

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK VE MEDYA ÇALIŞMALARI BİLİM DALI

DİJİTAL ÇAĞDA BİLGİ DÜZENSİZLİĞİ VE YANLIŞ BİLGİ
SORUNU: TÜRKİYE ÖZELİNDE NİTEL BİR ANALİZ VE
ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

DOKTORA TEZİ

İREM ORAN

KOCAELİ 2025

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK VE MEDYA ÇALIŞMALARI BİLİM DALI

DİJİTAL ÇAĞDA BİLGİ DÜZENSİZLİĞİ VE YANLIŞ BİLGİ
SORUNU: TÜRKİYE ÖZELİNDE NİTEL BİR ANALİZ VE
ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

DOKTORA TEZİ

İREM ORAN

DOÇ. DR. AYSEL ÇETİNKAYA

KOCAELİ 2025

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK VE MEDYA ÇALIŞMALARI BİLİM DALI

DİJİTAL ÇAĞDA BİLGİ DÜZENSİZLİĞİ VE YANLIŞ BİLGİ
SORUNU: TÜRKİYE ÖZELİNDE NİTEL BİR ANALİZ VE
ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

DOKTORA TEZİ

Tezi Hazırlayan: İrem ORAN

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 22072025/29

Jüri Başkanı: Doç. Dr. Aysel ÇETİNKAYA

Jüri Üyesi: Prof. Dr. İdil SAYIMER

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Betül PAZARBAŞI

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Yeliz KUŞAY

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Esra OĞUZHAN

KOCAELİ 2025

ÖNSÖZ

Bu çalışma, dijital çağda bilgiyle kurduğumuz ilişkiyi sorgulayan uzun ve zorlu bir sürecin ürünüdür. Akademik bir çabanın ötesinde; pandemi, hamilelik, doğum, iş yerinde mobbing ve hukuki süreci kapsayan bu dönem; sabrı, direnç göstermeyi ve zaman zaman da yeniden başlamayı öğrenme yolculuğuydu.

Bu süreçte yolumu aydınlatan, beni hem akademik hem insani olarak destekleyen çok kıymetli isimlere teşekkürü bir borç bilirim. Başta tez danışmanım Doç. Dr. Aysel Çetinkaya'ya; sürecin başından itibaren gösterdiği rehberlik, sabır ve katkıları için teşekkür ederim. Gerek akademik bilgi paylaşımı gerekse anlayışıyla bu yolculuğu daha mümkün kıldığı için ayrıca minnettarım. Tez jürimde yer alan Prof. Dr. İdil Sayımer ve Doç. Dr. Betül Pazarbaşı'na yönlendirmeleri için; doktora yeterlilik sürecindeki danışmanım Prof. Dr. Emel Baştürk'e, olağanüstü koşullardaki desteği için teşekkür ederim. Ders dönemindeki hocalarım Doç. Dr. İhsan Karlı, Doç. Dr. Gürsoy Değirmencioğlu ve Prof. Dr. Selma Koç Akgül'e de teşekkür ederim.

Bu sürecin en kıymetli yanlarından biri, yol boyunca tanıdığım değerli insanlar ve kurduğumuz dostluklardı. Dönem arkadaşlarım Dr. Uğur Kahraman, Dr. Oğuzhan Sarı ve Dr. Neziha Kartal'a, destekleri, dayanışmaları ve paylaştıkları samimiyet için teşekkür ederim. Zaman zaman tükenen motivasyonumu, birlikte üreterek ve paylaşarak yeniden inşa etmem mümkün oldu. Dostluğumuzun daim olmasını dilerim.

Bu çalışmaya katkı sunan doğrulama platformu temsilcilerine ve görüşmelerde deneyimlerini paylaşan tüm katılımcılara teşekkür ederim. Katkıları, çalışmayı yalnızca akademik bir metin değil, sahaya dayalı bir gözlem haline getirmiştir.

Her zaman arkamda olan aileme – anneme, babama ve kardeşime – verdikleri destek ve inanç için teşekkür ederim. Hayatımın her anında yanımda olan ve en büyük şansım olan sevgili eşim Özgür Oran'a; sabrı, desteği ve anlayışıyla bu süreci mümkün kıldığı için en özel teşekkürümle... Ve doktora sürecinde hayatıma giren, bugün beş yaşında olan oğlum Toprak'a... Onunla geçiremediğim zamanlar için bir özür; aynı zamanda, onun büyüdüğü dünyada daha fazla huzur, adalet ve gelişen teknolojiye rağmen insani değerlerin yaşatıldığı bir gelecek diliyorum...

İrem ORAN/Temmuz 2025

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	I
İÇİNDEKİLER	II
ÖZET.....	V
ABSTRACT	VI
TABLolar LİSTESİ.....	VII
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	VIII
GRAFİKLER LİSTESİ.....	IX
GÖRSELLER LİSTESİ	XI
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KURAMSAL ÇERÇEVE VE DİJİTAL ÇAĞDA İLETİŞİM DİNAMİKLERİ	4
1.1. KURAMSAL ÇERÇEVE.....	4
1.1.1. 19. Yüzyıldan 21. Yüzyıla Medya ve Aydınlanmış Toplum Tartışması.....	7
1.1.2. Yanlış Bilgilerin Yayılma Mekanizmaları: Stereotipler Bağlamında Dijital Çağda Sahte Çevre	9
1.1.3. Dijital Çağın Stereotipleri: Filtre Balonları, Yankı Odaları ve Post-Truth.....	12
1.2. DİJİTAL ÇAĞDA İLETİŞİM	15
1.2.1. Dijital Çağın Fırsatları ve Katılımcı Kültürün Getirdikleri.....	17
1.2.2. Değişen İletişim Ortamında Dijital Çağın Sorunları	23
1.2.2.1. Hız Baskısı	28
1.2.2.2. Kullanıcı Türevli İçeriklerin Artması.....	29
1.2.2.3. Hipermetinsellik.....	31
1.2.2.4. Kişiselleştirilmiş Dijital İçerik	32

İKİNCİ BÖLÜM

2. BİLGİ DÜZENSİZLİKLERİ VE YANLIŞ BİLGİ	33
2.1. BİLGİ DÜZENSİZLİĞİ VE YANLIŞ BİLGİ İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR.....	33
2.1.1. Bilgi Düzensizliği.....	33
2.1.2. Dezenformasyon.....	34
2.1.3. Mezenformasyon	58
2.1.4. Malenformasyon (Kötü Bilgi)	61
2.1.5. Hakikat Sonrası (Post Truth)	63

2.1.6. Filtre Balonu.....	70
2.1.7. Yankı Fanusu/Odası	71
2.1.8. Siberbalkanlaşma.....	72
2.1.9. Doğrulama	73
2.1.10. Doğruluk Kontrolü	73
2.1.11. Resilience (Dayanıklılık/Sağlamlık/Yılmazlık).....	73
2.2. TARİHSEL SÜREÇ İÇERİSİNDE MEDYA VE YANLIŞ BİLGİ	74
2.3. 21. YÜZYILDA DİJİTAL MEDYA VE YANLIŞ BİLGİ.....	79
2.4. ALAN YAZIN TARAMASI BİLGİ DÜZENSİZLİĞİ VE YANLIŞ BİLGİ SORUNUNA DAİR YAPILAN ÇALIŞMALAR	86
2.5. DİJİTAL ÇAĞDA BİLGİ DÜZENSİZLİĞİ VE YANLIŞ BİLGİ İLE MÜCADELEDE ALGORİTMALAR VE HUKUKİ DÜZENLEMELER.....	127
2.6. BİLGİ DÜZENSİZLİĞİ VE YANLIŞ BİLGİ İLE MÜCADELEDE DOĞRULAMA PLATFORMLARI.....	134
2.7. BİLGİ DÜZENSİZLİĞİ VE YANLIŞ BİLGİ İLE MÜCADELE BAĞLAMINDA DİJİTAL OKURYAZARLIK.....	141

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMA TASARIMI VE YÖNTEMİ	159
3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ.....	159
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	159
3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	160
3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	161
3.5. KATILIMCILAR VE GÖRÜŞME SÜRECİ	161
3.6. VERİ ANALİZİ VE TEMALAR.....	163

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME	168
4.1. DOĞRULAMA PLATFORMLARI PERSPEKTİFİ.....	168
4.1.1. Bilgi Düzensizliği ve Yanlış Bilgi Sorunu: Türkiye’de Mevcut Durum.....	168
4.1.2. Türkiye’de Bilgi Düzensizliği ve Yanlış Bilgi Sorununun Temel Nedenleri.....	170
4.1.3. Doğrulama Platformlarının Etkililiği: Kriz Zamanlarında Rol ve Sınırlar	171
4.1.4. Günümüzde En Sık Karşılaşılan Dezenformasyon Türleri.....	173
4.1.5. Yanlış Bilgiyle Mücadelede Türkiye: Küresel Benzerlikler ve Yerel Farklılıklar	176

4.1.6. Doğrulama Platformu Temsilcilerinin Alımlayıcılara Yönelik Gözlemleri	178
4.1.7. Dijital Çağda Doğruluk Refleksi ve Pasif Tüketim Eğilimi.....	179
4.1.8. Algoritmalar ve Sosyal Medya.....	189
4.1.9. Meta'nın Kararı.....	190
4.1.10. Bilgi Düzensizliği ve Yanlış Bilgi Sorunu: Sosyal Ağların "Topluluk Notları" Formülü.....	192
4.1.11. Bilgi Düzensizliği ve Yanlış Bilgi Sorunu: Yasal Düzenlemeler ve Etkileri	194
4.1.12. Bilgi Düzensizliği ve Yanlış Bilgi Sorunu: Yapay Zeka Çözüm mü, Tehdit mi?	196
4.1.13. Bilgi Düzensizliği ve Yanlış Bilgi Sorunu: Çözüm Önerileri	198
4.1.14. Doğrulama Platformu Görüşmeleri: Genel Değerlendirme ve Sonuç	201
4.2. ALIMLAYICI PERSPEKTİFİ: DİJİTAL ÇAĞDA ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN DOĞRU BİLGİYE ERİŞİM VE DOĞRULAMA TUTUMLARI.....	203
4.2.1. Alımlayıcı Verilerinin Tematik ve Grafikselle Analizi	203
4.2.2. Alımlayıcı Perspektifi: Genel Değerlendirme.....	226
4.3. DİJİTAL ÇAĞDA BİLGİYE ULAŞMA MOTİVASYONU VE LIPPMANN ÇERÇEVESİ	227
SONUÇ, DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER.....	229
KAYNAKÇA	233

ÖZET

Bu çalışma, bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorununu Türkiye bağlamında iki temel perspektiften ele almaktadır: doğrulama platformları ve üniversite öğrencileri (alımlayıcılar). Kuramsal çerçevede Walter Lippmann'ın “pasif alımlayıcı” yaklaşımı temel alınarak, bireylerin dijital çağda bilgiye erişme olanakları artsa da, bu bilginin doğruluğunu sorgulama konusunda ne derece çaba gösterdikleri incelenmiştir. Lippmann'ın, bireylerin ellerindeki araçlardan bağımsız olarak edilgen kalacakları yönündeki görüşü, hakikatin giderek önemsizleştiği günümüz dijital medya ortamında güncelliğini korumaktadır.

Doğrulama platformu temsilcileri ve üniversite öğrencileriyle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler doğrultusunda hem kurumsal düzeyde hem bireysel pratiklerde yanlış bilgiyle mücadelenin sınırlılıkları tespit edilmiştir. Bulgular, doğrulama girişimlerinin görünürlük, kaynak ve iş birliği eksikliği gibi yapısal sorunlar yaşadığını; üniversite öğrencilerinin ise doğrulama reflekslerinin zayıf ve platform farkındalığının düşük olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, çalışma yanlış bilgiyle mücadelede yalnızca teknik çözümlerin değil; bireysel farkındalık ve toplumsal bilincin birlikte ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: bilgi düzensizliği, yanlış bilgi, dezenformasyon, hakikatin önemsizleşmesi, doğrulama platformları

ABSTRACT

This study addresses the problem of information disorder and misinformation in Turkey from two main perspectives: fact-checking platforms and university students (as recipients). Drawing on Walter Lippmann’s “passive recipient” framework, the study explores to what extent individuals question the accuracy of information, despite increased access to digital sources. Lippmann’s assertion that individuals remain passive regardless of the tools at their disposal continues to resonate in today’s digital media environment, where truth is increasingly devalued.

Based on semi-structured interviews with fact-checking platform representatives and university students, the research identifies limitations in combating misinformation at both institutional and individual levels. The findings reveal that fact-checking initiatives face structural challenges such as low visibility, limited resources, and lack of collaboration, while students exhibit weak verification reflexes and limited awareness of such platforms. The study argues that combating misinformation requires more than technical solutions; it also demands individual awareness and a broader societal consciousness.

Keywords: information disorder, misinformation, disinformation, the devaluation of truth, fact-checking platforms

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi	88
Tablo 2. Türkiye'nin Doğrulama Platformları: Aktivite, Gelir Kaynakları ve Çalıştıkları Konular	137
Tablo 3. Bilgi Düzensizliği ve Yanlış Bilgiyle Mücadelede Küresel Çalışmalar: Kronolojik Bir Bakış.....	154



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Bilgi Düzensizlikleri Türleri	34
Şekil 2. Medya Okuryazarlığı 2018 Yılı Endeksi	147
Şekil 3. Uydurma Habere Maruz Kalma Oranları.....	148



GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1. Doğrulama Platformu Temsilcilerine Göre Türkiye’de Yanlış Bilgi Sorununun Seyri	168
Grafik 2. Türkiye’de Yanlış Bilgi Sorununa Etki Eden Başlıca Faktörler (Katılımcı Görüşlerine Göre)	170
Grafik 3. Uzmanlara Göre Doğrulama Platformlarının Yanlış Bilgiyle Mücadeledeki Etkililiği.....	172
Grafik 4. Türkiye’de En Sık Karşılaşılan Dezenformasyon Türleri (Uzman Görüşlerine Göre)	174
Grafik 5. Doğrulama platformlarının kamuoyu nezdindeki bilinirliğine dair görüşlerin tematik kodlamalara göre dağılımı.....	178
Grafik 6. Doğrulama Refleksi ve Dijital Tüketim Eğilimleri: Doğrulama Platformu Temsilcilerinin Gözlemleri.....	179
Grafik 7. Bilgi Doğrulama Davranışına Engel Olan Faktörler (Doğrulama Uzmanlarının Gözlemleri).....	181
Grafik 8. Bilgi Doğrulamada Demografik Eğilimler (Doğrulama Uzmanlarının Gözlemleri).....	183
Grafik 9. Bilgi Doğrulama Platformlarının Faaliyetlerinde Karşılaştıkları Zorluklar.....	185
Grafik 10. Doğrulama Platformlarına Yönelik Güven Algısı.....	186
Grafik 11. Doğrulama Platformlarının Sosyal Medya Şirketleriyle İş Birliği Durumu	189
Grafik 12. Sosyal Medya Algoritmalarının Yanlış Bilgi Yayılımındaki Rolü..	190
Grafik 13. Meta’nın Fon Desteğini Sonlandırmasının Doğrulama Ekosistemine Etkileri.....	191
Grafik 14. Doğrulama Uzmanlarının Topluluk Notları Modeline Dair Değerlendirmeleri	193
Grafik 15. Yasal Düzenlemelerin Bilgi Doğrulama Üzerindeki Etkisine İlişkin Görüşler	195
Grafik 16. Katılımcıların Yapay Zekanın Doğrulama Alanında Sunduğu Fırsatlara Dair Değerlendirmeleri.....	196
Grafik 17. Yapay Zekanın Yanlış Bilgi Üretim Süreçlerine Olası Riskleri.....	197
Grafik 18. Bilgi Doğrulama Motivasyonunu Artırmaya Yönelik Eğitim Temelli Öneriler	199
Grafik 19. Üniversite Dağılımı.....	203
Grafik 20. Fakülte Bilgisi	204
Grafik 21. Haber ve Bilgiye Erişim Kanalları.....	204
Grafik 22. Sosyal Medya Üzerinden Haber Takibi: Platform Tercihleri.....	205
Grafik 23. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Tercihlerini Belirleyen Etkenler.....	206
Grafik 24. Üniversite Öğrencilerinin Bilgi Doğrulama Yöntemleri.....	206
Grafik 25. Üniversite Öğrencilerinin Bilgi Doğrulama Yöntemi Tercih Gerekçeleri.....	207
Grafik 26. Üniversite Öğrencilerinin Geçmişte Yanlış Bilgiye İnanma Durumu	208
Grafik 27. Şüphe Uyandıran Durumlar.....	209
Grafik 28. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyada Yanlış Bilgiye Karşı Tutumu.....	210

Grafik 29. Üniversite Öğrencilerinin Yanlış Bilgiye Karşı Gösterdikleri Tutumun Gerekçeleri.....	210
Grafik 30. Üniversite Öğrencilerinin Geçmişte Yanlış Bilgi Paylaşma Durumu	211
Grafik 31. Üniversite Öğrencilerinin Doğrulama Platformlarını Tanıma Düzeyi	212
Grafik 32. Üniversite Öğrencilerinin Doğrulama Platformlarını Duyma Kaynakları	213
Grafik 33. Üniversite Öğrencilerinin Doğrulama Platformu Kullanım Durumu	214
Grafik 34. Üniversite Öğrencilerinin Doğrulama Platformlarını Kullanım Sıklığı.....	214
Grafik 35. Doğrulama Platformlarına Güven Düzeyi	215
Grafik 36. Üniversite Öğrencilerinin Doğru Bilgiye Ulaşmak İçin Çaba Harcama Düzeyi.....	216
Grafik 37. Üniversite Öğrencilerinin Doğru Bilgiye Ulaşma Çabasını Etkileyen Faktörler	216
Grafik 38. Üniversite Öğrencilerinin Bilgi Doğrulama Konusunda Bireysel Sorumluluk Algısı	217
Grafik 39. Üniversite Öğrencilerinin Medya/Dijital Okuryazarlık Dersi Alma Durumu	218
Grafik 40. Medya/Dijital Okuryazarlık Eğitiminin Etkisi.....	218
Grafik 41. Haber ve Bilgiye Erişim, Doğrulama Alışkanlıkları ve Yanlış Bilgiye Verilen Tepkiler: Devlet ve Vakıf Üniversitesi Öğrencilerinin Genel Eğilimleri	219
Grafik 42. Haber ve Bilgiye Erişim Kaynakları, Doğrulama Yöntemleri ve Tepkiler: Devlet ve Vakıf Üniversitesi Öğrencilerinin Pratikleri.....	220
Grafik 43. Öğrencilerin Doğrulama Platformları Hakkındaki Bilinirlik, Kullanım ve Güven Düzeylerinin Karşılaştırmalı Analizi	222
Grafik 44. Doğrulama Platformlarının Kullanım Sıklığı ve Güven Düzeylerine Göre Devlet ve Vakıf Üniversitesi Öğrencilerinin Dağılımı.....	223
Grafik 45. Bilgi Doğrulama Çabası ve Bireysel Sorumluluk Algısı Üzerine Devlet ve Vakıf Üniversitesi Öğrencilerinin Görüşleri.....	224
Grafik 46. Medya/Dijital Okuryazarlık Dersi Alımı ve Bu Derslerin Etkisine Yönelik Değerlendirmeler	225

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1. Adalar'da Faytonların Kaldırıldığını Açıklayan Hesap Erdem Gül'e Ait Değil.....	24
Görsel 2. Algoritmik Eşik Bekçiliği: Google'da “Corona Virüs Aşısı” Araması	27
Görsel 3. Konya Büyükşehir Belediyesi'nin Suriyelilere Maaş Bağladığı İddiası	36
Görsel 4. Görseldeki Evler Suriyeliler İçin mi Yapıldı?.....	38
Görsel 5. Fotoğraftaki Ailenin Suriye'den Türkiye'ye Geldiği İddiası	40
Görsel 6. 2014 Yılındaki Bir Gazetede Covid-19 Salgınından Bahsedildiği İddiası	42
Görsel 7. Covid-19 Aşısı ile İnsanlara Mikroçipler Yerleştirileceği İddiası	45
Görsel 8. Videonun Türkiye'deki Deprem Ardından Yaşanan Nükleer Patlamayı Gösterdiği İddiası.....	47
Görsel 9. Deprem Sırasında Dışarı Kaçmak ve Kapı Eşiğinde Durmanın Güvenli Olduğu İddiası	50
Görsel 10. Videodaki Işıkların HAARP Nedeniyle Oluştugu İddiası	51
Görsel 11. Kılıçdaroğlu'nun "Karar ver" Kampanyasına Ait Olduğu İddia Edilen Afişler	54
Görsel 12. Afişin Suriyeli Mültecilerin 27 Temmuz 2021'de Saraçhane'de Miting Yapacağını Gösterdiği İddiası	56
Görsel 13. Doğrulanmamış Bilgilerin Afet Döneminde Yarattığı Risk: Tweet Örneği.....	59
Görsel 14. Enkazdan Çıkan Kişiyse Fazla Su Verilmesi Halinde Ölebileceği İddiası	59
Görsel 15. Gerçek Bilginin Manipülatif Sunumu: Malenformasyon Örneği	61
Görsel 16. Yıllardır Dolaşımda Olan Bir İddianın Gerçeklik Analizi	62
Görsel 17. Millet İttifakı Kampanya Filminde Murat Karayılan'ın Yer Aldığı İddiası	65
Görsel 18. Seçim Kampanyasında Montaj Video Tartışmaları.....	67
Görsel 19. “Gençlerin Zekâsı” Söylemiyle Montaj Videonun Meşrulaştırılması	68
Görsel 20. Diplomatik Krizde Medya Çerçevesi ve Medya Yansımaları	84

GİRİŞ

Bilgiye ve habere erişimin kolaylaştığı günümüz dijital iletişim ortamında, ulaşılan bilginin doğruluğu ciddi bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni medyanın ortaya çıkışı ve hızla gelişmesiyle birlikte iletişim teknolojilerinde yaşanan dönüşüm, beraberinde hem önemli olanaklar hem de karmaşık sorunlar getirmiştir. Bireyler, dijital medya ortamında yalnızca içerik tüketicisi değil, aynı zamanda içerik üreticisi ve dağıtıcısı hâline gelmiştir. Ürettikleri içerikleri hızlı ve pratik bir biçimde paylaşabilmekte, hatta içerik üretmeseler bile doğru olduğundan emin olmadan dahi bilgi yayabilmektedirler. Bu durum, geleneksel medyanın pasif izleyicisinden farklı olarak, daha aktif ancak daha karmaşık bir dijital kullanıcı profiline işaret etmektedir.

Günümüzde bilgisayar, tablet veya cep telefonu aracılığıyla internete erişebilen her birey, aynı zamanda bilgi paylaşımında da bulunabilmektedir. Ancak bu paylaşım özgürlüğü, bireyleri yoğun bir enformasyon akışı altında bırakmakta ve bu bilgi akışı içinde doğru ile yanlış ayırt etmek her geçen gün daha da zorlaşmaktadır. Daha da önemlisi, bu ayrımı yapma gerekliliğini dahi hissetmeyen bireylerin varlığı, bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorununu daha da derinleştirmektedir. Bu noktada bireylerin yalnızca bilgiye erişim becerileri değil; bilgiye yönelik yaklaşımları, bilginin doğruluğunu sorgulama alışkanlıkları ve medya içeriklerine karşı geliştirdikleri eleştirel tutumlar da önemli hâle gelmektedir.

İletişim kuramları zaman içinde medyanın kitleler üzerindeki etkisini farklı açılardan değerlendirmiştir. Başlangıçta medyanın güçlü etkileri vurgulanırken, sonraki dönemlerde bu etkinin sınırlı olduğu savunulmuş, ardından yeniden güçlü etkiler yaklaşımı öne çıkmıştır. Ancak bu kuramların odaklandığı izleyici/okuyucu kitlesi, günümüzdeki dijital medya kullanıcıları kadar bilgiye hızlı ve kolay ulaşabilen bir kitle değildir. Bu nedenle bireylerin dijital medyadaki bilgi üretim/tüketim pratikleri, bilgi doğrulama çabaları ve yanlış bilgiyle mücadele becerileri yeniden ele alınması gereken bir konu hâline gelmiştir.

Bu çalışma, Walter Lippmann'ın "kamuoyu" üzerine düşünceleri ve "sahte çevre" kavramına ilişkin görüşlerinden hareketle kuramsal bir zemin üzerine inşa edilmiştir. Lippmann, bireylerin gerçeği değil, zihinlerinde oluşturdukları imgeleri gördüklerini ve kamuoyunun bu imgeler üzerine kurulduğunu savunmuştur

(Lippmann, 2020). Bugünün dijital ortamında bu durum, filtre balonları ve yankı odaları gibi kavramlarla örtüşmektedir. Çalışma bu bağlamda, dijital çağın sunduğu tüm olanaklara rağmen bireylerin doğru bilgiye ulaşmak için gerçekten çaba gösterip göstermediğini sorgulamaktadır. Lippmann'ın yıllar önce sorduğu soruya güncel bir bağlamda tekrar dönülmektedir: Bireyler bilgiye ulaşmak için aktif bir çaba mı gösteriyor, yoksa kendilerine sunulanla yetinerek pasif kalmayı mı tercih ediyor? Bu çerçevede araştırma iki temel hedef kitle üzerinden şekillendirilmiştir: alımlayıcılar (özellikle üniversite öğrencileri) ve doğrulama platformlarının çalışanları.

Alımlayıcılarla gerçekleştirilen görüşmelerde, bireylerin bilgiye nasıl ulaştıkları, karşılaştıkları bilgilerin doğruluğunu ne ölçüde sorguladıkları ve haber/bilgi doğrulama pratiklerinin günlük yaşamlarında ne kadar yer tuttuğu incelenmiştir. Bu kapsamda; bireylerin doğru bilgiye ulaşma çabaları, doğrulama platformlarına yönelik farkındalık düzeyleri ve eleştirel medya okuryazarlığı ve/veya dijital okuryazarlıkla ilgili önceki deneyimleri sorgulanmıştır.

Doğrulama platformları, bilgi düzensizliği ve yanlış bilgiyle mücadelede önemli bir aktör hâline gelmiştir. Bilgiyi teyit etme uygulamaları, gazeteciliğin temel ilkelerinden biri olarak uzun süredir var olsa da, dijital medyanın hız ve yaygınlık karakteri bu platformların ayrı bir yapıda örgütlenmesini gerekli kılmıştır. Dünyada ilk örnekleri 1994 yılına, Türkiye'de ise 2009 yılına uzanan bu kuruluşlar, özellikle son on yılda sayıca artmış ve görünürlük kazanmaya başlamıştır (Güngör, 2021). Ancak bu platformların kamuoyundaki bilinirliği, erişilebilirliği ve güvenilirliği tartışma konusudur. Bu doğrultuda, bireylerin bu platformlardan haberdar olup olmadıkları, hangi durumlarda başvurdukları ya da neden başvurmadıkları gibi sorular çalışmanın temel odak noktaları arasında yer almaktadır. Ayrıca doğrulama platformlarıyla gerçekleştirilen görüşmelerde, bilgi düzensizliği ve yanlış bilgiyle mücadeledeki yaklaşımları, karşılaştıkları güncel sorunlar, halkın bu platformlara olan ilgisi, sosyal medya şirketlerinin (özellikle Meta'nın) aldığı kararların etkilerine dair değerlendirmeleri ve çözüm önerileri ele alınmıştır. Bu veriler, platform temsilcilerinin aktardığı deneyim, gözlem ve yorumlara dayanmaktadır.

Günümüzde dijital medya kullanımı küresel ölçekte hızla artmakta, bu durum bireylerin bilgiye maruz kalma ve paylaşma süreçlerini yoğunlaştırmaktadır. We Are Social ve Meltwater'ın 2024 verilerine göre dünya nüfusunun %66,2'si (5,35 milyar

kişi) internet kullanıcısıdır; sosyal medya kullanıcı sayısı ise 5,04 milyara ulaşmıştır. Kullanıcıların internette geçirdiği günlük ortalama sürenin 6 saat 40 dakika olması, bilgi akışının yoğunluğunu gözler önüne sermektedir (Kemp, 2022). Bu dijital etkileşim ortamı, özellikle dijital okuryazarlık ve eleştirel medya okuryazarlığı düzeyinin düşük olduğu toplumlarda, bilgi düzensizliği ve yanlış bilginin yayılımını artırabilecek önemli bir risk faktörü olarak değerlendirilmektedir.

