkinci yanlılıkta çevrimiçi görülebilecek durumların kişiye gösterilmesidir. Buna uygun oluşturulan algoritmalar sürekli kişinin görmek istedikleri içerikleri kendisine göstermektedir. Bu şekilde kişiyi manipülasyona karşı savunmasız hale getirir (Kocabey Şener 2018: 360-361).

İletişim teknolojileri aynı zamanda dezenformasyon yöntemlerinde de çeşitlendirmektedir. Bilgisayar korsanları çok rahatlıkla önemli medya kuruluşlarının sitelerini taklit ederek yalan haberler yayabilmektedirler. (Fallis 2009: 3). Facebook ve Twitter'den açılan sahte hesaplar ile siyasiler adına yalan haberler paylaşılabilmektedir (Toktay 2019: 39).

### 2.7.1.1.1. Dezenformasyon matrisi

Medyanın şekli yani geleneksel veya sosyal olması fark etmeksizin her iki türde de sahte haberler için ortam oluşturulabilmektedir. Seçmen ikna edilmek yerine manüple edilecek kişiler olarak görülmektedir (Sismondo 2017: 4). Toplum için önemli kavramlar arasında olan demokrasi, özgürlük kavramları yalan haberler ile siyasi amaçlar için kullanılmaktadır. Bu nedenle yanlış bilginin oluşturulması ve yaygınlaştırılmasını sağlayan unsurların araştırılması gerekmektedir (Pangrazio 2018: 8,18). Bu konuda Wardle’ın (2017) medya da sorunlu içeriklere ve bunların amaçlarına ilişkin önemli bir dezenformasyon matrisi şekil 6’da sunulmaktadır.

|                         | Zayıf Gazetecilik | Taklidini Yapma | Tahrik ve Rahatsız Etme | Tutku | Partizanlık | Kar | Siyasi Etki | Propaganda |
|-------------------------|-------------------|-----------------|-------------------------|-------|-------------|-----|-------------|------------|
| Hiciv ve Parodi         |                   | ✓               |                         |       |             |     |             |            |
| Yanlış Bağlantı         | ✓                 |                 |                         |       |             | ✓   |             |            |
| Yanıtıcı İçerik         | ✓                 |                 |                         |       | ✓           |     | ✓           | ✓          |
| Yanlış İçerik           | ✓                 |                 |                         | ✓     | ✓           |     | ✓           | ✓          |
| Taklitçi İçerik         |                   | ✓               | ✓                       |       |             | ✓   |             | ✓          |
| Manipüle Edilmiş İçerik |                   |                 | ✓                       |       |             |     | ✓           | ✓          |
| Uydurulmuş İçerik       |                   | ✓               | ✓                       |       |             | ✓   | ✓           | ✓          |

**Şekil 6.** Dezenformasyon Matrisi (Wardle 2017)

Düşünülmeden yapılan paylaşımlar, içeriği kontrol edilmeden yapılan retwetler bilinçli olarak kamuoyunu yönlendirmeye çalışan bot hesaplar ile yapılmaya çalışıldığı görülmektedir. İnsanlar, korku duyduklarında ve öfkeli olduklarında eleştirel düşünemediklerini belirterek Wardle (2017) ayrıca, haberlerin gerçekliğinin kontrol edilmeden kullanılması bu haberlerin en büyük başarısı olduğunu belirtmektedir.

Hiciv veya parodi: Zekâ içeren sanatın bir dalı olarak hiciv ve parodi görülmektedir. Ancak bilgi düzensizliği çağında sorun olarak karşımıza çıkan hiciv, doğruluk kontrolü kuruluşlarını atlatmak, söylentileri ve komploları yaymak için bir strateji olarak kullanılabilir. Rahatlıkla oluşan tepki karşısında ciddi paylaşım olmadığı ifade edilebilir. Hicvin bu kadar güçlü bir araç olarak kullanılmasının nedeni ise en başta hicivle karşılaşan kişinin ilk olarak onu hiciv olarak algılamasıdır. Hicvin sürekli yapılması onu yapan kişiye karşı bağlantısının yitirilmesine sebep olabilmektedir (infodemiegitimi.org). Eleştirel bakışla, doğrudan şaka yollu kinayeli paylaşımlardır. Anlatma doğrudan yapılmaz ve benzetmeler

bulunmaktadır. Hiciv içeren bir metinde kelime ve ifadelere farklı saklı ve mecazi anlamlar yüklendiğinden, hiciv tespiti oldukça zor bir görevdir (Mertoğlu 2020).

**Hatalı İlişkilendirme:** Genellikle reklam yönlendirmeleri taşıyan, ticari veya diğer kazançlar için sadece kullanıcıyı sitede biraz daha fazla tutabilmek için haber niteliği taşımayan ve genelde birbiri ile ilişkisi olmayan farklı içerikler sunan sahte haber çeşididir. Okuyucunun haber sitesine olan güvenini sarsan önemli bir unsurdur (Mertoğlu 2020). Haber merkezlerinin, bilgi kirliliğine katkı yaptığı, kafa karışıklıklarını beslediği bazı uygulamalar kullandığı bilinmektedir. Bu uygulamalardan biri ‘tık avcısı’ içerikler, başka bir ifadeyle ‘hatalı ilişkilendirme’. Haber paylaşımların da tıklanmayı arttırmak için kullanılan duygusal dil ve kullanıcılar siteye girdiklerinde onlara yetersiz gelen anlatı bir tür bilgi kirliliğine neden olabilmektedir (infodemiegitimi.org).

**Çarpıtılmış İçerik:** Çarpıtma yeni bir kavram değil ve pek çok şekilde kendini gösterebilmektedir. Hikâyelerin haber başlıkları ile yeni bir çerçeveye sokulması, ifadelerin bir bölümünün alınarak farklı ve daha geniş bir fikri savunmak için kullanılması, bir sava uyan istatistikleri alıntılarla veya tartışmaların altını oyacak şeylerin üstünü örtmemeye karar vermek gibi teknikler çarpıtılmış içeriğe uygun tekniklerdir (infodemiegitimi.org).

**Yanlış Bağlam:** Bu kategori içeriğin doğru olduğu ancak tehlikeli yöntemlerle yeniden çerçevelenerek kullanıldığı durumları anlatmaktadır. Taraflı, çoğu zaman politik kurgu haberlere denir. Genellikle var olan gerçek bir olayın saptırılmasıyla oluşturulur. Bu tarz haberlerin sosyal medyada paylaşımlarında toplumsal kutuplaşma izleri görülmektedir (Mertoğlu 2020).

Bu tekniğin en güçlü örneklerinden biri 2017 yılında Londra’da Westminster Köprüsü’nde gerçekleşen İslamcı örgüt bağlantılı terör saldırısından kısa süre sonra paylaşıma sokulması olmaktadır. Kaldırıma çıkan bir araba, Parlamento Binası’nın kapılarına çarpmadan önce köprü boyunca en az 50 kişinin yaralanmasına ve beş kişinin ölümüne neden olmaktadır. Olayın ardından bir tweet yaygın şekilde dolaşıma alınmaktadır. İslamofobik bir çerçeveye sokularak pek çok etiket ile (#banislam – İslam yasaklansın dâhil) geniş bir kitle tarafından paylaşıma alınmaktadır (infodemiegitimi.org).

Sahte Kimlikli Taklit İçerik: Bilginin güvenilirliğini anlamak için beynimiz genellikle sezgisel analiz yolları aramaktadır. Sezgisel analiz dünyayı anlamlandırmamız için oluşturulan zihinsel kısa yollar anlamına gelir. Önceden bildiğimiz bir marka ile karşılaşmak önemli bir sezgisel analiz doğurur. Tam da bu nedenle sahte kimlikli taklit içerikler de (tanınmış markaların veya ünlü kişi veya gazetecilerin haberlerini kullanan yanlış veya yanıltıcı içerikler) artış olduğu görülebilir (infodemiegitimi.org). Sahte/Robot hesap (bot account) veya argo tabiri ile ‘troll’ şeklinde tanımlanan hesapların yaydığı sahte haber türüne veya yaptığı faaliyete verilen isimdir. Çoğunlukla haberin yayılmasını hızlandırmak için bilinçli şekilde yönetilmektedir (Mertoğlu 2020).

Manipüle Edilmiş İçerik: Asıl içeriğin görüntüsü değiştirilerek oluşturulmakta olan manipüle edilmiş içerik ise genellikle fotoğraf veya videolar ile ilişkilendirilmektedir. İnsanları etkilemek ve yönlendirmek için üretilen sahte haber türüdür. Bir kavram olarak tek bir haberden ziyade sürekli bir yönlendirme sürecini ifade eder. Basit birkaç ifadeden video içerikleriyle oynanmasına kadar geniş bir çerçevede kendini gösterebilir (Mertoğlu 2020).

Uydurulmuş İçerik: Uydurma içerik tamamen yani içeriğin %100 yanlış olduğu durumlardır. Çoğunlukla hiçbir referansı olmayan ve çok kısa sürede hazırlanmış sahte haberlere denir. Bilinçli olarak hazırlandığı ve kötü niyetli olduğu söylenebilir (Mertoğlu 2020). Örneğin Papa Francis’in Donald Trump’ı desteklediğine dair yanlış iddia 2016 ABD Başkanlık seçimleri öncesinde dolaşıma sokulmuş ve çok ciddi düzeyde ilgi çekmiştir. Haber başlığı seçim dönemi öncesinde yanlış söylentiler yayan WTOE5 adlı bir sitede yer almıştır (infodemiegitimi.org).

Batılı popülist politikacıların hakikatle çelişen gerçekler ile (alternative facts) siyasi gündem oluşturma moda haline gelmiştir. Birleşik karalıkta Brexit anlaşması buna güzel bir örnektir. Bu anlaşma ile Birleşik Krallığın 350 milyon sterlin zararı olacağı ortaya atmaktadırlar (Barrera vd., 2020: 1). Birleşik Krallıkta görülen göç, yaşanan mali kriz gibi problemler arasında bu konuda kendine yer bulmuştur (Wilsdon 2018: 45). 2016 yılında ABD başkanlık seçimlerinde işsizlik oranları ve cinayet sayıları ile ilgili çok sayıda yalan haber yapılmıştır. Bu yalan haberlerin Facebook’ta 30 milyon kez paylaşıldığı görülmektedir (Barrera vd., 2020: 1). Trump

yasa dışı göçmenlik ile de ABD hakkında korku oluşturmuş ve kendi lehine en iyi şekilde kullanılmıştır (Sismondo 2017: 4).

### **2.7.1.2. Yanlış bilgi (misinformation)**

Yalan haber sahte içeriklerin tanımlamak için kullanılmamaktadır. Gerçek gibi görünen içeriklerin paylaşılmasını kapsamaktadır. Haberden çok söylenti ve yanıltıcı içerikleri tanımlayan kavram mezenformasyon kavramını da içine alarak tanımlamaktadır. Bilerek ve isteyerek yanlış bilgilendirmenin temelinde para kazanmak ve siyasi etkide bulunmak vardır. Bunun gerçekleşmesi için de sorun çıkarmak, kafa karıştırmak ve manipülasyon yapmak dezenformasyondan daha farklı olan mezenformasyonlar ile gerçek olmayan yanıltıcı içeriğin kendisini yanlış yönlendirdiğini fark ettirmeden paylaşılmasını sağlamak gerekmektedir. Paylaştığı bilginin etrafındakilere faydalı olacağını düşünen kişinin yaydığı yanlış bilgiden haberi bile bulunmamaktadır. Mezenformasyon içeren mesajların paylaşılmasında psikolojik nedenlerde bulunmaktadır. Çevrimiçi ortamlarda kişiler kendi kimlikleri hareket etmektedirler. Bu ortamlarda kişi kendi siyasi düşüncesine uygun kendi inançları ile çelişmeyen içeriklerin paylaşıldığı kişiler ile iletişim halindedir. Mezenformasyonda güven duygusunun fazla olması haberlerin kolayca yayılmasına neden olmaktadır. Kendi çevrelerinden gelen bu mesajlar eleştirilmektedir (Wardle 2020).

Yanıltıcı bilgi ile çarpıtılmış bilgi niyet üzerinden ayırt edebilir;

- Bilgi (information): kasıtlı olarak yanıltıcı olmayan anlatımsal içeriği
- Yanıltıcı bilgi (misinformation): istemeden yanıltıcı olan anlatımsal içeriği
- Çarpıtılmış bilgi (disinformation): kasıtlı olarak yanıltıcı olması adına düzenlenen anlatımsal içeriği tanımlamayarak, aralarındaki kavramsal farklılıkların zeminin oluşturmaktadır (Søe 2018: 328).

Mezenformasyonun ve dezenformasyonun niyetlerin yakından okunmasıyla ilgilidir. Amacı para kazanmak ve siyasi etkide bulunmak olan dezenformasyon da şüphe uyandırılarak güvensizlik aşılانmaktadır. Mezenformasyon da ise aynı hisleri taşıyan insanlara yardım etmek amacıyla paylaşılan yanıltıcı bilgiler bulunmaktadır. Farkına varmadan dezenformasyonu da ifade etmektedir. Kasıtlı olarak hazırlanan yanlış bilgilerin iyi niyetli olarak insanların yanıltılması adına kullanılan bir

kavramdır (Briant 2021). Dezenformasyon ile mezenformasyon birbirlerinden keskin çizgiler ile ayrılması zor olan kavramlar olarak görülmektedir. Bunun en önemli nedeni ise ikisinin de hakikatle ilgili olmasıdır. Hakikatin de evrensel olarak tek bir kabulünün olmadığı düşünüldüğünde bu ayrımın imkânsızlığına dair görüş desteklenebilir. Oxford Sözlüğünde (2021) ‘bilgi’ kavramı ‘birileri ya da bir şeyler hakkında sağlanan ya da öğrenilen gerçekler’ olarak tanımlarken, ‘mezenformasyon kavramı da bir şeyler hakkında yanlış bilgi verme eylemi olarak tanımlamaktadır. ‘Dezenformasyon’ kavramı ise bunlardan farklı olarak ‘kasıtlı olarak verilen yanlış bilgi’ olarak tanımlanmaktadır. Yapılan tanımlara bakıldığında çok küçük farklılıkların olduğu görülmektedir. Farkın ise yanıltma niyetinde olan bir kısım insanın yanlış yönlendirme ile yapıldığını söylenebilir (Kumar, Geethakumari 2014:3).

#### **2.7.1.3. Yanlış haber verme (mal information)**

Yanlış bilginin üretimi ve yayılması ile ilgili olarak kişilerin niyetine bakılması ve hangi kişiler tarafından ne amaçlı yayıldığına bakmak gerekmektedir. Belirli amaçlar ve motivasyon kaynakları ile üretilen bilgiler çevrimiçi ortamlarda bilinçli olarak yayılmaktadır. Mesajın içeriğinde kendi görüşüne uygun olduğunu gören kişi bilgiyi sorgulamadan ve yanlışlara fark etmeyerek yayılmasına neden olabilmektedir. Yalan haberlerin yayılmasında kimlerin ön ayak olduğunu belirlemek mümkündür. Bu tür haberleri yayan kişilerin kendi gerçek kimlikleri saklamaya çalışmaları pek mümkün değildir.

Genel olarak, mezenformasyon, dezenformasyon ve zarar verici bilgi (mal-information), kavramları kapsamında tanımlanan yalan haber kavramı, paylaşımının zarar verme boyutları açısından kategorilere ayrılmaları mümkündür. Dezenformasyon ve mezenformasyon kavramları arasındaki niyet farkından sonra diğer kategori zarar verici bilginin yanlış bilgi ile kasıtlı zarar verme arasındaki türü gelmektedir. Siber saldırılar ile çevrimiçi kanallar kullanılarak karşı tarafın onayı alınmadan elde edilen bilgiler zarar verici bilgi olarak ifade edilmektedir. Özetleyecek olursak, yalanın haber olarak kodlanmasında temel neden doğru bilginin bilinçli olarak zarar vermek maksadıyla üretilmesi bulunmaktadır. Dezenformasyon, mezenformasyon ve zarar verici bilgi kavramları üç kategoriye oluşturmaktadır. Üç

ana sınıflandırmadan (Wardle 2020) birbirinden ayrılma noktalarını sonuçları bakımından ayırmak mümkündür. Örnek olarak kafa karıştıran haber zarar verme açısından sınırlı etkisi olan bir durumken sağlık ile ilgili yapılan yalan haberin ise etkileri oldukça fazla olacaktır (Büyükaşar 2022: 77).

Sosyal ağların haber üretiminde kullandığı yöntemler bulunmaktadır. Bu yöntemler sayesinde istedikleri haber ve bilgiyi yaymaları mümkün olmaktadır.

## **2.8. Sosyal Ağlarda Gerçek Ötesi Haber Üretimini Sağlayan Algoritmalar**

Geleneksel medyada kitleler ayrılmadan çok fazla içeriği sunmak mümkündür. Sosyal ağlar bu durumu değiştirerek gelişmelerin sağladığı imkânlar ile kişisel içerikler sunulabilmektedir. Kişiselleştirmeyi kullanıcı değil sosyal ağlar gerçekleştirmektedir. Sosyal ağlar kullanıcı eğilimlerini araştırıp değerlendirilerek reklamcılıktan pazarlamaya kadar çok sayıda kullanım alanı bulunmaktadır (Dijk 2016: 322). Sosyal ağların her alanı dikkatlice analiz edilmektedir. Bu analizler doğrultusunda algoritmalar kullanılmaktadır.

Sosyal ağların hepsinde kullanıcı davranışları analiz edilmektedir. Bu analiz için algoritmalar kullanılmaktadır. Amacı kişisel içerikler sunmak olan algoritmalar kullanıcıların davranışlarını sosyal ağlardan belirleyerek sınıflandırmaktadır. Kişinin beğenisi, paylaşımları, girdikleri hesaplar hepsi dikkatlice analiz edilerek kişiye özel içerik oluşturmak için kullanılmaktadır. Analizler sadece kişilerin beğenileri ve baktıkları içeriklerden değil aynı zamanda kişinin görünce mutlu olacağı onlara hitap eden içeriklerin belirlenmesi için de yapılmaktadır (Uluk 2018:28). Örneğin Facebook kullanıma göre sınıflandırdıkları kullanıcıların daha fazla ağda kalmak için kişiye özgün haber akışları oluşturmaktadır. Haber akışları kişinin ile ilgileri doğrultusunda kişinin karşına çıkarılmakta uzak durduğu içerikler ise kişiye yansıtılmamaktadır (Samuel'den akt., Uluk 2018:28).

Popüler sosyal ağlardan olan Twitter'de 2016 yılından itibaren Facebook benzeri algoritmalar uygulamaktadır. 2016 önce haber akışı zamanına göre yapılırken bu tarihten sonra ise kullanıcının ilgisine göre haber akışı sunmaktadır (Uluk 2018:29). Sadece bu iki sosyal paylaşım ağı değil aynı zamanda Google' da

2009 yılından itibaren kişiselleştirilmiş içerik sunmaktadır. Öncelikle kullanıcıların alışkanlıklarını analiz eden Google 57 kişisel tercihe göre algoritma sunmaktadır. Aramaların sonucunda kullanıcı kendine uygun sonuçlar ile karşılaştırılmaktadır (Dijk 2016: 320). Sosyal ağlar kişiselleştirme yapmasındaki amaçlara bakıldığında kişini bu ağlarda zaman geçirmesini sağlayarak ücretsiz sundukları bu hizmetlerden reklamlar aracılığıyla para kazanmaktır. Sosyal ağda fazla zaman geçiren kullanıcı demek bu ağın fazla para kazansına neden demektir (Uluk 2018:30).

Geliştirilen yöntemler ile ilgili açıklamalar aşağıda sunulmaktadır.

### **2.8.1. Filtre balonu**

Eli Parise 2011 yılında filtre bolunu kavramını ortaya koymuştur. Sosyal ağların kullanmış olduğu algoritmalar içerikleri kişiselleştirilerek kişinin karşına çıkarmaktadır. Algoritmaların uygun içerikleri kullanıcıya sunduğu iddiasına karşın Pariser, kişinin görüşleri doğrultusunda içerikler ile karşılaşması gerektiğini savunmaktadır. Sosyal ağların sürekli olarak kullanıcı sayısının artması filtre balonlarını günümüzde daha karışık hale büründürdüğü görülmektedir (Viner 'den akt., Alpay 2017: 50). Pariser'e (akt. Dijk 2016: 321) göre oluşan yeni yapının 3 temel özelliği vardır:

- “(1) Belirlenen bir balonda bulunan tek kullanıcı sizsinizdir;
- (2) Bu balonda ne olduğunu neyden oluştuğunu siz göremezsiniz;
- (3) Bu balonun içinde yer almak sizin belirlediğiniz veya seçtiğiniz bir şey değildir.”

Özellikler incelendiğinde kullanıcıların tercihlerini dikkate alınmadığı görülmektedir. Sanal ağlarda kişiselleştirme filtreleri kendi düşüncelerimize uymayan içerikleri kullanıcıdan uzak tutar (Maccatrozzo 2012: 391). Filtre baloncukları ile ilgili getirilen en önemli eleştiri kullanıcının kendi düşüncesi dışındaki düşüncelerden uzak tutulması olmuştur. Kullanıcı belirli bir kalıpta tutularak yanlış inançlarının düzeltilmesi de engellenmektedir (Resnick vd., 2013: 95). Kullanıcı bazı durumlarda kendi filetlarını kendi oluşturmaktadır. Ancak çoğunlukla kullanıcı kendi bilgisi dışında geliştirilen kişiselleştirilmiş filtreler nedeniyle kaçırdığı içeriklerin farkında olmayabilir (Resnick vd., 2013: 96). Arama motorlarındaki filtreler şeffaf değildir. Arama motoru Google arama sonuçlarını neye göre kullanıcıya sunduğunu açıklamamaktadır. Kullanıcı kendi ile ilgili oluşturulan varsayımlardan habersizdir (Pariser 2011: 10).

Filtre balonu ile ilgili tartişmalar 2016 ABD Başkanlık seşimlerin de Donald Trump'un seşimi kazanmasıyla sıklıkla tartişılmaya aēılmıştır. Būyūk medya kurumları filtre balonlarının demokrasiye karşı bir engel olduēunu belirtmektedirler. Kullanıcı kendi bilgisi dışında bilgilerden ve iēeriklerden uzak bırakılmaktadır. Bu durum kişinin çok şeyden habersiz kalmasına neden olmaktadır (Chen vd., 2017: 2182). Jan van Dijk, filtre balonu olgusunu 'ōz-seēimli enformasyon hapishanesi' (2016: 321) olarak adlandırmaktadır (Akt: Binark 2017: 20).

Dijk (2016: 320), filtre balonu olası sonuēları olarak iki durumdan bahsetmektedir. Sūrekli benzer kaynaklardan beslenen kullanıcılar iēin 'enformasyon gettolarının' oluşması muhtemel bir durumdur. İkinci ihtimal ise internetin amacı olan haberlerin farklı kaynaklardan da verilmesi durumu ortadan kalkarak bilgi kaynaklarının ayrılması mūmkūn hale gelecektir. Sosyal aē kullanıcıları algoritmalar tarafından kendilerine gōsterilen iēerikler ile tek dūze haber akışına maruz kalacaklardır (Uluk 2018: 30).

### **2.8.2. Yankı odası**

Sosyal aē kullanıcı profilleri incelendiēinde haber akıřların da kiřiye özel deēiřimler gōrmek mūmkūndūr. Sosyal aē algoritmaları kiřiye özel iēerikleri benzer gōrūřte olanlara ulařtırarak onları bir anlamda bir araya da getirmektedir. Benzer gōrūřteki insanların haber akıřlarını yankı odası adı verilen aynı gōrūřteki insanların hapsedildiēi yer olarak ifade edilmektedir (Uluk 2018: 31).

Sūrekli aynı gōrūřte olan ve benzer iēerikleri paylaşan insanların gerēekle baēları zaman iēerisinde kaybolmaktadır. Sosyal aē algoritmaları kullanıcı verilerden yola çıkarak profillerini çıkarak onlara sunduēu iēeriklerin paylaşılmasını teşvik eder niteliktedir. Hedef kitlesi beli olan ve onların kullanımı iēin ūretilen yalan haberler kullanıcılar tarafından hızlıca yayılmaktadır. Bu kişişlerin gerēekle baēlatıřı da kalmamıştır. Hedef kitlesinin istekleri doērultusunda iēerikler tūm bilişim imkānları ile ūretilerek dolaşıma sunulmaktadır. Amacı farklı insanları bir araya getirmek olan sosyal aēlar bu şekilde insanları birbirinden ayırmaktadır (Alpay 2017: 49).

Yankı odası sayesinde kullanıcılar istemedikleri siteleri engelleyerek kendi yankı odalarını oluşturmaktadır. Sosyal ağ kullanıcıları bu sayede kendilerine homojen bir grup oluşturmaktadır. Kendi görüşleri doğrultusunda internet sitelerini takip etmektedir. (Colleoni ve ark. 2014: 319). İlk bakışta doğru bir durum gibi gözükse de bu durum zaman içinde kutuplaşmaya (Sunstein 2004: 59) sebep olmaktadır.

### **2.8.3. Gerçeklik ötesi dönemde haber doğrulaması**

Haberlerin kaynağının hiçbir bilimsel temeli ve kanıtı olmadan yalan haberlerin hızlıca internet ortamında yayılmasıdır. Kişi kendi görüş ve inançları doğrultusunda haberi hiç düşünüp mantık süzgecinden geçirmeden doğru olarak kabul etmektedir. Bu durum gerçek ötesi dönemin yansımalarına tepki olarak doğmuştur. Doğrula gerçek ötesi kavramı ile ortaya çıkmıştır. Bilgi kirliliğinden kaynaklı sosyal, ekonomik ve siyasi sonuçların önlenmesi amacıyla doğruluk platformları kurulmuş ve konu ile ilgili olarak Murat Uluk (2018: 75) şu şekilde tanımlama yapmıştır. Doğruluk kontrolü (fact-checking), medyada, çevrimiçi içeriklerde, toplum

Bilgi kirliliğinin düzeltilmesi ve bilgilerin doğruluğunun teyidi için çalışanların 21.yy'da ortaya çıktığı ve hızlı biçimde dünyada yayıldığı görülmektedir. İlk doğruluk platformunun ABD 'de 2000'li yıllarda siyasetçilerin söylemleri karşısında kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla kurulmuştur (Alpay 2017: 52).

Doğruluk kontrolü ile ilgili çalışma yapan ilk site; Snopes.com, Barbara Mikkelsen ve David Mikkelsen tarafından 1996 yılında kurulmuştur. Bugün altı milyondan çok ziyaretçi için doğrulama hizmeti sunmaktadır. Özellikle ABD siyasetçilerin bilinçli olarak ortaya atıkları yalan haberlerinin doğrulamak için Spinsanity 2001 yılında kurulmuştur. Spinsanity Doğrulama Platformu 2004 yılında yapılan ABD başkanlık seçimleri için 400'den fazla haberi doğrulamıştır. 2003 yılında FactCheck.org eski gazeteci Brooks Jackson ve iletişim bilimci Kathleen Hall Jamieson tarafından kurulmuştur. Kurum geliri vakıf ve kişilerin bağışları ile sağlanmaktadır (Uluk 2018: 75-76).

2007 yılında Times gazetesi tarafından kurulan bağımsız doğrulama kurumu olan PolitiFact 2008 yılında yapılan ABD başkanlık seçimlerinde doğrulama

alışmalarından dolayı Pulitzer dln kazanmıştır Graves 2013 çalışmasından aktaran (Uluk 2018: 77). 2007 yılına gelindiğinde ise *The Washington Post* gazetesi doğruluk kurumunu başlatmıştır2007 tarihinde (Graves 2016; Akt. Uluk 2018: 77). 2008 yılında *Washington Post* gazetesinde doğruluk sekmesi kurarak ABD başkanlık seçimlerinde kullanıma sunmuştur (Graves 2013; Akt. Uluk 2018: 77). On yıl içerisinde 50’den fazla doğrulama kurumlarını oluşturmuşlardır.2016 yılında ise doğrulama kurumu sayısı 113’e ulaşmıştır (Graves ve Cherubini, 2016: 6). Duke Reporters Lab’e göre, (2019) dünya genelinde toplam 161 aktif, 66 pasif olmak üzere doğrulama kuruluşu çalışmalarına devam etmektedir (Reporters Lab, 2019).

Türkiye’de [www.teyit.org](http://www.teyit.org) ve [www.dogrulukpayi.com](http://www.dogrulukpayi.com) gibi doğrulama kuruluşları *Duke Reports’ Lab*’in haberde doğrulama kurumu olarak yer almaktadır. Facebook yalan haberlerin üretilmesi ve yayılması ile ilgili olarak kendi kurmuş olduğu mekanizma ile kullanıcılarını uyarmaktadır (The Guardian, 2017). Google ise Dijital Haber İnsiyatifi, (Digital News Initiative) doğrulama sistemini kurmuştur (Alpay, 2017, s. 53). BBC de yalan haberlerle mücadele için Gerçeklik Denetimi (Reality Check) sistemi kurmuştur. Facebook ile işbirliği kuran BBC sosyal medya da paylaşılan yanlış yönlendirmelerle mücadele edeceğini duyurmuştur (Jackson, 2011). Apple’ın Ceo’su Tim Cook’da 2017 yılında yalan haberlerin insanların zihinlerini öldürdüğünü ifade ederek yalan haberlerin yayılmasını önlemek için hkmetlerle işbirliği yapılması gerektiğini belirtmiştir (Heath vd., 2017).

Yalan haberlerin Türkiye’de dolaşımı ile ilgili olarak 2018 yılında Reuters Enstitüsü ve Oxford niversitesi’nin hazırladığı Dijital Haber Raporuna göre, yalan haberlerin %49 oranında olduğunu ve bu oran ile yalan habere maruz kalmada dünya ülkeleri arasında st sırlarda olduğunu belirtmiştir. (Newman, vd., 2018). Türkiye’de ulusal resmi bir doğrulama kurumu bulunmamaktadır. Son yıllarda TRT tarafından doğrusu ne? Bölümünde yanlış ve asılsız haberle ilgili analizler yapılarak belgeler ile gerçek olanlar anlatılmaktadır. Sivil toplum kuruluşu olarak kurulan doğrulama kurumları ise şöyle sıralanabilir: Yalansavar.org, doğrulukpayi.com, teyit.org, Malumatfuruş ve Fact-Checking Turkey.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. YÖNTEM, BULGULAR ve SONUÇ

Bu bölümde araştırma yöntemi ele alınmaktadır. Araştırmanın modeli, araştırma evreni, araştırma örnekleme, veri toplama araçları, araştırmada kullanılan veri çözümleme teknikleri, araştırmanın bulguları ve sonucu ile ilgili ayrıntılı bilgiler bu bölümde yer alacaktır. Bu kapsamda üç temel soruya cevap aranacaktır;

- 1) Türkiye’de gerçek ötesi dönemde 2019 Yerel Seçimlerinin bir siyasal iletişim uygulaması olarak propaganda söylemleri nasıl oluşturulmuştur?
- 2) Türkiye’de gerçek ötesi dönemde 2019 Yerel Seçimlerinde siyasal oluşumların inşa ettikleri söylemlerin ardındaki yatan temel nedenler nelerdir?
- 3) Sosyal medya söylemlerinde ideolojik aralan nedir? Neden bu ideoloji yaratılmıştır?

#### 3.1. Araştırmanın Modeli

Norris Pippa (2007) siyasal iletişim yönetimiyle ilgili araştırmaların; siyasi mesajların üretim sürecine odaklanan araştırmalar, siyasi mesajların içeriğine odaklanan araştırmalar ve siyasi mesajların etkilerine odaklanan araştırmalar olmak üzere üç kategoride toparlanıp değerlendirilebileceğini belirtmektedir. Norris’ten hareketle bu çalışmada ikinci kategori olan siyasi mesajların içeriğine odaklanılmıştır. Bu içeriklerin yazılı, sözlü ve görsel yapısı incelenecektir. Gerçek ötesi sürecin yaygınlaştırılmasının, oluşturulmasının anlaşılabilmesi için sosyal medyadaki inşa sürecine bakılacaktır. Bu noktada söylem çözümlemesi, metinlerin incelenmesi için kullanılacak en iyi analiz tekniğidir. Söylem, dilin kendine özgü özelliklerinin yanında sosyal, ideolojik ve kültürel bağlamlarıyla da kendini göstermektedir ve her söylemde, anlatılmak istenen temel bir fikir, bir mesaj ve bir ideoloji gizlidir. Terry Eagleton ’un da (2011) belirttiği gibi her söylemsel süreç ideolojik örüntülere içkindir ve bunların baskılarıyla içeriden biçimlenmektedir. Diğer yandan söylem, hâkim ideolojilerin iktidar ve güç ilişkilerini oluşturma ve

düzenleme uygulamalarında merkezi bir öneme sahiptir. Böylece haber metinleri bir söylem olarak ele alınmış ve eleştirel haber araştırmaları için de bu durum haber söylemi analizlerinin temel bir yöntemi haline gelmiştir. Bu şekilde toplumsal analizler de mümkün olabilmektedir (Karaduman, 2017: 11-13). Eleştirel söylem çözümlemesi, haberde yer alan siyasal unsurların seçilen dil formları içerisine yerleştirildiği ve kolayca görünemeyeceği noktasından hareket etmekte ve haber söylemine yerleşmiş siyasal unsurların ancak eleştirel söylem çözümlemesi ile ortaya konabileceğini vurgulamaktadır. Bu nedenle, medya dilinin rolünün eleştirel bir şekilde çözülmesi gerekmektedir. Haber söylemindeki siyasal pratiklerin ortaya konulmasıyla toplumsal eşitsizliklerin nasıl yeniden üretildiği de ortaya koyulabilmektedir (Özer, 2008). Eleştirel söylem çözümlemesi alanında Teun A. Van Dijk öne çıkan isimlerden biridir.

Van Dijk eleştirel söylem çözümlemesinde metin dilbilimi bulgularına dayanarak sosyal medya mecraları haberlerini sistematik bir biçimde inceleyen ve haberi kamu söyleminin bir formu olarak kabul eder. Van Dijk'a (akt. Özer, 2011: 54) göre eleştirel söylem çözümlemesi, söylemin kendisinden kaynaklanan ya da sonuçlanan eşitsizlik, haksızlık, güç ve iktidarın kötüye kullanılmasının söylemsel boyutlarıyla ilgilenmelidir. İdeolojik söylem çözümlemesinde, metnin bir parçasıyla ima edilen anlamları ortaya çıkartmak, eleştirel incelemenin güçlü bir aracı olarak kullanılabilir. Van Dijk, söylemin yapıları, stratejileri ve süreçleriyle birlikte ideolojinin yeniden üretiminde oynadığı role ilişkin net bir çözümlemeye gereksinim olduğunu vurgularken, ortaya çıkarttığı modellerle bu boşluğu doldurmaktadır. Van Dijk'ın eleştirel söylem çözümlemesi modelinin kullanılmasının nedeni haberin yapısını ve siyasal sunumunu ortaya koyması bakımından diğer yaklaşımlar içinde öne çıkmasıdır.

Teun A. Van Dijk, haber anlatısını sentaktik ve semantik olmak üzere iki dilsel çözümleme türünde ele almaktadır. Sentaktik çözümlemede, analiz birimi olarak haber metninde kullanılan cümlelerin gramatik yapılarına odaklanırken, semantik çözümlemede ise sözcüklerin, cümlelerin, kısaca bütün söylemin anlamı üzerinde durulması öngörülmektedir. Van Dijk'ın eleştirel söylem çözümlemesi modeli makro yapının ve mikro yapının ayrı ayrı çözümlendiği iki ana bölümden oluşmaktadır. Makro yapı incelemesi haber anlatısında işlenen temayı yansıtan,

haber üretiminde kullanılan şemanın incelenmesidir. Haber üretimi profesyonel rutinler altında sürekli olarak yapılmakta ve bu üretim bir şema tarafından organize edilmektedir (Van Dijk, 1988: 15). Başlıklar, haber girişleri, ana olay, haber kaynakları, ardaan ve bağlam bilgisi, olayın taraflarının yorumları/değerlendirmeleri, fotoğraflar vb. unsurlar makro yapı içerisinde ele alınmaktadır (Özer, 2011: 83). Van Dijk'ın modelinde çözümlemenin yapıldığı bir diğer bölüm de mikro yapıdır. Mikro yapı çözümlemesinde; sentaktik çözümleme, bölgesel uyum, sözcük seçimleri ve retorik çözümlemeleri yapılmaktadır. Sentaktik çözümlemede cümlelerin basit/karmaşık, aktif/pasif yapılarına bakılarak bir analiz yapılmaktadır. Haber metninde kullanılan sözcükler de ideolojik yapılanmanın anlaşılması açısından mikro yapı içinde analiz edilmektedir. Sözcük seçimlerine bakılarak sosyal aktörler hakkındaki temel inanç ve ideolojiler ortaya konmaktadır. Bölgesel uyum olarak adlandırılan çözümlemede ise haber metninde ardı ardına gelen cümleler arasında oluşturulmaya çalışılan nedensel, işlevsel ve referansal ilişkiler ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır

Buna göre 2019 yerel seçimleri hakkında seçim propaganda başlangıç tarihi olan 1 Ocak 2019 ile 30 Mart 2019 tarihleri arasında içerik doğrulama sitelerinden [www.teyit.org](http://www.teyit.org) ve [dogrulukpayi.com](http://dogrulukpayi.com), online haber sitelerinden ise [www.aa.com.tr](http://www.aa.com.tr), [www.hurriyet.com.tr](http://www.hurriyet.com.tr) ve [www.mynet.com](http://www.mynet.com) sitelerinde yayınlanan 98 haber çalışmaya dahil edilmiştir (Haberlerin tamamı ekler bölümünde sunulmuştur). Sosyal medyanın yalan haber üretiminde ve dolaşım gücünün artmasında rolünün sorgulanmasına paralel olarak manipülatif haberlerle mücadele etmeye çalışan, özellikle sosyal medyada dolaşıma giren şüpheli haberler için teyit hizmeti sunma amacıyla yola çıkan ve ülkemizde de çeşitli türlerinin uygulamaya geçirildiği internet teyit/doğrulama platformlarından [www.dogrulukpayi](http://www.dogrulukpayi) ve [www.teyit.org](http://www.teyit.org) siteleri bu araştırmada ele alınan haber kaynaklarından iki tanesidir. Ülkemizde internet haber doğrulama platformlarının tarihi ise göreceli olarak yenidir. Bu alandaki ilk girişim olarak gösterilebilecek [www.dogrulukpayi.com](http://www.dogrulukpayi.com) politikacıların demeçlerinin doğruluğunu ölçmek amacını taşıdığından araştırmada kullanılmıştır. Teyit Medya Araştırmaları tarafından bağımsız bir girişim olarak 2016 yılında kurulan ve amacını “yaygın bilinen yanlışlardan, sosyal medyanın gündemine oturan şüpheli bilgilere, yaygın medyanın gündeme getirdiği iddialardan, şehir efsanelerine birçok alanda

doğrulama yaparak okurun süzgeçten geçirilmiş bilgiye ulaşması” (<https://teyit.org/>) şeklinde belirten [www.teyit.org](http://www.teyit.org) ise bir diğer haber doğrulama sitesi olarak araştırmada kullanılmıştır. Bu sitelerde yerel seçimlerle ilgili yapılan haberlerden büyük bir bölümü sosyal medyada kimliği belli olmayan kişiler tarafından atılan iddialar ve gerçeklere dayandırılmayan temellere inşa edilmiş paylaşımlardan oluşmaktadır. Bundan dolayı bu tür haberler araştırma kapsamının dışında bırakılmıştır. Ayrıca Türkiye'nin ilk Türkçe internet platformu olan 1999 yılında kurulan, 2019 yılı sonu itibarı ile 26 milyon internet kullanıcısına hizmet veren Mynet.com, Türk internet kullanıcılarının %49'una (comScore, 2022) erişen Türkiye'nin en büyük internet platformlarından ve dünyanın en fazla ziyaret edilen dört yüz internet firmasından birisi olması nedeniyle çalışmaya dâhil edilmiştir. Türkiye'nin en çok okunan gazetelerinden olan, Türkiye'de en çok ziyaret edilen onbirinci ve en çok ziyaret edilen haber sitesi olan Hürriyet gazetesinin online internet sitesi [hurriyet.com.tr](http://hurriyet.com.tr) de çalışmaya dahil edilen haber sitelerinden biridir. Türkiye'nin en büyük haber kaynaklarından olan Anadolu Ajansı'nın internet sitesi olan [www.aa.com.tr](http://www.aa.com.tr) de çalışmaya dâhil edilmiştir. Türkiye' de yerel seçimlerde rekabetin en fazla yaşandığı İstanbul ve Ankara illerinin (Cumhur İttifakı ve Millet İttifakı) adayları ve bu şehirlerle ilgili seçim çalışmalarını konu edinen haberlerle araştırma sınırlandırılmıştır. İncelemede öncelikle [teyit.org](http://teyit.org)'da, [dogrulukpayi.com](http://dogrulukpayi.com)'da, [mynet.com](http://mynet.com), [hurriyet.com.tr](http://hurriyet.com.tr) ve [aa.com.tr](http://aa.com.tr)'de ele alınan seçimlerle ilgili haberlerin kısa özeti, haberlerin kaynakları, paylaşım biçimleri tespit edilmiştir. Tezi ikinci bölümünde bahsedildiği üzere dijital ortamda yayınlanan haberlere karşı gösterilen tepkiler de haberin bir parçasını oluşturduğu için bu değerlendirmeler de haberle birlikte ele alınmıştır. Tematik yapı analizinde; başlıklar, haber girişleri, spotlar, spot olmadığı durumlarda haber metninin ilk paragrafı, haberin tek paragraftan oluştuğu durumlarda haberin ilk cümlesi incelenmektedir. Çalışmada ele alınan haber başlıklarında bir konuyla ilgili haberlerin büyük bir kısmı tek paragraftan oluştuğu için incelemede söz konusu haberlerin ilk cümleleri haber girişi olarak kullanılmıştır. Çalışmada incelenen haberlerin tarih, konu, toplam sayı gibi genel bilgileri aşağıdaki tabloda şematize edilmiştir.

**Tablo 3. İncelenen Haber Kaynakları ve Sayıları**

| Haber Kaynağı  | Haberlerin yer aldığı tarih aralığı | Haberin başlıkları                                                                                                                                                     | Konu | Toplam Sayısı | Haber          |
|----------------|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------|----------------|
| Doğruluk payı  | 1 Ocak 30 Mart 2019 arası           | Ekrem İmamoğlu, Tayyip Erdoğan, Binali Yıldırım                                                                                                                        |      | 5 Haber       | bulunmaktadır  |
| Teyit          | 1 Ocak 30 Mart 2019 arası           | Ekrem İmamoğlu, Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu, Ak Parti, CHP                                                                                                      |      | 11 Haber      | bulunmaktadır  |
| Mynet          | 1 Ocak 30 Mart 2019 arası           | Recep Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu, Mehmet Özhasseki, Devlet Bahçeli, Binali yıldırım, Mahir Ünal, Numan Kurtulmuş, Mansur yavaş, Ekrem İmamoğlu, Yaşar Yıldırım |      | 46 Haber      | bulunmaktadır. |
| Hürriyet       | 1 Ocak 30 Mart 2019 arası           | Binali Yıldırım, Devlet Bahçeli, Recep Tayyip Erdoğan, Numan Kurtulmuş, Ekrem İmamoğlu                                                                                 |      | 12 Haber      | bulunmaktadır  |
| Anadolu Ajansı | Şubat-Nisan 2019 arası              | Mehmet Özhasseki, Binali yıldırım, Mansur yavaş, Recep Tayyip Erdoğan, Devlet Bahçeli, Mahir Ünal, Kemal Kılıçdaroğlu                                                  |      | 24 Haber      | bulunmaktadır  |

Tablo 3 incelendiğinde toplam haberlerin %16,32 doğrulama sitelerinde yer alırken, %83,68 doğrulama sitelerinde yer bulmamıştır. İncelenen haberlerin tamamı Ocak ve Nisan 2019 ayları arasında yayınlanmıştır.

### 3.2. Bulgular

Bu başlık altında incelenen haberlere ait bulgular yer almaktadır. Bulgular eleştirel söylem analizi çerçevesinde önce makro yapı incelemesi daha sonra da mikro yapı incelemesi şeklinde verilecektir.

### 3.2.1. Makro yapı incelemesi

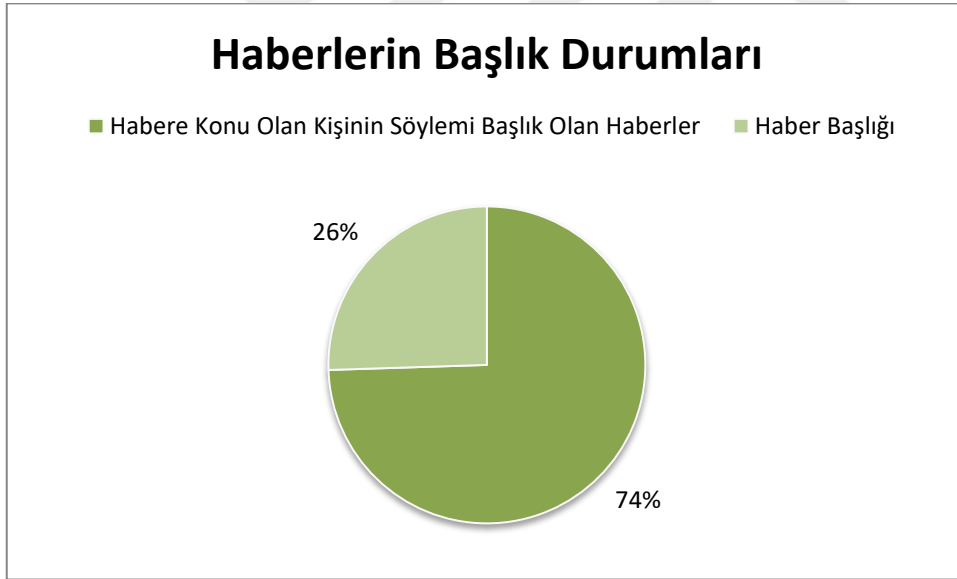
Başlıklar, haber girişleri, ana olay, haber kaynakları, ardalın ve bağlam bilgisi, olayın taraflarının yorumları/değerlendirmeleri, fotoğraflar vb. unsurlar makro yapı içerisinde ele alınmaktadır.

#### 3.2.1.1. Haber başlıklarından gerçek ötesi yaratımı

İncelenen haberlerde başlık bilgisi genellikle habere konu olan kişinin söylemlerinden alınarak oluşturulmuştur.

**Tablo 4.** İncelenen Haberlerin Başlık Durumları

| Habere Konu Olan Kişinin Söylemi<br>Başlık Olan Haberler | Haber Başlığı |
|----------------------------------------------------------|---------------|
| 73                                                       | 25            |



**Şekil 7.** Haber Başlık Grafiği

İncelenen toplam 98 haberin 73'ünde başlık, habere konu olan kişinin söyleminden oluşturulmuştur. 25 haberde ise haber başlığı vardır. Bu haberlerde başlık genellikle başlık yerine habere konu olan kişinin söyleminden oluşmuştur. Bu tür başlıkların kullanılmasının nedeni habere karşı kişileri yönlendirmek ve kişilerin söylemlerinin daha dikkat çekici olmasından dolayı habere karşı ilgiyi artırmak

amaçlı olabilir. Burada siyasilerin söylemleri karar verme durumundaki vatandaşın ilgisini ve oyunu kendisine yönlendirme gayesi barındırdığından haber başlığı olarak bu söylemlerin seçilmesi siyasi yönlendirme yaptığını düşündürmektedir. Öte yandan başlıkların genellikle bu şekilde seçilmesi gerçek ötesi açısından değerlendirildiğinde gerçeğin çarpıtılması olarak görünmemektedir. Başlıklar gerçeğin çarpıtılmasından daha ziyade haber içerisinden bir bölümün daha ön plana çıkartılması şeklinde gerçekleşmiştir. Burada başlıkların bu şekilde kullanımı siyasi propaganda şeklinde yorumlanabilir. Habere konu olan kişinin veya partinin propagandası kendi söyleminin başlıkla ön plana çıkartılması şeklinde görülmektedir.

Örneğin 16 Mart 2019 da Mynet.com’ da Mehmet Özhaske ile ilgili haberinde “Doğru adamsan çık bunları anlat” başlığı, 28 Mart 2019 tarihinde Anadolu Ajansı tarafından Recep Tayyip Erdoğan ile ilgili haberde “Cumhurbaşkanı Erdoğan: Sahte senet tüccarlarına Ankara’yı teslim edemeyiz” başlığı ve 25 Şubat 2019 tarihinde Hürriyet Gazetesi’nin Numan Kurtulmuş ile ilgili haberinde “Örtülü değildir, bu ittifak artık açık bir seçim ittifakıdır” başlığı bu şekilde değerlendirilecek başlıklardan bazılarıdır. Bununla birlikte kişilerin kendi ifadeleri haricinde haber başlıklarına da rastlanmıştır. Örneğin 6 Mart 2019 tarihinde Hürriyet Gazetesi’nin Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberinde “Ekrem İmamoğlu seçim çalışmalarını Beyoğlu’nda sürdürüyor” başlığı, 14 Mart 2019 da Mynet.com’ da Recep Tayyip Erdoğan ile ilgili haberinde “Erdoğan, canlı yayında soruları yanıtladı” başlığı ve 12 Mart 2019 tarihinde Anadolu Ajansı tarafından Recep Tayyip Erdoğan ile ilgili haberde “Gebze-Halkalı Banliyö Tren Hatları açıldı” başlığı bu başlıklardan bazılarıdır. Öte yandan incelenen haberlerde ideolojik bir dil kullanımına da rastlanmaktadır. Anadolu Ajansı’nın 23 Mart 2019 tarihinde Devlet Bahçeli ile ilgili haberinde “31 Mart terör sevicilerle Türkiye sevdalıları arasındaki en kritik seçim olacaktır” ifadesinde terör ve sevgi kelimeleri birlikte kullanılmış ve bunu da seçim ile ilişkilendirmiş olarak görülmektedir. Terör insanların benimsemediği bir kavram olmakla birlikte bunu sevgi ile ilişkilendirmek yönlendirici bir başlık olarak görülmektedir. Yine Anadolu Ajansı’nın 26 Mart 2019 tarihinde Mahir Ünal ile ilgili haberinde “Vergi kaçırın kimse şehri emin olabilir mi” başlığında belediye başkanı yerine şehri emin kelimesini seçerek emin ile vergi kaçırma kelimeleri bir fikri yönlendirme içermektedir. Mynet’in 16 Mart 2019 tarihli Recep Tayyip Erdoğan ile

ilgili haber başlığında ise “Erdoğan'dan Mansur Yavaş'a sert sözler: Adamda her türlü yolsuzluk var!” ifadesi kullanılmıştır. Burada da Mansur Yavaş'a yolsuz derken başlıkta sert söz kastedilmektedir. Yolsuzluk ithamı sert bir ithamdır. Burada da pekiştirme söz konusu olarak görülmekte Recep Tayyip Erdoğan'ı Cumhurbaşkanı olması ve iktidarı elinde bulundurma kimliğinden dolayı daha güçlü göstererek, sert sözler sarf edebilmesini bu bağlamda iletme durumunu göstermektedir. Mynet'in 4 Ocak 2019 tarihli haberinde “Kemal Kılıçdaroğlu'ndan olay iddia: Binali Yıldırım korktuğu için istifa etmiyor!” başlıklı haber başlığında yer alan korku ve istifa kelimeleri Binali Yıldırım ile birlikte kullanılmıştır. Burada da okuyucuyu fikri yönlendirme yapılmaktadır. Haber başlığındaki olay sözcüğü ise habere ilgiyi artıma amaçlı yapılmıştır.