Bu sorunla mücadele edebilmek için çeşitli mekanizmaların geliştirilmesi, günümüz dijital ortamında önemli bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır. Doğrulama platformları, sosyal medya şirketlerinin algoritmaları, arama motorlarının içerik sıralama sistemleri ve hukuki düzenlemeler bu alanda öne çıkan unsurlar arasında yer almaktadır. Ayrıca medya okuryazarlığını geliştirmeye yönelik eğitim programları ve farkındalık çalışmaları da önem kazanmaktadır. Ancak bu uygulamaların ne kadar etkili olduğu, bireylerin ne ölçüde bunlardan haberdar olduğu ve bu mekanizmalara güven duyup duymadığı gibi sorular hâlâ açıklığa kavuşmuş değildir.

Çalışma, literatür taraması ile başlamış; kuramsal çerçeve bölümünde Walter Lippmann'ın medya ve kamuoyu üzerine görüşleri temel alınmıştır. Ardından dijital çağda iletişim süreçleri, bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi kavramları tarihsel örneklerle birlikte ele alınmış, günümüz bağlamında akademik bir çerçeve sunulmuştur. Alan yazın taraması bibliyometrik analiz yöntemi ile gerçekleştirilmiş; böylece literatürdeki eğilimler ve odak noktaları belirlenmiştir. Araştırmanın saha kısmında ise doğrulama platformları çalışanları ve üniversite öğrencileriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Öğrenciler, devlet ve vakıf üniversitesi ayrımını gözetmek amacıyla İstanbul Kültür Üniversitesi (vakıf) ve Kocaeli Üniversitesi'nden (devlet) seçilmiş; her iki üniversitede İletişim & Sanat ve Tasarım, Eğitim, Hukuk, Mühendislik ve Sağlık Bilimleri fakültelerinden ikişer öğrenciyle görüşülerek hem kurum türü hem de akademik alan çeşitliliği sağlanmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler MAXQDA yazılımı ile analiz edilmiş; ulaşılan bulgular üzerinden değerlendirmeler yapılmış ve sonuç bölümünde çeşitli önerilere yer verilmiştir. Bu bağlamda çalışma, dijital çağın bilgi ortamına dair çok boyutlu bir değerlendirme sunmakta ve hem alımlayıcı hem de doğrulayıcı aktörlerin perspektifinden mevcut durumu anlamayı hedeflemektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KURAMSAL ÇERÇEVE VE DİJİTAL ÇAĞDA İLETİŞİM DİNAMİKLERİ

Bu bölümde, çalışmanın kuramsal temelleri ele alınmakta; ardından dijital çağın iletişim biçimlerinde yarattığı dönüşüm, fırsatlar ve sorunlar çerçevesinde değerlendirmeler yapılmaktadır. Kuramsal çerçeve, çalışmanın teorik zeminini oluştururken, dijital iletişim dinamikleri üzerinden günümüz medya ortamına dair temel tartışmalar sunulacaktır.

1.1. KURAMSAL ÇERÇEVE

İletişim araçlarının gelişimi, dünya görüşümüzü ve bilgiye erişim şeklimizi temelden değiştiren soruları beraberinde getirmiştir. Matbaanın yaygınlaşmasıyla, sıradan insanlar yaşam ve deneyimlerinin ötesindeki bilgilere erişebilme kapasitesine ve haklarına sahip olmuşlardır, bu da kamusal bilginin nasıl üretileceği ve paylaşılacağı hakkındaki geleneksel düşünceleri altüst etmiştir. Günümüzde kitle iletişim araçlarının yarattığı zorluklar da benzer bir derinliğe sahiptir ve bu zorluklar, çağımızın kültürel evrimini yansıtan önemli soruları gündeme getirmektedir (Gerbner, 2018, s. 75).

İletişim çalışmalarının ana odağı, toplum içindeki mesaj sistemlerinin nasıl oluşturulduğu, düzenlendiği, yapılandırıldığı, bileşenleri, dağılımı ve işlevleri üzerinedir (Gerbner, 2018, s. 92). Günlük hayatımızın ayrılmaz bir parçası olan kitle iletişim araçları, dünyayı nasıl algıladığımızdan, yorumlarımıza, başkalarını nasıl etkilediğimize ve genel olarak yaşamımızdaki başarılarımıza ve başarısızlıklarımıza kadar her alanda etkili olmaktadır. Dünya, iletişimi anlamadan yaşam tarzımızı anlamının ve şekillendirmenin giderek daha zor olduğu bir evrime girmektedir. Bu durum, iletişim ve medya araştırmacıları için değerli araştırma alanları açarken, aynı zamanda onları sosyal bilimler araştırmalarında daha önemli bir yere taşımaktadır (Tekinalp & Uzun, 2009, s. 20).

İletişim ve bilgi, tarihsel olarak hem iktidarın hem de muhalefetin, egemenlik mücadeleleri ve toplumsal dönüşümde kritik roller oynamıştır. Bu önemin altında yatan neden, toplumların temel çatışmasının bireylerin zihinlerinde gerçekleşmesidir. İnsanların düşünce tarzları, toplumları şekillendiren normlar ve değerler üzerinde

belirleyici bir rol oynamaktadır ve bu da toplumların gelişim yönünü etkilemektedir (Castells, 2012, s. 14).

Amerikan iletişim araştırmalarının erken dönemlerinde, kitle iletişim araçlarının güçlü ve doğrudan etkileri üzerine odaklanan bir paradigma öne çıkmıştır. Bu paradigma kitle iletişim araçlarının etkilerini merkezi problem olarak belirlemiştir. 20. yüzyılın ilk yarısında oldukça etkili olan bu yaklaşım, İkinci Dünya Savaşı'nın ardından yerini daha farklı paradigmalara ve soru setlerine bırakmıştır (Özçetin, 2018, s. 85). İkinci Dünya Savaşı sonrasında, ana akım iletişim teorileri, güçlü etkiler paradigmasının sorgulanması ve yeni araştırmalarla değişime uğramıştır. Güçlü etkiler paradigmasının ardından sınırlı etkilere geçiş olarak adlandırılan bu dönüşüm, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile doruk noktasına ulaşmıştır. Bu dönemde, medyanın etkisinin aşırı vurgulanmasının ardından, etkinin neredeyse hiçe sayıldığı bir yaklaşım ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte çok sayıda kuramcı etki sorununu farklı terimlerle ve yöntemlerle ele almaya gayret etmiş, medyanın uzun vadeye yayılan dolaylı ve daha karmaşık etkilerine odaklanarak çalışmalar yapılmıştır (Özçetin, 2018, s. 99). Güçlü etkiler paradigmasına dönüş ve bu alandaki yenilenme çabaları, kitle iletişim araçlarının etkilerinin önce aşırı vurgulandığı ve sonra tamamen göz ardı edildiği bir dönemin ardından, bu konuda yeni soruları gündeme getirmiştir. Kitle iletişim araçlarının giderek artan yaygınlığı ve çeşitliliği göz önüne alındığında, bu araçların etkilerini tamamen yok saymanın ne kadar mümkün olduğu sorgulanmıştır. Özellikle televizyonun hemen hemen her eve girmesi ve medyanın günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesiyle, medyanın etkilerini yeniden değerlendirmek zorunlu hale gelmiştir. Televizyonun haber alma, bilgi edinme ve eğlence aracı olarak önem kazandığı ve izleme sürelerinin arttığı bir dönemde, medyanın etkileri üzerine yeniden düşünme ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu endişelerle, birçok kuramcı ve teori, medyanın etkilerini farklı bakış açılarına dayanarak açıklamaya çalışmıştır. 20. yüzyılın ilk yarısındaki güçlü etki paradigmasından farklı olarak 1960'lı ve 70'li yıllarda medyanın uzun erimli, dolaylı ve salt davranışsal olmayan etkilerini açıklamaya çalışan bir dizi kuram ortaya çıkmıştır (Özçetin, 2018, s. 116).

Medya aracılığıyla edinilen bilgilerin, medyanın toplumsal etkileriyle ilgili olarak, medya ve iletişim çalışmalarının erken dönemlerinden itibaren önemli bir tartışma konusu olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda, medyanın toplum üzerindeki

etkilerini anlamak için önemli sorular sorulmaktadır: "Medya insanları nasıl etkiler?", "medya insanlara ne yapar?", "insanlar medya ile ne yapar?", "İnsanlar medya karşısında pasif mi kalır?", "Medya ve sunduğu mesajlar karşısında insanlar, rasyonel seçimler yapabilir mi?", "Medya aracılığıyla doğru bilgiye ulaşmak mümkün müdür?" ve "Medya insanları yanıltabilir mi?". Bu sorular, medya ve iletişim çalışmalarında temel ve sürekli olarak önem taşıyan konular olarak kabul edilmektedir. Günümüzün dijital medya ortamında ise bu sorular, hem günlük yaşamda hem de akademik çalışmalarda yeni kavramlarla birlikte sıkça tartışılan konular arasında yerini korumaktadır. Bu temel sorular çerçevesinde günümüz dijital medya yapısı daha da karmaşıklaşmış ve yeni iletişim sorunlarını beraberinde getirmiştir.

Günümüz dijital medya ortamında (doğru) haber alma, (doğru) bilgiye erişim giderek daha karmaşık bir hal almaktadır. İnternet, bilgiye erişimi hızlandırarak ve etkileşimi kolaylaştırarak bilgi paylaşımı ve yayılmasına büyük fırsatlar sunmuştur. Ancak, bu durumun bir sonucu olarak, bir tıkla ulaşılan bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliği, günümüz dijital medyasının önemli sorunlarından biri haline gelmiştir. Dijital ortamlardaki bilgi düzensizliği, yanlış bilgi ve yalan haberler, hakikatin önemsizleştiği (post-truth) dünyanın oluşmasına yol açmıştır. Gün içinde karşılaştığımız ve edindiğimiz bilgilerin doğruluğundan giderek daha fazla şüphe etmemiz gereken bir dönemde yaşarken, dijital medya kullanıcılarının bu sorunu farkında olup olmadığı ve buna bağlı olarak yanlış bilginin ve yalan haberin yayılması konusundaki rolleri ve etkileri, önemli bir soru işaretidir.

Çalışmanın bu aşamasında, kitle iletişim araçları aracılığıyla haber alma süreci, bilgi düzensizliği, yanlış bilgi sorunu ve doğru bilgiye ulaşma çabaları kuramsal bir çerçeveye ele alınacaktır. Günümüz dijital medya sorunları — bilgi düzensizliği, yanlış bilgi, sahte haber ve post-truth (hakikatin önemsizleşmesi) — iletişim kuramlarının tarihsel gelişim süreci içinde ele alınarak, dijital çağın özgün dinamikleriyle nasıl yeniden biçimlendiği bağlamında incelenecektir. Bu kapsamda, 19. yüzyıldan 21. yüzyıla medya ve aydınlanmış toplum tartışmalarından başlayarak, stereotipler bağlamında sahte çevre kavramı; dijital çağın filtre balonları, yankı odaları ve post-truth gibi yapıları üzerinden kuramsal çözümlemelere yer verilecektir.

1.1.1. 19. Yüzyıldan 21. Yüzyıla Medya ve Aydınlanmış Toplum Tartışması

Walter Lippmann, "Public Opinion" (Kamuoyu) adlı eseriyle, medyanın izleyici, dinleyici ve okuyucular üzerindeki etkilerini inceleyen ilk kuramcılardan biridir (Yaylagül, 2010, s. 47). Walter Lippmann'ın 1922'de yayımladığı 'Public Opinion' (Kamuoyu) isimli eseri, çağdaş iletişim çalışmalarının temelini oluşturmuştur (Özçetin, 2018, s. 87). Eserinde insanların topluma, dünyaya karşı kafalarında oluşan düşüncelerin, fikirlerin ve imajların onların ulaşamayacakları bir yerde olduğunu ve bu kolektif düşüncelerin "kamuoyu"nu oluşturduğunu ifade etmiştir. İnsanların dış dünya ile uğraşmak için kullandığı bu kanıların parçalı, çarpıtılmış, ön kabullere ve ön yargılara dayandığını ve bunların insanları yanlış yönettiklerini ileri sürmüştür. İnsanın kafasının şekillendiren bu düşünceler insanın dışındaki dünyadan aldığı mesajlarla biçimlenmektedir ki, bu mesajların oluşmasındaki en önemli araçlar da kitle iletişim araçlarıdır (Yaylagül, 2010, s. 47).

Walter Lippmann, geniş toplum kesimlerinin sosyal ve politik konuları tam anlamıyla kavrayamayacağını ve bu yüzden bu konularda yetersiz ve eksik bilgilere sahip olacağını iddia etmiştir, bu yüzden aydınlanmış bir kamuoyuna şüpheyle yaklaşmıştır. Onun bu görüşü, insanların bilgi edinme yeteneklerinin doğal sınırlamalarına ve kitle iletişim araçlarının bu sınırları daha da daraltmasına dayanmaktadır. Lippmann, insanların günlük hayatlarında karşılaştıkları pek çok zorlukla başa çıkmak zorunda olduklarını belirtir, bu da sosyal ve politik meselelere ayıracakları zaman ve enerjiyi sınırlar. İnsanların bu tür meseleler hakkında bilgi edinmeleri gereken kaynaklar da kısıtlıdır ve kitle iletişim araçları bu bilgi kaynağının merkezindedir. Ancak, Lippmann'a göre, kitle iletişim araçları bu konuları genellikle basitleştirilmiş ve yanıltıcı bir biçimde sunmaktadır (Özçetin, 2018, s. 91).

Medyanın (güçlü) etkisi üzerine ilk dönem çalışmalarında sıklıkla 30 Ekim 1938'de yaşanan bir olay öne çıkmaktadır: Orson Welles'in H. G. Wells'in "Dünyalar Savaşı" romanından uyarladığı ve CBS radyosunda yayınladığı radyo oyunu. Bu oyun, dinleyiciler tarafından gerçek bir olay olarak algılanmış ve sonucunda geniş çaplı bir panik yaşanmıştır. Oyunun yarattığı yoğun duygusal tepkiler ve heyecan, binlerce insanın evlerini terk edip güvenli bölgelere sığınmalarına sebep olmuştur. Bu vak'a, medyanın insanlar üzerindeki derin etkisini gösteren çarpıcı bir örnektir (Yaylagül,

2010, s. 46). Orson Welles'in H.G. Wells'in romanından esinlenerek yaptığı 'Dünyalar Savaşı' radyo yayını, sesle yaratılan hayalin inandırıcılığını kanıtlamıştır. Bu yayın, Avrupa'da gergin bir dönemde gerçekleşti ve dinleyicilerin birçoğu Marshların New York'u istila ettiğine inanmıştır. Hadley Cantril, bu olay üzerine saha mülakatları yaparak, insanların algılama çerçeveleri ve radyo mesajının eleştirel düşünme yeteneğiyle ilişkisini analiz etmiştir. Panik tepkiler, programı yanlış anlayan ve güvenilir kaynaklardan doğrulama yapmayan kişilerle sınırlıdır. Bu çalışma, eleştirel düşünmenin yanlış haberlerin etkisini azaltabileceğini göstermiştir, bu da önceki araştırmacıların düşüncelerini desteklemiştir (Lang, 2018, s. 36).

Orson Welles'in 'Dünyalar Savaşı' radyo yayınından çıkarılan dersler, bugünün dijital iletişim çağında hala önemlidir. Welles'in yayını, insanların haber ve bilgi kaynaklarına eleştirel yaklaşım eksikliğini ortaya koymuştur. Bu durum, günümüzde sosyal medya ve çevrimiçi haber platformları aracılığıyla yayılan bilgiler için de geçerlidir. İnternetin hızı ve erişilebilirliği, yanıltıcı veya yanlış bilgilerin hızla yayılmasına yol açmaktadır ve bu da eleştirel düşünme ve bilgi doğrulama yeteneklerinin önemini artırmaktadır. Bu tarihi örnek, dijital iletişimde bilgiyi değerlendirme ve eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesinin önemini göstermektedir.

Küreselleşme süreci, dünya çapında artan karşılıklı bağlantıların ve bağımlılıkların yoğunlaşmasıyla daha da derinleşmiş durumdadır. Bununla birlikte, bu evrimin arkasında yeni dinamikler de yer almıştır. Özellikle, sayısal kodlamaya dayanan yeni bilgi işlem süreçlerinin gelişimi ve sayısal iletişim, işleme ve depolama teknolojilerindeki bu sürekli entegrasyon, dikkate değerdir. Bu ilerlemeler, bilgi ve sembolik içeriğin hızlı ve çeşitli formatlara kolayca dönüştürülebildiği, teknolojik bir senaryonun ortaya çıkmasına yol açmıştır. Ayrıca, bu teknolojik ilerlemeler, bilgi işleme ve yayma konusunda daha esnek olanaklar sunarak bilgi akışını daha da kolaylaştırmaktadır (Thompson, 2019, s. 108). Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinin ilerlemesi, bilginin hızlı işlenmesini, depolanmasını ve yayılmasını sağlayarak küresel etkileşimleri kolaylaştırmıştır. Bu, bilgi ve verinin çeşitli formatlara ve ortamlara hızla dönüştürülmesine imkân tanımaktadır ve küresel iletişim ile bilgi akışının hızını ve erişilebilirliğini artırmaktadır. Ancak, bu hız ve çeşitlilik, bilgi düzensizliği, yanlış bilgi ve yalan haber gibi sorunları da beraberinde getirmiştir.

21. yüzyılda yapılan araştırmalar incelendiğinde, Massachusetts Institute of Technology (MIT) tarafından gerçekleştirilen bir çalışma dikkat çekmiştir. Bu çalışmada 2006-2017 yılları arasında Twitter'da paylaşılan 126.000 hikâye analiz edilmiş ve yalan haberlerin, gerçek haberlere kıyasla %70 daha hızlı yayıldığı ve daha geniş kitlelere ulaştığı belirlenmiştir. Science dergisinde yayımlanan sonuçlara göre, bir yalan haberin 1.500 kişiye ulaşması, bir gerçek habere göre altı kat daha hızlı gerçekleşmiştir (İmren, 2023).

Bu bağlamda, Orson Welles'in radyo yayınındaki pasif dinleyiciler ile günümüzün dijital medyasının aktif kullanıcıları arasındaki benzerlikler dikkate değerdir. Gelişen teknolojiler ve kitle iletişim araçlarındaki değişimlere rağmen, doğru bilgiye ulaşma sorunu artmaktadır. Bu durum, Walter Lippmann'ın insanların elindeki fırsatlara rağmen doğru bilgiye ulaşmak için gerekli çabayı göstermeyeceği tezini destekler niteliktedir. Bu çalışma, günümüzün hızlı ve çeşitli medya ortamında bireylerin çaba harcamadan bilgi tüketme eğilimlerini sorgulamaktadır. Bu durumun, bilgi düzensizliği, yanlış bilgi ve yalan haber sorunlarını nasıl derinleştirdiği araştırmanın temel odak noktalarından biridir.

1.1.2. Yanlış Bilgilerin Yayılma Mekanizmaları: Stereotipler Bağlamında Dijital Çağda Sahte Çevre

Walter Lippmann, “Kamuoyu” kitabında “stereotipler”den bahsetmiştir: Her birimiz dünyanın sadece küçük bir kısmında yaşar, çalışır ve etkileşimde bulunuruz. Çoğumuz, sınırlı bir çevrede hareket eder ve yalnızca birkaç kişiyi yakından tanırız. Kamusal etkinliklerde bile, olayların sadece bir kısmını görebiliriz. Düşüncelerimiz, gözlemlerimizin ötesine geçer; daha geniş bir coğrafyayı, daha uzun bir zaman dilimini ve daha fazla olayı kapsar. Bu düşünceler, başkalarının aktardıkları ve kendi hayal gücümüzle birleştirdiklerimizden oluşur. Ancak, bir olaya tanıklık eden bir kişi bile, olayın tam ve objektif bir resmini sunamaz. Deneyimler göstermiştir ki, bir görgü tanığı olaya kendi yorumunu ekler, hayal gücünden unsurlar katar ve böylece anlatılan olay, tamamen tanığın perspektifine göre şekillenir. Bilincimize ulaşan gerçekler sınırlıdır ve bilinçteki çoğu gerçek tamamlanmamış gibi görünür. Bir rapor, bilgi veren ile bilgi alanın ortak bir ürünüdür ve bu üründe gözlemci genellikle seçici, bazen de yaratıcıdır. Gördüğümüz gerçekler, bu gerçekleri nasıl algıladığımıza ve gözlem alışkanlıklarımıza bağlıdır (Lippmann, 2020, s. 113-114). Lippmann'ın bu ifadesi,

insanların dünyayı kendi sınırlı ve öznel bakış açılarından algıladıklarını vurgulamaktadır. Her birey, deneyim ve önyargılarına göre farklı şekillerde algılar ve yorumlar, bu da gerçeğin kişiye göre nasıl değişebileceğini gösterir. Bu durum, bilgi ve gerçeklerin algılanışı, işlenişi ve aktarımının karmaşık ve öznel yapısını ortaya koymaktadır.

Lippmann, kamuoyunun oluşumunu etkileyen çevrenin, gerçeklikle bağlantısını tamamen kaybetmiş, yapay bir ortam olduğunu belirtmiştir. Bu yapay ortama, Lippmann "sahte çevre" (pseudo-environment) ismini vermiştir (Bektaş, 2000, s. 31). İnsanların gerçek olarak algıladıkları çevre ve düşünceler üzerinde medyanın ve medyanın yarattığı imgelerin büyük bir etkisi bulunmaktadır. Lippmann, insanlar ile çevreleri arasında bir tür "sözde çevre" veya "sahte çevre" olduğunu öne sürmüştür. İnsanlar, çevrelerinde gerçekleşen olayları olduğu gibi, tüm detaylarıyla algılayamazlar; bunun yerine, çevrelerinin temsilleri ve kurguları üzerinden düşünür ve yargılar oluştururlar. Lippmann, bu "kurgunun" yalan olmadığını, aslında çevrenin insan tarafından yapılan bir temsil olduğunu belirtmiştir (Özçetin, 2018, s. 88).

İnsanlar, kendi sahte çevrelerince oluşturulan özgün dünyalarda var olurlar. Bu dünyalar, kişilerin zihinlerindeki imgeler, hedefler ve birbirleriyle olan ilişkiler hakkındaki düşüncelerle şekillenir ve bu da kamuoyunun oluşumuna katkıda bulunmaktadır. Lippmann, bireylerin siyasi görüşlerinin büyük oranda çevrelerinden aldıkları bilgilere dayandığını iddia etmiştir. Doğrudan deneyimler ve olaylara katılım yoluyla edinilen bilgiler, belirli bir güven düzeyiyle kabul edilmektedir. Ancak, çağdaş dünyanın karmaşıklığı nedeniyle, insanlar genellikle gazeteler, resimler, radyo haberleri ve başkalarından duydukları gibi ikinci el bilgi kaynaklarına güvenmek zorunda kalmaktadır. Bu kaynaklar güvenilirmez olabilir. İkinci el bilgi kaynakları, insanların zaafı ve iletişim sürecinin sınırlamaları nedeniyle, en iyi durumda bile yüzeysel bilgiler sunabilmektedir (Bektaş, 2000, s. 32).

Walter Lippmann, "Kamuoyu" adlı eserinde, stereotiplere neden bu kadar bağlı kaldığımızı şöyle açıklamıştır: Stereotipler, kişisel geleneklerimizin bir parçası ve toplumsal konumumuzu korumanın bir yolu olarak işlev görür. Bunlar, alışkanlıklarımızı, zevklerimizi, yeteneklerimizi, rahatlıklarımızı ve umutlarımızı yansıtan, düzenli ve nispeten tutarlı bir yaşam düzeni oluşturur. Stereotipler, dünyanın eksiksiz bir resmi olmasa da, uyum sağladığımız muhtemel bir dünyanın temsilleridir.

Bu dünyada, insanların ve nesnelerin tanıdık yerleri vardır ve onlardan beklenen bazı davranışlar görülür. Bu dünyada kendimizi rahat ve evimizde gibi hissederiz. Bu dünyanın bir parçası olur, yollarını bilir ve tanıdık, normal ve güvenilir olmanın çekiciliğini buluruz. Bu dünyanın yolları ve şekilleri, onları bulmaya alıştığımız yerlerdir. Bu kalıba uymadan önce birçok şeyi geride bırakmış olsak da, bir kez içine girdiğimizde, eski bir ayakkabı gibi rahatça uyum sağlar (Lippmann, 2020, s. 126).

Walter Lippmann'ın "sahte çevre" kavramı, günümüz dijital dünyasının temel sorunlarını anlamak için önemli bir teorik çerçeve sunmaktadır. Lippmann'a göre, insanlar gerçek dünyadan ziyade, kendi algıları ve önyargıları tarafından oluşturulan bir çevrede yaşamaktadırlar. Bu durum, dijital medya için de geçerlidir: Dijital medya, önyargıları mı pekiştirir, yoksa farklı bakış açıları sunarak onları kırmamıza mı yardımcı olur? Dijital medya, bireylerin dünya algılarını ve bu algıların toplumdaki etkilerini nasıl şekillendirir? Bu sorular, dijital medyanın hem fırsatlarını hem de risklerini anlamak, bilgi çağında bilinçli ve sorumlu davranabilmek için önemlidir. İnternet, katılımı artırmış ve bilgiye erişimi görece demokratikleştirmiş olsa da, bugün tükettiğimiz bilginin giderek daha sorunlu hale gelmesine yol açmıştır. Walter Lippmann'ın 1920'lerde dile getirdiği, insanların doğru bilgiye ulaşamayacağı yargısı, gelişen teknolojiye rağmen hala devam eden bir sorun olarak karşımıza çıkmıştır.

Günümüzde kitle iletişim araçlarının hayatımızın her alanına yayılmasıyla, gerçek hayatın yerine sistemin yarattığı kurgusal bir replikasıyla karşı karşıya kalmaktayız. Etrafımızı saran iletiler, gerçek iletişimden ziyade bir gürültünün parçaları gibi görünmektedir. Bu durum, mevcut yaşam tarzımızı ve alışkanlıklarımızı eleştirel bir bakış açısıyla yeniden değerlendirmemiz gerektiğini göstermektedir. Modern iletişim araçlarının içinde barındırdığı zengin olanakları hayata geçiremememiz, insanlık tarihimizdeki yanlışları aşmamız gerektiğini işaret etmektedir (Oskay, 2015, s. 110). Oskay'ın bu görüşleri, modern iletişim araçlarının potansiyelini tam olarak kullanamamamızın, tarihsel yanlışlarımızı aşmamız gerektiğine dair bir çağrı olarak görülebilir. Bu, bireylerin ve toplumun, iletişim araçlarını daha bilinçli ve eleştirel bir şekilde kullanmalarının önemini vurgulamaktadır.

1.1.3. Dijital Çağın Stereotipleri: Filtre Balonları, Yankı Odaları ve Post-Truth

Yeni medya düzeninin, herkesin istediği zaman ve yerde gerçeklere ulaşabileceği iddiası ve şeffaf bir toplumun inşası vaadiyle sunulmasına rağmen, tam tersi bir toplum yapısına neden olduğu görülmektedir. Bu düzende, olayların sürekli olarak tekrarlanması ve vurgulanması zorunluluğu, toplumsal ve siyasi hafızayı her gün yeniden karıştıran bir bilgi ve haber yapısına yol açmıştır. Bu durum, gerçeklerin izini sürmeyi neredeyse imkânsız hale getirmiştir (Alpay, 2023, s. 47).