Yukarıda verilen haber başlıklarında da görüldüğü gibi büyük bir çoğunluğu habere konu olan kişinin kendi söyleminden oluşmakta ve siyasi propaganda amacı güdülmekte olduğu yorumu yapılabilir. Burada enformasyon türlerinden abartılı enformasyon durumu söz konusudur. Haberler Cumhuriyet İttifakına mensup kişilerin ösylemelerinden daha fazla yapıldığı görülmektedir. Burada en büyük sebep iktidara yakın olarak ifade edilen medyanın olması kamu kurumu olan Anadolu Ajansının haberlerini iktidar yönünde yapmasından kaynaklandığı ifade edilebilir. Ayrıca Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın da seçim ile ilgili çalışma yapması ve devlet başkanı olması nedeniyle tüm haber ajansları tarafından takip edilerek açıklamalarına yer verilmesinin etkisi olduğu düşünülmektedir. Daha önceki seçim dönemlerinde cumhurbaşkanları tarafsız olması yani parti bağlantısının olmaması nedeniyle seçimlerde aktif olarak çalışma yapmamışlardır. Ancak 2018 yılında Ayasada yapılan değişiklik ile artık cumhurbaşkanı partili olabilmekte ve bu durumda seçim çalışmalarını aktif olarak karılabilmektedir.

### **3.2.1.2. Haber girişlerinde gerçek ötesi yaratımı**

İncelenen haberlerde, haber girişleri bulunmaktadır. Bu haberlerde haber başlığında verilen ifadeye ek bilgiler verilerek haber girişi oluşturulmuştur. Örneğin Anadolu Ajansının 2 Şubat 2019 tarihli Mansur Yavaş ile ilgili haberinde “CHP'nin Ankara Büyükşehir Belediye Başkan adayı Yavaş: Herkese eşit hizmet edeceğiz” başlığı kullanılırken spot haberde “CHP'nin Ankara Büyükşehir Belediye Başkan

adayı Mansur Yavaş, "Herkes eşit hizmet edeceğiz. Vergi alırken kimseyi ayırmıyorsak, hizmet ederken de kimseyi ayırmayacağız. Bundan kimsenin şüphesi olmasın dedi" ifadesi bulunmaktadır. Hürriyet Gazetesinin 20 Şubat 2019 tarihli Binali Yıldırım ile ilgili haberinde "Hızlı trenle İstanbul'a" başlığı kullanılırken spot haberde "AK Parti İstanbul büyükşehir belediye başkan adayı Binali Yıldırım, istifa ettiği TBMM Başkanlık mührünü dün MHP'li Celal Adan'a teslim etti. Yıldırım devir töreninin ardından ailesiyle birlikte hızlı trenle İstanbul'a gitti" bilgisi yer almaktadır. Bazı haberlerde ise haber girişi veya spot haberin ilk paragrafı olarak kullanılmıştır. Örneğin Mynet'in 13 Mart 2019 tarihli Mehmet Özhasseki ile ilgili haberinde "Mansur Yavaş'ın iddiaları sonrası Mehmet Özhasseki'den ilk açıklama: Türkiye'yi terk ederim" başlığı bulunurken haber girişi aynı zamanda haberin ilk paragrafı "AK Parti Ankara Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Mehmet Özhasseki, CHP Ankara Adayı Mansur Yavaş'ın iddialarına ilk kez yanıt verdi". Canlı yayında soruları yanıtlayan Özhasseki, "Eğer o adamı biz konuşturmuşsak veya dediği gibi benimle ilgili bir şey varsa Türkiye'yi terk ederim" şeklinde görülmektedir.

Burada haber girişi kullanılmasının sebebi haber kurgusunda başlık olarak verilen haberin içeriğinin daha ilgi çekici hale getirilmesi içindir. Ayrıca haber girişlerinde haber başlığına paralel olarak biraz daha ek bilgi verilerek siyasi propaganda yapılması durumu görülmektedir. Haber girişlerinde de yer, zaman bilgilerinden daha ziyade habere konu olan kişilerin söylemlerine yer verilmeye devam edildiği görülmektedir. Bu durum siyasi yönlendirme ve propaganda şeklinde değerlendirilebilir. Ayrıca abartılı enformasyon durumu haber girişlerinde de görülmektedir. Bu durum da siyasi yönlendirme şeklinde değerlendirilmektedir.

### **3.2.1.3. Haberlerde zaman bilgisinin gerçek ötesi yaratımı**

Haberlerde ise genellikle zaman bilgisi bulunmamaktadır. Yer bilgisi ise haber ve haber başlıklarında bulunurken bazı haberlerde ise yer bilgisi verilmemiştir. Örneğin Anadolu Ajansı'nın 12 Şubat 2019 tarihli Binali Yıldırım ile ilgili "İstanbul'da trafik sorununu çözerim" başlıklı haberinde "TBMM Başkanı ve AK Parti İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Binali Yıldırım, MHP Ümraniye İlçe Başkanlığı'nın Ümraniye Nikâh Sarayı'nda düzenlediği "Cumhur İttifakı İstişare Toplantısı"nda yaptığı konuşmasına, toplantıyı düzenleyenlere ve İstanbul için

düşüncelerini paylaşımlara teşekkür ederek başladı.” Haber girişinde yer bilgisi bulunmaktadır. Hürriyet Gazetesinin 23 Mart 2019 tarihinde Devlet Bahçeli ile ilgili “Son dakika! Bahçeli'den Ankara mitinginde dikkat çeken sözler” başlıklı haberinde “MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli Atatürk Kültür Merkezi Hipodrom Alanı’nda düzenlenen Cumhuriyet İttifakı Ankara mitinginde konuştu. Bahçeli konuşmasında CHP Ankara Büyükşehir Belediye başkan adayı Mansur Yavaş’ı eleştirerek, "Eski ülkücüymüş, MHP’liymiş. Bunların hepsi masal, hepsi fasa fisodur. Ya ülkücüsündür ya değildir. Arası yoktur ortası yoktur" dedi.” Hem başlıkta hem de haber girişinde yer bilgisi bulunmaktadır. Öte yandan Anadolu Ajansının 28 Mart 2019 tarihli “CHP Genel Başkanı Kılıçdaroğlu: CHP insan odaklı, Türkiye'nin çıkarlarına endeksli siyaset yapıyor” başlıklı haberinde sadece haberin giriş kısmından önce İstanbul ibaresi geçiyor olsa da detaylı bilgi verilmemiştir. Bu durum da haberin niteliği açısından önemlidir. Haberlerde haber kaynağı haberin başında veya haberin sonunda DHA veya AA şeklinde belirtilmiştir. Haber kaynağı haberin kalitesini ve etkinliğini artıracak unsurlardan olup nitelikli haber açısından önem taşımaktadır.

Zaman bilgisi bulunmamasının sebebi haber üretiminde haber veya habere konu olan kişilerin ön plana çıkarılması şeklinde yorumlanabilir. Zira haberlerde görüldüğü üzere zaman bilgisinden daha ziyade habere konu olan kişilerin söylemleri abartılı enformasyon şeklinde değerlendirilmektedir. Bu durumda haber kurgusunda eksik bilgi taşıdığından haber kalitesini düşürmektedir. Fakat abartılı enformasyon durumu düşünüldüğünde siyasi yönlendirme söz konusu olarak görülmektedir.

#### **3.2.1.4. Haberlerde arılan ve bağlam bilgisinin gerçek ötesi yaratımı**

Haberlerde arılan ve bağlam bilgisi kimi haberde bulunurken kimi haberde de yer almamıştır. Örneğin Anadolu Ajansının 3 Ocak 2019 tarihinde Mehmet Özhaskeki ile ilgili “İnsanlar yaşadıkları kentten keyif almalı” başlıklı haberinde yaşanan şehir ile ilgili bir keyif alma durumundan bahsediyor. Ardından spot haberde “AK Parti Ankara Büyükşehir Belediye Başkan adayı Özhaskeki, "İnsanlar yaşadıkları kentten keyif almalı, bunu sağlayacak projeler hazırladık."” ifadesi yer alıyor ve bu keyif alabilme durumu için projeler hazırlandığından bahsediyor. Haberin ilerleyen kısmında ise “Başkent için tasarladıkları projelerin yapı-inşa

temelli projeler olmadığının altını çizen Özhaseki, -Bu projeler tamamen insan odaklı projeler. Daha çok sosyal, çevreci, yeşili önceleyen, akıllı şehir konseptine uygun çağı yakalamış projeler. Biz bu projelere çok emek verdik.” Şeklinde devam ettirerek bunun neden ve sonuç ilişkisini kurmuştur. Bir başka örnekte ise Anadolu Ajansı’nın 30 Mart 2019 tarihli Devlet Bahçeli ile ilgili “MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli: Beka bu seçimin kaderidir” başlıklı haberinde seçim ve bekanın kader bağlamında ele alınmasını kurgulamıştır. Haberin girişinde “MHP Genel Başkanı Bahçeli, -Türkiye'nin bir sistem değişikliğinin yanında bir de beka sorunu ortaya çıkmaktadır. O sebepten dolayı beka bu seçimin kaderi ve bu seçimin ifade tarzıdır” Şeklinde konuya giriş yapılmış ve

“Türkiye'nin başarısız kalmasını arzulayan her çevrenin seçim dönemini de kara propagandalarla kaos, kriz ve kargaşaya sürüklemek gibi bir amaç içerisinde olduğunu belirten Bahçeli, “Böyle bir süreci dikkate aldığımız vakit, Türkiye'nin bir sistem değişikliğinin yanında bir de beka sorunu ortaya çıkmaktadır. O sebepten dolayı beka bu seçimin kaderi ve bu seçimin ifade tarzıdır. Bunu sadece mahalli idareler seçimleriyle, ifade etmek doğru değildir” değerlendirmesinde bulundu”

Şeklinde haber ve bağlam bilgisi kurulmuştur. Burada haberlerde verilen örneklerde de olduğu gibi bağlam bilgisinin olması gerçek ötesi olarak bakıldığında haberin niteliğini artırmakta ve başlıkla birlikte haberin bütünsel kurgusunu ortaya çıkardığından dolayı okuyucuyu siyasi olarak yönlendirdiği düşünülebilir. Haber başlıklarında verilen yönlendirme durumunun içerik ve bağlam bilgisiyle birlikte okuyucuya propaganda yapılması şeklinde değerlendirilmektedir. Ayrıca verilen başlıklarda siyasi rakipleri yıpratıcı ifadeler yer aldığından dolayı bu durum ardalan ve bağlam bilgileri ile birlikte pekiştirilmiş ve gerçek ötesi kurgusu oluşturulmuştur. Bu örneklerle birlikte bağlam bilgisi kurulmayan haberler de mevcuttur. Örneğin Anadolu Ajansının 16 Şubat 2019 tarihli Binali Yıldırım ile ilgili “İstanbul'da trafik sorununu çözerim” başlıklı haberinde bir trafik sorununun çözümünden bahsediyor olarak görülmektedir. Haber girişinde

“AK Parti İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Binali Yıldırım, - Sorunları çözeceğiz. Ulaşım ve trafik benim işim. Türkiye'de çözdüm, İstanbul'da da hayli hayli çözerim” ifadesi yer almaktadır. Haberin devamında ise trafik sorunundan bahsetmeden ilerlemiştir. Haber sonunda

“İyi bir seçim kampanyası sürdüreceklerini dile getiren Yıldırım, -İstanbul’a ve İstanbullulara neler yapacağımızı gayet iyi biliyoruz. Çünkü yaptıklarımız, yapacaklarımızın teminatıdır. İstanbul dünyada en fazla görülmek istenen şehir. Sorunları yok mu? Var. Ama şunu aklınızdan çıkarmayın, sorunları torunlara bırakacak değiliz. Sorunları çözeceğiz. Ulaşım ve trafik benim işim. Türkiye’de çözdüm, İstanbul’da da hayli hayli çözerim” yer almıştır.

Görüldüğü gibi çarpıcı bir başlık verilmiş ama bununda ilgili bağlam bilgisi yer almamıştır. Ne, ne zaman, nasıl gibi sorular cevapsız kalmıştır. Haberde başlık ön plana çıkarılarak büyük bir sorunun çözümü için Binali Yıldırım’ın seçilmesi gerektiği şeklinde siyasi yönlendirme yapılmıştır. Yani içerik ve ardaan bilgisinden daha ziyade başlığa dikkat çekilmiştir. Başka bir haberde ise aynı konu bağlam bilgisi kurularak verilmiştir. Gene Anadolu Ajansının 28 Şubat 2019 tarihli “Binali Yıldırım: Hedefimiz 5 yıl içinde raylı sistemin payını 518 kilometreye çıkarmak” başlıklı haberde

“Binali Yıldırım, -Hedefimiz 5 yıl içinde raylı sistemin payını 518 kilometreye çıkarmak. 518 kilometreye çıktığımız zaman Tokyo’yu, Londra’yı, Paris’i geçiyoruz” dedi”

Haber girişi kullanılmıştır. Ardından “Metrobüsün kapasitesi yüzde 50 artacak”, “1 milyon 750 bin otopark ihtiyacı var”, “Esenler’deki otogarı kaldıracağız” ve “Akıllı trafik yönetim sistemi projesi” gibi ara başlıklarla konu ve bağlam bilgisi kurulmuştur. Hürriyet gazetesinin 28 Mart 2019 tarihli Recep Tayyip Erdoğan ile ilgili haberinde “Cumhurbaşkanı Erdoğan: En büyük yanılmayı onlar yaşayacak” başlıklı haberinde

“Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, ortak canlı yayında soruları yanıtladı. Erdoğan, -Meydanların diline baktığımızda bu seçimde çok ciddi bir yanılmayı anket şirketleri yaşayacak dedi” haber girişi kullanılmıştır.

Haberin ilerleyen kısımlarında ise

...gerçekten meydanların diline baktığımızda öyle zannediyorum ki bu seçimde çok ciddi bir yanılmayı anket şirketleri yaşayacak. Çünkü anketlerden gelen bilgilere baktığımız zaman aralarında korkunç farklılıklar var. Birbirine yakın bile diyemeyeceğim kadar farklılıklar var. Ama meydana baktığınız zaman ben diyorum ki meydanlar yalan söylemez. Mecbur mu yani bu insanlar meydanlara gelsin. Diyelim, bugün Düzce’de saat 12, millet meydana. Bu meydana dolduran benim Düzceli kardeşlerim, büyük bir heyecanla, büyük bir coşkuyla kadını, erkeği orada konuşmam bitene kadar ayrılma diye bir şey yok (www.hurriyet.com.tr)

şeklinde açıklanarak bağlam bilgisi kurulmuştur. Burada bağlam bilgisi kurulmayan haberlere bakıldığında ise gerçek ötesi durumu mevcut olarak görülmektedir. Haber tamamen habere konu olan siyasi kişinin söylemleri ile gerçekleştirilmiş ve bu

ifadelere odaklanılmasını, yani bu siyasiye odaklanılmasını işaret etmek istemiştir. Bu durum ise hem siyasi yönlendirme, hem de propaganda şeklinde değerlendirilmektedir. Ayrıca haber niteliği ile ilgili, yer, zaman ve söylemlerin doğruluğuna dair bilgi veya görüş bildirilmemiştir. Bu durum da gerçek ötesi haber kurgusu şeklinde değerlendirilmektedir. Bu haberlerde yetersiz enformasyon durumu görülmektedir. Haberde bazı fikirlere değinilse de tek taraflı olduğundan dolayı hem yetersiz enformasyon hem de abartılı enformasyon durumu görülmektedir.

### 3.2.1.5. Haber fotoğraflarında gerçek ötesi yaratımı

Haber fotoğrafları incelendiğinde genellikle bir miting esnasında yapılan konuşmadan çekilmiş bir fotoğraf ya da televizyonda yayınlanan bir programdan alınan bir görüntü haber fotoğrafı olarak kullanılmıştır. Örneğin şekil 8’de görülen fotoğrafı incelediğimizde;



**Şekil 8.** Mehmet Özhasseki “AK Parti Ankara Büyükşehir Belediye Başkan adayı Özhasseki: Türkiye'yi bölmeye kimsenin gücü yetmez” ([www.aa.com.tr](http://www.aa.com.tr))

Şekil 8 incelendiğinde Mehmet Özhasseki bir miting konuşmasında iken çekilen fotoğrafı kullanılmıştır. Yanında kendisi ile birlikte yer alan bazı kişilerin de fotoğrafta yer alması ve elinde mikrofon olması seçimle ilgili bir konuşma yaptığını göstermektedir. Açık havada yapılan bir konuşmanın görseli olduğu anlaşılmaktadır. Bu fotoğrafta yanında bulunan kişiler ile birlikte fotoğrafın verilmesi haberle olan

ilişki için olabilir. Haberde bizi bölmeye kimsenin gücü yetmez şeklinde başlıkla verilen habere istinaden birlikte çekilmiş fotoğraf konulmuş olabilir. Ayrıca Mehmet Özhasaki' nin arkasında bulunan şahsın son derece dikkatli ve ciddi bir tavırla dinlediği görülmektedir. Bu durum da çok ciddi bir meseleden bahsedildiğini gösterilmek istenmektedir. Ayrıca diğer şahsın gülümsemesi de konu ile ilgili söylemlerden memnuniyet duyması şeklinde yorumlanabilir. Bu haberde bahsedilen başlık ve konu ile ilgili haber fotoğrafında haber kurgusunu destekler nitelikte olduğu görülmektedir. Bu durumdan da siyasi bir yönlendirme durumundan bahsedilebilir. Ayrıca bu fotoğrafta hem gülen hem de ciddi bir tavırla son derece dikkatli dinleyen birisinin olması konuşmanın son derece dikkatli dinlenen bir konu olmasını pekiştirmek için olmasından dolayı da propaganda şeklinde yorumlanabilir. şekil 9 de ise Recep Tayyip Erdoğan resmi bir çalışma ofisi ortamında iken ve büyük ihtimalle bir televizyon programında söyleşi yaparken çekilmiş bir fotoğraf kullanılmıştır.



**Şekil 9.** Recep Tayyip Erdoğan “Cumhurbaşkanı Erdoğan: En büyük yanılmayı onlar yaşayacak” (www.hurriyet.com.tr)

Fotoğrafta arka planda Türk bayrağının olması ve fotoğrafın netlik durumu bize bunu göstermektedir. Bu görselde belirtilen arka plandaki Türk bayrağı devleti temsil etmesi bakımından resmi bir açıklama gibi gösterilmek istenmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Ayrıca Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın

ise resmi bir kıyafet olan kravat ve takım elbiseli olan hali ile resmi bir açıklama olarak gösterilmiştir. Burada Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın tek başına olması ise gücü simgelemiştir. Bu seçimde tek başına tüm rakiplere karşı duruyor görüntüsü vermiştir. Bununla birlikte Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın oturduğu koltuk ise altın yıldızlı rengi olan bir koltuk olması da ihtişamı göstermektedir. Bu fotoğraftaki çıkarılabilecek olan değerlendirme ise siyasal yönlendirme şeklindedir. Ayrıca Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın yüz ifadesi de son derece kararlı ve sakin bir yüz ifadesidir. Bu da haberde verilen en büyük yanlışlığı onlar yaşayacak ifadesini pekiştirmek için bu fotoğrafın kullanılması da gerçek ötesi kurgusu ile siyasal yönlendirme şeklinde yorumlanabilir. Şekil 10'da ise Binali Yıldırım'ın bir Televizyon programına katıldığı görüntüsü kullanılmıştır.



**Şekil 3.** Binali Yıldırım “Binali Yıldırım: Hedefimiz 5 yıl içinde raylı sistemin payını 518 kilometreye çıkarmak” ([www.aa.com.tr](http://www.aa.com.tr))

Şeklin arka planında seçim ile ilgili bazı yazılar olduğu görülmektedir. Görsele bakıldığında Binali Yıldırım'ın resmi kıyafetle olan görüntüsü dikkat çekmektedir. Burada sürekli görev başında olan, resmi kıyafetini bile değiştirmeyen bir kişi algısı oluşturulmak istenmiş olabilir. Ayrıca raylı sistemle ilgili olan söylemlerinden dolayı son derece kendinden emin ve bu röportajın yapılmasından dolayı memnun olan bir görüntü ortaya çıkmaktadır. Burada da kendinden emin ve rahat bir görüntünün olduğu görselin kullanılması siyasal yönlendirme olarak

karşımıza çıkmaktadır. Şekil 11’de ise Ekrem İmamoğlu Sokak ziyaretleri esnasında iken çekilmiş bir fotoğraf bulunmaktadır.



**Şekil 11.** Ekrem İmamoğlu “Ekrem İmamoğlu seçim çalışmalarını Beyoğlu’nda sürdürüyor” ([www.hurriyet.com.tr](http://www.hurriyet.com.tr))

Etrafındaki kalabalıktan ve yürüdüğü esnada eli ile selam vermesinden bu durum anlaşılmaktadır. Kullanılan görseller seçim dönemi olmasından ve bu süreci yansıtmak istemesinden uygun bir şekilde kullanılmıştır. Kullanılan haber başlıklarından daha fazla seçim atmosferini yansıtacak nitelikte görseller kullanılmaya çalışılmıştır. Ayrıca kullanılan görselde son derece kalabalık insan grubu ve kameralar görülmektedir. Bu durum tüm ilginin Ekrem İmamoğlu’nda olduğunu göstermek istenmiş olabilir. Ayrıca İmamoğlu’nun ise halkı selamlamış olduğu bir görsel kullanılmasından dolayı herkes tarafından sevilen ve kabul gören bir siyasi algısı oluşturulmaya çalışılmış olabilir. Etrafındaki insanların yüzlerindeki ifade bunu göstermektedir. Bu durum ise gerçek ötesi kurgulaması şeklinde yorumlanabilir. Haberde siyasal yönlendirmeden söz etmek mümkündür.

Haberlerde genellikle haber başlıklarında da değinildiği gibi kişilerin söylemleri kullanılmıştır. Bu durum haber başlıklarında olduğu gibi haber içeriğinde de görülmektedir. Seçim süreci olmasından dolayı miting esnasında, televizyon programında ya da bir röportaj esnasında kullanılan ifadeler haber olarak derlenmiştir. Bu durumdan dolayı haber taraflarının söylemleri ve haberdeki iddialar

haber içerisinde kalmıştır. Örneğin Anadolu Ajansı'nın 13 Mart 2019 tarihinde Recep Tayyip Erdoğan ile ilgili “Cumhurbaşkanı Erdoğan: 'Yıkım ittifakı seçimleri 17 yılın hesaplaşması olarak görüyor’” başlıklı haberinde Millet ittifakı için söylenen söz ve iddia haber içerisinde karşı tarafın söylemleri olmamasından dolayı karşılıksız kalmıştır. Mynet’in 16 Mart 2019 tarihli Mehmet Özhasseki ile ilgili “Mehmet Özhasseki'den Kılıçdaroğlu ve Yavaş'a ağır sözler!” haberinde “Kılıçdaroğlu hakkında "İzmir'den aday olmuş ama İzmir'den 3 tane semt söyle. Söyleyemez, yok" diyen Özhasseki, Mansur Yavaş hakkında ise "Arkadaşını söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim. Sen de ondan betersin. Ondan farkın yok" ifadesini kullandı.” ifadeleri gene karşı tarafın söylemleri eksik olduğundan karşılıksız kalmıştır. Bu tür haberlerde haber bütünlüğü sağlanıyor olarak görünse de haber taraflarının söylemleri eksik kaldığından haber değeri azalmaktadır. Bu ifadelerin eksik olması haber kurgulamasında fikri yönlendirme veya propaganda şeklinde yorumlanabilir. Haberlerde de görüldüğü üzere bu tarz haberler ise az denemeyecek kadar fazladır. Bu durum gerçek ötesi haberler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ayrıca haberlerde rastlanılan bir başka durum ise başlık olarak kullanılan cümle haber bütünlüğüne bakıldığında haber içerisinde az bir yer alsın da başlık olarak seçilmektedir. Örneğin Mynet’in 23 Mart 2019 tarihli haberinde Devlet Bahçeli ile ilgili “Devlet Bahçeli'den Mansur Yavaş'a sert sözler: Eski ülkücüymüş!” başlıklı haberinde “MHP Özhasseki'nin Arkasındadır”, “Hesabın İki Cihanda Nasıl Verecekler?”, “Nice Badireleri Atlattı Ama Taviz Vermedi”, “Türkiye Düşmanlarına Karşı Cumhur İttifakı Diyoruz” gibi haber bölümleri bulunsın da haber başlığındaki bölüm haberin tamamıymış gibi bir algı oluşturmaktadır. Siyasilerin detaylı ve geniş açıklamalarında sadece bir bölümünün haber olarak sunulduğu bu örnekte, gerçek ötesi sürecin yaratımında kullanılan unsurlardan biri olan belli bir fikre dikkat çekmek, tam da bu haberde oluşturulmuştur. Başka bir örnek de 25 Mart 2019 tarihli Hürriyet Gazetesi haberinde Cumhurbaşkanı Erdoğan ile ilgili haber başlığı “Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan flaş 'Ayasofya' açıklaması: Cami olarak ziyarete açabiliriz” başlığı kullanılmıştır. Haber içeriğine bakıldığında ise çok geniş ve birçok farklı konudan bahseden bir sohbet veya söyleşi şeklindeki televizyon programından derlenen bir haber olarak görülmektedir (detaylı içerik için bkz. Şekil 15). Olay ve olguları haberleştiren muhabir haberi belli bir bütünlük içinde verebilmek için 5N-

1K kuralına başvurmaktadır. Haberin yazımı açısından günümüzde kullanılan en geçerli yöntem, haberi 5N-1K kuralına göre oluşturmaktır. 5N-1K kuralı kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden (niçin) sorularına göre haberin oluşturulması anlamına gelir (Milli Eğitim Bakanlığı 2013). Buradaki Ayasofya konusu fikri yönlendirme şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Bahsedilen haberde bu unsurlar bulunmamakta ve Ayasofya ve cami konusu ön plana çıkarılarak fikri yönlendirme yapılmaya çalışılmıştır. Bu durum gerçek ötesi haber kurgulamasında daha önceki başlıklarda da sıklıkla değinildiği gibi abartılı enformasyon durumu şeklinde kendini göstermektedir. Abartılı enformasyonda bilginin bir bölümü daha ön plana çıkarılarak vurgulanmak istenmektedir ki bu da fikri yönlendirme durumu ile açıklanmaktadır.

### **3.2.2. Mikro yapı incelemesi**

Haberin mikro yapısının çözümlenmesinde; sentaktik çözümleme, bölgesel uyum, sözcük seçimleri ve retorik çözümlemeleri yapılmaktadır. Cümlelerin yapılarına, basit/karmaşık, etken/edilgen durumlarına, sözcük seçimlerine, haber metninde ardı ardına gelen cümleler ile oluşturulmaya çalışılan nedensel, işlevsel ve referansal ilişkilere, haberin inandırıcılığının sağlanması için kullanılan sayısal verilere, fotoğraflara vb. unsurlara bakılmaktadır (Özer 2011: 83, 84).

#### **3.2.2.1. Haberlerin sentaktik çözümlemesi**

Sentaktik çözümlemede haberde yer verilen cümlelerin yapılarına, öznenin nasıl konumlandığına ve cümlenin nasıl kurulduğuna bakılmaktadır. İncelenen haberlerde genellikle şimdiki zaman ile gelecek zaman kullanılmış ve tarafsız bir söylemle etken bir dil kullanılmıştır. Ayrıca özne olarak da gizli özne ile ben dili seçilmiştir. Özne doğru bir yapıda kullanılmıştır. Örneğin Mynet'in 7 Ocak 2019 tarihli Binali Yıldırım ile ilgili haberinde "Binali Yıldırım: Seçimde sonuç ne olursa olsun İstanbul kazansın istiyoruz" başlığında, Mynet'in 2 Ocak 2019 tarihli Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberinde "İkili bir seçimde kazanmak için yüzde 51 gerekiyor ve gereken oy oranı buysa biz de bunu başaracağız" ifadesinde öznenin doğru kullanıldığı görülebilir. Bu başlıklarda siyasetçilerin hem kendilerini hem de partilerini belirtmek amacıyla ben dilini kullandığını görmekteyiz. Binali Yıldırım ile ilgili haberde seçim sonucu ne olursa olsun İstanbul kazansın istiyoruz şeklindeki

ifade de iki düşünce ön plana çıkmaktadır. Birincisi, düşüncenize saygı duyuyorum ve İstanbul'luların kazanması için beni seçeceğinizi düşünüyorum demek istiyor olabilir. İkincisi ise kimin kazandığının öneminden daha ziyade ben sizlere her şeyden daha çok değer veriyorum ve en doğru aday kazansın istiyorum demek ki bu da beni seçebilirsiniz en doğru aday benim ifadesidir. Burada haber kullanımı habere konu olan kişinin kendi söylemlerinden oluşturulmuştur. Bu nedenle yorum katılmadan alıntılama yapılarak verilmesi fikri yönlendirme şeklinde yorumlanabilir. Haberin içeriğinde de bu durum bahsedildiği gibi görülmektedir.

Ekrem İmamoğlu ile ilgili ikili seçimden ve %51 oy ile kazanılmasından bahseden haberde iddialı bir dil kullanılmıştır. Haber içeriğine bakıldığında bir röportajdan alıntılar şeklinde verilen haberde bahsedilen ifade ön olana çıkarılmak istenmiştir. Haberin tamamında farklı konulardan bahsediliyorken Ekrem İmamoğlu'nun %51 ifadesi dikkat çekici ifade olarak haberin tamamıymış gibi sunulmuştur. Burada yanlış ve abartılı enformasyon durumu da görülmektedir. Okuyucuyu yönlendirme çabası bu haberde görülmektedir.

Haberlerde nedensel bir dil kullanılmıştır. Haberi sunarken söylenilen ifadenin neden söylendiği de belirtilmiştir. Bu yukarıda da belirtildiği gibi kimi zaman siyasi rakiplerin eleştirilmesiyle kimi zaman da hayata geçirilecek projeler ve vaatlerin açıklanmasıyla gerçekleşmiştir. Haberlerde referansal ve işlevsel bir dil de kullanılmıştır. Haberlerde genellikle rakamlar, Özel isimler, partiler telaffuz edilerek haber metni desteklenmeye çalışılmıştır. Örneğin Anadolu Ajansının 30 Mart 2019 tarihli Devlet Bahçeli ile ilgili haberinde "MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli: Beka bu seçimin kaderidir" başlığı kullanılmıştır. Ayrıca başlıkta geçen beka sözcüğünün neden kullanıldığı ise "Türkiye'nin başarısız kalmasını arzulayan her çevrenin seçim dönemini de kara propagandalarla kaos, kriz ve kargaşaya sürüklemek gibi bir amaç içerisinde olduğunu belirten Bahçeli, "Böyle bir süreci dikkate aldığımız vakit, Türkiye'nin bir sistem değişikliğinin yanında bir de beka sorunu ortaya çıkmaktadır. O sebepten dolayı beka bu seçimin kaderi ve bu seçimin ifade tarzıdır. Bunu sadece mahalli idareler seçimleriyle, ifade etmek doğru değildir." değerlendirmesinde bulundu." İfadesinde belirtilmiştir. Başka bir örnek ise Mynet'in 2 Ocak 2019 tarihli haberinde Ekrem İmamoğlu ile ilgili "Ekrem İmamoğlu: Yüzde 51'le kazanacağız" şeklinde başlık kullanılmış ve bu ifadenin nedeni de "Ben yapılan ittifaka ilişkin bir

sorun görmüyorum. Dilimizin herkesi kapsayacağına inanıyorum. İstanbul’da partiler üstü kavramlarla bu sürece hazır olduğumuzu belirtebilirim. Dolayısıyla bizim talep ettiğimiz oyun adı ‘İstanbul İttifakı’. Bu ittifak kavramıyla İstanbul’da yaşayan tüm yurttaşların oyuna talibim. Seçim sonrası ortaya çıkacak oy oranını da bugün kestirmek zor tabii ama İstanbul ve birçok il ikili bir seçime gidiyor gibi. İkili bir seçimde kazanmak için yüzde 51 gerekiyor ve gereken oy oranı buysa biz de bunu başaracağız.” Şeklinde belirtilmiştir. Ayrıca Yüzde 51 ibaresinde de referansal bir dil kullanımı da bulunmaktadır. Haberlerde bu şekilde bir kullanım görülmektedir. Örneğin Anadolu Ajansının 28 Şubat 2019 tarihli Binali Yıldırım ile ilgili haberinde “Binali Yıldırım: Hedefimiz 5 yıl içinde raylı sistemin payını 518 kilometreye çıkarmak” başlığında da rakamlarla referans alınmış bir dil şekli mevcuttur. Burada Ekrem İmamoğlu haberinde yukarıda da belirtildiği gibi fikri bir yönlendirme görülmektedir. Bu fikri yönlendirme ise %51 ile desteklenmek istenmiştir. Burada İmamoğlu’ nun vurgulamak istediği %51 in kritik bir aşama olduğu ve bunu İstanbullular ile başaracaklarını ve bütün İstanbul’ a eşit mesafede olduğunu belirtmek istemiştir. Haberde ise özellikle %51 ifadesi ön plana çıkarılmıştır. Haberde yönlendirme görülmektedir. Binali Yıldırım haberinde ise birçok konu içerisinde raylı sistem ile ilgili olan kısım ön plana referanssal bir dil ile çıkarılmıştır. Burada bu ifadenin ön plana çıkarılmak istenmesinin nedeni İstanbul’un en büyük sorunlarından birinin trafik sorunu olmasından hareketle bu sorunun çözümünün raylı sistemle olabileceği belirtilmiştir. Burada belirtilen 5 yıl 518 kilometre ifadeleri ise başkanlık süresi ve rastgele olmayan düz bir sayı değil hesaplanmış bir rakam olabileceğini düşündürdüğünden inandırıcılığı artırmaktadır. Ayrıca sadece bu kısmın ön plana çıkarılması gene fikri ve siyasi yönlendirme ile açıklanabilir. Ayrıca her iki haberde de abartılı enformasyon durumu da görülmektedir. Arıca Devlet Bahçeli’nin de kullanmış olduğu nedensel dil fikri yönlendirme amaçlıdır. Yapılan haberde özellikle beka konusunun üzerinde durulması ve bu bölümün haber haline getirilmesi, vurgulanması gerçek ötesi ve yönlendirici haber niteliği taşımaktadır. Bu durum incelenen haberlerin birçoğunda görülmektedir.

### 3.2.2.2. Haberlerde kullanılan sözcük seçimleri

Sözcük seçimleri sosyal aktörler hakkında toplumdaki yaygın inanç ve ideolojileri ortaya koyması açısından çözümlemenin en önemli bölümlerinden biridir. Seçilen sözcükler habercinin sahip olduğu dünya görüşünü yansıtması açısından oldukça önemlidir. Haberin sunumunda aynı insanın terörist ya da özgürlük savaşçısı olarak tanımlanabilmesi, muhabirin ve gazetenin ideolojisini ve de bağlı oldukları ideolojik atmosferi göstermektedir. Sözcük seçimleri haber söyleminin mikro yapıları içinde anlamın oluşmasıyla doğrudan ilişkilidir ve okuyucunun olaylar hakkında genel bir çerçeve kurmasını sağlar (Özer 2008: 417).

Haberlere bakıldığında ekonomi, terör, PKK, gerilla, bölücü, beka, rüşvet, sahte senet, istikrar, yatırım vb. gibi sözcükler özellikle seçilerek halkta ya sempati duygusu ya da siyasi rakibe karşı olumsuz algılar uyandıracak sözcükler seçilmeye çalışıldığı görülmüştür. Buradaki amacın her iki durumda da partilere yönelik propaganda yapılmaktadır. Örneğin Anadolu Ajansının 2 Mart tarihli haberinde (bkz. Şekil 12) “AK Parti Ankara Büyükşehir Belediye Başkan adayı Özhasseki: Türkiye'yi bölmeye kimsenin gücü yetmez” başlığındaki Türkiye ve bölücü kelimeleri bir arada kullanılmıştır. Burada Cumhur İttifakı haricindeki diğer parti adaylarının potansiyel bölücü oldukları ima edilmektedir. Ayrıca haber içeriğinde “Özhasseki, sonra "FETÖ" diye bir belanın ortaya çıktığına değinerek, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın dirayetiyle ve herkesin cesaretiyle bu belanın da kapandığını dile getirdi.” ifadesi yer almıştır. Haberin içeriğinde AKP dışındaki adayların potansiyel bölücü olmalarının yanında olası FETÖ terör örgütü işbirlikçisi iması yapılmaktadır. Haberde diğer adayların tam karşısına konumlandırılan AKP adayı bir kurtarıcı olarak sunulmuştur. Ayrıca AKP adayı haricinde başka bir adayın seçilmesi durumunda bu tehlikelerle karşılaşacakları da ima edilmektedir. Anadolu Ajansının 13 Mart 2019 tarihli haberinde (bkz. Resim 20) “Cumhurbaşkanı Erdoğan: 'Yıkım ittifakı seçimleri 17 yılın hesaplaşması olarak görüyor’” başlığında Yıkım ittifakı kelimesini Millet ittifakı için söyleyerek diğer adayların ülke için yıkıcı olduklarına dair fikri yönlendirme yapmıştır. Burada Cumhur İttifakı adayının haricindeki diğer adayların yapılan tüm hizmetleri bitireceklerini ve millete hizmet etmeyeceklerini ima etmiştir. Ayrıca kurulan ittifakın hizmet etmek yerine sadece Cumhur İttifakını yenmek gibi bir gayesi olduğunu da ima etmek istemiştir. Anadolu Ajansının 24

Mart 2019 tarihli haberinde de (bkz. Resim 15) “Cumhurbaşkanı Erdoğan, Ayasofya’nın ücretsiz olması önerisine ilişkin, "Olmayacak bir şey değil, hatta üzerinde öyle dururuz ki, adını müze değil artık Ayasofya Cami olarak koyarız." dedi.” Haber girişindeki Ayasofya ve cami ibareleri de sempati kazanmak adına fikri yönlendirme olarak görülmektedir. Burada haberin bir röportaj olduğu ve içeriğinin çok fazla olduğu haberde görülmüyor. Oysaki haberde sadece Ayasofya ile ilgili bölüm ön plana çıkarılmıştır. Burada abartılı enformasyon ve yönlendirme mevcuttur. Halkın sempatisini kazanma, manevi duygularını haberde Cumhurbaşkanı Erdoğan’a yönlendirme durumu görülmektedir. Anadolu Ajansının 28 Mart 2019 tarihli (bkz. Resim 21) “Cumhurbaşkanı Erdoğan: Sahte senet tüccarlarına Ankara'yı teslim edemeyiz” başlığında yer alan sahte senet ve tüccar kelimeleri rakip aday için söylenerek fikri yönlendirme yapılmıştır. Bu haberde bahsedilen sahte senet iddiaları Ankara Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Mansur Yavaş için söylenmiştir. Burada Mansur Yavaş adına verilmiş bir mahkeme kararı yoktur. Bu yüzden bu ifade sadece bir iddiadan ibarettir. Doğruluğu kanıtlanmış bir bilgi değildir. Bu yüzden bu haberde gerçek ötesi haber kurgulaması görülmektedir. Bunun yanında haberin AKP dışındaki CHP adayına karşı yönlendirme amacıyla yapıldığı kullanılan kelimelerden anlaşılmaktadır. AKP karşısındaki adaya yönelik gerçek dışı ifadelerin kullanılması bir siyasal iletişim propagandası olarak hakikat ötesinin inşa sürecini örneklemektedir. Anadolu Ajansının 3 Mart 2019 tarihli “MHP Genel Başkanı Bahçeli: HDP ile ittifak kuranlar 31 Mart'ta milli şamarı yiyecekler” başlığında HDP ile ittifak kelimelerini birlikte kullanmış rakip ile özdeşleştirmiştir. Ayrıca şamar kelimesi ile rakibi güçsüz göstererek fikri yönlendirme yapmıştır. Şiddet içerikli bir ifade olan şamarı yiyecekler kullanımında ben ve öteki ayrımı yapılmış. Bu ayrım da ben güçlü, erk olarak sunulurken, öteki edilgin, güçsüz olarak sunulmuştur. Bu kullanım ile de haberin okuyucularına gerçek ötesi bir kurgu sunularak okuyucunun AKP adayına yönlendirilmesi söz konusu olmuştur. Anadolu Ajansının 23 Mart 2019 tarihli “31 Mart terör sevicilerle Türkiye sevdalıları arasındaki en kritik seçim olacaktır” başlığında terör ve seviciler kelimelerini birlikte kullanmış ardından da Türkiye ve sevdalar kelimelerini de yan yana kullanarak halka karşı fikri yönlendirme çabası bulunmaktadır. Bu haberde seçimin AKP adayını haricindeki diğer adayların desteklenmesi ile terör seviciler olunacağı şeklinde ima edilmiştir. Bunun yanında

Türkiye’yi sevenlerin AKP adaylarına oy vereceğini ima ederek gerçek ötesi bir haber inşası sunulmuştur. Anadolu Ajansının 26 Mart 2019 tarihli “Vergi kaçırın kimse şehri emin olabilir mi?” başlığında da Mahir Ünal vergi kaçırma ve şehri emin kelimelerini birlikte kullanmıştır. Ayrıca bunu bir soru kalıbına dökerek olamayacağı şeklinde fikri yönlendirme çabasına girmiştir. Görüldüğü gibi yapılan haber ve söylemlerde genellikle fikri yönlendirme çabası görülmektedir. Bu haberde bahsedilen vergi kaçırma iddiaları Ankara Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Mansur Yavaş için söylenmiştir. Burada Mansur Yavaş adına verilmiş bir mahkeme kararı haber içeriğinde Yargıtay adına vardır şeklinde iddia edilse de Mansur Yavaş adına böyle bir karar olmadığı görülmüştür. Bu yüzden bu ifade sadece bir iddiadan ibarettir. Doğruluğu kanıtlanmış bir bilgi değildir. Bu yüzden bu haberde gerçek ötesi haber kurgulaması görülmektedir. Bunun yanında haberin AKP dışındaki CHP adayına karşı yönlendirme amacıyla yapıldığı kullanılan kelimelerden anlaşılmaktadır. AKP karşısındaki adaya yönelik gerçek dışı ifadelerin kullanılması bir siyasal iletişim propagandası olarak hakikat ötesinin inşa sürecini örneklemektedir. Ayrıca haberde çarpıtılmış içerik de mevcuttur. Meselenin aslını değil sadece sahte bölümü ön plana çıkarılarak haber gerçek ötesi ile inşa edilmiştir.

Fotoğraflar, sayısal veriler, alıntılar vb. pek çok unsur haberlerin inandırıcılığını artırmak ve okuyucunun haber anlatısıyla verilen ana temayı içselleştirmesini sağlamak amacıyla kullanılmıştır. Haberi sunarken verilen fotoğraflar, haberde verilmek istenen temayı anlatan önemli bir unsur olarak ele alınmaktadır.

Ayrıca haberlerde bilim inkârcılığı yapılmamıştır. Proje veya verilerden bahsedilen haberlerde rakamlar belirtilmeye çalışılmıştır. Rakamların belirtilmesi haberin inandırıcılığı açısından önemlidir. Diğer yandan yönlendirme de söz konusudur. Verilen rakam ve istatistiki bilgiler haberi pekiştirmek için verilmiştir. Burada da yönlendirici bir haber kurgusu durumu görülmektedir.



## SONUÇ ve TARTIŞMA

Araştırma bu dönemde siyasi propaganda aracı olarak medyanın gerçek ötesi haberlerinin nasıl kullandığını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Türkiye’ de yapılan en son seçim olan 31 Mart 2019 yerel seçimlerde dijital medya mecraları oldukça sık kullanılmış ve seçmenlerin düşünceleri etki altında bırakılmaya çalışılmıştır. ABD ‘de yapılan 2016 seçimleri başta olmak üzere sosyal medya mecralarının etkin kullanıldığı görülmektedir. Özellikle gençlerin sosyal medyayı aktif olarak kullanmaları ve geleneksel medya olarak ifade edilen gazete ve televizyon programlarını takip etmemelerinin etkisi olduğu düşünülmektedir. Siyaset alanında medyanın rolü hep etkili olmuştur. İtalya’da Berlusconi medya patronu iken başbakan olurken ülkemizde medya ve iletişim patronu olan Cem Uzan parti kurarak hatırı sayılır oranda oy almıştır olmuştur. Bu durum siyasilerin yönünü sosyal medya mecralarına çevirmektedir. Çünkü belirli bir yaştan sonra insanların siyasi düşüncelerini değiştirmek zor iken genç bireylerin oylarını elde etmek siyasi partiler için daha kolay gözükmektedir. 2019 yerel seçimlerinde ilk kez partiler kendi adayları ile değil ittifaklar ile katılmıştır. Partiler yer aldıkları ittifak içerisinde bulunan adayları desteklemek için propaganda çalışmaları gerçekleştirmişlerdir. Yapılan faaliyetler ve çeşitli dijital platformlarda yer alan haberler, haber girişleri, haberlerde kullanılan fotoğraflar, haberin şematik yapısı, haberin mikro yapısı bakımından incelenmiştir. Genel seçimlerde uygulanan ve ilk kez bir yerel seçimde de uygulanan ittifakla seçime katılma sürecinin ilk olması araştırma açısından son derece önemli bir durum olarak görülmektedir. Bu nedenle araştırma sonuçları da daha sonraki seçimler için değerlendirilmesi gereken tespitleri içermektedir. ABD ve İngiltere’de kullanılan ve başarıya ulaşan siyasal iletişimde sosyal medyanın kullanımı ilk kez 2019 yerel seçimlerde kapsamlı bir biçimde kullandığı görülmektedir.