Dijital medya ortamındaki bilgi düzensizliği, yanlış bilgi, yalan haber sorunlarına neden olan durumları tanımlamak için bazı kavramlar ortaya atılmıştır. Bunlardan biri 2011 yılında Eli Pariser tarafından tanımlanan “filtre balonu” kavramıdır. Bu kavram, platformların algoritmalar aracılığıyla kullanıcıların tercihlerini öğrenerek, internet üzerinde sadece onların karşılaşmayı tercih edeceği içerikleri sunmasını ifade etmektedir (Teyit Sözlük, 2019). Dijital ortamda kullanılan kişiselleştirme filtreleri, kullanıcıların profillerine uymayan içerikleri engelleyerek görünmez bariyerler oluşturur. Eleştirmenler, bu filtre balonları içinde yaşayan kullanıcıların farklı görüşlerden kopmaları ve bu durumun yanlış inançların düzeltilmesini zorlaştırması konusunda kaygı duymaktadır (Narin, 2018). Sosyal medyada bireyler, politik, ideolojik ve kültürel tercihlerine göre içerikleri kişiselleştirir ve bu süreç, onları farklı veya kendilerine yabancı olan içeriklerden soyutlar. Sonuç olarak, Facebook, Twitter gibi platformlarda, kendi görüşlerine uygun kişilerle etkileşim içinde bulunurlar (İnfodemi Sözlüğü). Sosyal medya ve arama motorlarının algoritmaları ve etiketleri (#hashtag) sayesinde, kullanıcılar kendilerini hoşlandıkları içeriklere ve kendi görüşlerini paylaşan insanlara yönlendirilirken, farklı düşüncelere sahip kişileri "trol" olarak algılamamıza ve dışlamamıza neden olmaktadır. Bu durum, ekranlarımızda dolaşan görüşlerin sürekli olarak kendi düşüncelerimizi ve önyargılarımızı güçlendirmesine ve desteklemesine yol açmıştır. Neredeyse hiç zorlayıcı bir karşılaşma yaşamıyoruz. Sonuç olarak, "filtre balonu" içinde hareketsiz bir şekilde kalıyor ve içine girilmesi zor, sıkı sıkıya kapalı grupların bir parçası haline geliyoruz (Alpay, Yalanın Siyaseti, 2023, s. 49-50).

Bir diğer kavram, Yankı (Fanusu) Odası'dır. Sosyal medyada, kullanıcıların sadece kendi düşüncelerinin yankısını duydukları ve farklı görüşlerle

karşılaşmalarının oldukça zor olduğu bir durumu ifade etmektedir. Yankı fanusu, internetin günümüzdeki yapısını anlamak için kullanılan terimlerden biridir (Teyit Sözlük, 2019). Yankı odası etkisi, internet kullanıcılarının istemedikleri içerikleri filtreleyerek kendi yankı odalarını oluşturmalarına yol açmaktadır. Bu durum, kullanıcıların sanal ortamda karşıt görüşlere karşı duyarsızlaşmasına ve sadece kendi görüşlerini destekleyen kaynakları takip etmelerine neden olmaktadır. Seçici maruziyet, başlangıçta kullanışlı gibi görünse de, zamanla grup kutuplaşmasını artırabilmektedir. İnternet, bu kutuplaşmayı daha da güçlendirebilmektedir, kullanıcılar yalnızca benzer düşüncelere sahip kişilerle etkileşimde bulunabilmektedir. Sonuç olarak, internet kullanıcıları kendi homojen gruplarını oluşturarak, homojenleştirici bir etkinin altında kalabilmektedirler (Narin, 2018). Sosyal medyada bulunduğumuz çevreler, farklı düşüncelerden uzak tutan bir fanus gibi işlev görmektedir. Ayrıca, 'fanus' terimi, bu alanların camdan yapıldığını, yani kırılğan olduklarını ve bu çevrelerde sıkışıp kalmamızın zorunlu olmadığını da ima etmektedir (Özgür, Teyit Sözlük: Yankı fanusu nedir?, 2023). Bireylerin bir bilgiyi doğru kabul ederken çevrelerindeki uzlaşma durumunu göz önünde bulundurmaları önemli bir husustur. Bu bağlamda, "Yankı Odası" kavramını anımsamak gereklidir. Son zamanlarda yapılan araştırmalar, bireylerin kendi düşüncelerine benzer kişilerle aynı ortamda bulunmayı tercih ettiklerini -homofili- ve görüşlerini benzer düşüncelere sahip kişilerle paylaştıklarını ortaya koymaktadır. Yankı odalarında bulunan insanlar, karşılarına çıkan bilgilerin ne ölçüde genel kabul gördüğünü değerlendirirken, sağlıklı bir analizden ziyade genel kabule dayalı bir yaklaşım sergilemektedirler. Geniş çevrelerince kabul edilen görüşleri daha çabuk benimserken, farklı görüşleri daha kolay reddetmektedirler (Erdoğan & Uyan Semerci, 2020, s. 91).

“Filtre Balonu” ve “Yankı Odası” kavramları, dijital medya ortamının çeşitliliğine rağmen dar bir bilgi tüketim alışkanlığına dikkat çekmektedir. Bu hapsolme ve yankılanma durumları, kullanıcıların çoğunlukla kendi görüşleriyle örtüşen içeriklerle etkileşimde bulunmalarına neden olmakta ve zamanla farklı bakış açılarına olan maruziyeti sınırlayabilmektedir. Bu sınırlı maruziyetin, bazı durumlarda toplumsal kutuplaşmayı derinleştirebileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca bu tür yapılar, nesnel bilgiyle temasın azalmasına yol açarak, post-truth çağının karakteristik özelliklerinden biri olan gerçeklerin önemini yitirmesi olgusunu pekiştirebilmektedir.

“Post-truth” terimi, özellikle 2016 sonrasında dijital çağın sorunlarını tanımlamak için sıkça kullanılan bir kavramdır; aynı yıl Oxford Sözlüğü tarafından da “yılın kelimesi” olarak seçilmiştir (BBC, 2016). Bu kavram genellikle Türkçeye “hakikat sonrası” ya da “hakikat ötesi” olarak çevrilmiş olsa da, bu çeviri zaman zaman kavramın anlam derinliğini yeterince yansıtmakta yetersiz kalmaktadır. Bu noktada, Yalın Alpay’ın önerdiği “hakikatin önemsizleşmesi” çevirisi, hem post-truth’un kavramsal içeriğini hem de dijital medya çağında yaşanan epistemolojik değişimi daha net karşılamaktadır. Post-truth, bilgi birikiminin ve bilimsel akıl yürütmenin geriye itilerek, bireylerin dünyayı duygular ve kişisel inançlar temelinde değerlendirdiği bir dönemi tanımlar. Gerçekliğin bu şekilde gölgelenmesi, internet gibi yeni medya araçlarının kişiselleştirme algoritmaları yoluyla bireyleri kendi önyargılarını teyit eden içeriklere maruz bırakmasıyla daha da pekişmektedir (Alpay, 2020). Post-truth kavramı, gerçeklerin ortak nesnel deliller yerine duygular ve kişisel inançlarla şekillendiği bir bilgi atmosferini ifade eden felsefi ve politik bir terim olarak kullanılmaktadır (İnfodemi Sözlüğü). Özellikle Brexit süreci, Avrupa seçimleri ve Donald Trump’ın ABD başkanlık kampanyası gibi örneklerle birlikte gündeme gelen bu kavram, Oxford Sözlüğü tarafından 2016’nın kelimesi olarak seçilmiş ve “kamuoyunun bir konu hakkında şekillenirken objektif gerçeklerin, duygular ve kişisel inançlardan daha az etkili olduğu durumlar” şeklinde tanımlanmıştır (Teyit Sözlük, 2019). Bu ortam, bazı açılardan “aydınlanmış kamuoyu” idealine ulaşmayı zorlaştıran ve gerçekliğin yerini çoğu zaman inanç temelli kabullerin aldığı bir kamusal alan yapısının oluşmasına zemin hazırlamaktadır.

Alpay, post-truth çağının bireyleri nasıl bir bilgi yorgunluğuna ve kaotik medya ortamına sürüklediğini özellikle vurgulamaktadır. Ona göre, internette bilgiye kolay erişim artık doğru bilgiye erişimi garanti etmemekte, tersine bu süreci adeta bir “arkeolojik kazıya” dönüştürmektedir. Bilginin parçalanmışlığı ve çelişkili doğası, bireylerin karar verme süreçlerini sekteye uğratmakta ve kararları daha az bilinçli hâle getirmektedir (Alpay, 2020).

Walter Lippmann’ın “sahte çevre” kavramı, bireylerin çevrelerinde olup bitenleri doğrudan ve tüm yönleriyle algılamak yerine, medya aracılığıyla şekillenen zihinsel temsiller üzerinden bir gerçeklik inşa ettiklerini öne sürer (Özçetin, 2018, s. 88). Dijital medya ortamında, algoritmaların etkisiyle bireylerin karşılaştığı içerikler

çoğunlukla kendi dünya görüşleriyle örtüşen bilgi ve yorumlardan oluşmakta, bu da bireysel algının daha sınırlı bir çerçevede şekillenmesine neden olabilmektedir. Nitekim yapılan çalışmalarda, bireylerin genellikle kendi inançlarıyla tutarlı olan yanlış bilgileri sorgulamadan kabul etme eğiliminde oldukları, buna karşılık inançlarıyla çelişen doğru bilgileri ise reddedebildikleri gösterilmektedir (Erdoğan, Uyan Semerci, Eyolcu Kafalı, & Çaytaş, 2022, s. 94). Bu durum, hem bireysel bilgi işleme süreçlerini hem de kamusal alandaki tartışma kalitesini olumsuz etkileyebilmektedir. “Aydınlanmış kamuoyu” ideali, demokrasinin işleyebilmesi için bilgili, bilinçli ve eleştirel düşünebilen bir yurttaş kitlesini gerektirir; dolayısıyla farklı kaynaklara erişim, eleştirel medya okuryazarlığı ve bilgi doğrulama pratikleri günümüz dijital ortamında daha da önemli hâle gelmektedir.

İnternet, bilgiye erişimi demokratikleştirmiş ve kullanıcıları daha etkileşimli kılmış olsa da, daha önce de var olan bazı yapısal sorunları — özellikle sahte çevre oluşumu, bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi gibi problemleri — dijital ortama taşımış ve bu sorunların kapsamını, yayılma hızını ve etkisini önemli ölçüde artırmıştır. Bu bölümde, Walter Lippmann’ın “sahte çevre” ve “aydınlanmış kamuoyu” kavramları çerçevesinde dijital medya ortamında bilgi edinme süreci değerlendirilmiştir. Filtre balonları, yankı odaları gibi algoritmik yapılar, bireylerin yalnızca kendi görüşlerine yakın içeriklerle karşılaşmasına neden olmakta ve bu da objektif gerçeklere erişimi sınırlandırabilmektedir. Çalışma, bireylerin dijital medya ortamında doğru bilgiye ulaşmak için ne ölçüde çaba gösterdiğini ve Lippmann’ın öne sürdüğü “pasif alımlayıcı” yaklaşımının günümüzde geçerliliğini koruyup korumadığını tartışmaya açmaktadır.

1.2. DİJİTAL ÇAĞDA İLETİŞİM

Dijital çağın iletişim süreçlerine kattığı en temel dönüşümlerden biri, coğrafi sınırların aşılmasıdır. Fiziksel mesafeler bir engel olmaktan çıkmış, mesajların eşzamanlı ya da esnek zamanlı biçimde iletilmesi mümkün hâle gelmiştir. İletişim artık yalnızca fiziksel yakınlıkla sınırlı olmayan, hız ve erişilebilirlik ekseninde şekillenen bir yapıya dönüşmüştür.

Bu dönüşümü anlamlandırmak açısından Ünsal Oskay’ın (2015) İletişimin ABC’si adlı eserinde sunduğu tarihsel örnekler dikkat çekicidir. Oskay (2015, s. 95),

16. yüzyılın ortalarında İtalyan kent devletlerinde faaliyet gösteren tüccarların, Suriye limanlarından veya Orta Avrupa'daki müşterilerinden haber alabilmek için yüksek bedeller ödemek zorunda olduklarını aktarmaktadır. Kısa bir mektubun iletim maliyeti, kendi ağırlığının katbekat üzerinde, altınla ölçülebilecek düzeydeydi. Aynı eserde verilen bir başka örneğe göre, Kıbrıs'tan İtalya'ya gönderilen önemli bir haberin ulaşması yaklaşık kırk günü, İspanya'ya elli günü, İstanbul'a ise on altı günü bulmaktaydı. Bu tarihsel veriler, günümüz dijital iletişim ortamında yalnızca saniyeler içinde dünyanın herhangi bir noktasına ulaşabilen bilgi akışını daha anlamlı kılmaktadır. Bilgiye erişimin kolaylaşması ve mobil iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, bilgiye ulaşma sürecinde zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldırmıştır.

İnternet, yalnızca bilgiye erişimi kolaylaştırmakla kalmamış; bilgi üretimini ve dolaşımını da radikal biçimde dönüştürmüştür. Geleneksel medyada tek yönlü olan iletişim, dijital platformlarla birlikte çok yönlü ve eş zamanlı hâle gelmiştir. Poe (2015, s. 378), interneti “yüksek hızlı bir iletişim ortamı” olarak tanımlar ve bireylerin bu ortamda fikirlerini ifade etme, paylaşma ve geri bildirim alma süreçlerini oldukça kolaylaştırdığını vurgular. Bu yönüyle internet, kullanıcıların yalnızca bilgi tüketicisi değil, aynı zamanda bilgi üreticisi hâline geldiği bir mecra olmuştur.

İnternetin evrimsel gelişimi içinde özellikle “World Wide Web” (WWW) sisteminin ortaya çıkışı, küresel düzeyde bilgi paylaşımını mümkün kılmıştır. 1980'lerin sonunda Tim Berners-Lee tarafından geliştirilen bu sistem, metin, görüntü, video gibi çoklu ortam içeriklerinin birbirine bağlanarak erişilebilmesini sağlamıştır. Web'in zaman içindeki dönüşümü ise Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 gibi kavramlarla açıklanmaktadır. Web 1.0, bilgiye yalnızca erişimin olduğu; kullanıcıların pasif olduğu bir dönemken, Web 2.0 ile birlikte kullanıcılar aktif katılımcı hâline gelmiştir. Tim O'Reilly'nin 2005 yılında tanımladığı bu dönem, özellikle etkileşimi, kullanıcı temelli içerik üretimini ve sosyal medya platformlarını ön plana çıkarmıştır. (O'Reilly, 2005) .

Bir dönem yalnızca sınırlı sayıda insanın erişebildiği bilgilere, bugün yalnızca birkaç tıklamayla ulaşmak mümkündür. Bu dönüşüm, bilgiye erişimin “demokratikleşmesi” olarak tanımlansa da, beraberinde bilgi kirliliği, denetimsiz hız ve doğruluğu sorgulanmamış içeriklerin yayılması gibi sorunları da getirmiştir. Dijital

medya ortamında kullanıcılar artık yalnızca bilgiye ulaşan değil, aynı zamanda onu üreten, dolaşıma sokan ve yorumlayan aktörlere dönüşmüştür. Ancak bu katılımcı yapı, her zaman sağlıklı bir bilgi ekosistemi yaratmamaktadır. Kullanıcı tercihlerini esas alan algoritmalar; filtre balonları ve yankı odaları gibi yapılar aracılığıyla, bilgi akışını yönlendirmekte ve bilgi düzensizliğini daha karmaşık hâle getirmektedir. Bu nedenle dijital çağda iletişimin hız, erişilebilirlik ve etkileşim gibi avantajlarının yanı sıra; bilgi doğruluğu, güvenilirlik ve eleştirel medya okuryazarlığı konularında yeni tartışmalar ortaya çıkmıştır. Bu çalışma, Web 2.0'ın ortaya çıkardığı dönüşümü; iletişimin hızlanması, bilginin yayılımının kolaylaşması ve kullanıcı katılımının artması gibi yönleriyle ele almakta; tüm bu gelişmeleri avantajlar ve riskler bağlamında değerlendirmektedir.

1.2.1. Dijital Çağın Fırsatları ve Katılımcı Kültürün Getirdikleri

Dijital medya ortamı, bilgiye erişimi geçmişe kıyasla çok daha hızlı ve yaygın bir hâle getirmiştir. Kullanıcılar artık yalnızca bilgiye ulaşmakla kalmamakta; içerik üretiminde de aktif rol üstlenmektedirler. Mobil cihazlar ve sosyal medya platformları sayesinde bilgi üretimi ve paylaşımı oldukça pratikleşmiş; iletişim süreci kullanıcı merkezli bir yapıya evrilmiştir. Bu bölümde, kullanıcı katılımının öne çıktığı dijital medya ortamının sunduğu fırsatlar ve toplumsal iletişimi nasıl dönüştürdüğü, teorik yaklaşımlar ve güncel örnekler ışığında incelenecektir.

Yochai Benkler (2006), “Power of Networks” başlıklı çalışmasında internetin açık bir platform olarak bilgi paylaşımına olanak tanıdığını ve bu yapının, mülkiyet ve rekabetten çok iş birliği ve katılım temelli yeni bir sosyal ve ekonomik düzen oluşturduğunu savunur. Bilgi teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte, bilgi üretimi artık yalnızca profesyonellere değil; herkese açık bir pratik haline gelmiştir. Benkler, bu dönüşümün iki temel nedeni olarak endüstriyel ekonomiden bilgi ekonomisine geçişi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasını göstermektedir. Örneğin, Wikipedia, kullanıcıların katkılarıyla büyüyen ve merkezi olmayan yapısıyla bu yeni modelin çarpıcı bir örneğini sunar.

Wikipedia, günümüzde çevrimiçi bir ansiklopedi olarak tanımlanmakta; kısa tanımlayıcı maddelerden oluşan ve olağanüstü sayıda konuyu kapsayan yapısıyla geleneksel ansiklopedilere benzemektedir. Ancak, içeriklerinin çoğunlukla amatörler

tarafından yazıldığı gerekçesiyle “gerçek bir ansiklopedi olmadığı” yönünde eleştiriler de bulunmaktadır. Bu eleştiriler her ne kadar yaygın olsa da, aslında Britannica gibi geleneksel ansiklopedilere de çok sayıda amatörün katkı sunduğu; benzer biçimde Wikipedia’da da uzmanların içerik ürettiği bilinmektedir. Aralarındaki temel fark, bu iki yapının üretildiği medya ortamları ve bu ortamların içeriği biçimlendirme şeklidir (Poe, 2015, s. 378-379).

Herkesin içerik üretebildiği dijital platformlar, bilgi üretimi ve paylaşımında merkeziyetin azalmasına, dolayısıyla güç dengelerinde bir dönüşüme neden olmuştur. Bu gelişme, bilginin daha geniş kitlelere ulaşması açısından önemli bir fırsat olarak değerlendirilse de, beraberinde bazı soru işaretlerini de getirmektedir. Özellikle uzman olmayan bireylerin bilgi üretimine katkıda bulunabilmesi, bilgi kalitesi ve doğruluğu açısından zaman zaman tartışma yaratmaktadır. Wikipedia gibi örneklerde bu durum, bilginin demokratikleşmesiyle uzmanlık arasındaki dengeyi yeniden düşünmeyi gerektirmektedir.

Henry Jenkins, bu dönemi “katılımcı kültür” toplumunun yükselişi olarak tanımlamış ve bu kültürün temel özelliklerinden biri olarak “uzmanlık paradigmasının” zayıflamasına dikkat çekmiştir. Özellikle blog yazarlığıyla başlayan ve ardından yurttaş gazeteciliğiyle genişleyen bu süreç, bilgi üretiminde yalnızca profesyonellere dayanan yapının kırılmasına yol açmıştır. Bu kırılma, medya ve iletişim alanında bilginin kim tarafından üretildiği ve hangi meşruiyet zemini üzerinde durduğu sorularını yeniden gündeme getirmiştir (İnceoğlu & Çoban, 2015, s. 258).

Clay Shirky (2010, s. 53), Herkes Örgüt adlı kitabında sosyal medyanın kamuoyunun ifadesi önündeki engelleri kaldırdığını ve bu sayede kitlesel medyanın geleneksel darboğazlarının ortadan kalktığını savunur. Ona göre, sosyal medya araçları sayesinde mesleki eğitim ya da profesyonel deneyimi olmayan bireyler dahi içerik üretebilmekte ve paylaşabilmektedir. Bu gelişme, medyanın daha katılımcı ve demokratik bir yapıya evrilmesine olanak tanımaktadır.

Shirky, bu dönüşümün olası risklerine de dikkat çeker. Özellikle içerik bolluğunun yüksek kaliteli bilgiyle düşük kaliteli bilgiyi ayırt etmeyi zorlaştırabileceğini ve güvenilir kaynaklara ulaşma konusunda belirsizlikler yaratabileceğini ifade eder. Yine de bu ortamın, daha kapsayıcı bir bilgi paylaşım

yapısı sunduğunu vurgular. Shirky, bu yeni iletişim düzenini “toplumla bütünleşen bir okuryazarlık” biçiminde tanımlar; çünkü sosyal medya, geleneksel medya yapılarının sahip olduğu üretim ve dağıtım ayrıcalıklarını sıradan bireylerle paylaşmaktadır (Shirky, 2010, s. 71-72).

Bu noktada Shirky ile benzer bir iyimserliği Manuel Castells de taşımaktadır. Castells (2010), dijital teknolojilerin bireyleri güçlendirdiğini, demokrasiyi geliştirme potansiyeli taşıdığını ve toplumları dönüştürme kapasitesine sahip olduğunu savunur. *The Rise of the Network Society* adlı eserinde, dijital ağların yeni bir sosyal organizasyon biçimi olan "ağ toplumu"nu ortaya çıkardığını belirtir. Bu ağlar sayesinde bilgi, fikir ve kaynaklar hızlı biçimde dolaşmakta; bu da hem bilgi ekonomisinin yükselişini hem de yeni toplumsal hareketlerin doğuşunu mümkün kılmaktadır.

Manuel Castells (2010), dijital çağın toplumsal yapılar üzerindeki etkisini değerlendirirken, yaşanan teknolojik dönüşümün sanayi devrimi kadar büyük ve tarihi bir kırılma noktası olduğunu savunur. *The Rise of the Network Society* adlı eserinde, dijital teknolojilerin merkezinde artık enerji yerine bilginin yer aldığını ve bu bilginin oluşturulması, depolanması, işlenmesi ve paylaşılması yoluyla küresel ölçekte ortak bir dijital dilin inşa edildiğini belirtir. Bu dijital ağ yapısının, merkeziyetçilikten uzak, öğrenmenin ve bilgi üretiminin her yerden yapılabildiği bir düzene işaret ettiğini vurgular. Castells, bu dönüşümün sadece teknolojik değil, aynı zamanda toplumsal olduğunu da ifade eder. Ağ bağlantılı iletişim sistemlerinin güç yapıları üzerindeki etkilerini, yeni toplumsal hareketlerin ortaya çıkışını ve küreselleşmenin yeniden biçimlenişini inceleyerek, dijital teknolojilerin daha demokratik ve eşitlikçi bir toplum yaratma potansiyelini öne çıkarır.

İnternet ve toplumsal hareketler arasındaki ilişkiyi ele alan literatürde, dünya genelinde “Arap Baharı”, Türkiye özelinde ise “Gezi Olayları” öne çıkan örnekler arasında yer almaktadır. Arap Baharı, 2010 yılının Aralık ayında Tunus’ta başlamıştır. Ruhsatsız sebze sattığı gerekçesiyle polisle tartışan 26 yaşındaki Muhammed Buazizi’nin kendini yakma eylemi, Tunus’ta başlayan ve daha sonra Mısır, Libya, Yemen, Bahreyn ve Suriye gibi ülkelere yayılan geniş çaplı protestoların fitilini ateşlemiştir (Taştekin, 2020). Bu protestolar; yolsuzluk, işsizlik, otoriter yönetimler ve

sosyal adaletsizlik gibi sorunlara karşı demokratikleşme talepleriyle şekillenmiştir (BBC News Türkçe, 2017).

Arap Baharı sürecinde dijital medyanın, özellikle Twitter ve Facebook gibi platformların protestoların yayılımında etkin bir araç olarak kullanıldığı gözlemlenmiştir. Ancak bu süreç, her ülkede benzer sonuçlar doğurmamış; örneğin Mısır'da özgürlük ve haklar için mücadele eden kadınların öne çıktığı görülse de, sonrasında yaşananlar bu umutları zayıflatmıştır. Nitekim Thomson Reuters'ın araştırmasına göre Mısır, kadınlar için Arap dünyasında en olumsuz koşullara sahip ülkelerden biri olmaya devam etmiştir (Connolly, 2013).

Libya'da ise Albay Muammer Kaddafi'nin 2011 yılında linç edilmesinin ardından, ülkede düzen sağlanamamış; iç savaş ve dış müdahalelerle birlikte bölünmüşlük daha da derinleşmiştir. Tüm bu ülkeler arasında yalnızca Tunus'un, görece olarak bir başarı öyküsü sunduğu ifade edilmektedir (Taştekin, 2020). Bu dönemde internet erişimi bölge genelinde henüz yaygınlaşma aşamasındayken, pek çok kişi hâlâ geleneksel medya aracılığıyla bilgi edinmekteydi. Ancak dijital mecralar, özellikle başlangıçta protestoların örgütlenmesinde ve yayılmasında heyecan yaratan bir rol oynamıştır. Öte yandan, yalnızca dijital teknolojilere dayalı bir dönüşüm beklentisi gerçekçi olmamış; dijital araçlar tek başına toplumları dönüştürecek bir güç olarak yeterli kalmamıştır. Gerald Butt'un (2014) kaleme aldığı "Arap Baharı neden demokrasi getirmedi?" başlıklı yazıda da belirtildiği üzere, demokratikleşme beklentisi kısa sürede yerini istikrarsızlığa bırakmıştır. Benzer şekilde, Roger Hardy (2013) de Arap Baharı'na dair çıkartılması gereken dört temel dersten söz ederek sürecin başta öngörülen sonuçları doğurmadığını vurgulamıştır.

Türkiye'de 2013 yılında yaşanan "Gezi Olayları", dijital medya ve toplumsal hareketler ilişkisini inceleyen çalışmaların önemli örneklerinden biri olmuştur. Gezi Direnişi sürecinde dijital medya, özellikle de sosyal medya platformları, geleneksel medyanın sessiz kaldığı bir ortamda alternatif bir haberleşme kanalı olarak öne çıkmıştır. Protestoların özellikle Twitter üzerinden yayılması, bu süreci dijital medya açısından bir dönüm noktası hâline getirmiştir. "İnternet ve Sokak" kitabında yer alan yazısında Erkan Saka, Gezi Direnişi'nin Türkiye'de sosyal medyanın kullanımı açısından önemli bir kırılma yarattığını; yeni medya araçlarının haber üretimindeki rolünün belirginleştiğini ifade etmektedir (İnceloğlu & Çoban, 2015).

Bu dönemde sosyal medyada yoğun bir bilgi dolaşımı gerçekleşmiştir. Gezi Parkı eylemlerinin kitleleştiği 31 Mayıs 2013 günü saat 16:00'dan itibaren sadece iki gün içinde 2 milyon Twitter mesajı paylaşılmış; bu sayı 15 Haziran 2013'e gelindiğinde 13,5 milyona ulaşmıştır. Twitter, direniş sürecinde enformasyon paylaşımının temel mecrası olurken, diğer sosyal medya platformları da aktif biçimde kullanılmıştır (İnceloğlu & Çoban, 2015, s. 267). Her ne kadar dijital medyada bazı dezenformasyon örneklerine rastlansa da bu dönemde yanlış bilgiyle mücadelede yine sosyal medya araçlarından yararlanıldığı görülmüştür.

Gezi Direnişi'nin ilk haftalarında, iktidara yakın medya organlarında sosyal medyanın bir dezenformasyon kaynağı olduğu yönünde söylemler öne çıkmıştır. Ancak bu söylemin, sosyal medyadaki bilgi dolaşımında hakimiyeti yitiren tarafın tepkisi olarak yorumlandığı da ifade edilmektedir. Aynı dönemde yurttaşlar tarafından oluşturulan bloglar, özellikle Twitter'da yayılan yanlış bilgilerin toplanması ve analiz edilmesinde önemli rol oynamıştır. Bu bloglardan biri olan "Gezi Gerçekleri", yurttaşlar arasında bilgi doğruluğuna katkı sağlamıştır (İnceloğlu & Çoban, 2015, s. 268).