Haberlerin konusunu % 17,34 Ekrem İmamoğlu, %8,16 Kemal Kılıçdaroğlu, %24,48 Recep Tayyip Erdoğan, %20,40 Binali Yıldırım, %9,18 Mehmet Özhaskeki, ve %4,08 ini Mansur Yavaş, oluştururken geriye kalanları ise Devlet Bahçeli, Mahir Ünal, Numan Kurtulmuş, Yaşar Yıldırım oluşturmuştur. Seçimler yerel seçim olmasına rağmen özellikle üç büyük şehrin adayları, parti genel başkanları ve parti

sözcülerinin konuşmaları haber sitelerinde yer almaktadır. Haberlerde en fazla yer alan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın olduğu gözükmemekte. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan aynı zamanda Adalet ve Kalkınma Partisi genel başkanı olarak büyük şehirlerin belediye başkanlığının öneminden dolayı seçimlerin kazanılması için oldukça yoğun gayretli görülmektedir. Hatta İstanbul seçimleri için son propaganda günü İstanbul'un ilçelerini tek tek dolaşarak mitingler yapmıştır. Yerel seçim de olsa, Millet İttifakı adaylarının en büyük rakipleri hep Recep Tayyip Erdoğan olmuştur. Sadece büyük şehirlerde değil tüm il ve ilçe belediyelerinde yazılı ve görsel basının yanında sosyal medya da onun sözleri ve konuşmaları yani hep Recep Tayyip Erdoğan'ın yer aldığı görülmektedir. En çok onunla ilgili haber yapılması da bu nedenle doğal görülebilir. Liderlerin ön planda olduğu bir parti de cumhur ittifakının diğer ortağı olan Milliyetçi Hareket Partisidir. Milliyetçi Hareket Partisinde de lider Devlet Bahçelinin sözleri haber yapılmaktadır ve ön plana çıkarılmaktadır. Daha sonra cumhur ittifakı adayları eski başbakan Binali Yıldırım haberlere konu olurken millet ittifakı adayları Ekrem İmamoğlu haberlere konu olmuştur. Farklı kişilerin konuşması haberlerin doğruluğu üzerine etki yaratacağından böyle bir yol izlendiği düşünülebilir. Zira zaman zaman milletvekilleri ve parti temsilcilerinin konuşmaları parti liderlerini ifadeleri ile tutarlılık göstermemekte bu durum da toplum üstünde oluşturulmak istenilen etkinin azaldığını göstermektedir. Haberlerde konu olan konuşmaları cumhur ittifakından Adalet ve Kalkınma Partisi Genel Başkan Vekili Numan Kurtulmuş ve partinin grup başkan vekili Mahir Ünal tarafından yapıldığı görülmektedir. Numan Kurtulmuş eski bir parti genel başkanlığı tecrübesi olması ve Adalet ve Kalkınma Partisi Genel Başkan Vekili olması nedeniyle konuşmakta ve konuşmalarında Cumhurbaşkanının söylemleri eşliğinde ifadelerde bulunarak onun konuşmalarını güçlendirici açıklamalar yapmaktadır. Aynı şekilde Ak Parti kurucularından olan bakanlık yapmış ve grup başkanvekili olan Mahir Ünal'ın konuşmasındaki neden de tam bu olabilir. Bu kişilerin konuşması cumhurbaşkanının konuşmaları ile paralellik göstermekte ve onu desteklemektedir. Bu düşünceyi destekler örnek son dönemde Ak Parti Ordu Milletvekili Şenel Yediyıldız tarafından yapılan "daha ne olacak, biz Tayyip Ağabeye ihaneti bırak, sırtımızda taşımamız lazım. Yani ayakkabısını elimizle yalamamız lazım" şeklinde yapmış olduğu açıklama toplumda başka Ak Parti

tarafatları tarafından da tepki toplamıştır. Genel Başkanını övmeye çalışırken toplum nezdinde daha kötü duruma düşüren kişinin doktor olması ayrıca düşündürücüdür. Diğer yandan cumhur ittifakı üyesi Milliyetçi Hareket Partisi adına genel başkanı Devlet Bahçeli ve Yerel Yönetimlerden sorumlu Genel Başkan Yardımcısı Yaşar Yıldırım yaptığı açıklamalarla haberlerde yer almaktadırlar. Millet ittifakının adayları arasında İstanbul ve Ankara adayları arasında haberlerde yer alma oranı açısından büyük bir fark olması dikkat çekici bir durumdur. Bu durum çekişmenin İstanbul'da olacağını göstermektedir. Seçmenlerde ideolojik aralan olarak belirli bir fikir oluşturmak iktidar partisi konuşanlarında görülmektedir. İktidar partisinin medyada yer alma sıklığı diğer partilere göre fazladır. Cumhurbaşkanının her konuşması ve mitingi devler televizyonları ve diğer medya kuruluşları tarafından canlı verilirken muhalefet partisinin miting ve toplantıları belirli kanallarda yer almakta bazı yayın organlarında ise kısmen yer verilmektedir. Cumhur ittifakının medya üzerindeki etkisini oldukça fazla olduğu görülmektedir. Bunun farkında olan muhalefet temsilcileri özellikle daha ucuz ve daha büyük kitlelere ulaşmalarını sağlayacak sosyal medyayı etkin olarak kullanmaya çalıştıkları görülmektedir. Sosyal medyanın etkili olmasıyla kısmen önemini kaybeden geleneksel medyadan sosyal medyada kayışın bir nedeni de gençleri etkilemek ve onların oyunu alabilmek olduğu görülmektedir. Çünkü belirli bir yaşta olanların fikirlerini değişmesi oldukça zor iken gençlerin ikna edilmesi daha kolay sağlanabilmektedir. Yakın zamanda Cumhuriyet Halk Partisi grup Başkan Vekili Özgür Özel de bu konu ile ilgili iddiaları gündeme getirmesi bu durumu destekler niteliktedir. Özgür Özel'in iddiasına göre sosyal medya için iki yüz bin kişilik bir trol ordusu oluşturulduğu belirtilmektedir. Cumhur İttifakının diğer üyesi olan Milliyetçi Hareket Partisi ittifaka dâhil olmadan önce haber kanallarında yer almazken ittifak sonrası fazlaca yer almaktadır. Deva Partisi Genel Başkanı eski başbakan yardımcılarında Ali Babacan yapmış olduğu açıklamada bazı televizyon organları ve medya kuruluşlarında ücret ödeyerek bile reklam yapmadıklarını belirtmektedir. Sosyal medyada ise bu durum olmadığından muhalif partiler oldukça fazla yer almaktadır. Bu nedenledir ki son dönemde kamuoyunda sosyal medya düzenlemesi olarak bilinen kanun için muhalefet partisi temsilcileri sansür düzenlemesi benzetmesi yapmaktadır. İstanbul ve Ankara Büyükşehir Belediye

Başkanlığı seçimlerinin özellikle konu edilmesi iktidar partisinin bu illerdeki seçimleri kritik görmesinden kaynaklanmaktadır. Özellikle İstanbul Büyükşehir Belediyesinin bütçesinin yüksek olması iktidarın bu şehrin belediyesini bırakmamasında önemli bir etkidir. Belediye kanalı ile iktidara yakın vakıf ve dernekler desteklenirken başta medya patronları olmak üzere iktidara yakın iş adamlarına ihaleler verilebilmektedir. Ayrıca Cumhurbaşkanının Kanal İstanbul projesinin gerçekleştirilmesi içinde İstanbul Büyükşehir Belediyesi seçimlerini oldukça önem arz etmektedir.

Haberlerin başlıkları atılırken kişilerin sözleri ön plana çıkarılmaktadır. Amaç sözün daha güçlenmesi ve toplum üzerindeki etkisinin artırılmasıdır. Örneğin 2019 yerel seçimlerine az süre kala Ankara Büyükşehir Belediye Başkan adayı Mansur Yavaş ile ilgili bir takım iddialar ortaya çıkarılmış doğruluğu bile araştırılmadan iddiaların seçimde bir algı oluşturması düşünülmüştür. Bu nedenle belediye başkanı değil şehrin emin kullanılmıştır. Seçim sonrasında mahkeme sonuçlanmış olup iddiaların gerçek olmadığı mahkemece tespit edilmiş, iddiaları gündeme getiren kişinin suçlu olduğu ve bu nedenle ceza alması gerektiği mahkemece tespit edilmiştir. Yine İstanbul seçimlerinde seçime birkaç gün kala Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından Mısır Devlet Başkanı'na çeşitli karşı ithamlarda da bulunarak meydana toplanan kişilere Binalı Yıldırım'a mı yoksa darbeci Sisi'ye mi oy vereceksiniz diye millet ittifakı adayı Ekrem İmamoğlu'na eleştiri getirilmiştir. Son dönemde darbeci Sisi ile Cumhurbaşkanının görüşmesi muhalefet partileri tarafından seçimde kullandığı bu sözler nedeniyle eleştirilmiştir. MHP tarafından sürekli inşa edilen beka meselesi ve terör söylemin Cumhurbaşkanının söylemleri ile desteklendiği görülmektedir. Propagandanın ardaanın bu yönde oluşturulduğunun da en büyük kanıtlarındandır.

Haber girişleri habere karşı dikkat çekmek ve ardaan oluşturmak için yapıldığı görülmektedir. Haber siteleri hangi ittifak tarafında ise o yönde haber girişleri oluşturulmaktadır. “Hızlı trenle İstanbul'a” haber girişi yapılan cumhur ittifakı adayı Binalı Yıldırım'ın eski ulaştırma bakanı olması ve hükümetin büyük hizmeti olarak görülen ulaşım da yapmış oldukları hizmetler vurgulanmak istenmektedir.

Zaman bilgisi özellikle verilmeyerek adayların geçmiş sözleri ve de seçim sürecinde kullanılmak istenmiştir. İttifaklar kendi rakip adayların geçmiş sözleri ve bulundukları siyasi, partiler ile gündemde tutularak belirli kesimlerden oy almalarının önüne geçilmesi istenmektedir. Ankara Büyükşehir Belediye Başkan adayı Mansur Yavaş geçmiş dönemde MHP Beypazarı Belediye Başkanlığı yapmış ve uzun süreli MHP içerisinde bulunmuştur. MHP'li seçmenlerin Mansur Yavaş'a oy vermemeleri için MHP genel Başkanı Devlet Bahçeli "Eski ülkücüyümüş, MHP'liyimş. Bunların hepsi masal, hepsi fasa fisodur. Ya ülkücüsündür ya değildir. Arası yoktur ortası yoktur" demiştir.

Haberlerde kullanılan sözcüklerde terör ve beka inşası ile uyumlu olduğu görülmektedir. Sürekli olarak terör, PKK, gerilla, bölücü, beka sözcükleri haberlerde yer verilerek millet ittifakı adaylarına karşı insanların düşünceleri etkilenmeye çalışılmıştır. Millet ittifakının terörü desteklemelerinin yanında FETÖ'cü oldukları yönünde imalar özellikle cumhur ittifakının Ankara Büyükşehir Belediye Başkan adayı Mehmet Özhaske tarafından gündemde tutulmasının da arkasında inşa edilen millet ittifakının adayları kazanırsa teröristler kazanacak düşüncesi olduğu söylenebilir. Dolayısıyla kazanması gereken adaylar cumhur ittifakının adayları olması gerektiği seçmenin zihninde yer etmelidir şeklinde sürekli söylemlerde bulunmaktadır.

Haberler incelendiğinde anlam bilgisinin olması son derece önemlidir. İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Binalı Yıldırım'ın uzun süreli ulaştırma bakanlığı yapması ve bu dönemde birçok ulaşım projesinin gerçekleştirilmiş olması nedeniyle İstanbul'un en önemli sorunları arasında olan ulaşım sorunları ile ilgili projeler yapacağı üzerinde durulmuştur. MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli ise yapılan seçimlerin yerel seçim olması ülke yönetiminde etkisi olmamasına karşın kendi seçmeni üzerinde etkili olmak için seçimlerin beka sorunu oluşturacağı üzerinde durarak seçmenini etkilemeye çalışmıştır.

Yerel seçim adayları ile ilgili görsellerde genellikle miting alanlarında resimler paylaşıldığı görülmektedir. Adayların daha halk içinde olduğu ve kendi projelerini seçilmek üzere anlattığı görülmektedir. Cumhurbaşkanı ile ilgili bazı görsellerde ise Türk Bayrağının arka planda özellikle gösterilmesi seçmenin görüşlerini yönlendirmek üzere planlı olarak konulduğu değerlendirilmektedir.

Cumhurbaşkanının İstanbul seçimleri öncesi Ayasofya Müzesi'nin cami olarak açabiliriz, açıklaması ise tamamen seçmenlerin hassas olduğu konudan oy kazanılması üzerine yapılmış bir açıklama olarak değerlendirilmektedir. Çünkü Saadet Partisi de üçüncü aday olarak İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan adayı çıkarmıştır ve Ayasofya'nın cami olarak açılmasını istememiştir.

Binali Yıldırım'ın, seçimde sonuç ne olursa olsun İstanbul kazansın istiyoruz. Amaç benim kazanmam değil, amaç İstanbul sözleri ile sürecin şahsi bir olay olmadığı üzerinde bir fikir oluşturmak istenmektedir. Burada amaçlardan bir tanesi de rakiplerinin kazanmayı kendi şahsi gelecekleri için istediklerini vurgulamaktadır. Ancak bu görev şahsi gelecek için değil şehir için istenmelidir. Şehri değil kendilerini düşünüyor algısının seçmen üzerinde etkili olacağı düşüncesi ile böyle bir strateji belirlediği düşünülebilir. Binali Yıldırım'ın bakanlık dönemlerinde yapmış olduğu icraatları anlatarak kendisi kazanırsa İstanbul'unun kazanacağını ima ederken aynı zamanda rakibinin kazanması halinde İstanbul'un kaybedeceği düşüncesini seçimde oluşturmak istemektedir. Başlık altında haberin devamı incelendiğinde bunu açık olarak görmek mümkündür. Haberin inşasında ben kazanırsam sizde kazanırsınız aksi halde kaybederseniz düşüncesi bulunmaktadır. Haber başlıklarında partilerin ve parti genel başkanlarının belirtilmesi ise sözlerin seçmen üzerinde etkili olmak amacıyla yapıldığı görülmektedir. İttifakların başarılı olması için en üst düzeyden sözlerin paylaşılması ittifakta sorun yok algısının oluşturulmasıdır. Rakamların verilmesi ise yapılacak işlerin planlandığını ve sadece vaat olmadığının vurgulanması için verilmektedir.

Haberlerde bazı sözcüklerin özellikle kullanıldığı görülmektedir. Cumhuriyet ittifakını oluşturan Adalet ve Kalkınma Partisi ve MHP Genel Başkanları ve adayları özellikle millet ittifakını terör örgütleri ile yan yana göstermek için isimlerini yan yana almaktadır. "MHP Genel Başkanı Bahçeli: HDP ile ittifak kuranlar 31 Mart'ta milli şamarı yiyecekler" başlığında HDP ile ittifak kelimelerini birlikte kullanmış rakip ile özdeşleştirmiştir. Haberin inşasında Ak Parti adayları dışında tüm adaylar bölücüdür fikri bulunmaktadır. Bu durum sürekli olarak söylenerek rakip aday yıpratılmaya çalışılmıştır. Seçim öncesi son gün İstanbul'un ilçelerinde mitingler düzenleyen Adalet ve Kalkınma Partisi Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan' ya Binali Yıldırım'a destek vereceksiniz ya da darbeci Sisi'ye "diyerek bu seçim

yaklaşımlarını desteklemiştir. Ayrıca şamar kelimesi ile rakibi güçsüz göstererek fikri yönlendirme amacı gütmektedir. “AK Parti Ankara Büyükşehir Belediye Başkan adayı Mehmet Özhasaki: Türkiye'yi bölmeye kimsenin gücü yetmez” başlığındaki Türkiye ve bölücü kelimeleri bir arada kullanılmıştır. Burada da haberin inşasında Adalet ve Kalkınma Parti ve MHP dışındaki herkesin bölücü olduğu ima edilmektedir. Yapılan seçimin yerel seçim olduğu bilinmesine rağmen özellikle bölücü terör örgütlerinden bahsedilerek muhalefet partileri yan yana getirilmeye çalışılarak seçmenin yönlendirilmesi amaçlanmıştır.

Haberler verilirken haberi yapan tarafından yorumları yapılmış objektiflikten uzaklaşmıştır. Haberlerin anlam ilgisi üzerine durulmamış zamanlama dikkate alınmamıştır. Rakiplerin daha önce yapmış oldukları açıklamalar kendi amaçları doğrultusunda parti yöneticileri ve sözleri tarafından kullanılmıştır. Medya organları son dönemde el değiştirerek iktidara yakın iş adamları tarafından satın alınmıştır. Kamuoyunda merkez medya tarafından ifade edilen görsel ve yazılı medya araçlarında sürekli olarak iktidar partisinin yapmış olduğu olumlu şeyler ön plan çıkarılmakta ya da olumsuz olaylara yer verilmemektedir. Medya organları haberleri yaparken siyasi gücün ve ideolojinin etkisinde kalarak sadece objektif olarak haber yapmaktan kaçınmışlardır. Bu da okuyucunun haberi okurken yönlendirilmesiyle sonuçlanmaktadır.

Seçim dönemlerinde siyasi partiler diğer siyasi rakipleri yıpratmak ve kendi oy potansiyellerini çoğaltmak adına çeşitli çalışmalar yapmaktadır. Her seçim döneminde Türkiye’de milyonlarca yeni seçmen katılmakta ve seçmenlerin görüşlerinin etkilenmesi içinde medya gücüne ihtiyaç bulunmakta. Z kuşağı olarak adlandırılan yeni seçmen olan kişilerin sosyal medya ile bağlılıkları ise siyasi partilerin bu alanı etkin olarak kullanmaları gerektiği onlara göstermektedir. Dünyanın gelişmiş ülkelerinde yapılan seçimlerde sosyal medya gücünün etkili olması ülkemizdeki siyasi partilerin bu alana yönelmelerinde de etkili olmaktadır. Bu çalışmalar vatandaşın hassas oldukları konular üzerinden kimi zaman vatandaşın sempatisini kazanmak adına, kimi zaman da ideolojik algısını yöneltmek adına yapılmaktadır. Temel amaç ise halkın duyguları üzerinden oy potansiyelini çoğaltmak olarak gerçekleşmektedir. İncelenen haberlerde de bu sonuç ortaya çıkmıştır.

Anlaşıldığı üzere siyasal iletişimin vazgeçilmeyen aracı medya artık sosyal medya ile yürütülmektedir. Bu süreçte çarpıcı olan dönemin değerlerinin inşasında ve bu ideolojilerin sürdürülmesinde siyasetçiler önemli unsurdur. Siyasi ve çıkarsal amaçlarla sosyal medya ile yalanın sorgulanmadığı, hakikatin aranmadığı, siyasal ideolojiler sosyal medya haberlerinde görünmektedir. 2023 genel seçimleri ile ilgili çalışmalar şimdiden başlamış olduğu yapılan haberden ve medya da yer alan programlardan görülmektedir. Son dönemde enerji fiyatları ile ilgili dünyada yaşanan ekonomik krizin etkisi Türkiye’de daha fazla hissedilmekte ve muhalefet partisi temsilcileri tarafından gündeme getirilmektedir. Haberler sadece muhalefet partisine yakın medya mecralarında ve sosyal medyadan haberleştirilirken iktidar partisine yakın medya da kriz ile ilgili haberler yerine tam tersine olumlu olarak verilmektedir. Örneğin Avrupa’da en ucuz akaryakıt bizde açıklamaları sıklıkla merkez medya tarafından yer alırken TL olarak değil değerlendirme EURO bazlı yapılmaktadır. Avrupa’da benzin 2,4 euro iken Türkiye’de 1,2 euro’dur. Ancak Türkiye’de para birimi Euro değil Türk Lirasıdır. Ve benzin 26 TL’dir. Seçimlerde ilk defa oy verecek gençlerin oyları seçimlerin geleceği üzerinde etkili olacağı siyasal partiler tarafından görüldüğünden gençler üzerinde etkili olan sosyal medya daha fazla önem kazanmaktadır. Üretilen sosyal medya içerikleri 2023 genel seçimleri ile ilgili etkili olacağını düşünen Adalet ve Kalkınma Partisi sosyal medya düzenlemesi yaparak bunun önüne geçmek için yasal düzenleme yapmıştır. Yapılan bu düzenlemelerin ise aktif olarak kullanıldığı görülmektedir. Bunun son örneği ise ülkemizde yaşanan deprem felaketi ile ilgili haberlerin önüne geçmek için Twiter’ın kapatılmasıdır. Bu durum son derece düşündürücüdür. Çünkü deprem için yardım organizasyonları da bu kanalla yapılmaktadır ve büyük kitlelere ulaşılmaktadır. 2023 seçimlerinin de özellikle sosyal medyayı aktif kullanımının olacağı ve seçimin kaderi üzerinde etkili olacağını şimdiden söylemek mümkündür.

## KAYNAKÇA

- Abercrombie Nick ve Longhurst Brian (2007). *Dictionary of Media Studies*. Londra: Penguin.
- Alemdar, Korkmaz (2017). *Türkiye’de Kitle İletişimi, Dün - Bugün – Yarın*. (2. Baskı), Ankara: Gazeteciler Cemiyeti.
- Alemdar, Zeynep (1990). *Oyunun Kuralı Basında Özdenetim*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Allen, Wood (2005). *Kant*. (Çev. Aliye Kovanlıkaya). Ankara: Dost Yayınları.
- Alp, Hakan (2011). *Küreselleşme Sürecinde Medyadaki Dezenformasyon ve Irak İşgali Örneği*, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Alpay, Yalın (2017). *Yalanın Siyaseti*. İstanbul: Destek Yayınları.
- Aziz, Aysel (2015). *Siyasal İletişim*, (6. Baskı), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Barrera Oscar, Guriev Sergei, Henry Emeric ve Zhuravskaya Ekaterina (2020). “Facts, alternative facts, and fact checking in times of post-truth politics”. *Journal of Public Economics*, 182: 1-19.
- Baudrillard, Jean (2005). *Simulacra and Simulation*, The University of Michigan Press.
- Baykent, Ufuk Özen (2017). “Bilginin Kaynağı Üzerine”. *Journal of Current Researches on Social Sciences (JoCReSS)*, 7(1): 173-189.
- Bernays, Edward Louis (1928). *Propaganda*. New York: Horace Liveright,
- Bernays, Edward Louis (1947). “The Engineering of Consent”, *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 250(1): 113-120.
- Binark Mutlu ve Löker Koray (2011). *Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi*. Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi Yayını.
- Binark, Mutlu (2017). “Algoritmaların Yarattığı Yankı Odaları ve Siyasal Katılım Olanağı veya Olanaksızlığı”, *Varlık Dergisi*, 13(17): 19-23.

- Boyd Danah and Ellison Nicole (2008). "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1): 210-230.
- Büyükaşar, Mehmet (2022). "Sağlık Mezenformasyonu: Çevrimiçi Kanallardan Yayılan Yanlış Bilgi Salgını", *Öneri Dergisi*, 17 (57): 73-101.
- Castells, Manuel (2000). "Materials for an Exploratory Theory of the Network Society". *British Journal of Sociology*. 51(1): 5-24.
- Castells, Manuel (2008). *Kimliğin Gücü, Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, Manuel (2015). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge, İngiltere: Polity Press.
- Castells, Manuel (2016). *İletişimin Gücü*, (Çev: E. Kılıç.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cevizci, Aahmet (2002). *Felsefe Sözlüğü*, İstanbul: Paradigma Yayınları
- Ceyhan, Ahmet İlkey (2019). "Dijital İletişim Çağında Siyasetin Dijitalleşmesi Üzerine Bir İnceleme: Post-Truth ve Dijital Siyasetin Sahte Haber Ekseninde Analizi", *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 27(4): 1-17
- Chen Cheng, Meng Xiangwu, Xu Zhenghua and Lukasiwicz Thomas (2017). "Location-Aware Personalized News Recommendation With Deep Semantic Analysis", *Institute of Electrical and Electronics Engineers*, 5: 2169-3536.
- Cherubini Federica and Graves Lucas (2018). *The Rise of Fact-Checking Sites In Europe – Digital News Project 2016*, Londra, Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2016.
- Chomsky, Noam (2008). *Medya Denetimi*. (Çev: E. Baki) İstanbul: Everest Yayınları.
- Cohen, Stanley (1972). *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of Mods and Rockers*. Londra: Routledge.