Geleneksel medyanın direniş sürecinde olayları ya hiç göstermemesi ya da sınırlı şekilde aktarması, bizzat protestoların konusu hâline gelmiştir. "Satılmış Medya İstemiyoruz" sloganlarıyla NTV stüdyolarının bulunduğu Doğuş Power Center önünde yapılan protestolar bu duruma örnek teşkil etmektedir (Bianet Haber, 2013). NTV'nin, kendisine yönelik protesto haberini canlı yayınlaması ise bilginin yayılmasında güç dengelerinin değiştiğinin sembolik bir göstergesi olarak değerlendirilebilir (NTV Haber, 2013). Bu olaylar, geleneksel medya karşısında sosyal medyanın giderek güçlenen bir alternatif haberleşme ve ifade alanı sunduğunu göstermiştir.

Gezi Direnişi, siyasal iletişim ve dijital medya pratikleri açısından üç temel sonucu beraberinde getirmiştir. Birincisi, geleneksel medyanın işlevini yitirdiği anlarda sosyal medyanın alternatif bir mecra olarak öne çıkmasıdır. İkincisi, dijital medyanın örgütlenme ve mobilizasyon süreçlerinde etkili bir araç olarak toplumsal hareketler açısından önem kazanmasıdır. Üçüncüsü ise, bu süreçlerin, siyasi iktidarın interneti düzenleme ve denetleme yönündeki politikalarını güçlendiren bir etkiye sahip olmasıdır (İnceloğlu & Çoban, 2015).

Gezi sürecini değerlendiren Kurtul Gülenç, “politikanın anlamı değişti” başlığı altında, bu dönemde Türkiye halkının radikal demokrasinin iki temel ilkesi olan katılımcılık ve çoğulculukla doğrudan tanıştığını belirtmektedir. Yurttaşların bu deneyimi yaşamalarında sosyal medyanın en etkili araçlardan biri olduğu ifade edilmektedir (Doğu, ve diğerleri, 2014, s. 100).

Yeni medya, bireylerin ve toplulukların deneyimlerini anlık olarak küresel dijital ortama aktarma ve farklı coğrafyalardaki insanlarla eş zamanlı olarak paylaşma imkânı sunarak, önceki iletişim dönemlerinden belirgin biçimde ayrılmaktadır. Bu ortam; empati kurma, toplumsal destek sağlama, muhalefet için alan yaratma ve kamuoyu ile kamu politikalarını etkileme gibi işlevlerle öne çıkmaktadır. Bu fark, bireyselleşmiş medya uygulamaları sayesinde hiyerarşinin ve bürokratik sınırlamaların aşılmasıyla oluşan yeni iletişim yapısından kaynaklanmaktadır. Kullanıcılar yalnızca bilgi tüketicisi değil, aynı zamanda aktif üretici olarak konumlanmakta; görünmez kılınan deneyim ve olayları görünür hâle getirme potansiyeline sahip olmaktadır (Durna, Binark & Bayraktutan, 2019).

Bununla birlikte, iletişim teknolojilerinin bu dönüşümü yalnızca teknik bir gelişim değil, aynı zamanda ideolojik bir değişim olarak da yorumlanmaktadır. Geleneksel siyasi ideolojilerin zayıfladığı bir dönemde, iletişim ideolojisi yeni bir yönlendirici güç hâline gelmiştir. İnternetin “yeni bir toplumu doğuran devrim” olarak tanımlanmasının arkasında, teknolojinin toplumsal yapıları dönüştürme gücüne duyulan inanç yatmaktadır (Bourse & Yücel, 2012).

Özetle, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler bireylere küresel ölçekte görünürlük, katılım ve ifade imkânı sunarak demokratikleşme potansiyeli taşımaktadır. Ancak, bu olanaklar beraberinde ciddi sorumlulukları da getirmektedir. Söz konusu teknolojiler, doğru kullanıldığında toplumsal faydayı artırabilirken; yanlış, denetimsiz ve kötüye kullanımlarda ise bilgi kirliliği, dezenformasyon ve kitle manipülasyonu gibi riskleri de barındırmaktadır. Yeni medya, bugün hâlâ bilgiye hızlı erişim ve kullanıcı katılımı açısından önemli bir potansiyele sahip olsa da, bu potansiyelin nasıl yönlendirildiği tartışılmaya devam etmektedir.

1.2.2. Değişen İletişim Ortamında Dijital Çağın Sorunları

Dijital çağ ile birlikte bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, herkesin içerik üretebildiği ve paylaşabildiği bir ortam yaratmıştır. Web 2.0 ile başlayan bu süreç, bilginin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlarken, aynı zamanda yanlış ve yanıltıcı içeriklerin de hızla yayılmasına zemin hazırlamıştır. İçerik üretiminin kolaylaşması, dezenformasyonun artmasına ve kamuoyunun yönlendirilmesinde yeni yöntemlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu durum, bilgiye duyulan güveni zedelerken, toplumsal kutuplaşmayı da derinleştirmiştir. Bu bölümde, dijital çağın sunduğu iletişim imkanlarının beraberinde getirdiği sorunlar; bilgi düzensizliği, yanlış bilgi ve sahte haber örnekleri üzerinden ele alınacaktır.

Sosyal medya platformları, bilginin hızlı ve geniş kitlelere ulaşabileceği bir ortam sunmaktadır. Bu ortamlarda paylaşılan içeriklerin viral olma potansiyeli oldukça yüksektir. Özellikle Twitter ve Facebook gibi mecralardaki paylaşım ve retweetleme mekanizmaları hem doğru hem de yanlış bilgilerin erişimini ve etkisini artırmaktadır. Integrity Institute'ün yayımladığı bir rapora göre, 'iyi tasarlanmış bir yalan', doğru içeriklere kıyasla daha fazla etkileşim elde etmektedir. Sosyal medya platformlarının yapısal özellikleri ve algoritmaları da yanlış bilginin yayılmasını kolaylaştıran unsurlar arasında yer almaktadır (Teyit.org, 2022).

Dijital çağda sosyal medya fenomenleri de bilgi dolaşımının etkili aktörleri haline gelmiştir. Geniş takipçi kitlelerine hitap eden bu kişiler, zaman zaman yanlış veya yanıltıcı bilgilerin yayılmasına da katkı sağlayabilmektedir. Örneğin, Nijerya seçimlerinde fenomenlerin siyasi partilerden ücret alarak dezenformasyon yaydığı (Nwonwu, Tukur, & Oyedepo, 2023); ABD'de ise pandemi döneminde gençleri bilgilendirmek amacıyla fenomenlerle iş birliği yapıldığı görülmüştür (Gazete Duvar, 2021). Bu durum, bireysel aktörlerin bilgi üzerindeki etkisini tartışmaya açmaktadır.

Sosyal medyada içeriklerin editoryal süreçlerden ve denetim mekanizmalarından geçmeden yayılması, dijital çağın önemli sorunlarından biridir. Herkesin gözetim olmaksızın bilgi yayınlayabilmesi, özellikle kasıtlı olarak yanıltıcı içeriklerin artmasına neden olabilmektedir. Anonim veya taklit hesaplar da bu süreci daha karmaşık hale getirmektedir. Gerçek kişiler tarafından yapılan paylaşımlar dahi bilgi kirliliğine yol açabilirken, sahte kimliklerle yapılan paylaşımlar kamuoyunu yanıltma potansiyelini artırmaktadır. Örneğin, Teyit.org tarafından incelenen bir

olayda, Twitter’da @AdalarErdemGul adlı kullanıcı, İstanbul’un Adalar ilçesinde faytonların kaldırıldığını duyurmuş; ancak yapılan inceleme sonucunda bu hesabın Adalar Belediye Başkanı Erdem Gül’e ait olmadığı ve sahte olduğu ortaya çıkmıştır.

Görsel 1. Adalar'da Faytonların Kaldırıldığını Açıklayan Hesap Erdem Gül'e Ait Değil



İçeriğin Yayın Tarihi:	14 Mayıs 2019
İçeriğin Ortaya Attığı İddia:	Adalar'da faytonların kaldırıldığını açıklayan hesabın Erdem Gül'e ait olduğu iddiası
İçeriğin Doğrulanma Durumu:	Yanlış
İçeriğin Yanıltıcı Yönü:	Taklit
İçerik Formatı:	Metin
İçeriğin İlk Paylaşıldığı Meca:	Twitter, sıradan vatandaş
İçeriğin Konusu ve Teyit.org'da Doğrulanma Süreci:	Twitter’da @AdalarErdemGul isimli kullanıcı tarafından yapılan bir paylaşımda, İstanbul’un Adalar ilçesinde faytonların faaliyetlerine son verildiği iddia edilmiştir. Söz konusu hesabın Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) Adalar Belediye

	Başkanı Erdem Gül'e ait olduğu iddiasıyla 14 Mayıs 2019'da yapılan paylaşım ise şimdiye kadar yaklaşık 35 bin kişi tarafından beğenilmiştir. Söz konusu hesabın Erdem Gül'e ait olduğu ve Adalar'da faytonların kaldırıldığı iddiası doğru değildir. Söz konusu paylaşım Erdem Gül'ü taklit eden troll bir hesap tarafından yapılmış. Erdem Gül'ün Twitter hesabı ise @erdemmgul. Paylaşımın gündem olmasının ardından Adalar Belediyesi Twitter'dan paylaşımda bulunarak @AdalarErdemGul isimli hesabın Gül'e ait olmadığını ifade etmiştir. Açıklamada Gül'ün Twitter hesabının ise @erdemmgul olduğunun altı çizilmiştir. Ayrıca, Adalar Belediyesi faytonlar hakkındaki karar verme yetkisinin ise İstanbul Büyükşehir Belediyesine bağlı UKOME'ye ait olduğunu da belirtmiştir.
Kaynak:	https://teyit.org/analiz/adalarda-faytonlarin-kaldirildigini-aciklayan-hesap-erdem-gule-ait-degil

Sosyal medyada sahte kimlikler, taklit hesaplar ya da anonim profillerin artması, paylaşılan bilgilerin kaynağını ve doğruluğunu kontrol etmeyi zorlaştırmaktadır. Yanlış bilgi ve yalan haberlerin yayılmasında sosyal medya platformlarının etkisi büyüktür; ancak bu durumun sorumluluğu sadece bu platformlara ait değildir. Algoritmaların işleyişi önemli tartışma konusu olsa da, kullanıcıların bu bilgileri sorgulamadan yayması da önemli bir sorundur. Eleştirel düşünme ve medya okuryazarlığı eksikliği, yanlış bilgilerin dijital ortamda kolayca dolaşıma girmesine neden olmaktadır.

Dijital medya ortamında bilgi bozulmasının farklı nedenleri bulunmaktadır. Geleneksel sınırların hızla kaybolması, haber üretim süreçlerinin hızlanması ve medya kuruluşlarının mali olarak zayıflaması bu nedenlerden sadece birkaçıdır. Ağlarda paylaşılan içeriklerin doğruluğunun kontrol edilmemesi, çevrimiçi iletişimin duygusal

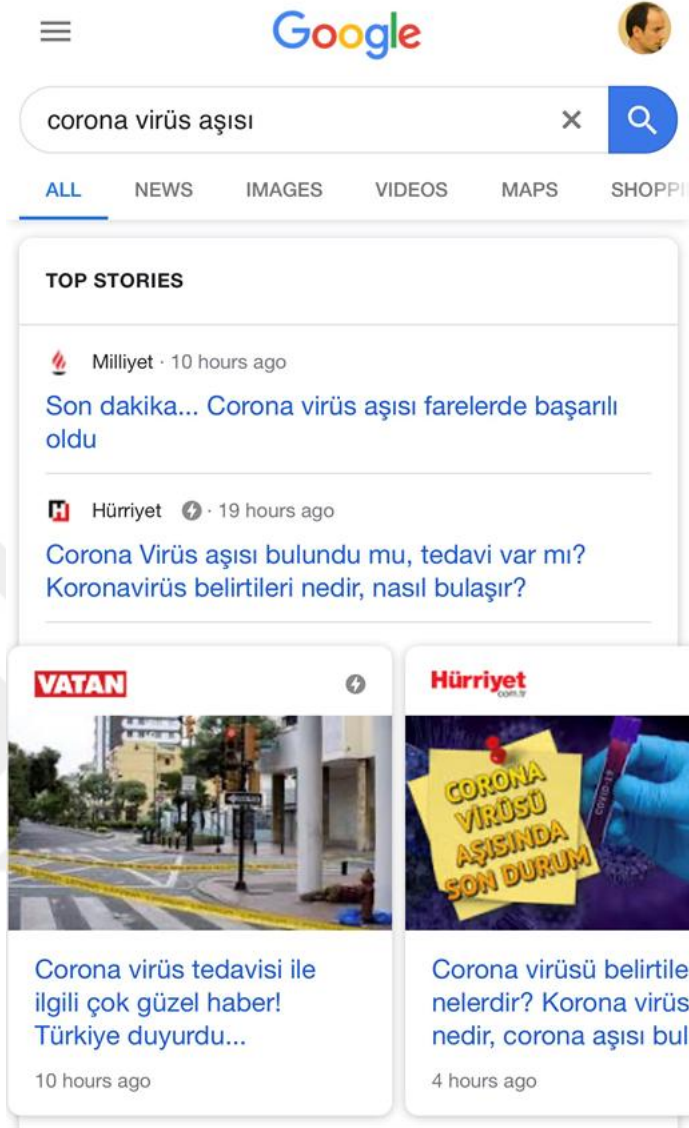
doğası ve sosyal medya ile arama motorlarında kullanılan algoritmalar da bu süreci daha karmaşık hale getirmektedir (Pazarbaşı, 2022, s. 61).

Arama motorları da bilgi düzensizliği ve yanlış bilginin yayılmasında etkili unsurlardan biridir. Bu konuda akla gelen ilk örnek ise tartışmasız biçimde “Google” olmaktadır. Google, dünya genelinde en yaygın kullanılan arama motorudur. Her ay yaklaşık 2 milyar kullanıcı tarafından tercih edilmekte ve hem mobil cihazlarda hem de masaüstü bilgisayarlarda lider konumdadır (Vodafone Blog, 2023). Bu kadar büyük bir etkiye sahip olması, aynı zamanda onu çeşitli eleştirilerin ve tartışmaların merkezine yerleştirmiştir.

Google’ın bazı ülkelerde hangi içerikleri dijital reklamlarla desteklediğine dair yürütülen bir araştırma dikkat çekicidir. ProPublica tarafından yapılan analiz, şirketin özellikle İngilizce konuşulmayan ülkelerde yanlış bilgiyi kazanca çevirdiğini ortaya koymuştur. Araştırmaya göre, Google yanlış bilgi içeriklerini yaydığı belgelenmiş bazı yayıncılarla iş birliği yapmayı sürdürmektedir. Bu yayıncılar arasında Türkiye, en yüksek oranla öne çıkan ülkelerden biri olmuştur (journocom.tr, 2022).

Emre Kızılkaya (2020), journocom.tr’de yayımlanan "Yeter Google yeter: Aramalar, reklamlar ve kötülüğün finansmanı" başlıklı yazısında, bu durumu detaylı biçimde ele almıştır. Kızılkaya, Google gibi yeni nesil “eşik bekçileri”nin nasıl çalıştığının yakından izlenmesi gerektiğini savunmakta; hangi tür içeriklerin öne çıkarılıp yaygınlaştırıldığı konusunun ciddi bir tartışma konusu olduğunu örneklerle aktarmaktadır.

Görsel 2. Algoritmik Eşik Bekçiliği: Google’da “Corona Virüs Aşısı” Araması



Bu örnekler, dijital ortamda haberlerin özgürleşme düzeyine ilişkin değerlendirmeleri daha karmaşık bir hâle getirmektedir."

"Özgürleşme" teriminin ne anlama geldiğini anlamak önemlidir. Eğer haber üretim ve dağıtım maliyetinin düşmesi, medya sektörüne giriş bariyerlerinin azalması gibi unsurları kastediyorsak, evet, sosyal medya ile haber özgürleşmiştir. Genel olarak, internet birkaç medya kuruluşunun halkın haberlere erişimini kontrol ettiği kapalı kapıların ardındaki eşik bekçilerini emekliye ayırmıştır. Bu, demokratikleşme adına olumlu bir gelişmedir. Ancak daha nitelikli haberlerin üretildiği, genel olarak kamu yararına bir dönüşüm yaşandığı iddiasında bulunmak zordur (Duygun & Eles, 2021).

Arama motorlarının yanlış politikaları da tek başına bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorunun tek nedeni olmadığı gibi bu konuda atılan adımlar da bu sorunu tamamen ortadan kaldıramayacaktır ancak yanlış bilginin yayılmasını önlemeye yönelik atacakları adımlar, bu alandaki mücadele açısından önemlidir.

“Bilgi Düzensizlikleri ve Yanlış Bilgi ile Mücadele” eğitimi kapsamında, Doç. Dr. Bilge Narin’in (2021) “Dijitalleşme ve Yanlış Bilginin Yayılması Arasındaki İlişki” başlıklı sunumunda dijital medyanın yapısal özelliklerinin bu sorunlara nasıl zemin hazırladığı açıklanmaktadır. Bu sunumda aktarılanlara göre, hız baskısı, hipermetinsellik, kişiselleştirilmiş dijital içerik ve kullanıcı tarafından oluşturulan içeriklerin artması gibi faktörler yanlış bilginin yayılmasını etkilemektedir. Bu bağlamda, söz konusu unsurlar aşağıda ayrı ayrı ele alınacaktır.

1.2.2.1.Hız Baskısı

Yeni medya ortamları, bilginin çok daha hızlı dolaşıma girmesine olanak tanımaktadır. Bu ortamda, herhangi bir bilgiyi ilk paylaşan olmak, geleneksel medyaya kıyasla daha fazla önem kazanmıştır. Bu nedenle, birçok içerik doğrulanmadan, yalnızca bir “duyum” düzeyindeyken bile geniş kitlelere ulaştırılmakta ve bu da yanlış bilgilerin hızla yayılmasına neden olmaktadır. Taş’a göre, “İnternet, farklı kaynaklardan gelen iddialar ve suçlamalara yer verme esnekliğiyle, geleneksel medyanın eşik bekçisi rolünü by-pass etmektedir (Binark & Bayraktutan, 2013, s. 70-71).

Dijital platformlarda hız baskısı mevcuttur ve özellikle internet gazeteciliği uygulamalarında bir haberin ilk olarak paylaşılması, doğru bilgidен daha önemli hale gelmiştir. Bu durum, doğrulanmamış içeriklerin artmasına neden olmaktadır. Önce haberin duyurulması, ardından gerekirse doğrulamanın yapılması anlayışı yaygınlaşmıştır. Bu nedenle gazetecilikte Turbo Gazetecilik, McJournalism ya da Junk Journalism gibi tanımlar kullanılmaktadır. Bu tür hızlı habercilik, ilk bakışta cazip görünse de uzun vadede kamu yararını zedeleyebilecek riskler taşımaktadır. Dijital çağda, doğruluk yerine hız, güvenilirlik yerine popülerlik ön plana çıkmaktadır (RMD EDU, Dijitalleşme ve Yanlış Bilgi, 2021).

Bu durum, 19. yüzyıl sonlarında Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkan “Sarı Gazetecilik” kavramını anımsatmaktadır. Sansasyonel başlıklar, abartılı içerikler

ve dikkat çekici görsellerle öne çıkan bu habercilik anlayışında, doğruluk ikinci planda kalmıştır. "Sarı gazetecilik" ifadesi genellikle, "Sarı Çocuk" adlı çizgi roman karakteriyle özdeşleşen New York Press gazetesine atfedilir. Bu tür yayıncılık, gerçekleri çarpıtarak okuyucuların ilgisini çekmeyi amaçlamıştır (T. Editors of Encyclopaedia, 2023). Bugün de “sarı gazetecilik” anlayışına benzer bir yaklaşım, çevrimiçi medyada tık odaklı habercilik biçiminde kendini göstermektedir. Sansasyonel başlıklarla dikkat çekmeyi amaçlayan bu içerikler, doğruluğu ikinci plana atmakta; özellikle sosyal medya platformlarında paylaşıldıklarında sahte haberlerin, yanlış bilgilerin ve kutuplaştırıcı anlatıların hızla yayılmasına neden olabilmektedir (Sabancı, 2019). Sarı gazetecilik, tarihsel olarak artan gazete satışlarına ve tirajına dayanırken, dijital çağda tıklamaya dayalı gazetecilik genellikle reklam gelirini kullanmaktadır. Sarı gazetecilik, zamanında kamuoyu üzerinde önemli bir etkiye sahip olmuş, algıları şekillendirmiş ve hatta tarihi olaylarda rol oynamıştır (Tunçdemir, 2015).

Geçmişteki sarı gazetecilik ile günümüzün tıklamaya dayalı dijital haberciliği arasında, özellikle sahte haber, yanlış bilgilendirme ve dezenformasyon açısından dikkat çekici benzerlikler bulunmakla birlikte, önemli farklar da mevcuttur. Her iki yaklaşım da sansasyonel ve duygu yüklü başlıklar, abartılı iddialar ve kışkırtıcı içeriklerle okuyucu ya da izleyici kitlesi oluşturmayı hedeflerken, doğrulama süreçlerinden ziyade hız ve etkileşim ön planda tutulmaktadır. Bu durum, haberlerin hızla yayılması uğruna doğruluktan ödün verilmesine ve yanlış bilgilerin dolaşıma girmesine yol açabilmektedir. Öte yandan, günümüz dijital ortamında sosyal medya algoritmalarının etkisi, içeriklerin viral olma potansiyeli ve kullanıcı etkileşimlerinin yapısı, bu sorunu daha karmaşık ve çok boyutlu hale getirerek yeni zorluklar ve dinamikler ortaya çıkarmaktadır.

1.2.2.2.Kullanıcı Türevli İçeriklerin Artması

Dijital çağda, kullanıcılar yalnızca bilgi tüketicisi olmaktan çıkıp içerik üreticisine dönüşmüştür. “Kullanıcı türevli içerik” (user-generated content), internet kullanıcıları tarafından oluşturulan ve sosyal medya, blog, forum, wiki gibi platformlarda paylaşılan içerikleri kapsamaktadır (RMD EDU, Dijitalleşme ve Yanlış Bilgi, 2021). Bu içerikler; yorumlar, videolar, görseller, ses dosyaları, gönderiler ya da blog yazıları gibi çeşitli formatlarda üretilebilmektedir. Kullanıcılar bu sayede

kişisel görüşlerini, deneyimlerini veya eğlence amaçlı içerikleri doğrudan ve kolayca paylaşabilmektedir.

Bloglar bu dönüşümün erken örneklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Ardından Vikipedi, Vikihaber, YouTube, Instagram, Facebook gibi sosyal ağlar; kullanıcıların içerik üretmesini merkezine alan mecralar haline gelmiştir. Aynı şekilde, mesajlaşma uygulamaları olan WhatsApp ve Telegram gibi platformlar da bu içeriklerin yayılmasında önemli rol oynamaktadır (Erbaysal Filibeli, 2018, s. 456). Kullanıcıların aktif rol oynaması, bilgiye hızlı erişim ve katılımcılık gibi avantajlar sağlarken; içeriklerin editoryal süreçlerden geçmemesi, yanlış ya da yanıltıcı bilgilerin yayılmasını kolaylaştırmaktadır.

Günümüzde kullanıcı türevli içerikler, bilgi düzensizliği, yanlış bilgi ve dezenformasyon sorunlarıyla yakından ilişkilidir. Özellikle sosyal medya platformları, kullanıcıların herhangi bir denetim olmadan içerik paylaşmasına olanak tanıdığı için, manipülatif, hatalı ya da kasıtlı olarak yanıltıcı bilgilerin yayılma riski artmaktadır. Kullanıcılar tarafından dijital ortamda üretilen içeriklerin hacmi, profesyonel medya kuruluşlarının üretimini geride bırakmış durumdadır. Bu durum hem demokratik katılım hem de bilgi güvenliği açısından fırsatlar ve tehditler yaratmaktadır. İnternet, sıradan bireylere kamu yararına bilgi paylaşımı için alan açarken; denetimsiz içerik üretimi, nefret söylemi, deepfake, görsel manipülasyonlar ve dark social gibi riskleri de beraberinde getirmiştir (RMD EDU, Dijitalleşme ve Yanlış Bilgi, 2021). Bu içeriklerin doğruluk ve güvenilirlik açısından denetlenmesi daha zordur ve bilgi ekosisteminde kirliliğe yol açabilmektedir. Çetinkaya ve Seçim'in (2022) "İletişim Perspektifinden Dijital Çağda Etik Tartışmalar" adlı kitapta sundukları çalışmada, 13 Kasım 2022'de Taksim'de gerçekleşen bombalı saldırı sonrasında sosyal medyada dolaşıma giren yanlış bilgilere dikkat çekilmiştir. Çalışma, sahte içeriklerin yalnızca anonim hesaplar değil, sıradan kullanıcılar, medya kuruluşları ve kamuya mal olmuş kişiler tarafından da üretilbildiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, kullanıcı türevli içeriklerin yanlış bilgi yayılmasındaki rolünü gözler önüne sermektedir.

Teyit.org'da (2017) yayımlanan "Twitter, bilgi kirliliğini besleyenlerin oyun sahası haline nasıl geliyor?" başlıklı içerikte, sosyal medya ortamında gruplar arası kutuplaşmayı artıran manipülatif içeriklerin üretimi incelenmiştir. Siyasi kampanyacılar, hükümet destekli troller, radikal gruplar gibi aktörlerin capsler ve

propaganda içerikleriyle dezenformasyon yaydığı ve kamusal algıyı yönlendirmeye çalıştığı aktarılmıştır.

Bu dönüşümün sembolik bir göstergesi olarak, Time dergisi 2006 yılı sonunda “Yılın Kişisi” olarak “Sen” ifadesini seçmiş, yani sıradan internet kullanıcılarını işaret etmiştir. Bu tercih, pasif medya tüketicisi kavramından uzaklaşarak; içerik üreten, paylaşan ve dönüştüren bireylerin dijital çağdaki yükselişine vurgu yapmıştır. Geleneksel medya izleyicisi yerine artık “üretüketici” (prosumer) ya da “co-creator” kavramları öne çıkmaktadır (RMD EDU, Dijitalleşme ve Yanlış Bilgi, 2021).

Sonuç olarak, kullanıcı türevli içerikler dijital iletişimde katılım ve çeşitlilik açısından önemli fırsatlar sunarken, doğrulama süreçlerinin eksikliği ve içerik üretiminin denetimsizliği, bilgi ekosisteminde ciddi sorunlara yol açabilecek bir kırılganlık yaratmaktadır.

1.2.2.3.HipermetinSELLİK

Dijital metinlerde, kullanıcıları bağlantılar aracılığıyla farklı içeriklere yönlendiren bir yapı olarak tanımlanır. Haberlerdeki linkler, "buraya tıklayınız", "ilginizi çekebilir" gibi ifadeler veya etiketleme sistemleri sayesinde kullanıcılar sürekli yeni sekmelere, sayfalara ve kaynaklara yönlendirilmektedir (İnfodemi Sözlüğü). Bu özellik, internet haberlerinin geleneksel medyadan ayrılan en temel farklarından biridir.

Hipermetin yapısı, dijital metinlerin biçimini belirleyen yeni bir yazı paradigması olarak değerlendirilmektedir. Bu yapı, etkileşimi artırması, kullanıcıya kendi okuma yolunu seçme özgürlüğü tanınması ve bilgiye erişimi kolaylaştırması gibi açılardan olumlu görülmektedir. Nitekim The New York Times'ta yayınlanan bir makalede “link”in son elli yılın en önemli icatlarından biri olduğu iddia edilmiştir. Ancak hipermetinselliğin bazı bilişsel ve toplumsal dezavantajları da bulunmaktadır. Kullanıcıyı sürekli yeni sayfalara yönlendirmesi, odaklanmayı zorlaştırmakta; yoğun bağlantı ağı ise daha fazla zihinsel efor gerektirmektedir. Ayrıca, farklı görüşler arasında kutuplaşmaya yol açabileceği de ileri sürülmektedir (RMD EDU, Dijitalleşme ve Yanlış Bilgi, 2021).

Dijital çağda "hiper-bağlantılı" topluluklar içinde, sadece bir tık veya bir hareketle istediğimiz her türlü bilgiye erişebileceğimizi düşünerek, hayatımızda

sadece olumlu değişikliklerin gerekleŖeceęi dűőüncesi hakimdi. Ancak bu idealize edilmiő bakıő, hızla yerini bilgi ekosistemimizin tehlikeli bir őekilde kirletildiği ve bizi birleőtirmek yerine ayrıőtırdıęı gerçeğine bırakmıőtır (Wardle, 2019).

Hipermetinsellik, bilgi dűzensizliklerinin, yanlış bilginin ve sahte haber sorununun doğrudan nedeni olmasa da dijital çağda bu olguların yayılmasını kolaylaőtırması nedeniyle önemlidir. Çevrimiçi ortamda bilgi paylaőtımının kolaylığı, linklerin oluőturulabilmesi özelliğiyle birleőtinde yanıltıcı veya yanlış bilgiler daha da hızlı bir őekilde yayılmaktadır.

Sonuç olarak, hipermetinsellik doğrudan bir bilgi dűzensizlięi nedeni olmasa da, evrimii ortamda bilgi paylaőtımını hızlandırması nedeniyle yanlış ve yanıltıcı bilgilerin yayılmasını kolaylaőtıran bir unsur haline gelmiőtir.

1.2.2.4. Kiőtiselleőtirilmiő Dijital İçerik

Kullanıcıların sosyal medya ve dijital mecralarda politik, kültűrel veya ideolojik tercihlerine göre içerik tűketmelerini ifade eder (İnfodemi Sűzlűęű).

Gűnűműzde internet ortamı, kiőtisel tercihlere göre içerikleri filtreleyerek kullanıcılara daha “ilgili” haber ve bilgiler sunmaktadır. Bu durum, bilgiye eriőtimi kolaylaőtırmakta ve zaman yűnetimini destekleyici bir özellik olarak deęerlendirilebilmektedir. Ancak, içeriklerin geçmiő davranıőlara göre otomatik olarak filtrelenmesi, kullanıcıların farklı gűrűőlerle karőtılaőtma olasılıęını azaltmakta; bűylece dar perspektifli ve eksik bilgilendirilmiő bir kamuoyunun oluőtmasına neden olabilmektedir. Bu yapı, zamanla űnyargıları pekiőtiren ve sadece benzer dűőűncelerin dolaőtıma girdięi yankı odaları, filtre balonları ve siber-balkanizasyon gibi sorunları beraberinde getirmektedir (RMD EDU, Dijitalleőtme ve Yanlıő Bilgi, 2021).

Bu durumun etkisi, 2016 ABD Baőtkanlık Seçimi ve Brexit sűrelerinde belirgin őekilde gűzlemlenmiő; kiőtiselleőtirilmiő içeriklerin kamuoyunu nasıl yűnlendirebildięi űzerine űnemli tartıőtmaların fitilini ateőtlemiőtir. İlgili kavramlar ve űrnekler, ilerleyen bűlűmlerde detaylandırılacaktır.

Bu bağlamda, hız baskısı, kullanıcı tűrevli içeriklerin artıőtı, hipermetinsellik ve kiőtiselleőtirilmiő içerik gibi dijital çağın yapısal özellikleri, bilgi dűzensizlięi ve yanlış bilginin yayılmasını kolaylaőtırarak, dijital bilgi ekosisteminin gűvenilirlięini tehdit eden temel unsurlar arasında yer almaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

2. BİLGİ DÜZENSİZLİKLERİ VE YANLIŞ BİLGİ

Dijitalleşmenin sunduğu olanaklar, bilgiye erişimi kolaylaştırırken beraberinde çeşitli sorunları da getirmiştir. Bu bölümde, bilgi düzensizliği ve yanlış bilginin ne anlama geldiği, nasıl ortaya çıktığı ve dijital medya ortamında nasıl şekillendiği güncel örnekler ışığında incelenmektedir.

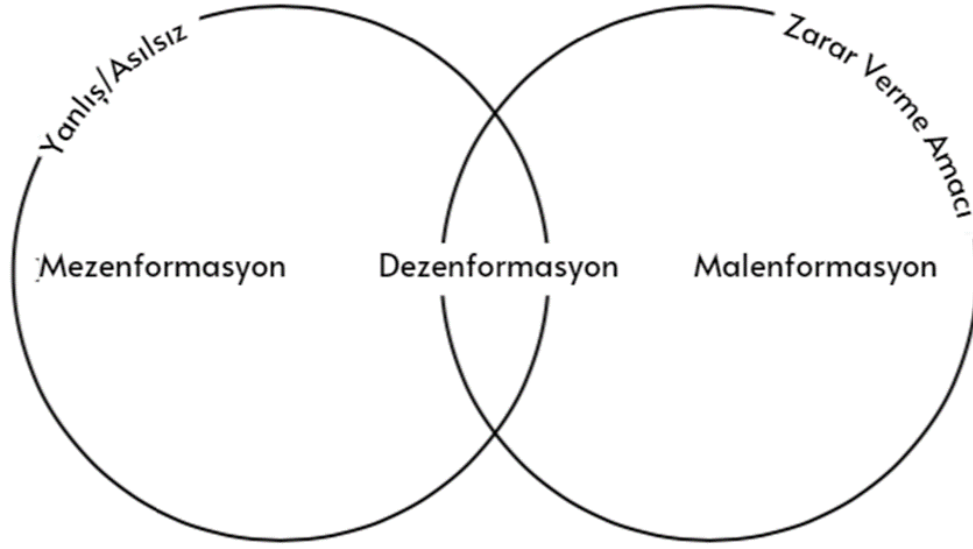
2.1. BİLGİ DÜZENSİZLİĞİ VE YANLIŞ BİLGİ İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

İnternet ve sosyal medya platformları, bireylerin içerik üretme ve paylaşma olanaklarını artırarak çevrimiçi bilgi hacmini büyük ölçüde genişletmiştir. Ancak bu yoğunluk, her bilginin doğruluğunu değerlendirmeyi zorlaştırmış ve bilgi ekosisteminde çeşitli sorunlara yol açmıştır. Dijital çağda doğru bilgiye ulaşma sürecinde karşılaşılan bu zorlukları tanımlamak için kullanılan bazı temel kavramlar, aynı zamanda bu çalışmanın da anahtar terimlerini oluşturmaktadır: dezenformasyon, mezenformasyon, malenformasyon, bilgi düzensizliği, infodemi, hakikat sonrası (post-truth), yankı odası, filtre balonu, siber-balkanlaşma, doğrulama, doğruluk kontrolü ve dayanıklılık (resilience). Bu kavramlar, ilgili örneklerle birlikte değerlendirilerek açıklanacaktır.

2.1.1. Bilgi Düzensizliği

First Draft, Ekim 2017’de Avrupa Konseyi için hazırladığı “Enformasyon Düzensizliği: Disiplinler Arası Bir Çerçeve” başlıklı raporunda, yanlış bilgiyi mezenformasyon, dezenformasyon ve malenformasyon olmak üzere üç başlıkta sınıflandırmıştır. Bu türlerin yol açtığı zorlukların tümüne ise “bilgi düzensizliği” adı verilmiştir (Parlar Dal & Erdoğan, Medya Dezenformasyon Sözlüğü).

Şekil 1. Bilgi Düzensizlikleri Türleri (Wardle, 2019)



Yaşadığımız çağda doğru ve güvenilir bilgiye ulaşma sorunu, çoğu zaman “sahte haber” (fake news) kavramıyla ifade edilmektedir. Ancak bu kavram, dijital medya ortamında karşılaşılan bilgi sorunlarının tamamını açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Günümüzde yanlış bilgiye yalnızca haber içeriklerinde değil; sosyal medya platformlarında paylaşılan tweet’ler, görseller ya da Instagram/Facebook gönderileri gibi gündelik içeriklerde de sıkça rastlanmaktadır. Yanlış içeriğin kasıtlı olup olmaması ya da zarar verme amacı taşıyıp taşıyamaması, bu sorunun boyutlarını belirleyen önemli unsurlardır. Üstelik, yanlış bilgi her zaman tamamen sahte olmayabilir; eksik, çarpıtılmış ya da bağlamından koparılmış şekilde de sunulabilir. Dolayısıyla, bilgi sorunlarını sadece 'sahte haber' başlığıyla sınırlamak yerine, bunları “bilgi düzensizliği” çerçevesinde ele almak; dezenformasyon, mezenformasyon ve malenformasyon kavramları arasındaki farkları bilmek, bu sorunlarla mücadele açısından büyük önem taşımaktadır (Erdoğan, Uyan Semerci, Eyolcu Kafalı, & Çaytaş, 2022).

2.1.2. Dezenformasyon

Türk Dil Kurumu’na (2022) göre “dezenformasyon”, “bilgi çarpıtma” anlamında kullanılmaktadır. Daha kapsamlı bir tanım ise Medya Dezenformasyon Sözlüğü’nde yer almaktadır. Buna göre dezenformasyon; bir kişiye, gruba, kuruma ya da devlete zarar vermek amacıyla bilerek ve isteyerek yanlış bilginin üretilmesi ve

yayılması anlamına gelmektedir (Parlar Dal & Erdoğan, Medya Dezenformasyon Sözlüğü).

Dezenformasyon, kamuoyunu yanıltmak, aldatmak, manipüle etmek veya etkilemek amacıyla kasıtlı olarak oluşturulan yanlış ve yanıltıcı bilgi biçimidir. Uydurma görüntüler, manipüle edilmiş videolar, çarpıtılmış alıntılar ve yanıltıcı istatistikler gibi farklı formlarda karşımıza çıkabilir. Bu tür içerikler; bireyler, gruplar ya da devlet destekli aktörler tarafından, kamusal söylemi etkilemek ya da kurumlara olan güveni sarsmak amacıyla yayılmaktadır. Dezenformasyon yayan aktörler, ürettikleri bilginin yanlış olduğunu bilmekte ve bunu belirli hedeflere ulaşmak için kasıtlı biçimde kullanmaktadır. Wardle’a göre, dezenformasyonun başlıca üç motivasyonu vardır: para kazanmak, siyasi etki oluşturmak ve toplumsal karmaşa yaratmak. (Wardle, 2019).

Dijital platformlar ve sosyal medya ağları, dezenformasyonun hızla yayılmasını kolaylaştırmakta; özellikle kriz anlarında bu tür içeriklerin etkisi daha da artmaktadır. Mülteciler, sağlık bilgileri, siyasi kampanyalar veya doğal afetler gibi konular, dezenformasyonun sıkça hedef aldığı alanlardandır. Bu duruma örnek olarak, teyit.org’da yayımlanan “Yanlış haberlerin savunmasız hedefleri: Mülteciler” başlıklı içerikte, Suriyeli mültecilerle ilgili sosyal medya gönderilerinde ve haberlerde yer alan yanıltıcı bilgiler ele alınmıştır. Bu içeriklerdeki yanlış bilgilerin, toplumun belirli kesimlerinde mültecilere yönelik önyargıları ve husumeti beslediği vurgulanmaktadır (Yılmaz M. C., 2019).

Görsel 3. Konya Büyükşehir Belediyesi’nin Suriyelilere Maaş Bağladığı İddiası



Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından Suriyelilere maaş bağlandığını iddia eden ve dolaşıma giren sosyal medya postu teyit.org tarafından incelenerek yanlış olduğu belirtilmiştir (Özer, 2017).

İçeriğin Yayın Tarihi:	24 Ocak 2017
İçeriğin Ortaya Attığı İddia:	Konya Büyükşehir Belediyesi’nin Suriyelilere maaş dağıttığı iddiası
İçeriğin Doğrulanma Durumu:	Yanlış
İçeriğin Yanıltıcı Yönü:	Çarpıtma
İçerik Formatı:	Fotoğraf
İçeriğin İlk Paylaşıldığı Mecra:	Facebook, sıradan vatandaş
İçeriğin Konusu ve Teyit.org’da Doğrulanma Süreci:	Sosyal medyada dolaşıma giren bir fotoğraf ile Konya Büyükşehir Belediyesi’nin Suriyelilere maaş dağıttığı iddia edilmiştir. “Sosyal Kart Bürosu” yazısının görüldüğü bir bina önünde toplanan bir grubun görüldüğü fotoğraf kısa sürede binlerce kişi tarafından paylaşılmıştır.

	İddia, sosyal medyada yayılmadan bir gün önce (24 Ocak) Konya'nın yerel gazetesi Hakimiyet'te yer almıştır. Haberde, Sosyal Kart Bürosu'nun önündeki kalabalığın videosuna yer verilerek, sosyal kart için toplanan kişilerin çoğunun Suriyeliler olduğu belirtilmiştir. Fotoğrafın çekildiği yer, Konya Selçuklu'daki Zindankale katlı otoparkının yanında yer alan Sosyal Kart Bürosudur. Sosyal kart, Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından ihtiyaç sahibi olduğu tespit edilen ailelerin, gıda temizlik ve kırtasiye yardımlarını almalarına imkan sağlayan bir karttır. Konya Büyükşehir Belediyesi bu karta belli miktarda para yatırarak kart sahibi kişilerin ihtiyaçlarını karşılamasını sağlamaktadır. Kart sahibinin kimlik bilgileri kart içine yüklenmektedir ve kart sahibi kişiler dışında kartın kullanılmasına izin verilmemektedir.
Kaynak: https://teyit.org/analiz/konya-buyuksehir-belediyesi-suriyelilere-maas-bagladi-iddiasi	

Görsel 4. Görseldeki Evler Suriyeliler İçin mi Yapıldı?



Doğruluk Payı tarafından incelenen bu paylaşımın inceleme sonucunda görseldeki evlerin Suriyeliler için yapıldığı iddiasının yanlış olduğu belirtilmiştir (Yılmaz C. , 2021).

İçeriğin Yayın Tarihi:	30 Ocak 2021
İçeriğin Ortaya Attığı İddia:	Fotoğraflardaki evlerin Suriyeliler için yapıldığı iddiası
İçeriğin Doğrulanma Durumu:	Yanlış
İçeriğin Yanıltıcı Yönü:	Çarpıtma
İçerik Formatı:	Fotoğraf
İçeriğin İlk Paylaşıldığı Meca:	Facebook, sıradan vatandaş
İçeriğin Konusu ve Teyit.org'da Doğrulanma Süreci:	Fotoğraftaki evlerin Suriyeliler için yapıldığı iddia edilen görselin ilk defa 30 Ocak 2021 tarihinde paylaşılmıştır. Ancak söz konusu fotoğraflar, ilk kez 24 Ocak 2021'de Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından paylaşılmıştır.

	Paylaşımında Bozkır Barajı'nın açılmasıyla sular altında kalacak Dedemli Mahallesi'nin sakinlerinin taşınacağı, Konya'nın Meram ilçesindeki yeni yerleşkenin fotoğrafları yer almıştır. Bozkır Barajı projesine başlanması sonrasında, Dedemli Mahallesi'ndeki 350 hane kamulaştırılmıştır. Görsel Bozkır Barajı'nın su tutmaya başlamasıyla sular altında kalacak Dedemli Mahallesi sakinleri için Konya'nın Meram ilçesine yapılan yeni yerleşkeyi göstermektedir. İddiada ise Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından yeni yerleşkeye dair paylaşılan fotoğraflar kullanılmıştır. Sonuç olarak, görseldeki evlerin Suriyeliler için yapıldığı iddiası yanlıştır.
Kaynak:	https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/gorseldeki-evlerin-suriyeliler-icin-yapildigi-iddiasi

Görsel 5. Fotoğraftaki Ailenin Suriye'den Türkiye'ye Geldiği İddiası



25.01.2021 tarihinde incelenen içerik 14.777 etkileşim almıştır. teyit.org'un incelemelerine göre görseldeki aile Suriyeli değil ve Türkiye’de yaşamamaktadır. Fotoğraf ilk olarak 2013 yılında yayınlanmıştır (Zübeyir, 2021).

İçeriğin Yayın Tarihi:	20 Ocak 2021
İçeriğin Ortaya Attığı İddia:	Fotoğraftaki ailenin Suriye'den Türkiye'ye geldiği iddiası
İçeriğin Doğrulanma Durumu:	Yanlış
İçeriğin Yanıltıcı Yönü:	Hatalı İlişkilendirme
İçerik Formatı:	Fotoğraf
İçeriğin İlk Paylaşıldığı Mecra:	Twitter, sıradan vatandaş, influencer
İçeriğin Konusu ve Teyit.org'da Doğrulanma Süreci:	Sosyal medyada paylaşılan bir görselin, Suriye’den Türkiye’ye sığınan bir aileyi gösterdiği iddia edilmiştir. İddia konusu görsel tersine görsel arama yoluyla araştırıldığında, 2013 yılından bir habere ulaşılmıştır. Görsel, ilk olarak Yardımeli Derneği’ne ait bir haberde kullanılmış. Habere göre görseldeki aile ise Suriyeli olmadığı gibi Türkiye’de de yaşamamaktadır. Fotoğraftaki aile Filistin Gazze’de yaşayan Bataş ailesidir.

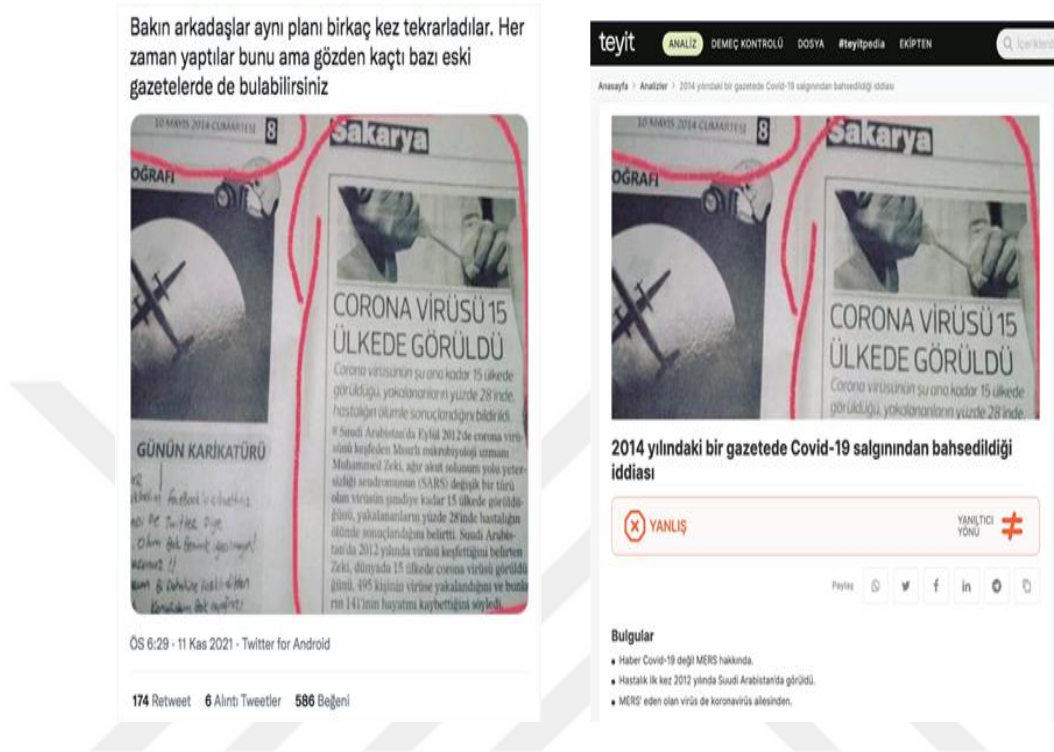
	Bataş ailesi, 11 çocuk sahibi ve anne haberin yapıldığı dönemde 21 yaşındadır. 14 yaşındayken evlenmiş ve yedi yılda sonucu beşiz olmak üzere, altı doğum yapmıştır. Aile geçim sıkıntısı yaşadığı için Kasım 2013'te dernekten yardım almıştır. Aileye sağlanan destek, Haber 7'nin internet sitesinde de haberleştirilmiştir. Bu fotoğraflar iddia konusu fotoğrafla karşılaştırıldığında kişilerin aynı kişiler olduğu, bebeklerinse büyüdüğü görülmektedir. Yani Haziran 2013 tarihli haberler ile Kasım 2013 tarihinde Yardımcı Derneği'nin yardım ettiği aile aynıdır. Aile Filistin'de yaşamaktadır.
Kaynak: https://teyit.org/analiz/fotograftaki-ailenin-suriyeden-turkiyeye-geldigi-iddiasi	

Mültecilere yönelik dezenformasyon yalnızca Türkiye'ye özgü değildir ve sadece Suriyeli mültecileri hedef almamaktadır. Dünya genelinde benzer içerikler ve söylemlerle, mülteciler çeşitli dezenformasyon kampanyalarının odağı hâline gelmektedir. Sosyal yardımlar, suç oranları ya da geri dönüş gibi başlıklar üzerinden üretilen yanlış bilgiler, doğrulama platformları tarafından çürütülse de farklı mecralarda yeniden dolaşıma sokulmaktadır. Bu durum, sadece bilgi ekosistemine zarar vermekle kalmamakta, aynı zamanda toplumsal huzuru ve kamu sağlığını da tehdit etmektedir. Pandemi nasıl bir halk sağlığı krizi ise mültecileri konu alan dezenformasyon da aynı şekilde bir halk sağlığı problemidir (Hüma Keskin, 2022).

Sağlıkla ilgili yayılan yanlış bilgiler, ciddi ve doğrudan sonuçlara yol açabilmektedir. Bu durumun en çarpıcı örneklerinden biri COVID-19 pandemisi sırasında yaşanmıştır. Salgın süresince, bazı ilaçların virüsü tedavi edebileceği veya hastalığı önleyebileceği yönündeki bilimsel temelden yoksun iddialar geniş kitlelerce paylaşılmıştır. Bununla birlikte, aşılardan insanlara çip yerleştirmek amacıyla üretildiği gibi komplo teorileri de yaygınlaşmıştır. Bu tür dezenformasyonlar, yalnızca halk

sağlığını tehdit etmekle kalmamış; aynı zamanda aşı karışıklığını artırarak pandemiyle mücadele sürecini de olumsuz yönde etkilemiştir.

Görsel 6. 2014 Yılındaki Bir Gazetede Covid-19 Salgınından Bahsedildiği İddiası



Pandemi döneminde dolaşıma sokulan ve etkileşim alan bu içerik 25.11.2021’de teyit.org tarafından incelenmiştir ve yanlış olduğu belirtilmiştir (Arabacı, 2021).

İçeriğin Yayın Tarihi:	11 Kasım 2021
İçeriğin Ortaya Attığı İddia:	2014 yılındaki bir gazetede Covid-19 salgınından bahsedildiği iddiası
İçeriğin Doğrulanma Durumu:	Yanlış
İçeriğin Yanıltıcı Yönü:	Hatalı İlişkilendirme
İçerik Formatı:	Fotoğraf
İçeriğin İlk Paylaşıldığı Meca:	Twitter, sıradan vatandaş
İçeriğin Konusu ve Teyit.org’da Doğrulanma Süreci:	Sosyal medyada paylaşılan iddiaya göre 2014 yılında bir gazete Covid-19 salgını hakkında haber yayınlanmıştır. “Corona virüsü 15 ülkede görüldü” başlıklı habere göre hastalığa yakalananların yüzde 28’i hayatını kaybetmiştir.

	Haber paylaşımları ile, hastalığın yeni olmadığı, yıllar önceden bilindiği ima edilmiştir. 10 Mayıs 2014 tarihli bir gazetede yer alan haberin kaynağı, 8 Mayıs 2014 tarihli Anadolu Ajansı haberidir. AA'nın internet sitesinde yer alan haberin gazetede kiyle örtüştüğü görülebilmektedir. Haberde MERS-CoV'u (Orta Doğu Solunum Sendromu Koronavirüsü) ilk kez keşfeden Mısırlı mikrobiyoloji uzmanı Muhammed Zeki'nin hastalık hakkında verdiği bilgiler yer almaktadır. Zeki, ilk kez 2012 yılında Suudi Arabistan'da tespit edilen virüsün dünyada 15 ülkede görüldüğünü, 495 kişinin virüse yakalandığını ve bunların 141'inin hayatını kaybettiğini belirtmektedir. Anlaşıldığı üzere hastalığın 2019 yılında ortaya çıkan Covid-19 ile bir ilgisi bulunmamaktadır. 2015 yılına kadar rastlanan hastalık hakkında 27 ülkeden bin 791 vaka bildirilmiştir. Bunlardan 640'ı hayatını kaybetmiştir. Covid-19'da olduğu gibi küresel bir salgına dönüşmeyen hastalığa Türkiye'de rastlanmamıştır.
Kaynak: https://teyit.org/analiz/2014-yilindaki-bir-gazetede-covid-19-salginindan-bahsedildigi-iddiasi	

COVID-19 pandemisi sırasında, doğru ve güvenilir bilgiye ulaşmak önemli bir sorun olarak ortaya çıkmıştır. Bu dönemde bilgi düzensizlikleriyle mücadelenin öneminin artmasıyla birlikte, kamuoyunda “infodemi” kavramı da yaygın biçimde kullanılmaya başlanmıştır. Aslında bu terim yeni değildir; ilk kez 2003 yılında, SARS salgını sırasında Amerikalı siyaset bilimci David J. Rothkopf tarafından literatüre kazandırılmıştır. Ancak kavram, asıl karşılığını COVID-19 pandemisi sürecinde bulmuştur (Uluslararası İlişkiler Konseyi, 2021). “İnfodemi”; bilgi anlamındaki

information ve salgın anlamındaki epidemic kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü, infodemiye özellikle sağlık alanında, çevrimiçi ya da çevrimdışı olarak hızla yayılan, yani “viralleşen” aşırı miktarda bilgi olarak tanımlamaktadır. Bu kapsamda infodemi sadece yanlış bilgiyle sınırlı değildir; doğru olsa bile çok fazla, teknik, iyi işlenmemiş veya karmaşık bilgi de bu tanıma dahildir (Hüma Keskin, Sağlık dezenformasyonu neden bu kadar hayati?, 2021).

İnfodemi kavramı, özellikle pandemi, deprem ya da terör saldırıları gibi kriz zamanlarında bilgiye olan ihtiyacın arttığı dönemlerde, yanlış bilgi ve söylentilerin hızla yayılması sonucu oluşan bilgi kirliliğini ifade etmektedir (RDM Edu, İnfodemi, 2021). DSÖ'ye göre bu durum, bireylerin güvenilir bilgiye erişmesini zorlaştırarak halk sağlığı açısından ciddi bir tehdit oluşturmaktadır (İnfodemi eğitimi projesi, 2020).

Oxford Üniversitesi Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü'nün 2020 Dijital Haber Raporu'nda, koronavirüs pandemisiyle birlikte artan haber tüketimine dikkat çekilmektedir. Kriz dönemlerinde güvenilir bilgi sağlamada haber medyasının oynadığı hayati rol vurgulanmakta, halkın endişelerini gidermek ve doğru bilgiye erişimini sağlamak için yetkili kaynaklardan net iletişimin önemi vurgulanmaktadır. Ayrıca raporda, çevrimiçi ortamda neyin gerçek neyin sahte olduğuna dair kaygının yüksek olduğu belirtilmektedir. 40 ülke arasında internetteki yanlış bilgiye dair en yüksek kaygı oranı yüzde 84 ile Brezilya'dadır. Türkiye'de bu oran yüzde 62 iken, Hollanda'da yüzde 32'ye kadar düşmektedir (Tanca, 2020).

Yanlış bilginin dolaşımı yeni bir olgu olmamakla birlikte, DSÖ tarafından tanımlanan “infodemi”, pandemi sürecinde küresel ölçekte daha da görünür hale gelmiştir (İnfodemi Sözlüğü). Bu süreçte yanlış bilgi, söylentiler, komplo teorileri ve doğrulanmamış içerikler, özellikle sosyal medya ve çevrimiçi platformlar aracılığıyla geniş kitlelere ulaşmıştır. Bu paylaşımlar çoğu zaman bilimsel kanıtlardan yoksun olup kamuoyunda kafa karışıklığı ve paniğe neden olmuştur. Örneğin, pandemiyle mücadelede aşının önemi vurgulanırken, “aşı karşıtı” içeriklerin yaygınlaşması ciddi bir tehdit oluşturmıştır. Aşı karşıtlığına yönelik dezenformasyonun artışı, aşılamaya oranlarının düşmesine ve bu nedenle iyileşme sürecinin sekteye uğramasına yol açabileceği yönünde endişeler yaratmıştır (Oran & Kartal, Dezenformasyonla Mücadelede Haber Doğrulama Siteleri, 2021, s. 590).