- Colleoni Elanor, Rozza Alessandro and Arvidsson Adam (2014). “Echo Chamber or Public Sphere? Predicting Political Orientation and Measuring Political Homophily in Twitter Using Big Data”, *Journal of Communication*, 64: 317–332.
- Comte, Auguste (2003). *Pozitif Felsefeye Giriş*. (Çev: S. Sarı,) Ankara: Yeryüzü Yayınevi.
- Creel, George (1947). *Rebel at Large: Recollections of Fifty Crowded Years*. New York: G.P. Putnam's Son's.
- Çakan, Işıl (2004). *Konuşunuz Konuşturunuz, Tek Parti Döneminde Politikanın Etkin Silahı: Söz*. İstanbul: .Otopsi Yayınları,
- Çakır Hamza ve Tufan Seda (2016). “Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya: Türkiye’de Siyasi Liderlerin Instagram Kullanım Pratikleri Üzerine Bir İnceleme”, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 41(2): 7-28.
- Çakmak, Fatma (2019). “Medyada Dezenformasyon Sorunsalı ve Manipülasyonun Gücü: İdeoloji ve Söylem Açısından Seçim Haberlerinin Siyasal İletişimdeki Rolü”, *Selçuk İletişim Dergisi*, 12(2): 1127- 1154.
- Çambay, Sinem Onar (2015). “Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya: Kuramsal Bir Değerlendirme”, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2): 237-247
- Çatalbaş, Dilruba (2017). *1980 Sonrası Radyo ve Televizyon*. (Edt. Korkmaz Alemdar). içinde *Türkiye’de Kitle İletişimi, Dün - Bugün – Yarın*. Ankara: Gazeteciler Cemiyeti.
- Çınarlı, İnci (2008). *Sağlık İletişimi ve Medya*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Çiçek Atıl Cem ve Uysal Gözde (2019). “Siyaset İdeoloji ve Manipülasyon Ekseninde Medya: 16 Nisan 2017 Referandumunun Medyaya Yansıması Üzerine Eleştirel Bir Söylem Analizi”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 74(4): 1183-1201.
- Çiğdem, Ahmet (2015). *Aydınlanma Düşüncesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Dalkıran, Nesrin (1995). *Siyasal Reklamcılık ve Basının Rolü*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Delibaş, Kayhan (2017). *Risk Toplumu: Belirsizlikler ve Söylentiler Sosyolojisi*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dellaloğlu, Besim (2003). “Bir Giriş: Adorno Yüz Yaşında”, *Cogito*. 36: 13-36.
- Denton Robert and Woodward Gary (1990). *Political Communication in America*. New York: Praeger.
- Dijk, Jan Van (2016). *Ağ Toplumu*. (Çev: Özlem Sakin). İstanbul, Kafka Yayınları.
- Dijk, Van Teun (1988). *New Analysis: Case Studies of International and National News*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Doğan, İlyas (2002). *Özgürlükçü ve Totaliter Düşünce Geleneğinde Sivil Toplum*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Doruk, Özlem (2013). “Disiplin Toplumu Ve Haber Söylemi: Gökkuşaağı Derneği’nce Yapılması Planlanan Yürüyüşün Engellemesine İlişkin Haberlerin Çözümlemesi”. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(1): 106-132.
- Dönmezer, Sulhi ( 1994). *Kriminoloji*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Eagleton, Terry (2011). *İdeoloji*, (Çev: Muttalıp. Özcan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Edoğan, İrfan (2013). *Medya Sosyolojisi*. Ankara: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Emre Kaya ve Ayşe Elif (2011). “Demokrat Parti Döneminde Basın-İktidar İlişkileri”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1 (39): 93-118
- Erbaysal Filibeli Tirşe ve Şener Orhan. (2019). “Manipüpe Edilmiş Enformasyonel Bir Vitrin ve Popülist Bir Enformasyon Alanı Olarak Twitter”. *Moment Dergi*, 6(2): 492-515
- Erdem, Hüseyin Suphi (2012). “Varlığın Cezbesinde Dil ve Hakikat-Nietzsche Değınileriyle”. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 1: 13-33

- Erdoğan Emre ve Erçetin Tuğçe (2019). “Popülist Liderlerinin Başarısına Medya Sistemleri Perspektifinden Bir Bakış: Birleşik Krallık, Hollanda ve Türkiye Karşılaştırması”, *Moment Dergi*, 6(1): 38-74.
- Erdoğan İrfan ve Alemdar Korkmaz (2002). *Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*. İstanbul: Erk Yayınları.
- Erdoğan, İrfan (1997). *İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Erez, Emek (2022). “Hakikat Sonrası: Yalanlar İstiyorsan Yalanlar Söyleyeyim”. *Gazete, Duvar Kitap*, 121(3): 41-46.
- Fallis, Don (2009). “Epistemic Values and Information Management”. *The Information Society*, 25(3): 175-189.
- Foa, Marcello (2006). “Görünmez Tehlike: Spin doktorları medya ve etik kurallarını nasıl atarlar?”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 23:205-216.
- Fotis John, Buhalis Dimitrios and Rossides Nicos (2012). “Social Media use and Impact During the Holiday Travel Planning Process”, (Edt. M. Fuchs, F. Ricci, & L. Cantoni), içinde *Information and communication technologies in tourism 2012* (s.13–24). Viyana: Springer Yayıncılık.
- Freelon Deen and Wells Chris (2020). “Disinformation as Political Communication”. *Political Communication*, 37(2): 145-156.
- Fuchs, Christian (2016). *Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş*. (Çev: İlker Kalaycı ve Diyar Saraçoğlu). Ankara: Notebene Yayınları.
- Furedi, Frank (2016). “Moral Panic and Reading: Early Elite Anxieties About the Media Effect”, *Cultural Sociology*, 4(10), 1-15.
- Gasımlı, Laman (2019). *Haberde Yönlendirme, Dezenformasyon ve Propaganda: Azeri ve Ermeni Haber Sitelerinde Dağlık Karabağ Sorunlarıyla İlgili Yayınlanan Haberlerin Karşılaştırmalı Analizi*, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

- Göker Göksel ve Doğan Adem (2011). “Ağ Toplumunda Örgütlenme: Facebook’ta Çevrimiçi Tekel Eylemi”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (25): 175-203.
- Gölbaşı, Haydar (2010). *Medyanın Seçmen davranışları Üzerine Etkileri: Sivas İli Örneği*, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sivas.
- Görgün, Ayten (2006) “Türkiye’de Yeni Bir iletişim Eğilimi: Spin Doctor” ,21. Yüzyılda Halkla İlişkilerde Yeni Yönelimler, Sorunlar ve Çözümler Sempozyumu, Kocaeli
- Graber Doris and Smith James (2005). “Political Communication Faces the 21st Century”, *Journal of Communication*, 55(3): 479-507.
- Graham, Phil (2017). *Strategic Communication, Corporatism, and Eternal Crisis: The Creel Century*. İngiltere: Routledge,
- Gurevitch Michael, Bennett Tony, Curran James and Woollacott Janet (1982). *Culture, Society and the Media.*, Londra: Routledge Yayınları.
- Güden, Onurcan (2020). *Hakikat Sonrası Dönemde Siyasal İletişim Yönetimini Yeniden Düşünmek Üzere Niteliksel Bir Araştırma*. Galatasaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Gürkan, Nilgün (1998). *Türkiye’de Demokrasiye Geçişte Basın (1945-1950)*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Güven, Süleyman (2015). “Postmodern Siyaset ve Söylem: Siyasi Parti Lider Söylemleri Üzerine Bir Çalışma”. *Gümüşhane İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(1): 208-240.
- Güvenir, Osman (1987). *Siyasal İktidarın Basını Denetlemesi ve Yönlendirmesi, 2. Dünya Savaşında Türk Basını*. İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Habermas, Jürgen (2018). *Kamusalın Yapısal Dönüşümü*. (Çev. Tanıl Bora ve Mithat Sancar). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hançerlioğlu, Orhan (1976). *Felsefe Ansiklopedisi, Kavramlar ve Akımlar* (Cilt 2 (E-I)). İstanbul: Remzi Kitabevi.

- Hançerlioğlu, Orhan (2008). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Harari, Yuval Noah (2018). *21. Yüzyıl İçin 21 Ders*. (Çev. Selin Sıral). İstanbul: Kolektif Kitap.
- Harsin, Jayson (2018). *Post-truth and critical communication*. (Edt: Cloud, D.), içinde *Oxford Research Encyclopedia of Communication* (1-36). London: Oxford University Press.
- Heath Christian, Hindmarsh Jon and Luff Paul (2017). *Video, Analysis and the Social Sciences*, İçinde: *Video in Qualitative Research: Analysing Social Interaction in Everyday Life*. London: Sage.
- Herman Edward and Chomsky Noam (2012). *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası*. (Çev. Ender Abadoğlu). İstanbul: BGST Yayınları.
- Hülür, Himmet (2020). “New Media Control and Capital: Commercialization of Privacy and The Problem of Access”. *Yeni Medya*, (8): 1-9.
- İlgaz Büyükbaykal, Ceyda (2012). “Kitle İletişim Araçları ve Toplumsal Yaşam”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 21: 71-76
- Jackson, Jennifer (2011). *Araştırmacı Gazetecilikte Dürüstlük*, (Edt. Andrew Belsey, Robin Chadwick). içinde *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*. (Çev: Nurçay Türkoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Jenkins, Henry (2016). *Cesur Yeni Medya – Teknolojiler ve Hayran Kültürü*. (Çev: Nihan Yeğengil). 1. bs., İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kahneman, Daniel (2015). *Hızlı ve Yavaş Düşünme* (Çev: Osman Ç. Deniztekin & Filiz. N. Deniztekin). İstanbul: Varlık Yayınları.
- Kakutani, Michiko (2018). *Hakikatin Ölümü Trump Çağında Yalancılık Sanatı*, (Çev: Cesi Mizrahi). İstanbul: Doğan Kitap.
- Kaplan Andreas ve Haenlein Michael (2016). “Higher Education and the Digital Revolution: About MOOC, SPOCs, Social Media, and the Cookie Monster”, *Business Horizons*, 59: 441-450.
- Karaçor, Süleyman (2009). “Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi”. *Yönetim ve Ekonomi*, 16(2): 121-131.

- Karadağ, Çağla (2019). *Post-truth Kavramı Üzerinden Medya ve Siyaset İlişkisinin The Post, Spotlight ve Truth Filmleri Çerçevesinde İncelenmesi*. İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Karaduman, Sibel (2017). “Eleştirel Söylem Çözümlemesinin Eleştirel Haber Araştırmalarına Katkısı ve Sunduğu Perspektif”. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 4(2): 31-46
- Karagöz, Kezban (2013). “Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri”. *İletişim ve Diplomasi*, (1): 131-156
- Karcı, Sait Kaan (2021). *Dijitalleşmenin Siyasal İletişime Etkisi: 2014 ve 2019 yerel Seçimlerinde Youtube’da Yayınlanan Siyasi Reklamların İncelenmesi*. Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli.
- Karlı, İhsan (2015). *Bilgi Toplumunda Sosyal Medyanın Politik İşlevleri Üzerine Tartışmalar* (Edt: Tolga Yazıcı) içinde, *1946’dan Günümüze Medya ve Siyaset*. Kocaeli: Volga Yayıncılık.
- Keane, John (1993). *Medya ve Demokrasi*, (Çev: Haluk Şahin). İstanbul: Ayrıntı
- Keyes, Ralph (2004). *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. New York: St. Martin's Press.
- Keyes, Ralph (2017). *Hakikat Sonrası Çağ*. (Çev: Deniz Özçetin). İzmir: Deli Dolu Yayınları.
- Kılıc, Esra Aydın (2013). “Seçmen Tercihinde İmaj Faktörü: Siyasal Parti ve Aday İmajı Karşılaştırmasına Yönelik Bir Alan Araştırması”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36: 46-73.
- Kırçıl, Aslı Güngör (2009). *Türkiye’de Medya, Suç ve Ahlaki Panik İlişkisi*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

- Kocabay, Şener Nihal (2018). “Doğruluk Kontrol Merkezi” ve “Yalan Haber” Kavramlarına İlişkin İçeriklerin Medyada Yansımasının Araştırılması”. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 30: 355-373.
- Korkut, Rıdvan (2020). *Post-truth Dönemde Siyasal İçerikli Bilgi Arayışı, İçerik Teyidi ve Sinizm*, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, Aydın.
- Köseoğlu Yakup ve Al Hamza (2014). “Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya”. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(3): 103-125.
- Kumar Krishna and Geethakumari Gray (2014). “Detecting Misinformation in Online Social Networks Using Cognitive Psychology”. *Human-centric Computing and Information Sciences*, 14(4): 1-22.
- Liao Vera and Fu Wai-Tat (2014). *Can You Hear me Now? Mitigating the Echo Chamber Effect by Source Position Indicators*. Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing: 184-196. Baltimore, MD, USA.
- Lippmann, Walter (1991). *Public Opinion*. New Jersey: Transaction Publishers.
- Logan, Robert (2010). *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*. New York: Peter Lang Publishing Inc.
- Lyotard, Jean François (2000). *Postmodern Durum*. (Çev: Ahmet Çiğdem), 3. Baskı. Konya: Vadi Yayınları.
- Maccatrozzo, Valentina (2012). Burst the Filter Bubble: Using Semantic Web to Enable Serendipity. (Edt. Philippe Cudré-Mauroux, Jeff Heflin, Evren Sirin, Tania Tudorache, Jérôme Euzenat, Manfred Hauswirth, Josiane Xavier Parreira, Jim Hendler, Guus Schreiber, Abraham Bernstein, Eva Blomqvist) içinde *11th International Semantic Web Conference*. (s. 391-398). NewYork: Springer.
- Manovich, Lev (2001). *The Language of New Media*. Cambridge: The MIT Press.

- Manovich, Lev (2014). “HTML’den Borges’e Yeni Medya”. (Edt. Mukadder Çakır). içinde *Yeni Medya’ya Eleştirel Yaklaşımlar* (Çev: Sezin Kıpçak. Bozkurt). İstanbul: Doğu Kitapevi.
- Manovich, Lev (2014). “Software is the Message”. *Journal of Visual culture*, 13(1): 79-81.
- Marmot, Michael (2017). “Post-truth and Science”. *The Lancet*, 389 (10068), 497–498.
- McIntyre, Lee (2018). *Post-truth*. Cambridge: MIT Press.
- Mcintyre, Lee (2019). *Hakikat-Sonrası*, (Çev: Mehmet Fahrettin Biçici). İstanbul: Tellekt Yayınları.
- Mcluhan, Marshall (2017). *Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu*. (Çev: Gül Çağalı Güven). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- McNair, Brian (2007). *An Introduction to Political Communication*. 4. Baskı, Londra: Routledge.
- Mertoğlu, Uğur (2020). *Türkçe İçin Sahte Haber Tespit Modelinin Oluşturulması*. Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü. Doktora Tezi, İstanbul.
- Myslik Barbara and Kiouisis Spiro (2019). “Political Communication and Government Relations”. (Edt. Brunner-Johnson). içinde *Public Relations Theory: Application and Understanding*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc
- Newman Nic, Fletcher Richard, Kalogeropoulos Antonis, David Levy and Nielsen Kleis Rasmus (2018). *Reuters Institute Digital News Report 2018*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Nickerson, Raymond (1998). *Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises Article in*. *Review of General Psychology* · 2(2):175-220
- Norris, Pippa (2007). Political Activism: New Challenges, New Opportunities. *The Oxford Handbook of Comparative Politics*. (Edt. Carles Boix and Susan C. Stokes). Oxford: Oxford University Press.

- Nyhan Brendan and Reifler Jason (2010). “When Correction Fails: The Persistence of Political Misperception”, *Political Behavior*, 32(2): 303-330.
- Oktaý, Mahmut (2002). *Politikada Halkla İlişkiler*, İstanbul: Derin Yayınları.
- Oreskes Naomi and Conway Erik (2010). *Merchants of Doubt*. New York: Bloomsbury Press.
- Oruç, Mehmet Sebih (2019). *Postmodernite ve Yeni Medya Çağında Siyasal İletişim: Post-Truth Fenomeni Üzerine Bir İnceleme*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Orwell, George (2013). *Politics And The English Language*. United States of America: Penguin Classics.
- Ozkan, Abdullah (2007). *Siyasal İletişim Stratejileri*, İstanbul: Tasam Yayınları.
- Ozkır, Yusuf ve Çağlar İsmail (2015). *Türkiye’de Siyasal İletişim 2007-2015*, İstanbul: SETA.
- Özer, Ömer (2008). “İdeolojik Atmosferin Kapsama Alanı: Bozüyük Olaylarının Ortadoğu ve Ülkede Özgür Gündem Gazetelerinde Sunumu Örneğinde Haber Söyleminde Yapılan İdeolojik Üretime İlişkin Yeni Bir Çözümleme”. (Der: E. Dağtaş). İçinde *Türkiye’de Sivil İtaatsizlik Toplumsal Hareketler ve Basın* (s. 377-432). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Özer, Ömer (2011). *Haber Söylem İdeoloji: Eleştirel Haber Çözümlemeleri*. Konya: Literatürk Yayınevi
- Özer, Ömer (2017). *1970’lerde Türk basını, Akademisyen, gazeteci ve yazarların görüşleri*. (Edt. Korkmaz Alemdar). içinde *Türkiye’de Kitle İletişimi, Dün - Bugün – Yarın*. Ankara: Gazeteciler Cemiyeti.
- Paktin Serdar ve Karaca Hazal Sena (2018). *Post-Truth, Medya ve İktidar*, (Edt. Savaş Çoban). içinde *Medya ve yalanlar*. İstanbul: Siyah-Beyaz.
- Pangrazio, Luci (2018). “What’s New About ‘Fake News’? Critical Digital Literacies: In An Era Of Fake News, Post-Truth And Clickbait”. *Revista Páginas de Educación*, 11(1): 1-22.

- Pariser, Eli (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding From You*. New York: Penguin
- Perloff, Richard (1998). *Political Communication: Politics, Press and Publics in America*. London: Mahwah Nj.
- Pratkanis Anthony and Aronson Elliot (2001). *Age of Propaganda: The Everyday Use And Abuse Of Persuasion*. Santa Cruz: University of California
- Resnick Paul, Garrett Kelly, Kriplean Travis, Munson Sean and Stroud Natalie Jomini (2013). *Bursting Your (filter) Bubble: Strategies for Promoting Diverse Exposure*. In Proceedings of the 2013 ACM conference on Computer supported cooperative work companion, San Antonio, Texas, USA
- Rosenau, Pauline Marie (2004). *Post-Modernizm ve Toplum Bilimleri*. (Çev: Tuncay Birkan). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Sancar, Gaye Aslı (2012). *Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beta.
- Sismondo, Sergio (2017). “Post-truth?”, *Social Studies of Science*, 47(1): 3–6.
- Søe, Sille Obelitz (2018). “Algorithmic Detection of Misinformation and Disinformation: Gricean Perspectives”, *Journal of Documentation*, 74(2): 309-332.
- Sokal Alan and Brichmont Jean (2002). *Son Moda Saçmalar Posmodern Aydınların Bilimi Kötüye Kullanmaları*. (Çev: Memet Baydur ve Ongun Onaran), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sunstein, Cass (2004). “Democracy and Filtering”, *December*, 47(12): 57-59.
- Süslü, Bilal (2013). *Toplumsal Algının Şekillendirilmesi Sürecinde Medyanın Ahlaki Panik Üretiminin Örnek Olaylarla İncelenmesi*. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Şen Ayşe Fulya ve Taşdelen Hacer (2020). “Post-Truth Siyaset Bağlamında Yeni Medya: 2019 Yerel Seçimi Örneğinde Bir İnceleme”, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (33): 11-34.

- Şıvgın, Zeynep Merve (2019). “Sosyal Medyada İDeolojik Bir Mücadele Aracı Olarak Politik Doğruculuk”, *Moment Dergi*, 6(2): 354-381
- Şimşek, Volkan (2018). “Post-Truth ve Yeni Medya: Sosyal Medya Grupları Üzerinden Bir İnceleme”, *Global Media Journal TR Edition*, 8 (16): 1-14.
- Terzi, Adem (2020). “Post-Truth Kavramı ve Türkçe Karşılıkları Üzerine”. *Türk Dili*, 820: 80-86
- Tokgöz, Oya (2008). *Siyasal İletişimi Anlamak*, İstanbul: İmge Kitabevi
- Toktay, Yakup (2019). *Sosyal Medyada Dezenformasyon, Manipülasyon ve Propaganda Etkisi: Zeytin Dalı Harekatı Örneği*, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Tombul, Işıl (2020). “Netnografik Analizle Türkiye’de YouTuberlar ve Değişen Ahlaki Panik Fenomeni”, *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2): 789-811.
- Tunca Elif Asude and Avtürk Koldaş Nurten (2019). “İletişim Perspektifinden Siyasal İletişim ve Seçim Kampanyaları”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8(4):2785-2809.
- Türkoğlu, Senem (2008). *Siyasal İletişimde Medya Manipülasyonunun Önemi Örnek Alan İncelemesi: Kosova*. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Ulaş, Sarp Erk (2002). *Felsefe sözlüğü*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Uluk, Murat (2018). *Hakikat Sonrası Çağda Yeni Medya ve Yalan Haber*. Eskişehir: Dorlion Yayınları.
- Uzun Erkan, Uzun Serkan, Güçlü Abdülbaki ve Yolsal Hüsrev (2002). *Felsefe Sözlüğü*, Ankara: Bilim Sanat Yayınları.
- Uzun, Ruhdan (2007). *İletişim Etiği: Sorunlar ve Sorumluluklar*. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Uzun, Ruhdan (2014). “Medya-Siyaset İlişkileri: Türkiye’de Savunucu Gazetecilik Olgusunun İncelenmesi”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 39: 129-147
- Virilio, Paul (2007). *Negative Horizon: An Essay in Dromoscopy*. Londra: Continuum

- Wason, Peter Cathcart (1960). “On the failure to eliminate hypotheses in a conceptual task”. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 12: 129-140.
- Weaver, David (2001). “Medya Gündem Kurması ve Medya Manipülasyonu”. (Çev. Zülfikar Damlapınar). *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 1 (4): 44-56.
- Whiting Anita and Williams David (2013). “Why People use Social Media: A uses and Gratifications Approach, Qualitative Market Research”, *International Journal*, 16(4): 362-369.
- Wilsdon, James (2018). “The Brexit Experience-evidence, Expertise, and Post-truth Politics”, *Journal & Proceedings of the Royal Society of New South Wales*. 151(1): 45-49.
- Yetkin, Barış (2019). “2019 Yerel Seçimlerinde Adayların Twitter Kullanımı”. *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 6(2): 382-405
- Yıldız, Ziya (2015). *Korku Kültürü ile Kent İlişkisi Üzerine Kuramsal Tartışma*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, Ankara.
- Yurdakul, Hasan (2020). “Bilgi, Doğruluk, Twitter”, *Yeni Medya*, 8: 86-91.
- Yücel, Seniye (2017). *Yerel basının genel görünümü (1980-2000)*. (Edt. Korkmaz Alemdar.). *Türkiye’de Kitle İletişimi, Dün - Bugün – Yarın*. Ankara: Gazeteciler Cemiyeti. Yüksel, Erkan ve Gürcan, Halil İbrahim. (2005). *Haber Toplama ve Yazma*. Konya Tablet Kitabevi.

### ***İnternet Kaynakları***

- Anadolu Ajansı (12 Mart, 2019). *Gebze-Halkalı Banliyö Tren Hatları açıldı*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/gebze-halkali-banliyo-tren-hatlari-acildi/1415625> , (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (13 Şubat, 2019). *Cumhurbaşkanı Erdoğan: 'Yıkım ittifakı seçimleri 17 yılın hesaplaşması olarak görüyor'*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhurbaskani-erdogan-yikim-ittifaki-secimleri-17-yilin-hesaplamasi-olarak-goruyor/1391436>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (16 Şubat, 2019). *'İstanbul'da trafik sorununu çözerim'*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/istanbulda-trafik-sorununu-cozerim/1394731>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (2 Mart, 2019). *AK Parti Ankara Büyükşehir Belediye Başkan adayı Özhasseki: Türkiye'yi bölmeye kimsenin gücü yetmez*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/ak-parti-ankara-buyuksehir-belediye-baskan-adayi-ozhasseki-turkiyeyi-bolmeye-kimsenin-gucu-yetmez/1407456>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (2 Şubat, 2019). *CHP'nin Ankara Büyükşehir Belediye Başkan adayı Yavaş: Herkese eşit hizmet edeceğiz*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/chpnin-ankara-buyuksehir-belediye-baskan-adayi-yavas-herkese-esit-hizmet-edecegiz/1381978>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (20 Şubat, 2019). *'Cumhur İttifakı'nın başladığı yer 15 Temmuz gecesidir'*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhur-ittifakinin-basladigi-yer-15-temmuz-gecesidir/1398551>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (23 Mart, 2019). *'31 Mart terör sevicilerle Türkiye sevdalıları arasındaki en kritik seçim olacaktır'*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/31-mart-teror-sevicilerle-turkiye-sevdalilari-arasindaki-en-kritik-secim-olacaktir/1426744>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (23 Şubat, 2019). *Cumhurbaşkanı Erdoğan: Meydanlar şu anda gayet iyi*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhurbaskani-erdogan-meydanlar-su-anda-gayet-iyi/1401132>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (24 Mart, 2019). *Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan Ayasofya açıklaması*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhur-baskani-erdogandan-ayasofya-aciklamasi/1427621>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (26 Mart, 2019). *'Vergi kaçırın kimse şehri emin olabilir mi?'*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/vergi-kaciran-kimse-sehrul-emin-olabilir-mi/1430602>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (27 Mart, 2019). *Cumhurbaşkanı Erdoğan: İHA'lar koordinatları yakalıyor SİHA'lar, F16'lar vuruyor*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhurbaskani-erdogan-ihalar-koordinatlari-yakaliyor-sihalar-f16lar-vuruyor/1431930>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (27 Ocak, 2019). *Binali Yıldırım: Bahçeli'nin ziyareti cumhur ittifakına güç vermiştir*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/binali-yildirim-bahcelinin-ziyareti-cumhur-ittifakina-guc-vermistir/1376265>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (28 Mart, 2019). *CHP Genel Başkanı Kılıçdaroğlu: CHP insan odaklı, Türkiye'nin çıkarlarına endeksli siyaset yapıyor*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/chp-genel-baskani-kilicdaroglu-chp-insan-odakli-turkiyenin-cikarlarina-endeksli-siyaset-yapiyor/1432479>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (28 Mart, 2019). *Cumhurbaşkanı Erdoğan: Sahte senet tüccarlarına Ankara'yı teslim edemeyiz*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhurbaskani-erdogan-sahte-senet-tuccarlarina-ankarayi-teslim-edemeyiz/1432802>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (28 Şubat, 2019). *Binali Yıldırım: Hedefimiz 5 yıl içinde raylı sistemin payını 518 kilometreye çıkarmak*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/binali-yildirim-hedefimiz-5-yil-icinde-rayli-sistemin-payini-518-kilometreye-cikarmak/1406031>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (29 Mart, 2019). *Cumhurbaşkanı Erdoğan: Eserlerimiz için halkımızdan oy istiyoruz*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/cumhurbaskani-erdogan-eserlerimiz-icin-halkimizdan-oy-istiyoruz/1435070> , (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (3 Mart, 2019). *MHP Genel Başkanı Bahçeli: HDP ile ittifak kuranlar 31 Mart'ta milli şamarı yiyecekler*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/mhp-genel-baskani-bahceli-hdp-ile-ittifak-kuranlar-31-martta-milli-samari-yiyecekler/1407893>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (3 Ocak, 2019). *'İnsanlar yaşadıkları kentten keyif almalı'*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/insanlar-yasadiklari-kentten-keyif-almali/1354982>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (3 Şubat, 2019). *TBMM Başkanı Yıldırım: Birkaç ay içerisinde ekonomiyle ilgili bulutlar dağılacak*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/tbmm-baskani-yildirim-birkac-ay-icerisinde-ekonomiyle-ilgili-bulutlar-dagilacak/1382582>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (30 Mart, 2019). *MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli: Beka bu seçimin kaderidir*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/mhp-genel-baskani-devlet-bahceli-beka-bu-secimin-kaderidir/1435147>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (4 Mart, 2019). *Binali Yıldırım: Albatros'u millet bahçesi yapacağız*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/binali-yildirim-albatrosu-millet-bahcesi-yapacagiz/1408528>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Anadolu Ajansı (4 Ocak, 2019). *TBMM Başkanı Yıldırım: İstanbul projelerini 7 Ocak'ta açıklayacağız*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/tbmm-baskani-yildirim-istanbul-projelerini-7-ocakta-aciklayacagiz/1355896>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

- Anadolu Ajansı (7 Ocak, 2019). *Binali Yıldırım: Seçimde sonuç ne olursa olsun İstanbul kazansın istiyoruz*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/binali-yildirim-secimde-sonuc-ne-olursa-olsun-istanbul-kazansin-istiyoruz/1357724>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Anadolu Ajansı (9 Ocak, 2019). *Yıldırım: İstanbul 2023'te Londra ve Moskova'dan daha fazla raylı sistem ağına sahip olacak*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/yildirim-istanbul-2023te-londra-ve-moskovadan-daha-fazla-rayli-sistem-agina-sahip-olacak/1360193>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Anadolu, Ajansı (2022). *Trump'tan Obama'ya 'DAEŞ'in kurucususun' suçlaması*. <https://www.aa.com.tr/tr/abd-baskanini-seciyor/trumptan-obamaya-daesin-kurucususun-suclamasi/626621>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022)
- Anar, Erol (2017). *İnsanların Çoğu Gerçeklere Değil İnanmak İstediklerine İnanırlar*, <https://dunyalilar.org/insanlarin-cogu-gerceklere-degil-inanmak-istediklerine-inanirlar.html/>, (Erişim tarihi: 10 Eylül 2019),
- Artı Gerçek (2022). *Brexit Sonrası İngiltere'den Avrupa Birliği'ne 1,2 Trilyon Dolarlık Göç*. <https://artigercek.com/ekonomi/brexit-sonrasi-ingiltere-den-avrupa-birligi-ne-1-2-trilyon-dolarlik-goc-161023h>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022)
- Baykan, Barış Gençer (2022). “İklim Bilimini İnkâr ve Manipülasyon”. *Perspektif Online*. Erişim adresi: <https://www.perspektif.online/iklim-bilimini-inkar-ve-manipulasyon/>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- BBC (2022). *Boris Johnson: İngiltere'de Brexit referandumu kampanyasındaki yorumları nedeniyle başbakan adayı hakkında dava açıldı*. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-48447169>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022)
- BBC Türkçe (2021). *Paris İklim Anlaşması Nedir ve ABD'nin Anlaşmaya Dönmesi Neden Önemli?*. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-56124983> (Erişim Tarihi: 15.11.2022)
- Binark, Mutlu (2015). “Sosyal Medya ve Etik 2.0”. Erişim adresi: <https://yenimedya.files.wordpress.com/2015/12/hutip-151210.pdf>, (Erişim Tarihi: 06.12.2020).