Bu çerçevede, Covid-19 aşısı ile insanlara mikroçip yerleştirileceği yönündeki iddialar infodemiye dair en çarpıcı örneklerden biri olarak dikkat çekmektedir. Bilimsel temele dayanmayan bu tür iddialar, bilgi kirliliğinin bireysel kararlar üzerindeki etkisini ve toplum sağlığına yönelik tehdit boyutunu gözler önüne sermektedir (Korkmaz, 2020).

Görsel 7. Covid-19 Aşısı ile İnsanlara Mikroçipler Yerleştirileceği İddiası



19.11.2020 tarihinde incelenen içerik için 700 binden fazla etkileşim aldığı not edilmiştir (Korkmaz, 2020).

İçeriğin Yayın Tarihi:	-
İçeriğin Ortaya Attığı İddia:	Covid-19 aşısı ile insanlara mikroçipler yerleştirileceği iddiası
İçeriğin Doğrulanma Durumu:	Yanlış
İçeriğin Yanıltıcı Yönü:	Uydurma, Çarpıtma
İçerik Formatı:	Fotoğraf, Video
İçeriğin İlk Paylaşıldığı Meca:	Twitter, Facebook, Medya Kuruluşları, sıradan vatandaş, influencer

İçeriğin Konusu ve Teyit.org'da Doğrulanma Süreci:	Klinik çalışmalarda yüzde 90'ın üzerinde başarı kaydeden Covid-19 aşı haberlerinin ardından aşı karşıtı söylemler, iddialar ortaya atılmıştır. Covid-19 aşısıyla bu insanlara mikroçip implante edileceği iddiaları da salgının başından itibaren gündeme geldi ve aşı yoluyla mikroçip takma planının da Bill Gates'e ait olduğu öne sürülmüştür. Salgın ile birlikte ortaya atılan mikroçip iddiaları Bill Gates'in herkesin sağlık kayıtlarının yer aldığı "dijital sertifikalardan" bahsetmesiyle ortaya atılmıştır. Gates, kimlerin hastalığı geçirdiği ve aşı olduğunu gösterecek bir elektronik dokümandan bahsetmektedir ve bu dokümanların mikroçiplerle de ilgisi bulunmamaktadır. Gates Vakfı'nın Covid-19 aşı geliştirme çalışmalarını finanse etmesi de bu iddiaların en büyük kaynağı olmuştur. Ancak Bill Gates CBS'e verdiği röportajda iddiaların doğru olmadığını açıklamıştır. Gates, "İnsanlara mikroçip implante etmek için mi aşı istiyorsunuz?" sorusuna, geliştirilen aşılardan insanları izlemeyi mümkün kılan herhangi bir şeyle bağlantısı olmadığı yanıtını vermiştir. İddiaların nedenini bilmediğini belirten Bill Gates, amaçlarının insanlara mikroçip yerleştirmek değil, aşı bulmak olduğunu açıklamıştır. Daha önce de mikroçip içeren bir projeye dahil olmadığını belirtmiştir. Covid-19 aşlarıyla insanlara mikroçip yerleştirileceği iddiasının bilimsel bir dayanağı
---	--

	yoktur. Var olan mikroçiplerin aşılar yoluyla enjekte edilmesi mümkün değildir.
Kaynak:	https://teyit.org/analiz/covid-19-asisi-ile-insanlara-mikrocipler-erlesterilecegi-iddiasi

Doğal afetler ve kriz dönemleri, dezenformasyonun hızla yayıldığı hassas zamanlardır. Bu tür olaylar sırasında bilgiye olan yoğun ihtiyaç, yanlış ya da yanıltıcı içeriklerin daha kolay kabul görmesine yol açmaktadır. Sahte uyarılar, asılsız tahminler ve abartılı haberler, toplumsal panik ve kafa karışıklığını artırabilmektedir. Ayrıca geçmiş olaylara ait görsellerin, güncel afetlere aitmiş gibi sunulması da sık rastlanan bir yöntemdir. Bu içerikler, olayların etkisini olduğundan büyük göstermek veya kamuoyunu manipüle etmek amacıyla kullanılabilir. Örneğin, bazı sosyal medya paylaşımlarında, Türkiye’de meydana gelen bir depremin ardından yayılan bir video, sahte bir nükleer patlama görüntüsüyle ilişkilendirilmiş; bu görüntünün deprem sonrası yaşanan bir nükleer felaketi gösterdiği iddia edilmiştir. Ancak video, gerçekte tamamen farklı bir olaya ait olup, güncel bağlamla ilgisizdir (Karapınarlı, 2023).

Görsel 8. Videonun Türkiye'deki Depremin Ardından Yaşanan Nükleer Patlamayı Gösterdiği İddiası



2023 Kahramanmaraş depremi sonrasında paylaşılan içerik 2020 yılında Lübnan'da yaşanan patlamadan bir video görüntüsüdür. 07.12.2023 tarihinde incelenen içerik için 2 bine yakın etkileşim aldığı not edilmiştir (Karapınarlı, 2023).

İçeriğin Yayın Tarihi:	6 Şubat 2023
İçeriğin Ortaya Attığı İddia:	Videonun Türkiye'deki depremin ardından yaşanan nükleer patlamayı gösterdiği iddiası
İçeriğin Doğrulanma Durumu:	Yanlış
İçeriğin Yanıltıcı Yönü:	Hatalı İlişkilendirme
İçerik Formatı:	Video
İçeriğin İlk Paylaşıldığı Mecra:	Twitter, sıradan vatandaş
İçeriğin Konusu ve Teyit.org'da Doğrulanma Süreci:	Sosyal medyada paylaşılan gönderilerde, 6 Şubat 2023'te Türkiye'de yaşanan depremlerden sonra Mersin'deki Akkuyu Nükleer Santrali'nde yaşanan nükleer patlamayı gösterdiği iddia edilmiştir. Sosyal medyada paylaşılan video Türkiye'den değil. Video, Lübnan'ın başkenti Beyrut Limanı'ndaki patlamayı göstermektedir. Patlama 4 Ağustos 2020'de Beyrut Limanı'nda yaşandı. 2013 yılında limana getirilen geminin kargosu bir süre sonra depoya taşınmıştır. Bu patlama, depolanan 2 bin 750 ton amonyum nitrata bağlı olarak ortaya çıkmıştır. Rusya Devlet Nükleer Enerji Şirketi ROSATOM tarafından yapılan açıklamaya göre, Akkuyu Nükleer Santrali'nde bir patlama olduğuna dair kanıt yoktur. Akkuyu Nükleer Genel Müdürü Anastasia Zoteeva açıklamasında, depremin bölgede hissedildiğini fakat Santral'de herhangi bir hasara neden olmadığını açıklamıştır. Zoteeva, inşaat ve

	montajlama operasyonlarının güvenli bir şekilde devam etmesi için gerekli önlemlerin alındığını da eklemiştir. Bölgeye yakın kaymakamlıklardan Gülnar Kaymakamlığı Teyit'e yaptığı açıklamada, kendilerine Akkuyu Nükleer Santrali'nde patlama olduğuna yönelik bir bilgi gelmediğini belirtmiştir.
Kaynak:	https://teyit.org/analiz/videonun-turkiyedeki-depremin-ardindan-yasanan-nukleer-patlamayi-gosterdigi-iddiasi

Dezenformasyon, kriz anlarında yalnızca bilgi karmaşasına değil, aynı zamanda tehlikeli yönlendirmelere de neden olabilmektedir. Özellikle sel, yangın veya deprem gibi afetler sırasında, güvenlik önlemleri hakkında yayılan yanlış bilgiler bireyleri risk altına sokmaktadır. “Afet anında yapılması gerekenler” gibi görünen bu içerikler, bilimsel dayanaklardan yoksun olduğu takdirde ciddi sonuçlara yol açabilmektedir. Örneğin, sosyal medyada sıkça paylaşılan bir yanlış bilgi, deprem sırasında dışarıya kaçmanın veya kapı eşiğinde durmanın güvenli olduğudur. Ancak uzmanlar bu tür davranışların tehlikeli olabileceğini vurgulamaktadır (Türkkan, 2021).

Görsel 9. Deprem Sırasında Dışarı Kaçmak ve Kapı Eşiğinde Durmanın Güvenli Olduğu İddiası



Bu örnek, AKUT ve Teyit işbirliği gerçekleştirilen bir analizdir; karşılaşılan yanlış bilgi ya da sorulardan yararlanılarak oluşturulmuştur (Türkkan, 2021).

İçeriğin Yayın Tarihi:	19 Haziran 2021
İçeriğin Ortaya Attığı İddia:	Deprem sırasında dışarı kaçmak ve kapı eşiğinde durmanın güvenli olduğu iddiası
İçeriğin Doğrulanma Durumu:	Yanlış
İçeriğin Yanıltıcı Yönü:	Uydurma
İçerik Formatı:	Metin, Fotoğraf
İçeriğin İlk Paylaşıldığı Meca:	Twitter, Facebook, Instagram, sıradan vatandaş
İçeriğin Konusu ve Teyit.org'da Doğrulanma Süreci:	Sosyal medya platformlarında zaman zaman yeniden dolaşıma giren yaygın bir inanışa göre, deprem sırasında dışarı kaçmak en güvenli yol gibi gösterilmektedir. Kapı eşiklerinin güvenli olduğu da bir diğer yaygın inanıştır.

	AKUT ve AFAD tarafından hazırlanan içeriklere göre; deprem sırasında kişinin bulunduğu yeri terk etmemesini önermektedir, Merdiven, asansör gibi alanlar güvenli değil, deprem anında kapı eşiklerinde durmak da güvenli değildir, deprem sırasında yat-korun-tutun ya da çök-kapan-tutun formülünü uygulamak gerekmektedir.
Kaynak: https://teyit.org/analiz/deprem-sirasinda-disari-kacmak-ve-kapi-esiginde-durmanin-guvenli-oldugu-iddiasi	

Dezenformasyon, kriz anlarında insanların korku ve belirsizlik duygularını istismar ederek, belirli kişi, grup ya da kurumları felakete neden olmakla suçlayan komplo teorilerinin yayılmasına zemin hazırlamaktadır. Bu tür anlatılar, toplumsal kutuplaşmayı derinleştirmekte, kurumlara olan güveni zedelemekte ve afet sonrası toparlanma süreçlerini sekteye uğratabilmektedir. Örneğin, deprem sırasında gökyüzünde görülen ışıkların, HAARP teknolojisi nedeniyle oluştuğu iddiası bu tür komplo teorilerine örnek olarak gösterilmektedir (Ekeöz, 2023).

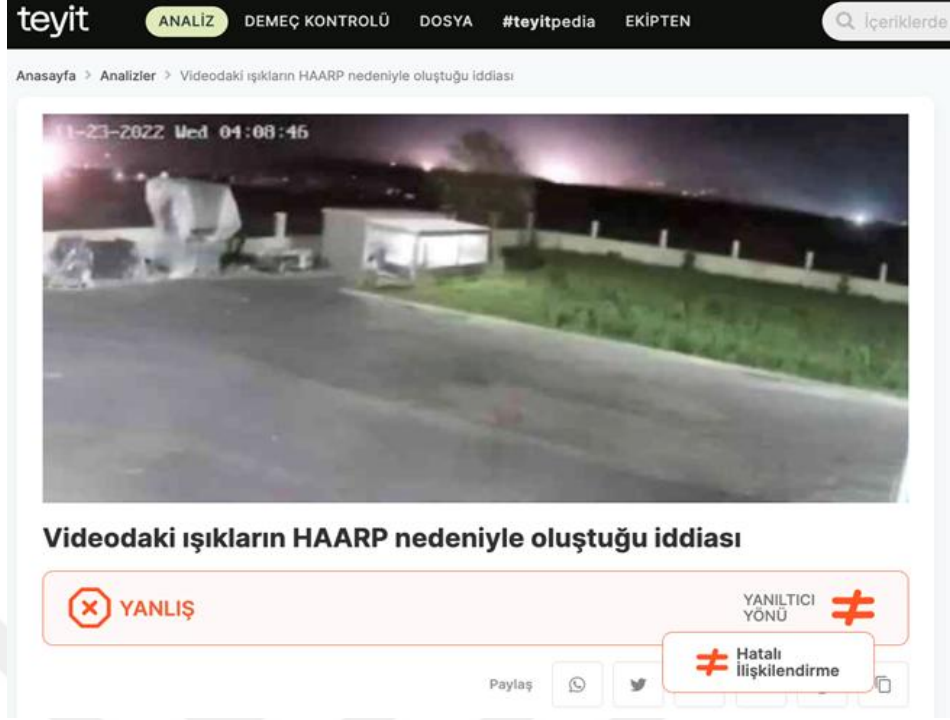
Görsel 10. Videodaki Işıkların HAARP Nedeniyle Oluştugu İddiası

The earthquake in Turkey looks like a punitive operation (HAARP) by NATO or the US against Turkey.

The video shows lightning strikes, which are not normal in earthquakes, but always happen in harp operations.

[Tweeti Çevir](#)





07.02.2023 tarihinde incelenen içeriğin 2.772 etkileşim aldığı not edilmiştir (Ekeöz, 2023).

İçeriğin Yayın Tarihi:	6 Şubat 2023
İçeriğin Ortaya Attığı İddia:	Videodaki ışıkların HAARP nedeniyle oluştuğu iddiası
İçeriğin Doğrulanma Durumu:	Yanlış
İçeriğin Yanıltıcı Yönü:	Hatalı İlişkilendirme
İçerik Formatı:	Video
İçeriğin İlk Paylaşıldığı Mecra:	Twitter, sıradan vatandaş
İçeriğin Konusu ve Teyit.org'da Doğrulanma Süreci:	6 Şubat 2023 tarihinde Kahramanmaraş'ta gerçekleşen depremin ardından sosyal medyada HAARP ile ilgili iddialar yayılmaya başlamıştır. Bir paylaşımda deprem sırasında havada HAARP nedeniyle anormal ışıklar ve şimşek çakması görüldüğü iddia edilmiştir. Paylaşımda yer alan videonun sol tarafına bakıldığında Düzce depreminin tarihi olan 23

	Kasım 2022 ibaresi görülebilmektedir. Ayrıca video oynatıldığında haber spikerinin görüntülerin Bilecik’te deprem sırasında kayıttaki bir güvenlik kamerasına ait olduğunu söylediği açıkça anlaşılmaktadır. Haberin orijinaline ulaştığımızda spikerin iddiadaki bilginin aksine bu tip ışıkların deprem sırasında görülebildiğini söylediği de anlaşılmaktadır. Habere göre bilim insanları bu tip ışıkların oluşmasını “deprem nedeniyle kayalarındaki minerallerin elektriksel özelliğinde değişim yaşanmasına” bağlamaktadır. Ayrıca bu ışıklar bir tür şimşek çakması olarak sınıflandırılmıştır. Benzer ışıkların görüldüğü depremler 1960’lardan beri Türkiye’de ve yurtdışında gözlemlenmektedir.
Kaynak:	https://teyit.org/analiz/videodaki-isiklarin-haarp-nedeniyle-olustugu-iddiasi

Doğal afetler sırasında yayılan dezenformasyon, doğru bilgiyi gölgede bırakabildiği, müdahale çabalarını sekteye uğratabildiği ve kamu güvenliğini riske atabildiği için özellikle tehlikelidir. Bu tür dönemlerde gerçeği kontrol etme ve eleştirel düşünme becerileri, bireylerin doğru bilgiyle yanlış veya yanıltıcı iddiaları ayırt edebilmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Her ne kadar kriz anlarında bilgi kirliliğinin önüne geçmek güç olsa da, 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremleri gibi büyük ölçekli felaketlerde, yanlış bilgilerin izlediği yolların haritalanmasıyla bilgiye karşı toplumsal direnç oluşturmak ve bu direnci artırmak mümkün olabilmektedir (Semercioğlu, 2023).

Dezenformasyon, yalnızca kriz anlarında değil, seçim dönemlerinde veya siyasi kampanyalar sırasında da sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Bu tür durumlarda, özellikle muhalif aktörlerin itibarını zedelemek amacıyla yanlış veya yanıltıcı bilgiler, söylentiler ve uydurma içerikler dolaşıma sokulabilmektedir. Siyasi bir adayın ya da

partinin kamuoyu nezdindeki güvenilirliğini sarsmak amacıyla kurgulanan bu içerikler, seçim süreçlerini manipüle etmeye yönelik stratejik araçlara dönüşebilmektedir. Örneğin, seçmen sahtekârlığına dair asılsız iddialar, adayların geçmişleri hakkında çarpıtılmış bilgiler ya da sahte seçim belgeleri gibi içerikler, kamuoyunda kafa karışıklığı yaratmakta ve seçim sistemine yönelik güveni zedelemektedir. 2016 ABD Başkanlık Seçimi ve Brexit referandumu bu bağlamda küresel ölçekte dikkat çeken örneklerdendir. Türkiye’de ise Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı seçim sürecinde benzer dezenformasyon örneklerine rastlanmıştır.

Görsel 11. Kılıçdaroğlu’nun "Karar ver" Kampanyasına Ait Olduğu İddia Edilen Afişler



20.05.2023 tarihinde incelenen içeriğin 7 binden fazla etkileşim aldığı not edilmiştir (Yılmaz Y. A., 2023).

İçeriğin Yayın Tarihi:	20 Mayıs 2023
İçeriğin Ortaya Attığı İddia:	Afişlerin Kılıçdaroğlu’nun "Karar ver" kampanyasına ait olduğu iddiası
İçeriğin Doğrulanma Durumu:	Yanlış
İçeriğin Yanıltıcı Yönü:	Manipülasyon
İçerik Formatı:	Fotoğraf

İçeriğin İlk Paylaşıldığı Mecra:	Twitter, sıradan vatandaş
İçeriğin Konusu ve Teyit.org'da Doğrulanma Süreci:	Sosyal medyada paylaşılan görsellerin Millet İttifakı Cumhurbaşkanı adayı Kemal Kılıçdaroğlu'nun seçimlerin ikinci turu için hazırlanan "Karar ver" kampanyasının afişlerini gösterdiği iddia edilmiştir. Görsellerde “Demirtaş Çıkacak”, “YPG terör örgütü değildir”, “Apo'ya dokundurtmam” yazdığı görülmektedir. Görselleri Yandex'in Görsel Arama servisinde araştırdığımızda kullanılan billboardların bir stok görüntü sitesinden alındığı tespit edilebilmektedir. Sosyal medyada paylaşılan bir başka fotoğraf yine Kılıçdaroğlu'nun ikinci tur seçimlerine aitmiş gibi paylaşılmıştır. Montajlanarak oluşturulan bu görsellerdeki “Yerel Yönetim Özerklik Şartı Gelecek” ve “PKK'lı Belediyelere Kayyum Uygulaması Bitecek” sloganları Kılıçdaroğlu'nun seçim sloganları arasında yer almaktadır. Resmi seçim arasında bu sloganlara ve görsellere rastlanmamaktadır. Paylaşılan sahte seçim kampanyası görselleri ise daha önce pek çok reklam çalışmasında kullanılan bir stock görüntü üzerine montajlanmıştır.
Kaynak:	https://teyit.org/analiz/kilicdaroglunun-karar-ver-kampanyasina-ait-oldugu-iddia-edilen-afisler

Dezenformasyon, toplumsal kutuplaşmadan faydalanmak ve mevcut gerilimleri derinleştirmek amacıyla da kullanılabilir. Bu tür içerikler; yanlış raporlar, manipüle edilmiş görseller veya videolar aracılığıyla toplumsal gruplar arasında

düşmanlığı körükleyebilir, önyargıları pekiştirebilir ya da şiddeti teşvik edebilir. Özellikle etnik, dini veya kültürel farklılıkların belirgin olduğu toplumlarda bu tür dezenformasyonlar, sosyal barışı tehdit eden bir unsur haline gelebilmektedir.

Görsel 12. Afişin Suriyeli Mültecilerin 27 Temmuz 2021’de Saraçhane’de Miting Yapacağını Gösterdiği İddiası



27.07.2021 tarihinde incelenen içeriğin 4 binden fazla etkileşim aldığı not edilmiştir (Hüma Keskin, 2021).

İçeriğin Yayın Tarihi:	27 Temmuz 2021
İçeriğin Ortaya Attığı İddia:	Afişin Suriyeli mültecilerin 27 Temmuz 2021’de Saraçhane’de miting yapacağını gösterdiği iddiası
İçeriğin Doğrulanma Durumu:	Yanlış
İçeriğin Yanıltıcı Yönü:	Hatalı ilişkilendirme
İçerik Formatı:	Fotoğraf
İçeriğin İlk Paylaşıldığı Mecra:	Twitter, siyasetçi

İçeriğin Konusu ve Teyit.org'da Doğrulanma Süreci:	Sosyal medyada paylaşılan bazı gönderilerdeki afişin güncel olduğu ve Suriyeli mültecilerin 27 Temmuz 2021'de Saraçhane'de miting yapacağını haber verdiği iddia edilmiştir. İddiada yer alan afişi tersine görsel arama yöntemi ile aratıldığında eski tarihli olduğu görülmektedir. Afiş görselinde yer alan tarih 27 Temmuz 2019'dur. O dönem yapılan haberler tarandığında, Suriyelilerin İstanbul Valiliği'nin İstanbul'da kayıtlı olmayan Suriyelilerin ayrılmasına ilişkin verdiği kararı protesto etmek için yapılan bir miting ile karşılaşılmaktadır. Mazlumder (İnsan Hakları ve Mazlumlar İçin Dayanışma Derneği) "Suriyeli muhacirlere yönelik sürgün politikasını protesto ediyoruz" başlıklı mitingden bir basın açıklaması yapmıştır. Mitingin 27 Temmuz 2019'da yapıldığı, Yeniçağ ve Tele 1 gibi birçok haber sitesinde de görülmektedir.
Kaynak:	https://teyit.org/analiz/afisin-suriyeli-multecilerin-27-temmuz-2021de-sarachanede-miting-yapacagini-gosterdigi-iddiasi

Dezenformasyon söz konusu olduğunda, yanlış ya da yanıltıcı bilgilerin yalnızca varlığı değil, bunların belirli amaçlar doğrultusunda kasıtlı olarak yayılması en dikkat çekici unsurdur (Wardle, Bilgi Düzensizliğini Anlamak, 2019). Verilen örneklerden de görüldüğü üzere; sağlık krizlerinden doğal afetlere, seçim süreçlerinden toplumsal gerilimlere kadar pek çok farklı bağlamda karşımıza çıkan dezenformasyon, yalnızca dijital bilgi ekosistemini bozmakla kalmamakta, aynı zamanda bireylerin karar alma süreçlerini, kamu düzenini ve toplumsal güveni de doğrudan etkilemektedir.

2.1.3. Mezenformasyon

Yanlış bilginin farkında olunmadan paylaşılması ve yayılması anlamına gelmektedir (Parlar Dal & Erdoğan, Medya Dezenformasyon Sözlüğü). Bu kavramı dezenformasyondan ayıran temel unsur, kasıt unsurudur. Dezenformasyonda yanlış bilgi, bilerek ve bilinçli bir şekilde yayılırken; mezenformasyonda bu tür bir kasıt söz konusu değildir. Yayan kişi, bilginin yanlış veya yanıltıcı olduğunun farkında değildir.

Ancak çevrimiçi ortamlarda, özellikle sosyal medyada dolaşıma sokulan dezenformasyon çoğu zaman mezenformasyona dönüşmektedir. İlk olarak kasıtlı olarak üretilen içerikler, daha sonra farkında olmadan başkaları tarafından paylaşılmakta ve geniş kitlelere yayılmaktadır. (Wardle, Bilgi Düzensizliğini Anlamak, 2019). Bu süreçte bireyler, genellikle yardım etme, bilgilendirme veya duyarlılık gösterme amacıyla hareket ederken yanlış bilgiyi istemeden yayabilmektedir.

Mezenformasyonun yayılmasında en büyük etkenlerden biri, doğruluk kontrolü yapılmadan bilgiye güven duyulmasıdır. Bilginin eleştirel bir süzgeçten geçirilmemesi, sosyal medya algoritmalarının kişisel ilgi alanlarına göre içerik sunması ve bilgi okuryazarlığı eksikliği, bu tür içeriklerin hızla yayılmasına neden olmaktadır. Mezenformasyon da tıpkı dezenformasyon gibi, kamuoyu algılarını şekillendirebilir, karar alma süreçlerini etkileyebilir ve bilgi karmaşasına neden olabilmektedir.

Özellikle toplumu derinden etkileyen kriz anlarında, doğru bilgiye ulaşmak zorlaşmakta; gündemin yoğunluğu içinde doğru ile yanlış ayırt etmek güçleşmektedir. Bu da, infodemi bağlamında, güvenilirliği kanıtlanmamış bilgilerin hızla yayılmasına ve hayati düzeyde olumsuz sonuçlara yol açmasına neden olabilmektedir (Erdoğan, Uyan Semerci, Eyolcu Kafalı, & Çaytaş, 2022).

Görsel 13. Doğrulanmamış Bilgilerin Afet Döneminde Yarattığı Risk: Tweet Örneği

Göçükten çıkan kişiye lıkır lıkır su verirsiniz, inme gelir, sonra da ölür. Lütfen çok özen gösteriniz.

[Translate Tweet](#)

5:51 AM · Feb 9, 2023 · 1.8M Views

11.9K Retweets 192 Quote Tweets 35.5K Likes

Görsel 14. Enkazdan Çıkan Kişiye Fazla Su Verilmesi Halinde Ölebileceği İddiası



09.02.2023 tarihinde incelenen içerik 47 bin etkileşim almıştır (Toprak, 2023). Paylaşılan bilginin yanlış olduğu tespit edilmiştir.

İçeriğin Yayın Tarihi:	09 Şubat 2023
İçeriğin Ortaya Attığı İddia:	Enkazdan çıkan kişiye fazla su verilmesi halinde ölebileceği iddiası
İçeriğin Doğrulanma Durumu:	Yanlış
İçeriğin Yanıltıcı Yönü:	Çarpıtma
İçerik Formatı:	Fotoğraf, Metin

İçeriğin İlk Paylaşıldığı Mecra:	Twitter, Instagram, sıradan vatandaş
İçeriğin Konusu ve Teyit.org'da Doğrulanma Süreci:	Sosyal medyada deprem sonrası enkazdan çıkarılan kazazedeler için ilk yardım anında yapılması ve yapılmaması gerekenler üzerinden de tartışma yaşanmıştır. Bir paylaşımda enkazdan çıkan kişiye çok fazla su verilirse inme ineceği ve öleceği iddia edilmiştir. Acil Tıp Uzmanları Derneği (ATUDER) Başkanı Prof. Dr. Başar Cander, iddiaların asılsız olduğunu belirtmiştir. Öncelikle enkazdan kurtarılan kişilerde acil müdahale kurallarından ilki damar yolundan serum takmaktır. Bu bir nevi su verilmesi anlamına gelmektedir. Eğer o anda serum takılamıyorsa, kazazedeye su verilmesi faydalı bir durumdur. Su verilmemesi hali, daha çok kazazedenin batın kanaması veya ameliyata girmesini gerektirecek bir kırığı varsa önerilebilmektedir. Fakat bir kazazedenin su içtiği için inme geçirmesi ya da ölmesi söz konusu değildir. Dahası depremde kazazedeler en fazla Crush Sendromu'yla karşı karşıya kalmaktadır. Crush Sendromu, enkaz altında vücudu baskı altında kaldıktan sonra sağ olarak kurtarılan kişilerde görülmektedir. Bu sendromun oluşmaması için de kazazedeye damardan serum yoluyla olmuyorsa su verilmesi gerekmektedir.
Kaynak: https://teyit.org/analiz/enkazdan-cikan-kisiye-fazla-su-verilmesi-halinde-olebilecegi-iddiasi#:~:text=Teyit%2C%20konuyla%20ilgili%20Acil%20T%C4%B1p,Cander%2C%20iddialar%C4%B1n%20as%C4%B1ls%C4%B1z%20oldu%C4%9Funu%20belirtti.	

Hem dezenformasyon hem de mezenformasyon, bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi problemini derinleştirmekte; kamusal söylem, bireysel algılar ve karar alma süreçleri üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir.

2.1.4. Malenformasyon (Kötü Bilgi)

Doğru ve kişisel bilgilerin çıkar amaçlı veya bir kişi, örgüt ya da ülkeye zarar verme kastı ile yayılması durumudur (Parlar Dal & Erdoğan, Medya Dezenformasyon Sözlüğü). Burada bilginin doğru ya da yanlış olmasından ziyade yayan kişi/kişilerin zarar vermeyi amaçlaması detayı önemlidir.

Malenformasyonda, paylaşılan bilgi gerçeğe dayalı olabilir; ancak bu bilginin paylaşım amacı itibarsızlaştırmak, kamu algısını manipüle etmek veya doğrudan zarar vermektir. Bu nedenle, bilginin doğru olması, onun kötü niyetli biçimde kullanıldığı gerçeğini değiştirmemektedir.

Görsel 15. Gerçek Bilginin Manipülatif Sunumu: Malenformasyon Örneği

Ak Partiye iftira atıp hakaret eden CHP'lilere dava açacağız.

Ayrıca hatırlatmak lazım;

Genel Başkanları tescilli.



ÖS 9:35 · 24 Oca 2014

1.102 Retweet 1 Alıntı 317 Beğeni

Sosyal medyada paylaşılan gazete kupürünün Kılıçdaroğlu'nun SSK'yı dolandırdığını gösterdiği iddia 2011'den beri sık sık gündeme gelmektedir. 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde de gündeme gelmiştir.

Görsel 16. Yıllardır Dolaşımda Olan Bir İddianın Gerçeklik Analizi



Teyit.org'dan Öyküm Hüma Keskin'in (2023) analizine göre, paylaşılan gazete kupürü, Kılıçdaroğlu'nun SSK'yı dolandırdığını göstermemektedir. Aksine habere göre SSK'daki dolandırıcılardan şüphe duyup şikayetçi olan Kılıçdaroğlu'nun kendisi, SSK'yı dolandırmaktan suçlu bulunan firma ise Sa-San'dır. Ayrıca, SSK'nın 1990'lı yıllarda açık vermesi bilgisinin doğru ancak sebebinin daha eski yıllara, Tansu Çiller ve Süleyman Demirel dönemlerinde alınan kararlara dayandığı yorumu eklenmiştir.

İçeriğin Yayın Tarihi:	24 Ocak 2014
İçeriğin Ortaya Attığı İddia:	Gazete kupürünün Kılıçdaroğlu'nun SSK'yı dolandırdığını gösterdiği iddiası
İçeriğin Doğrulanma Durumu:	Yanlış
İçeriğin Yanıltıcı Yönü:	Hatalı İlişkilendirme, Bağlamdan Koparma
İçerik Formatı:	Fotoğraf
İçeriğin İlk Paylaşıldığı Mecra:	Twitter, sıradan vatandaş
İçeriğin Konusu ve Teyit.org'da Doğrulanma Süreci:	Sosyal medyada paylaşılan gazete kupürünün Kılıçdaroğlu'nun SSK'yı dolandırdığını gösterdiği iddia edilmiştir. Paylaşımlara eşlik

	eden gazete kupüründe, gazetenin adı ve basım tarihi bilgisi yer almaktadır. Kupür, 1 Mayıs 1996 tarihli Milliyet gazetesinden alınmış. Milliyet gazetesinin arşivinden ilgili habere ulaşabilmektedir. Paylaşılan gazete kupürü, Kılıçdaroğlu'nun SSK'yı dolandırdığını göstermiyor. Aksine habere göre SSK'daki dolandırıcılardan şüphe duyup şikayetçi olan Kılıçdaroğlu'nun kendisi, SSK'yı dolandırmaktan suçlu bulunan firma ise Sa-San'dır. Haberin sol üst köşesinde, dönemin SSK Genel Müdürü Kemal Kılıçdaroğlu'nun fotoğrafına yer verilmesi, yanlış anlaşılmaya sebebiyet vermiş olabilmektedir.
Kaynak:	https://teyit.org/analiz/gazete-kupurunun-kilicdaroglunun-sski-dolandirdigini-gosterdigi-iddiasi

2.1.5. Hakikat Sonrası (Post Truth)

Post-truth kavramı, Oxford Dictionary tarafından 2016 yılında yılın kelimesi seçilmiştir (BBC News, 2016). Kavram, özellikle Brexit referandumu, Avrupa'daki seçimler ve Donald Trump'ın ABD başkanlığı kampanyası sonrasında gündeme gelmiştir. Türkçeye “hakikat sonrası”, “hakikat ötesi” ya da “hakikatin önemsizleştirilmesi” gibi ifadelerle çevrilmiştir.

Oxford Sözlüğü, kavramı “gerçeklerin, kamuoyunu şekillendirmede duygular ve kişisel inançlar karşısında etkisiz kalması” şeklinde tanımlamaktadır (Parlar Dal & Erdoğan, Medya Dezenformasyon Sözlüğü). Benzer biçimde, Teyit Sözlük'te post-truth, “belirli bir konuda kamuoyu oluşurken, nesnel gerçeklerin duygular ve kişisel kanaatlerden daha az etkili olması” olarak açıklanmaktadır (Teyit Sözlük, 2019).

Hakikat sonrası bir ortamda, doğrulanabilir kanıtlar ve nesnel veriler geri planda kalırken; duygular, kişisel görüşler ve anlatılar daha etkili hale gelmektedir. Bu durum,

gerçek ile yanlış arasındaki çizgiyi bulanıklaştırarak dezenformasyon ve alternatif gerçekliklerin güçlenmesine neden olabilmektedir (Narin, Post-truth nedir?, 2021).

2016 ABD Başkanlık Seçimi ve Brexit süreci, hakikat sonrası çağın siyasi kampanyalar ve kamuoyu üzerindeki etkisini gözler önüne seren çarpıcı örneklerdir (Atmaca, 2016). Bu süreçlerde yanlış bilgilerin yaygın biçimde dolaşıma girmesi, bilgi manipülasyonu ve kutuplaştırıcı anlatıların kullanılması demokratik işleyişe zarar vermiştir. Aynı zamanda, medya okuryazarlığı, eleştirel düşünme ve doğruluk kontrolü gibi konuların ne kadar hayati olduğunu da ortaya koymuştur.

Ancak geçen yıllar içinde çözümden çok, daha profesyonelce üretilmiş ve yayılmış yanlış bilgi örneklerinin arttığı görülmektedir. Bilhassa teknolojik araçların katkısıyla kamuoyunun manipüle edilmesi kolaylaşmıştır. Bu noktada deepfake uygulamaları öne çıkmaktadır. “Deep learning” (derin öğrenme) ve “fake” (sahte) kelimelerinin birleşiminden oluşan deepfake, kişilerin yüz, ses ve hareketlerini taklit ederek sahte ancak gerçekçi içerikler üretmek için kullanılan yapay zekâ destekli bir yöntemdir (Özgür, 2021).

Bu teknoloji, daha önceki “gözümle görmeden inanmam” anlayışını geçersiz hale getirmiştir. Dijital görüntüleme teknolojileri sayesinde, hiç yaşanmamış olaylar sentetik ve gerçek gibi görünen videolarla aktarılabilir hale gelmiştir. Üstelik bu içerikler, pahalı ekipmanlara gerek kalmadan üretilebilmektedir (Pavlik, 2013, s. 195).

Deepfake içerikler, yanlış bilgi yaymak, kamuoyunu yönlendirmek veya kişileri asla yapmadıkları şeyleri yapmış gibi göstermek için kullanılabilir (Aktaş, 2023). Bu bağlamda post-truth çağda, teknolojinin sunduğu olanaklar, gerçekliğin önemini azaltmakta ve doğruluk ile yanlışlık arasındaki sınırları daha da muğlaklaştırmaktadır.

Dünyada çok sayıda örneği bulunan bu tür içeriklere, Türkiye’de özellikle 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri sürecinde sıkça rastlanmıştır.

Görsel 17. Millet İttifakı Kampanya Filminde Murat Karayılan'ın Yer Aldığı İddiası



Bu örnek, 2023 Cumhurbaşkanlığı seçim sürecinde tartışmalara neden olan çarpıcı bir örnektir (Oğraş, 2023). Millet İttifakı'nın orijinal kampanya filminde PKK terör örgütü yöneticisi Murat Karayılan yer almamasına rağmen, Kemal Kılıçdaroğlu'nun arkasına Karayılan ve bazı PKK üyelerinin görüntüleri montaj yoluyla eklenmiştir. Bu sahte içerik, yalnızca sosyal medya platformlarında yüksek izlenme sayılarına ulaşmakla kalmamış, aynı zamanda dönemin Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından 7 Mayıs 2023 İstanbul mitinginde de gösterilmiştir (Aktaş, 2023). Bu olay, dijital içeriklerin seçim dönemlerinde nasıl tartışma konusu hâline gelebildiğini ve kamuoyunda çeşitli algıların oluşumuna katkı sağlayabildiğini göstermektedir.

İçeriğin Yayın Tarihi:	2023
İçeriğin Ortaya Attığı İddia:	Millet İttifakı kampanya filminde Murat Karayılan'ın yer aldığı iddiası
İçeriğin Doğrulanma Durumu:	Uydurma
İçeriğin Yanıltıcı Yönü:	Uydurma
İçerik Formatı:	Video

İçeriğin İlk Paylaşıldığı Mecra:	Twitter, Facebook, Instagram, sıradan vatandaş, siyasetçi
İçeriğin Konusu ve Teyit.org’da Doğrulanma Süreci:	Millet İttifakı’nın 2023 Genel Seçimleri kampanya filminde Murat Karayılan’ın yer aldığı iddia edilmiştir. Video Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın 7 Mayıs İstanbul mitinginde de gösterilmiştir. Cumhurbaşkanı mitinginin bir bölümünde videoyu izletmiştir. İddiada adı geçen Murat Karayılan adı YouTube üzerinden aratıldığında Karayılan’ın kesilmiş görüntülerinin gerçekte ait olduğu videoya ulaşılabilir. Videonun son bölümünde yer alan alkış kısmı kesilerek Millet İttifakı’nın klibine eklenmiştir. Görüntülerde Karayılan “haydi” ifadesini kullanmamaktadır Video ilk olarak 15 Ağustos 2021 tarihinde dolaşıma girmiştir. Görüntülerde Karayılan “15 Ağustos” mesajı vermektedir. İddia videosunda kullanılan alkış sekansı kampanya filminin üzerine eklenmiştir. Millet İttifakı kampanya filmini “Haydi” etiketiyle 1 Mayıs ve 4 Mayıs tarihlerinde paylaşılmıştır. Kampanyada ittifakın liderleri yer almaktadır ancak herhangi bir yerinde Murat Karayılan yoktur.
Kaynak:	https://teyit.org/demec-kontrolu/millet-ittifaki-kampanya-filminde-murat-karayilanin-yer-aldigi-iddiasi

Montajlanan görüntülerin kullanıldığı miting, kamuoyunda yoğun tartışmalara neden olmuştur. En çok tartışılan konulardan biri ise Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın, görüntülerin montaj olduğunu kabul etmesine rağmen bu içeriklere dayalı iddialarını sürdürmesidir. Erdoğan, söz konusu videolar hakkında yaptığı açıklamada şu ifadeleri kullanmıştır: “Kılıçdaroğlu Kandil’dekilerle video çekimleri var haydi

haydi türü. Anladınız mı? Kandil'dekilerle bu şekilde ama montaj ama şu ama bu video çekimlerini yaptılar. PKK'lılar da videolarla bunlara destek verdiler (Malumatfurus.org, 2023).

Görsel 18. Seçim Kampanyasında Montaj Video Tartışmaları



Bu açıklamanın ardından, söz konusu video için “gençlerimizin kıvrak zekâsının ürünüdür” ifadesi kullanılmıştır. Tanıtım filminde PKK elebaşının yer aldığı görüntünün montaj olduğunu kabul eden Cumhurbaşkanı, Sivas’ta düzenlenen mitingde bu video hakkında “CHP Genel Başkanı’na alenen oy istediler. Şimdi çıkmışlar bu gerçekleri 5 saniyeye sığdıran gençlerimizin kıvrak zekâsının ürünü bir

video üzerinde arsızca tepiniyorlar.” şeklinde bir açıklamada bulunmuştur (Malumatfurus.org, 2023).

Görsel 19. “Gençlerin Zekâsı” Söylemiyle Montaj Videonun Meşrulaştırılması



“Türkiye’de Bilgi Düzensizliği ile Mücadele” eğitimi kapsamında Doç. Dr. Bilge Narin (2021), “Post Truth Nedir?” başlıklı videosunda, hakikatin önemsizleştirilmesi kavramını detaylandırmaktadır. Narin’e göre, kitleler karşılaştıkları yanlış bilgilere karşı zamanla duyarsızlaşmakta ve bu bilgilere tepki vermemeye başlamaktadır. Özellikle bireylerin kendi görüş ve önyargılarına uygun olduğu sürece, bilgilerin doğruluğu konusunda rahatsızlık duymadıkları; hatta yalan olduğunu bildikleri içerikleri dahi hakikatmiş gibi kabul edip paylaşabildikleri ifade edilmektedir. Bu durum, dijital çağda duyguların ve kişisel inançların, nesnel ve rasyonel olgulardan daha etkili hale geldiğini göstermektedir.

Bu bağlamda, montaj olduğu kabul edilen videoyla ilgili olarak dönemin Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Fahrettin Altun’un, söz konusu içeriği “gençlerimizin kıvrak zekâsının ürünü” olarak nitelendirmesi ve bu

ifadeyi sosyal medya üzerinden paylaşması, hakikatin önemsizleşmesi (post truth) döneminin Türkiye’deki güncel ve dikkat çekici bir örneği olarak değerlendirilebilmektedir.

Hakikatin önemsizleştiği çağda karşı karşıya kalınan zorlukları fark etmek; eleştirel düşünmeyi, medya okuryazarlığını teşvik etmek ve gerçeklerin doğrulanmasına yönelik çabaları desteklemek her zamankinden daha büyük bir önem taşımaktadır. Siyasi kampanyalarda yanlış veya yanıltıcı bilgilerin kullanımı yeni bir olgu olmasa da dijital çağ, bu içeriklerin yayılma hızını ve etkisini ciddi şekilde artırmıştır. Teyit.org, dogrulukpayi.com ve malumatfurus.org gibi doğrulama platformları, özellikle politikacıların kamuoyuna sunduğu yanlış beyanları analiz ederek çürütmekte ve doğru bilgiyi görünür kılmak adına önemli bir rol üstlenmektedir. Ancak bu çabaların etkisinin sınırlı kaldığı durumlar da bilinmektedir.

Yanlış bilgi, düzeltilmiş olsa bile —eğer birey bu bilgiye duygusal ya da inanç temelli bir yakınlık duyuyorsa— zihinde kalıcılığını sürdürebilmektedir. Doğrulama analizlerinin sosyal medyada paylaşılması görünürlüğü artırsa da dezenformasyona maruz kalan bireylerin ne kadarının doğru bilgiye ulaştığı ya da ulaştıktan sonra kanaatini değiştirip değiştirmediği hâlâ tartışmalıdır (Çetiner, 2022).

Günümüzde siyasal dezenformasyonun etkilerini yalnızca bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimine bağlamak yetersiz kalmaktadır. Yanlış bilginin yayılma hızından daha büyük bir sorun, bu bilgiye maruz kalan bireylerin ve toplumların kolayca manipüle edilebilmesidir. Bu noktada, Gustave Le Bon’un 1895 yılında kaleme aldığı Kitleler Psikolojisi adlı eser, günümüz örneklerinin arka planını anlamak için önemli bir çerçeve sunmaktadır. Le Bon’a göre, eleştirel akıldan yoksun olan kitleler, bilinçdışının etkisiyle telkinlere açık hâle gelir; “Kitle için inanılmaz diye bir şey yoktur; en saçma efsanelerin ve anlatıların nasıl bu kadar kolay yaratıldığını ve yayıldığını anlamak için bunu akılda tutmak gerekir (Le Bon, 2018). Le Bon, bireylerin kalabalıkların bir parçası hâline geldiklerinde benlik duygularını yitirerek irrasyonel tepkiler verdiğini savunmaktadır. Bu durum, bireylerin mevcut inançlarını destekleyen bilgilere yönelmesini ve mantıktan çok duygularla hareket etmelerini beraberinde getirmektedir. Her ne kadar bu görüşler internet ve sosyal medya öncesi dönemde yazılmış olsa da dijital çağda sosyal medyanın erişim gücüyle birleşen bu

kitle dinamikleri, yanlış bilgilerin daha hızlı yayılmasına ve manipölasyona açık dijital toplulukların oluşmasına zemin hazırlamaktadır.

Hakikatin önemsizleşmesi, bilgi düzensizliği kavramı içinde önemli bir yere sahiptir. Dijital çağda duyguların ve inançların, nesnel gerçeklerin önüne geçmesi; doğru bilgiye ulaşmayı, karar alma süreçlerini ve kamusal söylemi etkilemektedir. Bu nedenle, bu kavramı anlamak ve örnekleriyle birlikte değerlendirmek, bilgi düzensizliği sorununu daha iyi kavrayabilmek adına önem taşımaktadır.

2.1.6. Filtre Balonu

Filtre balonu kavramı, Eli Pariser tarafından 2011 yılında ortaya atılmıştır. Bu kavram, internet platformlarının algoritmalar aracılığıyla kullanıcı alışkanlıklarını takip ederek, onların yalnızca görmek istedikleri içeriklerle karşılaşmalarını sağladığı durumu ifade etmektedir (Teyit Sözlük, 2019). Pariser, bireylerin mevcut inanç ve tercihlerine hitap eden kişiselleştirilmiş bilgi alanlarında giderek daha fazla izole hâle geldiğini vurgular. Başka bir ifadeyle, arama motorları ve sosyal medya platformları, kullanıcıların etrafında bir “balon” oluşturarak yalnızca mevcut görüşlerini pekiştiren, çelişen bakış açılarını ise filtreleyen içerikler sunmaktadır (Narin, 2018).

Dijk, bu durumu “öz-seçim hapisanesi” olarak adlandırır. İnternetin sunduğu geniş bilgi yelpazesi, filtre balonları nedeniyle daralmakta; kullanıcılar yalnızca kendi beğeni ve katılımları doğrultusunda şekillenen içeriklere maruz kalmakta, diğer bilgilere ise erişememektedir (Uluk, 2021, s. 33-34). Bu durum, farklı bakış açılarının görünmez hâle gelmesine ve toplumsal kutuplaşmanın artmasına neden olmaktadır. Bireyler, kendi ideolojik konumlarında daha da yerleşik hâle gelirken, inançlarıyla çelişen gerçeklere karşı daha kapalı hâle gelebilmektedir.

Yalın Alpay’ın Yalanın Siyaseti adlı kitabında (2023), Prego’dan yapılan aktarıma göre “kişi, yalan haberi kendi görüş ve inançlarını desteklediği sürece doğru kabul eder ve bu haberi, kendi balonuna sahip kişilerle paylaşır. Bu da sahte haberlerin, sosyal ağlarda hızla ve neredeyse hiç sorgulanmadan yayılmasına neden olur.”

Filtre balonları, bireylerin çevrimiçi ortamlarda daha çok kendi görüş ve inançlarına uygun içeriklerle karşılaşmasına neden olabilecek bir yapı sunmaktadır. Bu yapı, farklı bakış açılarına maruz kalma olasılığını azaltmakta ve bilgilerin eleştirel bir süzgeçten geçirilmesini zorlaştırabilmektedir. Bu nedenle, bilgi düzensizlikleri ve

yanlış bilgiyle mücadele süreçlerinde filtre balonlarının etkisinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

2.1.7. Yankı Fanusu/Odası

Sosyal medyada kullanıcıların yalnız kendi görüşlerinin yankılandığı ve farklı düşüncelerle karşılaşmanın neredeyse imkânsız olduğu bir gerçekliği tanımlamaktadır. İngilizcesi ‘echo chambers’, seslerin içi boş bir alan içinde yankılandığı bir oda metaforundan gelmektedir. Sosyal medyada içinde yer aldığımız ortamların toplamı, tıpkı bir fanus gibi bizi farklı görüşlerden korumaktadır (Özgür, Teyit Sözlük: Yankı fanusu nedir?, 2023).

Yankı odası etkisine göre, internet, kullanıcıların istemedikleri mesajları filtrelemelerine ve kendi yankı odalarını kurmalarına imkân vermektedir. Bu alan birbirini tekrar eden iletilerin ve karşıt görüşlerin sansürlendiği sınırlı bir alandır. Başka bir ifade ile yankı odası, bireylerin yalnızca mevcut inançlarını veya bakış açılarını pekiştiren bilgilere, görüşlere ve fikirlere maruz kaldığı bir ortamı ifade etmektedir (Uluk, 2021, s. 33-34).

Filtre balonları ve yankı odaları birlikte ele alındığında, bireylerin dar bir perspektiften bilgiye erişim sağlamasına ve gerçekliğin çarpıtılmış şekilde algılanmasına neden olabilecek bir yapı ortaya çıkarmaktadır. Yankı odaları, bireylerin benzer görüşleri tekrar tekrar duymasıyla kendi fikirlerini daha güçlü şekilde benimsemelerine yol açmakta ve farklı bakış açılarını değerlendirme eğilimini azaltabilmektedir (Özgür, Teyit Sözlük: Yankı fanusu nedir?, 2023). Bu ortamda yanlış bilgiler de teyit edilmeden yayılabilmekte, grup içindeki tekrarlar bu bilgileri daha güvenilir hale getirmekte ve böylece bilgi düzensizliği ile mücadele daha karmaşık hale gelmektedir.

Bu bağlamda, yankı odası etkisi; yeni medyanın demokratik bir kamusal alan oluşturduğu yönündeki iyimser yaklaşımlara eleştirel bir bakış sunmaktadır. İnternet ortamında kullanıcılar, almak istedikleri mesajları kendi dünya görüşlerine uygun şekilde filtreleyebilmekte, bu durum da bireylerin bilgiye erişiminde ciddi bir daralma yaratabilmektedir. Dolayısıyla, kullanıcıya özgü içerik tasarımı ve içerik üretimindeki katılımcı kültür gibi olumlu nitelikler zamanla idealize edilmiş birer ütopya haline gelebilmektedir (Narin, 2018, s. 241).

2.1.8. Siberbalkanlaşma

Bu kavram, dijital ortamın benzer görüş ve ilgi alanlarına sahip küçük gruplara ayrılmasını ifade etmektedir. Sosyal medya algoritmalarının etkisiyle bireyler yalnızca kendi gibi düşünen kişilerle etkileşimde bulunmakta, alternatif görüşlere maruz kalmadan dijital bir izolasyon yaşamaktadırlar (İnfodemi Sözlüğü). Bu durum, toplumsal birlikteliğin ve kapsayıcılığın zayıflamasına neden olabilmektedir. Dijital çağda siberbalkanlaşmadan kaçınmak için farklı perspektiflerle bilinçli biçimde karşılaşmaya çalışmak önemlidir. Ancak bu bireysel çabaların ötesinde, platformların ve algoritmaların da çeşitliliği teşvik eden politikalar geliştirmesi gerekmektedir. Bu konu ilerleyen bölümlerde ayrıca ele alınacaktır.

Bu kavramın temel hipotezi, internetin daha az birliktelik sağlayıp daha fazla grup karşıtlığına neden olduğudur. “Siberbalkanlaşma”, “siber” terimi ile tarihsel olarak bölünmüş kültürler, diller ve dinlerle anılan Balkanlar’ın birleşiminden türetilmiştir. Kişiselleştirilmiş enformasyon akışını eleştiren yaklaşımlarda sıkça kullanılan bu kavram, özellikle politik kutuplaşmayı açıklamak için tercih edilmektedir (Narin, 2018, s. 242).

Filtre balonu, yankı odası/fanusu ve siberbalkanlaşma kavramları, bilgi çeşitliliğini sınırlayan ve kullanıcıları belirli görüşlere hapseden yapıları tanımlamaktadır. Filtre balonları daha çok algoritmaların sunduğu kişiselleştirilmiş içeriklerle ilgilenirken; yankı odası, görüşlerin tekrarlandığı sosyal ortamlara; siberbalkanlaşma ise toplumsal kutuplaşmaya odaklanmaktadır. Ortak noktaları ise bireylerin benzer görüşlerdeki kişilerle sınırlı bir etkileşim içinde olması ve farklı bakış açılarından uzaklaşmasıdır.

Bu yapılar, bireylerin sadece kendi inanç ve değerlerine uygun bilgilerle karşılaşmalarına yol açarak kutuplaşmayı derinleştirebilmektedir. Bu da dijital çağda bilgi düzensizliği ve yanlış bilginin yayılması açısından kritik bir sorun teşkil etmektedir.

Yeni medya ortamının, farklı görüşlerin bir arada yer alabildiği kapsayıcı bir kamusal alan yaratma potansiyeline dair iyimser yaklaşımlar; filtre balonu, yankı odası ve siberbalkanlaşma gibi kavramların ortaya koyduğu sınırlılıklar ışığında yeniden düşünülmektedir.

2.1.9. Doğrulama

En basit anlamıyla doğrulama; bir bilginin teyit edilmesi, tasdik edilmesi ya da konfirmasyonudur (Teyit Sözlük, 2019). Ancak günümüz dijital çağında bu kavram, yalnızca bilginin doğru olup olmadığını belirlemekle sınırlı değildir. Aynı zamanda bilginin manipüle edilip edilmediği, uydurulmuş olup olmadığı, sahte kimlik ya da ilişkilerle sunulup sunulmadığı ve içerikte taraflı ya da önyargı temelli bir yaklaşımın bulunup bulunmadığını da kapsamaktadır (Parlar Dal & Erdoğan, Medya Dezenformasyon Sözlüğü).

Bilgi düzensizlikleri, yanlış bilgi ve sahte haberlerin yayılması ile mücadelede doğrulama süreci oldukça kritik bir rol oynamaktadır. Enformasyonun yoğun ve hızlı biçimde dolaşımda olduğu dijital çağda; görsellerin, videoların ve haber içeriklerinin doğruluğunun sorgulanması, bireylerin yanlış yönlendirilmesini engellemek adına önem arz etmektedir.

2.1.10. Doğruluk Kontrolü

Medyada yer alan iddiaların, açıklamaların ve haberlerin; sahte, uydurulmuş, yanıltıcı ya da yanlış bilgiler içerip içermediğini tespit etme sürecidir. Bu süreçte açık kaynaklar, uzman görüşleri, resmi belgeler, tarihî kayıtlar, raporlar ve benzeri güvenilir kaynaklar temel alınarak içerik analiz edilmektedir (Parlar Dal & Erdoğan, Medya Dezenformasyon Sözlüğü).

2.1.11. Resilience (Dayanıklılık/Sağlamlık/Yılmazlık)

Zorlukların üstesinden gelebilme ve yüksek risk durumlarında dahi başarı gösterebilme becerisidir. Kavramın Türkçeye çevirisinde tam bir mutabakat bulunmamakla birlikte; zorluk, travma, tehdit veya yoğun stres karşısında bireyin ya da toplumun duruma zamanında ve minimum zararla uyum sağlama süreci olarak tanımlanmaktadır (RDM Edu, Yanlış Bilgi ve Dayanıklılık, 2021). Amerikan Psikoloji Derneği'ne göre dayanıklılık, özellikle zihinsel, duygusal ve davranışsal esneklik yoluyla dış ve iç taleplere karşı başarılı bir şekilde uyum sağlama sürecidir.

Bilgi düzensizlikleri ve yanlış bilgiyle mücadelede dayanıklılık, stratejilerin geliştirilmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Dayanıklılığı düşük bilgi ekosistemleri, yanlış bilgilerin hızla yayılmasına zemin hazırlarken; yüksek dayanıklılığa sahip

sistemler, manipölasyon girişimlerine karşı savunma mekanizmaları geliştirebilmekte, yanlış bilginin etkilerini azaltabilmektedir (Koçer, Dezenformasyona dayanıklılığın boyutları nelerdir?, 2021). Dayanıklı bir bilgi ekosisteminin inşasında; doğru ve güvenilir bilgiye erişimin kolaylaştırılması, bilgi kaynaklarının güvenilirliğinin değerlendirilmesi, medya okuryazarlığının yaygınlaştırılması ve etkili iletişim stratejilerinin benimsenmesi gibi çok yönlü önlemler gerekmektedir (Koçer, 2021). Bu bağlamda dayanıklılık, yalnızca bireysel değil, toplumsal ölçekte de yanlış bilgiyle mücadelede önemli bir yapı taşıdır (Koçer, Dezenformasyona dayanıklılığı arttırabilmek için kimler, ne yapabilir?, 2021).