- Briant, Elijah (2021). "First Draft News. Twitter". Erişim adresi: <https://twitter.com/EmmaLBriant/status/144.785.9153238695937>, (Erişim Tarihi: 10.10.2021)
- comScore, Media Metrix, Aralık 2014 (Erişim Tarihi: 15.11.2022)
- Dictionary Cambridge (2021). *Real*. <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce-t%C3%BCrk%C3%A7e/real>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Dil Derneği (2022). *Gerçek*. <http://www.dildernegi.org.tr/TR,274/turkce-sozluk-ara-bul.html>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022)
- Duke, Reporters'Lab (2018). "Fact-Checking", Erişim adresi: <https://reporterslab.org/fact-checking/>, 12 Mayıs, Erişim Tarihi: 15.03.2022.
- Euronews Türkiye (2019). *Trump'ın 2018'e damga vuran 10 yalanı*. <https://tr.euronews.com/2019/01/01/trumpin-2018-e-damga-vuran-10-yanan>. (Erişim Tarihi: 15.11.2022)
- Euronews Türkiye (2020). *Trump'tan 'Meksika duvarına' övgü: Dünyanın en güçlü duvarı, Covid-19'u bile durdurdu*. <https://tr.euronews.com/2020/06/24/trump-tan-meksika-duvar-na-ovgu-dunyan-n-en-guclu-duvar-covid-19-u-bile-durdurdu>. (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Evre, Bülent (2017). "Post-Hakikat Döneminde Siyaset Tarzı". *Gaile* (420). Erişim adresi: <https://bulentevre.wordpress.com/author/bulentevre/>, Erişim tarihi: 06.20.2017.
- Google Arts (2022). *Second Life*. <https://artsandculture.google.com/asset/second-life/ewHN5r-Lya0fzw>, (Erişim Tarihi, 15.11.2022).
- Hürriyet Gazetesi (06 Mart, 2019). *Ekrem İmamoğlu seçim çalışmalarını Beyoğlu'nda sürdürüyor*. Hürriyet Gazetesi. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/ekrem-imamoglu-secim-calismalarini-beyoglundasurduruyor-41140068>. (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Hürriyet Gazetesi (08 Ocak, 2019). *Yıldırım'dan 'istifa' yanıtı: Korksam aday olmazdım*. Hürriyet Gazetesi. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/yildirimdan-istifa-yaniti-korksam-aday-olmazdim-41076050> , (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Hürriyet Gazetesi (20 Şubat, 2019). *Hızlı trenle İstanbul'a*. Hürriyet Gazetesi. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/hizli-trenle-istanbula-41122958>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Hürriyet Gazetesi (23 Mart, 2019). *Son dakika! Bahçeli'den Ankara mitinginde dikkat çeken sözler*. Hürriyet Gazetesi. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/son-dakika-bahceliden-ankara-mitinginde-dikkat-ceken-sozler-41159309>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Hürriyet Gazetesi (25 Mart, 2019). *Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan flaş 'Ayasofya' açıklaması: Cami olarak ziyarete açabiliriz*. Hürriyet Gazetesi. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/cumhurbaskani-erdogandan-flas-ayasofya-aciklamasi-cami-olarak-ziyarete-acabiliriz-41160385>. (Erişim Tarihi: 15. 11.2022).

Hürriyet Gazetesi (25 Şubat, 2019). *"Örtülü değildir, bu ittifak artık açık bir seçim ittifakıdır"*. Hürriyet Gazetesi. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/ortulu-degidir-bu-ittifak-artik-acik-bir-secim-ittifakidir-41129549>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Hürriyet Gazetesi (26 Mart, 2019). *CHP İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Ekrem İmamoğlu kimdir?*. Hürriyet Gazetesi. . <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/chp-istanbul-buyuksehir-belediye-baskan-adayi-ekrem-imamoglu-kimdir-41162074>. (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Hürriyet Gazetesi (27 Ocak, 2019). *"Sorulacak hesabımız vardır" dedi sert sözlerle yüklendi*. Hürriyet Gazetesi. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/sorulacak-hesabimiz-vardir-dedi-sert-sozlerle-yuklendi-41096601>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

- Hürriyet Gazetesi (28 Mart, 2019). *Cumhurbaşkanı Erdoğan: En büyük yanılmayı onlar yaşayacak*. Hürriyet Gazetesi. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/cumhurbaskani-erdogan-en-buyuk-yanilmayi-onlar-yasayacak-41164073>. (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Hürriyet Gazetesi (29 Mart, 2019). *Yıldırım açıkladı: 500 bin kişiye istihdam...* Hürriyet Gazetesi. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/yildirim-acikladi-225-bin-dogrudan-calisan-olacak-41166516>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Hürriyet Gazetesi (3 Şubat, 2019). *Erdoğan'dan manifesto sonrası bir ilk... İşte '1994 ruhu'nun şifreleri*. Hürriyet Gazetesi. <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/erdogandan-manifesto-sonrasi-bir-ilk-iste-1994-ruhunun-sifreleri-41104270>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Hürriyet Gazetesi (31 Ocak, 2019). *Son dakika... Cumhurbaşkanı Erdoğan AK Partililere seslendi*. Hürriyet Gazetesi. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/son-dakika-cumhurbaskani-erdogan-ak-partililere-seslendi-41100669>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Independent Türkçe (2019). *Trump, dünya liderlerinin kendisiyle alay ettiğini gösteren videoya rağmen NATO zirvesinde "derin saygı" gördüğünü ileri sürdü*. <https://www.indyturk.com/node/100131/d%C3%BCnya/trump-d%C3%BCnya-liderlerinin-kendisiyle-alay-etti%C4%9Fini-g%C3%B6steren-videoya-ra%C4%9Fmen-nato>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- İldem, Tacan (2021). *Dezenformasyona Karşı Toplumsal Dayanıklılık*. Ekonomi ve Dış Politika Araştırmalar Merkezi. Erişim adresi: <https://edam.org.tr/wp-content/uploads/2021/03/210305-Dezenformasyon-Ildem.pdf>, Erişim Tarihi, 15.03.2022.
- İnce, Serkan. (2018). “Medya - Medyanın Gücü - Medya Manipülasyonu”, Erişim adresi: <https://www.serkanince.com/2012/04/medya-medyan-gucu-medyan-manipulasyonu.html> (Erişim tarihi: 27.11.2018).
- Jabal Ron, Frey (2018). PR in the era of post-truth, *Ron F. Jabal*, Erişim adresi: <https://businessmirror-.com.ph/2018/07/08/pr-in-the-era-of-post-truth/>, Erişim tarihi: 21 Eylül 2021.

- Lazaroff, Peter (2016). “How Investors Suffer From Confirmation Bias”, Peter Lazaroff. Erişim tarihi: <https://www.forbes.com/sites/peterlazaroff/2016/09/28/confirmationbias/#169f176c4b7d>, Erişim Tarihi: 12.05.2022.
- Leonhardt, David ve Thompson, Stuart. (2017). *Trump's Lies*. New York Times: Erişim adresi: <https://www.nytimes.com/interactive/2017/06/23/opinion/trumpslied.html> (Erişim Tarihi: 12.05.2022)
- McRaney, David (2011). “The Backfire Effect”, Erişim adresi: <https://youarenotso.com/2011/06/10/the-backfire-effect>, (Erişim tarihi: Erişim Tarihi: 12.05.2022),
- Mynet (01 Ocak, 2019). *Ekrem İmamoğlu: Metrobüsle ilgili özel bir sürprizimiz olacak*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-metrobusle-ilgili-ozel-bir-surprizimiz-olacak-110104689971>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (02 Ocak, 2019). *Ekrem İmamoğlu: Yüzde 51'le kazanacağız*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-yuzde-51-le-kazanacagiz-110104691090>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (08 Ocak, 2019). *Ekrem İmamoğlu'ndan yerel seçimler öncesinde sandık güvenliği hamlesi*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-ndan-yerel-secimler-oncesinde-sandik-guvenligi-hamlesi-110104712261>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (10 Ocak, 2019). *CHP lideri Kılıçdaoğlu: Binali Bey'in istifa etmesine gerek yok!*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/chp-lideri-kilicdaoglu-binali-bey-in-istifa-etmesine-gerek-yok-110104720979>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (11 Mart, 2019). *Yerel seçim sonuçları anketinde Ankara'da kim, hangi parti önde? AK Partili Numan Kurtulmuş açıkladı*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/yerel-secim-sonuclari-anketinde-ankara-da-kim-hangi-parti-onde-ak-partili-numan-kurtulmus-acikladi-110105019320>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

- Mynet (11 Ocak, 2019). *Ekrem İmamoğlu'nun oğlu Mehmet Selim: İşte bu yüzden liderimsin baba!*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-nun-oglu-mehmet-selim-iste-bu-yuzden-liderimsin-baba-110104726790>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (12 Mart, 2019). *Kılıçdaroğlu, canlı yayında soruları yanıtladı*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/kilicdaroglu-canli-yayinda-sorulari-yanitladi-110105028323>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (12 Şubat, 2019). *Binali Yıldırım canlı yayında soruları yanıtladı*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/binali-yildirim-canli-yayinda-sorulari-yanitladi-110104894928>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (13 Mart, 2019). *Mansur Yavaş'ın iddiaları sonrası Mehmet Özhasseki'den ilk açıklama: Türkiye'yi terk ederim*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/mansur-yavas-in-iddialari-sonrasi-mehmet-ozhasseki-den-ilk-aciklama-turkiye-yi-terk-ederim-110105030096>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (14 Mart, 2019). *"Doğru adamsan çık bunları anlat"*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/dogru-adamsan-cik-bunlari-anlat-180104361058>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (14 Mart, 2019). *AK Partili Mahir Ünal'dan Mansur Yavaş açıklaması!*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/ak-partili-mahir-unal-dan-mansur-yavas-aciklamasi-110105036303>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (14 Mart, 2019). *Binali Yıldırım'dan yerel seçim anket sonuçları yorumu!*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/binali-yildirim-dan-yerel-secim-anket-sonuclari-yorumu-110105037749>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (14 Mart, 2019). *Erdoğan, canlı yayında soruları yanıtladı*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/erdogan-canli-yayinda-sorulari-yanitladi-110105040515>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (16 Mart, 2019). *Erdoğan'dan Mansur Yavaş'a sert sözler: Adamda her türlü yolsuzluk var!*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/erdogan-dan-mansur-yavas-a-sert-sozler-adamda-her-turlu-yolsuzluk-var-110105049788>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

- Mynet (16 Mart, 2019). *Mehmet Özhaseki'den Kılıçdaroğlu ve Yavaş'a ağır sözler!*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/mehmet-ozhaseki-den-kilicdaroglu-ve-yavas-a-agir-sozler-110105047253>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (16 Ocak, 2019). *Mehmet Özhaseki'den çok çarpıcı 'kaset' iddiası*. Mynet.com.<https://www.mynet.com/mehmet-ozhaseki-den-cok-carpici-kaset-iddiasi-110104744358>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (17 Şubat, 2019). *"Ankara'daki yarışı alacağız"*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/ankaradaki-yarisi-alacagiz-180104308315>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (18 Ocak, 2019). *Ankara'da seçim anket sonuçlarında kim önde? Mansur Yavaş'tan flaş açıklama*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/ankara-da-secim-anket-sonuclarinda-kim-onde-mansur-yavas-tan-flas-aciklama-110104771106>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (2 Mart, 2019). *Mansur Yavaş'tan Özhaseki'ye cevap: Allah kimseye kendi videosunu yasaklatmayı nasip etmesin*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/mansur-yavas-tan-ozhaseki-ye-cevap-allah-kimseye-kendi-videosunu-yasaklatmayi-nasip-etmesin-110104974959>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (21 Ocak, 2019). *Ekrem İmamoğlu canlı yayında açıkladı: Adını ikinci metrobüs koyduk ama...*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-canli-yayinda-acikladi-adini-ikinci-metrobus-koyduk-ama-110104759247>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (23 Mart, 2019). *Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan Ankara'da flaş açıklamalar*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-dan-ankara-da-flas-aciklamalar-110105085020>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (23 Mart, 2019). *Devlet Bahçeli'den Mansur Yavaş'a sert sözler: Eski ülkücüymüş!*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/devlet-bahceli-den-mansur-yavas-a-sert-sozler-eski-ulkucuyumus-110105085560>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

- Mynet (25 Mart, 2019). *Kılıçdaroğlu, canlı yayında soruları yanıtladı*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/kilicdaroglu-canli-yayinda-sorulari-yanitladi-110105096147>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (25 Ocak, 2019). Binali Yıldırım'dan yerel seçim anketi sonucu çıkışı!. Mynet.com. <https://www.mynet.com/binali-yildirim-dan-yerel-secim-anketi-sonucu-cikisi-110104770509>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (25 Ocak, 2019). *CHP'nin İstanbul adayı Ekrem İmamoğlu'ndan flaş HDP açıklaması*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/chp-nin-istanbul-adayi-ekrem-imamoglu-ndan-flas-hdp-aciklamasi-110104770623>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (25 Şubat, 2019). *İmamoğlu'ndan flaş açıklama: Artık evinize su yüzde 40 daha ucuz girecek*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/imamoglu-ndan-flas-aciklama-artik-evinize-su-yuzde-40-daha-ucuz-girecek-110104949876>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (26 Mart, 2019). *Özhaseki'den net mesaj: ilk günden gönderirim!*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/ozhaseki-den-net-mesaj-ilk-gunden-gonderirim-110105099477>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (27 Şubat, 2019). *Cumhurbaşkanı Erdoğan, sosyal medya hesabından paylaştı*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-sosyal-medya-hesabindan-paylasti-110104960382>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (28 Mart, 2019). *Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan yerel seçim uyarısı! 'Seçim sonucuna göre adım atacağız!'*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-dan-yerel-secim-uyarisi-secim-sonucuna-gore-adim-atacagiz-110105109581>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (29 Mart, 2019). *Kılıçdaroğlu, canlı yayında soruları yanıtladı*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/kilicdaroglu-canli-yayinda-sorulari-yanitladi-110105114702>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

- Mynet (30 Mart, 2019). *Cumhurbaşkanı Erdoğan: Seçimden sonra ilk iş Suriye meselesi!*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/cumhurbakani-erdogan-secimden-sonra-ilk-is-suriye-meselesi-110105119961>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (30 Mart, 2019). *Cumhurbaşkanı Erdoğan: Hazırlıklar tamam!*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-hazirliklar-tamam-110105120720>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (30 Ocak, 2019). *Ekrem İmamoğlu ile vatandaş arasında ilginç cami diyalogu!*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-ile-vatandas-arasinda-ilginc-cami-diyalogu-190101137871>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (4 Ocak, 2019). *Kemal Kılıçdaroğlu'ndan olay iddia: Binali Yıldırım korktuğu için istifa etmiyor!*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/kemal-kilicdaroglu-ndan-olay-iddia-binali-yildirim-korktugu-icin-istifa-etmiyor-110104698221>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (4 Şubat, 2019). *İmamoğlu ve AK Partili seçmen arasında dikkat çeken diyalog: Sen bulguru ye, iyileşeceksin*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/imamoglu-ve-ak-partili-secmen-arasinda-dikkat-ceken-diialog-sen-bulguru-ye-iyileseceksin-110104849970>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (4 Şubat, 2019). *Mehmet Özhasseki Ankara için projelerini açıkladı: 'Elim kırılın' dönemi bitti!*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/mehmet-ozhaseki-ankara-icin-projelerini-acikladi-elim-kirilsin-donemi-bitti-110104849943>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (5 Mart, 2019). *Cumhurbaşkanı Erdoğan Sancaktepe'de önemli açıklamalar*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-sancaktepe-de-onemli-aciklamalar-110104989722>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).
- Mynet (6 Mart, 2019). *Erdoğan son noktayı koydu: İş bitirdik, geri dönüşü olamaz*. Mynet.com. <https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-secim-ozel-programinda-110104998137>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Mynet (6 Ocak, 2019). *Ekrem İmamoğlu Binali Yıldırım ile telefonda ne görüştü? İşte görüşmenin detayları....* Mynet.com. <https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-binali-yildirim-ile-telefonda-ne-gorustu-iste-gorusmenin-detaylari-110104706399>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Mynet (7 Ocak, 2019). *Binali Yıldırım: Seçimde sonuç ne olursa olsun İstanbul kazansın istiyoruz.* Mynet.com. <https://www.mynet.com/binali-yildirim-secimde-sonuc-ne-olursa-olsun-istanbul-kazansin-istiyoruz-110104708550>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Mynet (8 Mart, 2019). *Ankara'da hangi parti, kim önde? Yerel seçim anket sonuçlarıyla ilgili Mansur Yavaş'tan flaş iddia.* Mynet.com. <https://www.mynet.com/ankara-da-hangi-parti-kim-onde-yerel-secim-anket-sonuclariyla-ilgili-mansur-yavas-tan-flas-iddia-110105004863>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Mynet (8 Mart, 2019). *Binali Yıldırım 'en çok ilgimi çekiyor' dediği İstanbul projesini açıkladı.* Mynet.com. <https://www.mynet.com/binali-yildirim-en-cok-ilgimi-cekiyor-dedigi-istanbul-projesini-acikladi-110105005097>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Mynet (9 Ocak, 2019). *Erdoğan'dan CHP kararı! İmamoğlu görüşmesi yarın....* Mynet.com. <https://www.mynet.com/erdogan-dan-chp-karari-imamoglu-gorusmesi-yarin-110104717013>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

Mynet (9 Ocak, 2019). *İmamoğlu, İnce ile bir araya geldi.* Mynet.com. <https://www.mynet.com/imamoglu-ince-ile-bir-araya-geldi-110104717601>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022).

O'Reilly, Tim (2005). *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.* Erişim adresi: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>, Erişim Tarihi: 12.05.2022.

- Oxford Learner's Dictionaries. (2021, 18 Ekim). *Information, Misinformation, Disinformation. Dictionaries.* <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/information?q=information> adresinden alındı. (Erişim Tarihi: 15.11.2022)
- Pasha-Robinson, Lucy (2016). *Brexit: UK faces £350m-a-week 'divorce bill' as result of leaving the EU.* Erişim adresi: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/brexit-divorce-bill-350m-a-week-a7359121>.(Erişim Tarihi: 12.05.2022)
- Pennycook Gordon and Rand David (2018). *Lazy, Not Biased: Susceptibility To Partisan Fake News is Better Explained By Lack Of Reasoning Than By Motivated Reasoning,* Erişim adresi: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3165567](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3165567), (Erişim Tarihi: 01 Mayıs 2020).
- Politico (2022). *'Post-truth' enters Oxford English Dictionary.* <https://www.politico.eu/article/post-truth-enters-oxford-english-dictionary/>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022)
- Samuel, Azran (2017). *Is social media the cause of fake news— or the cure?.* Erişim adresi: <https://misinfocon.com/is-social-media-the-cause-of-fake-news-or-the-cure-3a2e70cfc89c>, Erişim Tarihi: 12.05.2022.
- TEDx London Business School (2017). *What to trust in a "post-truth" world: Alex Edmans,* [https://www.ted.com/talks/alex\\_edmans\\_what\\_to\\_trust\\_in\\_a\\_post\\_truth\\_world](https://www.ted.com/talks/alex_edmans_what_to_trust_in_a_post_truth_world), (Erişim Tarihi: 03.12.2018). Erişim Adresi:
- Tesich, Steve (1992). “A Government of Lies”, *The Nation*, Erişim adresi: [www.thenation.com/archive](http://www.thenation.com/archive), (Erişim Tarihi: 11.11.2021)
- The, Guardian (2017). Basılı Gazete Haber Sitesi, Erişim adresi: [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com), Erişim Tarihi: 12.05.2022.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri (2022). *Gerçek.* <https://www.sozluk.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022)
- Türkçe Terim Bilimleri Sözlüğü (2022). *Gerçek.* <http://www.terim.tuba.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022)

- Twitter Yardım Merkezi (2018). Erişim adresi: <https://help.twitter.com/tr/using-twitter/twittertimeline>, Erişim Tarihi: 12.05.2022.
- Wardle, C. (2020, 22 Eylül). *Understanding Information Disorder. First Draft*. <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder/>, (Erişim Tarihi: 25.02.2021).
- Wardle, Claire (2017). “Derakhshan Hossein, Information Disorder: Toward An Interdisciplinary Framework For Research And Policy Making”, Council of Europe report, Erişim adresi: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinaryframework-for-research/168076277c>, Erişim Tarihi: 15.04.2020.
- Wardle, Claire (2017). “Fake news. It’s complicated”, Erişim adresi: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79#.y8p67xvw>, Erişim Tarihi: 15.11.2020.
- Wikipedia (2019). *Information overload*. [https://en.wikipedia.org/wiki/Information\\_overload](https://en.wikipedia.org/wiki/Information_overload), (Erişim Tarihi: 15.01.2019).
- Wikipedia. (2022). *Devasa çok oyunculu çevrimiçi rol yapma oyunu*. [https://tr.wikipedia.org/wiki/Devasa\\_%C3%A7ok\\_oyunculu\\_%C3%A7evrimi%C3%A7i\\_rol\\_yapma\\_oyunu](https://tr.wikipedia.org/wiki/Devasa_%C3%A7ok_oyunculu_%C3%A7evrimi%C3%A7i_rol_yapma_oyunu), (Erişim Tarihi: 15.11.2022)
- Yeni Akit Gazetesi (2021). *Fatih Erbakan'dan 'salgın' ve 'aşı' açıklaması: Çok ciddi şüphelerimiz var*. <https://www.yeniakit.com.tr/haber/fatih-erbakandan-salgın-ve-asi-aciklamasi-cok-ciddi-suphelerimiz-var-1566879.html>, (Erişim Tarihi: 15.11.2022)



## EKLER

### Ek 1. Gazete Haber Resimleri



**Resim 1.** Recep Tayyip Erdoğan “Sahte senet tüccarlarına Ankara'yı teslim edemeyiz” ([www.aa.com.tr](http://www.aa.com.tr))



**Resim 2.** Numan Kurtulmuş “Örtülü değildir, bu ittifak artık açık bir seçim ittifakıdır” ([www.hurriyet.com.tr](http://www.hurriyet.com.tr))



**Resim 3.** Ekrem İmamoğlu “Ekrem İmamoğlu seçim çalışmalarını Beyoğlu'nda sürdürüyor” ([www.hurriyet.com.tr](http://www.hurriyet.com.tr))



**Resim 4.** Recep Tayyip Erdoğan “Gebze-Halkalı Banliyö Tren Hatları açıldı” ([www.aa.com.tr](http://www.aa.com.tr))



**Resim 5.** Devlet Bahçeli “31 Mart terör sevicilerle Türkiye sevdalıları arasındaki en kritik seçim olacaktır” ([www.aa.com.tr](http://www.aa.com.tr))



**Resim 6.** Mahir Ünal “Vergi kaçırın kimse şehri emin olabilir mi” ([www.aa.com.tr](http://www.aa.com.tr))



**Resim 7.** Recep Tayyip Erdoğan “Adamda her türlü yolsuzluk var!”  
(www.mynet.com)



**Resim 8.** Kemal Kılıçdaroğlu “Binali Yıldırım korktuğu için istifa etmiyor!”  
(www.mynet.com)



**Resim 9.** Mehmet Özhasseki “AK Parti Ankara Büyükşehir Belediye Başkan adayı Özhasseki: Türkiye'yi bölmeye kimsenin gücü yetmez” ([www.aa.com.tr](http://www.aa.com.tr))



**Resim 10.** Recep Tayyip Erdoğan “Cumhurbaşkanı Erdoğan: En büyük yanılmayı onlar yaşayacak” ([www.hurriyet.com.tr](http://www.hurriyet.com.tr))



**Resim 4.** Binali Yıldırım “Binali Yıldırım: Hedefimiz 5 yıl içinde raylı sistemin payını 518 kilometreye çıkarmak” (www.aa.com.tr)



**Resim 5.** Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Ayasofya (www.aa.com.tr)



**Resim 13.** Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Yıkım İttifakı ([www.aa.com.tr](http://www.aa.com.tr))



**Resim 14.** Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Sahte Senet Tüccarları ([www.aa.com.tr](http://www.aa.com.tr))

## Ek 2. Haberlerin Linkleri

**Tablo 5: İncelenen Haberlerin Bilgileri**

| Haber Kaynağı                | Haber Sayısı | Habere Konu Olan Kişi | Haber Sayısı |                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| aa.com.tr<br>hurriyet.com.tr | 24<br>12     | Mehmet Özhaskeki      | 2            | 1<br><a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/insanlar-yasadiklari-kentten-keyif-almali/1354982">https://www.aa.com.tr/tr/politika/insanlar-yasadiklari-kentten-keyif-almali/1354982</a>                                                                                                            |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/ak-parti-ankara-buyuksehir-belediye-baskan-adayi-ozhaskeki-turkiyeyi-bolmeye-kimsenin-gucu-yetmez/1407456">https://www.aa.com.tr/tr/politika/ak-parti-ankara-buyuksehir-belediye-baskan-adayi-ozhaskeki-turkiyeyi-bolmeye-kimsenin-gucu-yetmez/1407456</a> |
|                              |              | Binali Yıldırım       | 10           | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/tbmm-baskani-yildirim-istanbul-projelerini-7-ocakta-aciklayacagiz/1355896">https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/tbmm-baskani-yildirim-istanbul-projelerini-7-ocakta-aciklayacagiz/1355896</a>                                                                   |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/binali-yildirim-secimde-sonuc-ne-olursa-olsun-istanbul-kazansin-istiyoruz/1357724">https://www.aa.com.tr/tr/politika/binali-yildirim-secimde-sonuc-ne-olursa-olsun-istanbul-kazansin-istiyoruz/1357724</a>                                                 |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/yildirim-istanbul-2023te-londra-ve-moskovadan-daha-fazla-rayli-sistem-agina-sahip-olacak/1360193">https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/yildirim-istanbul-2023te-londra-ve-moskovadan-daha-fazla-rayli-sistem-agina-sahip-olacak/1360193</a>                     |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/binali-yildirim-bahcelinin-ziyareti-cumhur-ittifakina-guc-vermistir/1376265">https://www.aa.com.tr/tr/politika/binali-yildirim-bahcelinin-ziyareti-cumhur-ittifakina-guc-vermistir/1376265</a>                                                             |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/tbmm-baskani-yildirim-birkac-ay-icerisinde-ekonomiyle-ilgili-bulutlar-dagilacak/1382582">https://www.aa.com.tr/tr/politika/tbmm-baskani-yildirim-birkac-ay-icerisinde-ekonomiyle-ilgili-bulutlar-dagilacak/1382582</a>                                     |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/istanbulda-trafik-sorununu-cozerim/1394731">https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/istanbulda-trafik-sorununu-cozerim/1394731</a>                                                                                                                                 |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhur-ittifakinin-basladi-geri-15-temmuz-gecesidir/1398551">https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhur-ittifakinin-basladi-geri-15-temmuz-gecesidir/1398551</a>                                                                                             |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/binali-yildirim-hedefimiz-5-yil-icinde-rayli-sistemin-payini-518-kilometreye-cikarmak/1406031">https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/binali-yildirim-hedefimiz-5-yil-icinde-rayli-sistemin-payini-518-kilometreye-cikarmak/1406031</a>                           |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/binali-yildirim-albatrosu-millet-bahcesi-yapacagiz/1408528">https://www.aa.com.tr/tr/politika/binali-yildirim-albatrosu-millet-bahcesi-yapacagiz/1408528</a>                                                                                               |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/gebze-halkali-banliyo-tren-hatlari-acildi/1415625">https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/gebze-halkali-banliyo-tren-hatlari-acildi/1415625</a>                                                                                                                   |
|                              |              | Mansur yavaş          | 1            | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/chpnin-ankara-buyuksehir-belediye-baskan-adayi-yavas-herkese-esit-hizmet-edecegiz/1381978">https://www.aa.com.tr/tr/politika/chpnin-ankara-buyuksehir-belediye-baskan-adayi-yavas-herkese-esit-hizmet-edecegiz/1381978</a>                                 |
|                              |              | Recep Tayyip Erdoğan  | 7            | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhurbaskani-erdogan-yikim-ittifaki-secimleri-17-yilin-hesaplamasi-olarak-goruyor/1391436">https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhurbaskani-erdogan-yikim-ittifaki-secimleri-17-yilin-hesaplamasi-olarak-goruyor/1391436</a>                               |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhurbaskani-erdogan-meydanlar-su-anda-gayet-iyi/1401132">https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhurbaskani-erdogan-meydanlar-su-anda-gayet-iyi/1401132</a>                                                                                                 |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/gebze-halkali-banliyo-tren-hatlari-acildi/1415625">https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/gebze-halkali-banliyo-tren-hatlari-acildi/1415625</a>                                                                                                                   |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhurbaskani-erdogandan-ayasofya-aciklamasi/1427621">https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhurbaskani-erdogandan-ayasofya-aciklamasi/1427621</a>                                                                                                           |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhurbaskani-erdogan-ihalar-koordinatleri-yakaliyor-sihalar-f16lar-vuruyor/1431930">https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhurbaskani-erdogan-ihalar-koordinatleri-yakaliyor-sihalar-f16lar-vuruyor/1431930</a>                                             |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhurbaskani-erdogan-sahte-senet-tuccarlarina-ankarayi-teslim-edemeyiz/1432802">https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhurbaskani-erdogan-sahte-senet-tuccarlarina-ankarayi-teslim-edemeyiz/1432802</a>                                                     |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/cumhurbaskani-erdogan-eserlerimiz-icin-halkimizdan-oy-istiyoruz/1435070">https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/cumhurbaskani-erdogan-eserlerimiz-icin-halkimizdan-oy-istiyoruz/1435070</a>                                                                       |
|                              |              | Devlet Bahçeli        | 3            | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/mhp-genel-baskani-bahceli-hdp-ile-ittifak-kuranlar-31-martta-milli-samari-yiyecekler/1407893">https://www.aa.com.tr/tr/politika/mhp-genel-baskani-bahceli-hdp-ile-ittifak-kuranlar-31-martta-milli-samari-yiyecekler/1407893</a>                           |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/31-mart-teror-sevicilerle-turkiye-sevdalileri-arasindaki-en-kritik-secim-olacaktır/1426744">https://www.aa.com.tr/tr/politika/31-mart-teror-sevicilerle-turkiye-sevdalileri-arasindaki-en-kritik-secim-olacaktır/1426744</a>                               |
|                              |              |                       |              | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/mhp-genel-baskani-devlet-bahceli-beka-bu-secimin-kaderidir/1435147">https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/mhp-genel-baskani-devlet-bahceli-beka-bu-secimin-kaderidir/1435147</a>                                                                                 |

**Tablo 5: İncelenen Haberlerin Bilgileri (Devamı)**

|           |    |                      |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------|----|----------------------|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| mynet.com | 46 | Mahir Ünal           | 1 | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/vergi-kaciran-kimse-sehrul-emin-olabilir-mi/1430602">https://www.aa.com.tr/tr/politika/vergi-kaciran-kimse-sehrul-emin-olabilir-mi/1430602</a>                                                                                                         |
|           |    | Kemal Kılıçdaroğlu   | 1 | <a href="https://www.aa.com.tr/tr/politika/chp-genel-baskani-kilicdaroglu-chp-insan-odakli-turkiyenin-cikarlarina-endeksli-siyaset-yapiyor/1432479">https://www.aa.com.tr/tr/politika/chp-genel-baskani-kilicdaroglu-chp-insan-odakli-turkiyenin-cikarlarina-endeksli-siyaset-yapiyor/1432479</a> |
|           |    | Binali Yıldırım      | 3 | <a href="http://www.hurriyet.com.tr/gundem/yildirimdan-istifa-yaniti-korksam-aday-olmazdim-41076050">http://www.hurriyet.com.tr/gundem/yildirimdan-istifa-yaniti-korksam-aday-olmazdim-41076050</a>                                                                                               |
|           |    |                      |   | <a href="http://www.hurriyet.com.tr/gundem/hizli-trenle-istanbula-41122958">http://www.hurriyet.com.tr/gundem/hizli-trenle-istanbula-41122958</a>                                                                                                                                                 |
|           |    |                      |   | <a href="http://www.hurriyet.com.tr/gundem/yildirim-acikladi-225-bin-dogrudan-calisan-olacak-41166516">http://www.hurriyet.com.tr/gundem/yildirim-acikladi-225-bin-dogrudan-calisan-olacak-41166516</a>                                                                                           |
|           |    | Devlet Bahçeli       | 2 | <a href="http://www.hurriyet.com.tr/gundem/sorulacak-hesabimiz-var-dir-dedi-sert-sozlerle-yuklendi-41096601">http://www.hurriyet.com.tr/gundem/sorulacak-hesabimiz-var-dir-dedi-sert-sozlerle-yuklendi-41096601</a>                                                                               |
|           |    |                      |   | <a href="http://www.hurriyet.com.tr/gundem/son-dakika-bahceliden-ankara-mitinginde-dikkat-cek-en-sozler-41159309">http://www.hurriyet.com.tr/gundem/son-dakika-bahceliden-ankara-mitinginde-dikkat-cek-en-sozler-41159309</a>                                                                     |
|           |    | Recep Tayyip Erdoğan | 4 | <a href="http://www.hurriyet.com.tr/gundem/son-dakika-cumhurbaskani-erdogan-ak-partililere-seslendi-41100669">http://www.hurriyet.com.tr/gundem/son-dakika-cumhurbaskani-erdogan-ak-partililere-seslendi-41100669</a>                                                                             |
|           |    |                      |   | <a href="https://www.hurriyet.com.tr/gundem/erdogandan-manifesto-sonrasi-bir-ilk-iste-1994-ruhunun-sifreleri-41104270">https://www.hurriyet.com.tr/gundem/erdogandan-manifesto-sonrasi-bir-ilk-iste-1994-ruhunun-sifreleri-41104270</a>                                                           |
|           |    |                      |   | <a href="http://www.hurriyet.com.tr/gundem/cumhurbaskani-erdogandan-flas-ayasofya-aciklamasi-cami-olarak-ziyarete-acabiliriz-41160385">http://www.hurriyet.com.tr/gundem/cumhurbaskani-erdogandan-flas-ayasofya-aciklamasi-cami-olarak-ziyarete-acabiliriz-41160385</a>                           |
|           |    |                      |   | <a href="http://www.hurriyet.com.tr/gundem/cumhurbaskani-erdogan-en-buyuk-yanilmayi-onlar-yasayacak-41164073">http://www.hurriyet.com.tr/gundem/cumhurbaskani-erdogan-en-buyuk-yanilmayi-onlar-yasayacak-41164073</a>                                                                             |
|           |    | Numan Kurtulmuş      | 1 | <a href="http://www.hurriyet.com.tr/gundem/ortulu-degildir-bu-ittifak-artik-acik-bir-secim-ittifakidir-41129549">http://www.hurriyet.com.tr/gundem/ortulu-degildir-bu-ittifak-artik-acik-bir-secim-ittifakidir-41129549</a>                                                                       |
|           |    | Ekrem İmamoğlu       | 2 | <a href="http://www.hurriyet.com.tr/gundem/ekrem-imamoglu-secim-calismalarini-beyoglu-surduruyor-41140068">http://www.hurriyet.com.tr/gundem/ekrem-imamoglu-secim-calismalarini-beyoglu-surduruyor-41140068</a>                                                                                   |
|           |    |                      |   | <a href="http://www.hurriyet.com.tr/gundem/chp-istanbul-buyuksehir-belediye-baskan-adayi-ekrem-imamoglu-kimdir-41162074">http://www.hurriyet.com.tr/gundem/chp-istanbul-buyuksehir-belediye-baskan-adayi-ekrem-imamoglu-kimdir-41162074</a>                                                       |
|           | 46 | Recep Tayyip Erdoğan | 9 | <a href="https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-hazirliklar-tamam-110105120720">https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-hazirliklar-tamam-110105120720</a>                                                                                                                               |
|           |    |                      |   | <a href="https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-secimden-sonra-ilk-is-suriye-meselesi-110105119961">https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-secimden-sonra-ilk-is-suriye-meselesi-110105119961</a>                                                                                       |
|           |    |                      |   | <a href="https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-dan-yerel-secim-uyarisi-secim-sonucuna-gore-adim-atacagiz-110105109581">https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-dan-yerel-secim-uyarisi-secim-sonucuna-gore-adim-atacagiz-110105109581</a>                                               |
|           |    |                      |   | <a href="https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-dan-ankara-da-flas-aciklamalar-110105085020">https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-dan-ankara-da-flas-aciklamalar-110105085020</a>                                                                                                     |
|           |    |                      |   | <a href="https://www.mynet.com/erdogan-dan-mansur-yavas-a-sert-sozler-adamda-her-turlu-yolsuzluk-var-110105049788">https://www.mynet.com/erdogan-dan-mansur-yavas-a-sert-sozler-adamda-her-turlu-yolsuzluk-var-110105049788</a>                                                                   |
|           |    |                      |   | <a href="https://www.mynet.com/erdogan-canli-yayinda-sorulari-yanitladi-110105040515">https://www.mynet.com/erdogan-canli-yayinda-sorulari-yanitladi-110105040515</a>                                                                                                                             |
|           |    |                      |   | <a href="https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-secim-ozel-programinda-110104998137">https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-secim-ozel-programinda-110104998137</a>                                                                                                                     |
|           |    |                      |   | <a href="https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-sancaktepe-de-onemli-aciklamalar-110104989722">https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-sancaktepe-de-onemli-aciklamalar-110104989722</a>                                                                                                 |
|           |    |                      |   | <a href="https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-sosyal-medya-hesabindan-paylasti-110104960382">https://www.mynet.com/cumhurbaskani-erdogan-sosyal-medya-hesabindan-paylasti-110104960382</a>                                                                                                 |
|           |    | Kemal Kılıçdaroğlu   | 5 | <a href="https://www.mynet.com/kilicdaroglu-canli-yayinda-sorulari-yanitladi-110105114702">https://www.mynet.com/kilicdaroglu-canli-yayinda-sorulari-yanitladi-110105114702</a>                                                                                                                   |
|           |    |                      |   | <a href="https://www.mynet.com/kilicdaroglu-canli-yayinda-sorulari-yanitladi-110105096147">https://www.mynet.com/kilicdaroglu-canli-yayinda-sorulari-yanitladi-110105096147</a>                                                                                                                   |
|           |    |                      |   | <a href="https://www.mynet.com/kilicdaroglu-canli-yayinda-sorulari-yanitladi-110105028323">https://www.mynet.com/kilicdaroglu-canli-yayinda-sorulari-yanitladi-110105028323</a>                                                                                                                   |
|           |    |                      |   | <a href="https://www.mynet.com/chp-lideri-kilicdaoglu-binali-bey-in-istifa-etmesine-gerek-yok-110104720979">https://www.mynet.com/chp-lideri-kilicdaoglu-binali-bey-in-istifa-etmesine-gerek-yok-110104720979</a>                                                                                 |
|           |    |                      |   | <a href="https://www.mynet.com/kemal-kilicdaroglu-ndan-olay-iddia-binali-yildirim-korktugu-icin-istifa-etmiyor-110104698221">https://www.mynet.com/kemal-kilicdaroglu-ndan-olay-iddia-binali-yildirim-korktugu-icin-istifa-etmiyor-110104698221</a>                                               |

**Tablo 5: İncelenen Haberlerin Bilgileri (Devamı)**

|  |  |                  |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--|--|------------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | Mehmet Özhasseki | 6  | <a href="https://www.mynet.com/ozhasseki-den-net-mesaj-ilk-gunden-gonderirim-110105099477">https://www.mynet.com/ozhasseki-den-net-mesaj-ilk-gunden-gonderirim-110105099477</a>                                                                                                           |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/mehmet-ozhasseki-den-kilicdaroglu-ve-yavas-agir-sozler-110105047253">https://www.mynet.com/mehmet-ozhasseki-den-kilicdaroglu-ve-yavas-agir-sozler-110105047253</a>                                                                                         |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/dogru-adamsan-cik-bunlari-anlat-180104361058">https://www.mynet.com/dogru-adamsan-cik-bunlari-anlat-180104361058</a>                                                                                                                                       |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/mansur-yavas-in-iddialari-sonrasi-mehmet-ozhasseki-den-ilk-aciklama-turkiye-yi-terk-ederim-110105030096">https://www.mynet.com/mansur-yavas-in-iddialari-sonrasi-mehmet-ozhasseki-den-ilk-aciklama-turkiye-yi-terk-ederim-110105030096</a>                 |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/mehmet-ozhasseki-ankara-icin-projelerini-acikladi-elim-kirilsin-donemi-bitti-110104849943">https://www.mynet.com/mehmet-ozhasseki-ankara-icin-projelerini-acikladi-elim-kirilsin-donemi-bitti-110104849943</a>                                             |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/mehmet-ozhasseki-den-cok-carpici-kaset-iddiasi-110104744358">https://www.mynet.com/mehmet-ozhasseki-den-cok-carpici-kaset-iddiasi-110104744358</a>                                                                                                         |
|  |  | Devlet Bahçeli   | 1  | <a href="https://www.mynet.com/devlet-bahceli-den-mansur-yavas-a-sert-sozler-eski-ulkucuyumus-110105085560">https://www.mynet.com/devlet-bahceli-den-mansur-yavas-a-sert-sozler-eski-ulkucuyumus-110105085560</a>                                                                         |
|  |  | Binali Yıldırım  | 7  | <a href="https://www.mynet.com/binali-yildirim-dan-yerel-secim-anket-sonuclari-yorumu-110105037749">https://www.mynet.com/binali-yildirim-dan-yerel-secim-anket-sonuclari-yorumu-110105037749</a>                                                                                         |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/binali-yildirim-en-cok-ilmimi-cekiyor-dedigi-istanbul-projesini-acikladi-110105005097">https://www.mynet.com/binali-yildirim-en-cok-ilmimi-cekiyor-dedigi-istanbul-projesini-acikladi-110105005097</a>                                                     |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/binali-yildirim-canli-yayinda-sorulari-yanitladi-110104894928">https://www.mynet.com/binali-yildirim-canli-yayinda-sorulari-yanitladi-110104894928</a>                                                                                                     |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/binali-yildirim-dan-yerel-secim-anketi-sonucu-cikisi-110104770509">https://www.mynet.com/binali-yildirim-dan-yerel-secim-anketi-sonucu-cikisi-110104770509</a>                                                                                             |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/binali-yildirim-secimde-sonuc-ne-olursa-olsun-istanbul-kazansin-istiyoruz-110104708550">https://www.mynet.com/binali-yildirim-secimde-sonuc-ne-olursa-olsun-istanbul-kazansin-istiyoruz-110104708550</a>                                                   |
|  |  | Mahir Ünal       | 1  | <a href="https://www.mynet.com/ak-partili-mahir-unal-dan-mansur-yavas-aciklamasi-110105036303">https://www.mynet.com/ak-partili-mahir-unal-dan-mansur-yavas-aciklamasi-110105036303</a>                                                                                                   |
|  |  | Numan Kurtulmuş  | 1  | <a href="https://www.mynet.com/yerel-secim-sonuclari-anketinde-ankara-da-kim-hangi-parti-onde-ak-partili-numan-kurtulmus-acikladi-110105019320">https://www.mynet.com/yerel-secim-sonuclari-anketinde-ankara-da-kim-hangi-parti-onde-ak-partili-numan-kurtulmus-acikladi-110105019320</a> |
|  |  | Mansur yavaş     | 3  | <a href="https://www.mynet.com/ankara-da-hangi-parti-kim-onde-yerel-secim-anket-sonuclariyla-ilgili-mansur-yavas-tan-flas-iddia-110105004863">https://www.mynet.com/ankara-da-hangi-parti-kim-onde-yerel-secim-anket-sonuclariyla-ilgili-mansur-yavas-tan-flas-iddia-110105004863</a>     |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/mansur-yavas-tan-ozhasseki-ye-cevap-allah-kimseye-kendi-videosunu-yasaklatmayi-nasip-etmesin-110104974959">https://www.mynet.com/mansur-yavas-tan-ozhasseki-ye-cevap-allah-kimseye-kendi-videosunu-yasaklatmayi-nasip-etmesin-110104974959</a>             |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/ankara-da-secim-anket-sonuclarinda-kim-onde-mansur-yavas-tan-flas-aciklama-110104771106">https://www.mynet.com/ankara-da-secim-anket-sonuclarinda-kim-onde-mansur-yavas-tan-flas-aciklama-110104771106</a>                                                 |
|  |  | Ekrem İmamoğlu   | 12 | <a href="https://www.mynet.com/imamoglu-ndan-flas-aciklama-artik-evinize-suyuzde-40-daha-ucuz-girecek-110104949876">https://www.mynet.com/imamoglu-ndan-flas-aciklama-artik-evinize-suyuzde-40-daha-ucuz-girecek-110104949876</a>                                                         |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/imamoglu-ve-ak-partili-secmen-arasinda-dikkat-ceken-diyalog-sen-bulguru-ye-iyileseceksin-110104849970">https://www.mynet.com/imamoglu-ve-ak-partili-secmen-arasinda-dikkat-ceken-diyalog-sen-bulguru-ye-iyileseceksin-110104849970</a>                     |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-ile-vatandas-arasinda-ilginc-cami-diyalogu-190101137871">https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-ile-vatandas-arasinda-ilginc-cami-diyalogu-190101137871</a>                                                                                   |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/chp-nin-istanbul-adayi-ekrem-imamoglu-ndan-flas-hdp-aciklamasi-110104770623">https://www.mynet.com/chp-nin-istanbul-adayi-ekrem-imamoglu-ndan-flas-hdp-aciklamasi-110104770623</a>                                                                         |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-canli-yayinda-acikladi-adini-ikinci-metrobus-koyduk-ama-110104759247">https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-canli-yayinda-acikladi-adini-ikinci-metrobus-koyduk-ama-110104759247</a>                                                         |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-nun-oglu-mehmet-selim-iste-bu-yuzden-liderimsin-baba-110104726790">https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-nun-oglu-mehmet-selim-iste-bu-yuzden-liderimsin-baba-110104726790</a>                                                               |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/imamoglu-ince-ile-bir-araya-geldi-110104717601">https://www.mynet.com/imamoglu-ince-ile-bir-araya-geldi-110104717601</a>                                                                                                                                   |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/erdogan-dan-chp-karari-imamoglu-gorusmesi-yarin-110104717013">https://www.mynet.com/erdogan-dan-chp-karari-imamoglu-gorusmesi-yarin-110104717013</a>                                                                                                       |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-yuzde-51-le-kazanacagiz-110104691090">https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-yuzde-51-le-kazanacagiz-110104691090</a>                                                                                                                         |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-ndan-yerel-secimler-oncesinde-sandik-guvenligi-hamlesi-110104712261">https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-ndan-yerel-secimler-oncesinde-sandik-guvenligi-hamlesi-110104712261</a>                                                           |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-binali-yildirim-ile-telefonda-ne-gorustu-iste-gorusmenin-detaylari-110104706399">https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-binali-yildirim-ile-telefonda-ne-gorustu-iste-gorusmenin-detaylari-110104706399</a>                                   |
|  |  |                  |    | <a href="https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-metrobusle-ilgili-ozel-bir-surprizimiz-olacak-110104689971">https://www.mynet.com/ekrem-imamoglu-metrobusle-ilgili-ozel-bir-surprizimiz-olacak-110104689971</a>                                                                             |
|  |  | Yaşar Yıldırım   | 1  | <a href="https://www.mynet.com/ankaradaki-yarisi-alacagiz-180104308315">https://www.mynet.com/ankaradaki-yarisi-alacagiz-180104308315</a>                                                                                                                                                 |

## ÖZ GEÇMİŞ

### KİŞİSEL BİLGİLER

**Adı Soyadı** : Gürkan BAHAR

**Uyruğu** : T.C