Bu bağlamda dayanıklılık, sadece bireysel bir özellik değil, toplum genelinde bilgi kirliliğiyle başa çıkmada önemli bir unsurdur. Toplumların yanlış bilgiye karşı daha dirençli hale gelmesi, güvenilir bilgiye erişimi ve eleştirel düşünme becerilerini güçlendirmeyi gerektirmektedir.

2.2. TARİHSEL SÜREÇ İÇERİSİNDE MEDYA VE YANLIŞ BİLGİ

Tarihsel süreç içerisinde yanlış bilginin bireyleri yönlendirmek, kamuoyunu etkilemek ve çeşitli çıkarlar doğrultusunda manipölasyon amacıyla kullanıldığı pek çok örnek bulunmaktadır. Geleneksel medya döneminde, yanlış bilgilerin yayılımı bugünkü kadar hızlı olmasa da tamamen yok olmadığı görölmektedir. Gazete, radyo ve televizyon gibi araçlar aracılığıyla yayılan bu tür içerikler, genellikle editoryal denetim ve gazetecilik ilkeleri çerçevesinde kontrol edilmekteydi. Bu durum, yanlış bilgi üretimini tamamen ortadan kaldırmasa da, yayılımını sınırlayıcı bir rol oynamaktaydı.

Günümüzde bilgi düzensizlikleri ve yanlış bilgi sorunu, dijital medyanın etkisiyle daha görünür hale gelmiş olsa da, bu olgunun kökenleri oldukça eskidir. Mevcut sorunların daha iyi anlaşılabilmesi ve mücadele yöntemlerinin geliştirilebilmesi açısından tarihsel örnekleri incelemek önemli bir gerekliliktir. Bu bölümde, kamuoyunu yönlendirme, siyasi ajandaları destekleme veya toplumsal algıyı şekillendirme amacıyla dolaşıma sokulan ve literatüre geçmiş yanlış bilgi ve dezenformasyon örneklerine yer verilmektedir. Bu örnekler arasında, ülkelerin kaderini etkileyen, toplumsal yapıyı sarsan ya da savaş gibi büyük ölçekli sonuçlara yol açan vakalar da bulunmaktadır.

Politik propagandanın ve sistematik yanlış bilginin tarihsel örneklerinin kökeni bazı kaynaklara göre 17. yüzyıla kadar uzanmaktadır. The New York Review tarafından yayımlanan “The True History of Fake News” başlıklı yazıda, Fransa Kraliçesi Marie-Antoinette’in idamı süreci ve “canard” olarak bilinen sahte haber örneklerine değinilmektedir. “Canard”, özellikle kamuya mal olmuş kişiler hakkında yayılan ahlaki içerikli ve çoğunlukla uydurma haberleri tanımlamak için kullanılan bir ifadedir. Bu tür içerikler, dönemin koşullarına uygun olarak broşürler aracılığıyla ya da gravürlerle görselleştirilerek halka ulaştırılmıştır. Fransız Devrimi sırasında Marie-Antoinette’in yüzü, eski bakır levhalara işlenmiş ve bu görseller, politik propaganda içeren metinlerle birlikte yayılmıştır. Kraliçeye karşı oluşturulan olumsuz algının ve kamu nezdinde artan nefretin, 1793 yılındaki idam süreci üzerindeki etkisi doğrudan ölçülememiş olsa da, bu örnek propaganda gücünün tarihsel bağlamdaki etkisini ortaya koymaktadır (Darnton, 2017).

1800’lü yıllarda, yanlış bilgi aracılığıyla kamuoyunu etkilemeyi amaçlayan halkla ilişkiler ve pazarlama iletişimi uygulamalarına rastlanmaktadır. Bu bağlamda en dikkat çekici örneklerden biri, dönemin girişimcilerinden ve eğlence yöneticisi olarak tanınan Phineas Taylor Barnum’dur. Barnum için medyada yer almak, içeriğin olumlu ya da olumsuz olmasından bağımsız olarak, görünürlük kazanmak açısından kritik öneme sahipti. Bu nedenle kamuoyunun dikkatini çekmek amacıyla zaman zaman yanlış ya da uydurma bilgiler yaymaktan çekinmemiştir. Barnum’un en bilinen girişimlerinden biri “Yaşlı Hizmetçi Heth” olayıdır. Aslında bir köle olan yaşlı bir kadını, George Washington’un hizmetkârı olarak tanıtmış ve 161 yaşında olduğunu iddia etmiştir. Merak uyandıran bu iddia sayesinde, kadını görmek isteyenlerden 25 cent ücret alarak kazanç sağlamıştır. Kadının ölümü sonrası yapılan otopside gerçek yaşı 80 olarak tespit edilmiştir. Bu olay, Barnum’un halkı yanıltarak maddi çıkar elde ettiği birçok örnekten yalnızca biridir. (Okay & Okay, 2014). Barnum’un uygulamaları, yanlış bilginin yayılması ve kamu algısının şekillendirilmesi açısından tarihsel bağlamda dikkat çekici bir örnek oluşturmaktadır. Aldatıcı içerik üretimi ve uydurma bilgilerin dolaşıma sokulması açısından dezenformasyonla benzerlik gösterse de Barnum’un temel motivasyonunun siyasi ya da kötü niyetli bir manipülasyon değil; eğlendirmek, dikkat çekmek ve maddi kazanç elde etmek olduğu söylenebilir.

Yanlış bilgi ve sahte haberler, siyasi amaçlarla kullanıldığında ciddi ve travmatik sonuçlar doğurabilmektedir. Bu bağlamda tarihsel süreçte, savaşların başlatılmasına veya meşrulaştırılmasına hizmet eden dezenformasyon örnekleri literatürde geniş yer bulmuştur.

Bu örneklerden biri, Körfez Savaşı öncesinde kamuoyu desteğini sağlamak amacıyla yürütülen propaganda faaliyetleridir. 1990 yılında, “Nayirah” takma adını kullanan Kuveytli genç bir kız, Amerikan Kongresi’nin İnsan Hakları Komisyonu’nda tanıklık etmiş ve Irak askerlerinin bir hastaneyi basarak yeni doğmuş bebekleri kuvözlerden çıkarıp yere bıraktığını iddia etmiştir. Bu duygu yüklü anlatı, Amerikan kamuoyunda büyük yankı uyandırmış ve askeri müdahale için toplumsal desteğin oluşmasında etkili olmuştur (Nayirah Kuwaiti Girl Testimony, 2010). Ancak daha sonra söz konusu kişinin, Kuveyt’in Washington Büyükelçisi Saud al-Sabah’ın kızı olduğu ve tanıklığının, dönemin önemli halkla ilişkiler ajanslarından Hill & Knowlton tarafından organize edildiği ortaya çıkmıştır (Mutlu, Globalleşme, popüler kültür ve medya, 2005). Bu olay, kamuoyunu yönlendirmek amacıyla kullanılan yanlış anlatıların, duygusal etki yaratma gücüyle birleştiğinde nasıl geniş çaplı sonuçlar doğurabileceğini göstermektedir. Algıları şekillendirmek ve askeri müdahaleyi meşru göstermek için abartılı iddialar, sahte tanıklıklar ve manipülasyon tekniklerinden faydalanılmıştır.

Bu bağlamda, Nazi Almanyası’nın Propaganda Bakanı Joseph Goebbels’in “Dünyaya ilk sözü söyleyen her zaman haklıdır” sözü, propaganda ve kitle iletişim araçlarının etkisini sorgulamak açısından dikkat çekicidir (Özçetin, 2018).

Ahmet Cevdet Aşkın (2015) “Küresel ve Yerel Dezenformasyon” adlı eserinde, enformasyonun küreselleşmesiyle birlikte dezenformasyonun da küreselleştiğini ifade etmektedir. Yazar, küresel sistemi kontrol eden güçlerin, kamuoyunun doğru bilgi alma hakkını ihlal ettiğini; tek yönlü enformasyon akışları aracılığıyla kendi çıkarlarıyla uyumlu ancak toplumlar için yıkıcı sonuçlar doğurabilecek politikalarına kamuoyu desteği sağlayabildiklerini vurgulamaktadır.

Bu durumun tarihsel örneklerinden biri, Almanya’daki Nazi dönemidir. Adolf Hitler ve Propaganda Bakanı Joseph Goebbels’in liderliğinde, kamuoyunu yönlendirmek, siyasi anlatıları biçimlendirmek ve toplum üzerindeki kontrolü

sürdürmek amacıyla yaygın bir propaganda ve dezenformasyon stratejisi uygulanmıştır. Bu stratejiler, Nazi Almanyası'nda kamuoyunun şekillendirilmesinde belirleyici olmuş; Hitler'in iktidarını pekiştirmesine ve ayrımcı politikaların toplumsal meşruiyet kazanmasına zemin hazırlamıştır (Doktor Goebbels, 2016).

Nazi Almanyası'nda gerçekleşen Gleiwitz olayı, II. Dünya Savaşı'nın başlangıcına zemin hazırlayan çarpıcı bir dezenformasyon örneğidir. Olayın temel amacı, Almanya'nın Polonya'ya yönelik askeri müdahalesi için meşru bir gerekçe yaratmaktır. 1939 yılında, Polonyalı isyancılar kılığına giren Alman ajanlar, Gleiwitz kentindeki bir radyo istasyonuna baskın düzenlemiş ve yayına girerek Almanca düşmanca ifadeler içeren bir bildiri okumuşlardır. Gerçekte, bu eylemi gerçekleştirenlerin Alman istihbaratına bağlı kişiler olduğu daha sonra belgelenmiştir. Operasyonun inandırıcılığını artırmak amacıyla, hapisanede hayatını kaybeden bir Yahudi mahkûmun cesedi Polonya asker üniforması giydirilerek bina önüne bırakılmıştır. Olay sonrasında Propaganda Bakanı Joseph Goebbels, saldırının "Polonyalı unsurlar" tarafından gerçekleştirildiğini ilan etmiştir. Bu açıklamanın hemen ardından, 1 Eylül 1939 tarihinde Almanya Polonya'yı işgal etmiş ve II. Dünya Savaşı resmen başlamıştır. Gleiwitz olayı, kamuoyunu manipüle etmek, saldırgan politikaları meşrulaştırmak ve siyasi gündem oluşturmak amacıyla kullanılan dezenformasyonun tarihsel örneklerinden biridir. Her ne kadar savaşın tek nedeni olmasa da bu olay büyük bir yıkımın başlangıç noktasında yer alması açısından sembolik bir değere sahiptir (Aşkın, 2015, s. 66).

19. yüzyıl sonlarında yaşanan ve USS Maine vakası olarak tarihe geçen İspanyol-Amerikan Savaşı, bilgilerin manipüle edilmesinin ve yanlış anlatıların yayılmasının kamuoyu üzerindeki etkisini gösteren önemli örneklerden biridir. Şubat 1898'de Küba'nın Havana Limanı'nda demirlemiş olan USS Maine adlı ABD savaş gemisinin patlaması ve batması sonucu 266 Amerikan denizcisi hayatını kaybetmiştir. Olayın ardından, kesin bir kanıt olmamasına rağmen Amerikan gazeteleri ve politikacılar, patlamadan İspanya'yı sorumlu tutmuşlardır. USS Maine ile ilgili abartılı ve yanıltıcı haberlerin yayılması kamuoyunda büyük bir öfke yaratmış ve İspanya'ya karşı askeri müdahale çağrılarını beraberinde getirmiştir. Bu durum, ABD'nin Küba'ya askeri müdahalesi için kamuoyu desteği sağlamış ve savaşın başlamasında etkili olmuştur. Ancak ne olayın yaşandığı dönemde ne de yıllar sonra yapılan

soruşturmalar sonucunda patlamanın dış kaynaklı olduğuna dair kesin bir bulguya ulaşamamıştır (Yılmaz M. , 2018). Bu örnek, tarihsel olaylar ve karar alma süreçlerinde yanlış bilginin ne denli etkili olabileceğini göstermesi açısından dikkat çekicidir.

Tarihsel örneklerden biri olan Mukden Vakası ve ardından gelen Mançurya'nın İşgali, saldırgan eylemleri meşrulaştırmak için dezenformasyonun nasıl bir araç olarak kullanılabileceğini göstermektedir. 1931 yılında Çin ve Japonya arasında yaşanan bu kriz, Çinli askerlerin Güney Mançurya Demiryolu'nun bir kısmını havaya uçurduğu yönündeki haberlerin yayılmasıyla başlamıştır. Bu olay üzerine “meşru müdafaa” hakkını ileri süren Japon ordusu, Mukden şehrinden başlayarak çevredeki şehir ve kasabaları işgal etmeye başlamıştır. Ancak daha sonra ortaya çıkan bilgilere göre, söz konusu bombayı Japon ordusuna mensup Teğmen Suemori Kawamoto'nun yerleştirdiği anlaşılmıştır. Böylelikle Japon ordusu, dezenformasyon yoluyla kendi askeri saldırganlığını haklı göstermeye ve uluslararası kamuoyunu yanıltarak işgale zemin hazırlamaya çalışmıştır (Yılmaz M. , 2018).

Tonkin Körfezi Olayı, Vietnam'a yönelik askeri harekât yetkisi elde etmek amacıyla yanlış bilgi ve çarpıtılmış anlatıların, kamuoyunun duyarlılığını manipüle etmek ve askeri müdahaleye destek sağlamak için nasıl kullanılabileceğini gösteren önemli bir örnek olarak değerlendirilmektedir. Ağustos 1964'te gerçekleşen bu olayda, ABD'ye ait muhriplere yönelik saldırı iddiaları, olayın hemen ardından yayımlanan ilk raporlarda abartılı biçimde yer almıştır. Daha sonraki soruşturmalar ve gizliliği kaldırılan belgeler, olayın gerçekliği ve niteliği konusunda ciddi şüpheler doğurmuştur. Saldırıların tasvir edildiği gibi gerçekleşmediği, olayların yanlış aktarıldığı ve bazı bilgilerin kasıtlı olarak çarpıtıldığı anlaşılmıştır. Buna rağmen, dönemin ABD yönetimi, bu olayı Kongre'den Vietnam'a askeri müdahale yetkisi almak için bir gerekçe olarak kullanmıştır. Vietnam Savaşı'nın tamamı dezenformasyonla açıklanamazsa da Tonkin Körfezi Olayı'nın, ABD'nin savaşa katılımını önemli ölçüde artıran bir kırılma noktası olduğu kabul edilmektedir (Öğrenenefe, 2023).

Irak Savaşı'na giden süreçte, “kitle imha silahları” iddiası, yanlış veya yanıltıcı istihbaratın yayılmasıyla ilgili tartışmaları gündeme getirerek, dezenformasyonun savaşları meşrulaştırmadaki rolüne dair önemli bir örnek teşkil etmiştir. ABD Başkanı

George W. Bush, Irak'ı; Kuzey Kore ve İran ile birlikte “Şer Eksenî”nin bir parçası olarak tanımlamış, bu ülkeyi kitle imha silahları bulundurmak ve El Kaide ile bağlantılı olmakla suçlamıştır. Bu iddialar doğrultusunda 20 Mart 2003 tarihinde Irak’a askerî harekât başlatılmıştır (Aşkın, 2015, s. 99). Saddam Hüseyin yakalanmış, yargılanmış ve idam edilmiştir. Ancak savaşa gerekçe gösterilen kitle imha silahları iddiası, işgalin ilk yılı boyunca tartışılmış; Saddam rejimi devrildikten sonra bu silahlara ilişkin herhangi bir somut kanıt bulunamamıştır. ABD Senatosu İstihbarat Komitesi, 2004 yılında bu iddiaların hatalı olduğunu kabul etmiştir. 2005 yılında kurulan bir başka komisyon da Irak’ta kitle imha silahı bulunmadığı sonucuna varmıştır. Konuya ilişkin haberlerin ana kaynağı olan The New York Times, bu asılsız iddia sebebiyle uzun yıllar boyunca güvenilirlik tartışmalarına konu olmuştur. Dünyayı bu asılsız bilgiyle yanıltan Bush ise ancak 2011’de kitle imha silahları iddialarının doğru olmadığını kabul etmiştir. Irak, bu savaş sürecinde derin insani ve toplumsal kayıplar yaşamıştır. Resmi rakamlara göre 300 bin, bazı kaynaklara göre ise 500 bine yakın sivil hayatını kaybetmiş; işgalin ardından ortaya çıkan direniş hareketleri ve mezhepsel çatışmalar ülkeyi istikrarsız bir hâle getirmiştir (ntv.com.tr, Irak’ın işgalinin 20. yıl dönümü, 2023). Irak Savaşı, kamuoyunu şekillendirmek, askeri eylemleri haklı göstermek ve uluslararası müdahaleleri meşrulaştırmak için dezenformasyonun ve kusurlu istihbaratın nasıl etkili bir şekilde kullanılabileceğini ortaya koymaktadır. Konuya dair değerlendirmelerde bulunan medya araştırmacısı ve felsefe profesörü Douglas Kellner, bu süreci “Irak’a karşı savaş, Bush yönetiminin, Pentagon’un ve medyanın imal ettiği bir metin olarak da okunabilir” şeklinde tanımlamaktadır (Talu, 2000, s. 56).

Tarihsel örnekler göstermektedir ki; yanlış bilgi ve propagandanın toplumsal etkileri, yalnızca dijital çağın değil, daha önceki dönemlerin de önemli bir sorunudur. Dijital teknolojiler bu süreci hızlandırmış olsa da, bilgi manipülasyonuna dayalı stratejiler tarih boyunca kamuoyunu yönlendirme aracı olarak kullanılagelmiştir.

2.3. 21. YÜZYILDA DİJİTAL MEDYA VE YANLIŞ BİLGİ

Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, bilgi üretimi ve dolaşımı büyük ölçüde değişmiş; buna bağlı olarak bilgi düzensizlikleri ve yanlış bilgi sorunları da yeni bir boyut kazanmıştır. Özellikle sosyal medya platformlarının, kişisel verilerin ve algoritmik sistemlerin yaygınlaşması, kamuoyunun manipülasyonuna açık bir zemin

hazırlamıştır. Bu bağlamda, 21. yüzyılda dijital medya ile yanlış bilginin kesiştiği en dikkat çekici örneklerden biri, 2016 ABD Başkanlık Seçimi sürecinde yaşanan Cambridge Analytica skandalıdır.

Cambridge Analytica, veri analitiği ve hedefli reklamcılık teknikleriyle dikkat çeken bir siyasi danışmanlık firmasıdır. Şirket, kullanıcıların açık rızası olmadan milyonlarca Facebook verisine erişmek ve bu verileri kullanmakla suçlanmıştır. Elde ettiği kişisel verilerle ayrıntılı seçmen profilleri oluşturarak, mikro hedefli siyasi reklamlar üretmiş ve psikolojik profil çıkarma teknikleriyle seçmen davranışını etkilemeyi amaçlamıştır. Süreçte kullanılan yazılımın, seçim sonuçlarını tahmin edebilecek ve yönlendirebilecek düzeyde gelişmiş olduğu, hatta bu sistemin “tam teşekküllü bir propaganda makinesi” olarak çalıştığı iddia edilmiştir (ntv.com.tr, Cambridge Analytica nedir? Cambridge Analytica skandalı nasıl ve ne zaman oldu?, 2023). Olay, şirketin eski bir çalışanı olan Christopher Wylie’in itirafçı olmasıyla ortaya çıkmıştır (The Guardian, 2018).

Cambridge Analytica'nın faaliyetlerinin seçim sonucunu ne ölçüde doğrudan etkilediği hâlâ tartışmalı bir konudur. Şirketin birincil odak noktası veri manipülasyonu ve hedefli reklamcılık olsa da, bu süreçte dezenformasyonun dolaşıma sokulduğuna dair ciddi endişeler ortaya çıkmıştır. Kişisel veriler üzerinden oluşturulan psikolojik profiller, seçmenlerin hassasiyetlerine göre özel olarak üretilmiş içeriklerle manipülasyon aracı olarak kullanılmıştır. Bu durumu somutlaştırmak adına şu örnek verilmektedir: Geniş bir avcılık kulübünün önde gelen üyelerinden biri olan ve seçimdeki iki adaya da mesafeli duran bir seçmen, veri analizleri sonucunda hedeflenerek, 'X adayı seçilirse bireysel silahlanma yasaklanacak, evlerdeki silahlar toplanacak' şeklinde sahte bir içerikle karşılaşmaktadır. “Ben altı yaşından beri silahıma sarılarak uyurum” diyen bu seçmen, bir anda kararsız konumdan çıkarak diğer adaya destek veren etkili bir kanaat önderine dönüşmektedir (Arslan, 2018).

Cambridge Analytica'nın karıştığı olaylar, 2019 yılında yayımlanan “The Great Hack” adlı belgeselde detaylı biçimde ele alınmıştır. Belgesel, 2016 ABD Başkanlık Seçimi ve Cambridge Analytica skandalı ekseninde; veri madenciliği, kişisel verilerin istismarı ve mikro hedefli reklamcılık gibi uygulamaları incelemektedir. Şirketin veri analitiğini kullanarak kamuoyu algısını şekillendirmeye yönelik stratejileri, belgesel aracılığıyla kamuoyunun dikkatine sunulmuş; bu durum, veri gizliliği ve dijital

manipölasyon konularında ciddi tartışmalara zemin hazırlamıştır (Amer & Noujaim, 2019).

Cambridge Analytica'nın seçim sonuçları üzerindeki etkisi tartışmalı bir konu olmaya devam etse de 2016 ABD Başkanlık seçimlerinin sürpriz bir sonuç olmadığına dair görüşler de mevcuttur. Seth Stephens-Davidowitz tarafından kaleme alınan ve Koç Üniversitesi Yayınları tarafından yayımlanan Bana Yalan Söylediler adlı kitapta, seçim öncesi ve seçim gecesi yapılan Google aramaları incelenmiştir. Kitapta yer verilen verilere göre, ABD halkı görünürdeki kamuoyu algısının aksine hâlen ırkçı eğilimleri yansıtan aramalar yapmaktadır. Bu durumun Donald Trump'ın söylemleriyle örtüştüğü ve seçim sonucunu etkileyen bir faktör olabileceği ileri sürülmektedir. Kitap, seçim davranışlarının arama verileri üzerinden analizine odaklanarak konuya farklı bir perspektif sunmaktadır (Davidowitz, 2018).

Cambridge Analytica'nın adının geçtiği bir diğer önemli süreç, İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden ayrılma kararı aldığı Brexit referandumudur. 23 Haziran 2016 tarihinde gerçekleştirilen referandumda, halkın %52'si Avrupa Birliği'nden ayrılma yönünde oy kullanmıştır. Tıpkı 2016 ABD Başkanlık seçimlerinde olduğu gibi, Brexit süreci de veri analitiği, hedefli reklamcılık ve seçmen davranışlarını etkilemeye yönelik uygulamalar bağlamında tartışmalara konu olmuştur. Bu bağlamda, Cambridge Analytica'nın seçmen profillemesi ve mikro hedefleme stratejileriyle referanduma etki ettiği iddiaları gündeme gelmiştir. Referandum kampanyası sürecinde abartılı istatistiklerin, bölücü anlatıların ve yanıltıcı bilgilerin dolaşıma sokulduğu belirtilmiş; bu içeriklerin kamuoyunun duyarlılığını şekillendirdiği ve seçmen davranışlarını etkilediği ileri sürülmüştür (BloombergHT, 2020). Cambridge Analytica'nın bu süreçteki rolü ve etkisi tartışmalı olsa da, kişisel verilerin etik dışı kullanımı, mahremiyet ihlalleri ve mikro hedefli reklamcılık yoluyla kamuoyunun manipölasyonu konusundaki endişeleri artırmıştır.

Cambridge Analytica skandalı olarak anılan bu süreç (2016 ABD Başkanlık Seçimleri ve Brexit referandumu), dezenformasyon, veri analitiği, hedefli reklamcılık ve yanıltıcı bilgilerin kamuoyu algısını ve siyasi sonuçları etkilemedeki rolü açısından önemli bir tartışma konusu hâline gelmiştir. Dijital teknolojilerin kullanımıyla seçmen davranışlarının manipüle edilebileceğini gösteren bu olaylar, dijital çağın bilgi

manipölasyonuna dair ilk büyük ölçekli örneklerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

Kriz, panik ve savaş dönemlerinde dijital medyada bilgi düzensizlikleri ve yanlış bilgi ile mücadele konusu daha da önem kazanmaktadır. Bu gibi dönemlerde dolaşıma giren bilgi hacmi artarken, doğruluğu sorgulanmamış veya kasıtlı olarak yanıltıcı içerikler de aynı hızla yayılmaktadır. Bu durumun yakın tarihli örneklerinden biri Covid-19 pandemisi (Akyüz, 2020). Hem hastalığın ortaya çıkış süreci hem de tedavi aşaması ile ilgili dolaşıma sokulan bilgiler infodemiye neden olmuştur. Sadece Türkiye’de değil, dünya genelinde infodemi ile mücadele çabası verilmiştir (Oran & Kartal, 2021). Gülin Çavuş (2020) teyit.org’da yayınlanan, “Salgının En Gözde Yanlış Bilgileri” başlıklı yazısında salgına ilişkin incelediği analizleri yedi kategoriye ayırmıştır. Bu kategoriler; Sahte tedavi yöntemleri, hatalı ilişkilendirilen görüntü / belge / harita, komplo teorileri, koronavirüsün özellikleri ve ilaçlar, vaka tespitleri, ünlü isimlerle ilgili iddialar, Türkiye’de ve başka ülkelerde hükümetlerin aldığı kararlar şeklindedir.

Benzer biçimde, 2022 yılında başlayan Rusya-Ukrayna savaşı da dijital medya ortamında yanlış ve yanıltıcı bilgilerin hızla yayıldığı bir başka örnek olmuştur. Savaş sürecinde yalnızca ana akım medya değil, sosyal medya platformları da savaşın taraflarınca aktif biçimde kullanılmıştır. Bu ortamda bazı içerikler, savaşın yaşanmadığını ve tüm görüntülerin medya manipölasyonu olduğunu iddia edecek kadar gerçeklikten uzaklaşmıştır (Sardarizadeh, 2022). Savaşla ilgili birçok yanlış ve çarpıtılmış bilgi, küresel kamuoyunda kafa karışıklığına yol açmış ve infodemi olgusunu bir kez daha görünür kılmıştır (Oran & Kartal, 2021).

6 Şubat 2023’te meydana gelen Kahramanmaraş merkezli depremler, Türkiye’de yalnızca fiziksel değil, bilgi ekosisteminde de büyük bir sarsıntıya neden olmuştur. Afet sonrası oluşan belirsizlik ortamında, bilgi düzensizlikleri hızla yayılmış; yanlış bilgiler, sahte haberler ve manipüle edilmiş görseller yoğun biçimde dolaşıma girmiştir. Bu durum, afetin hemen ardından iletişim kanallarının karmaşıklaşması ve doğrulanmamış bilgilerin güvenilir bilgi gibi paylaşılmasıyla ilişkilidir. Sosyal medyada yaşanan bilgi akışı, yardım taleplerinin görünürlüğünü azaltmış; bu da yardım çağrılarının dikkate alınmadan kalabalık dijital sesler arasında kaybolmasına yol açmıştır (Özgür, 2023 seçim döneminde dolaşıma giren yanlış bilgiler, 2023).

Depremden hemen sonraki süreçte, farklı zaman ve coğrafyalarda çekilmiş görüntülerin yaşanan felakete aitmiş gibi sunulması dikkat çekmiştir (Oran & Kartal, 2022). Gerçeklikten kopuk bu tür içerikler, toplumda zaten var olan korku ve panik duygularını derinleştirmiştir. Özellikle yıkım görüntüleri veya kurtarma çalışmalarına ait eski kayıtların, yeniymiş gibi paylaşılması, artçı sarsıntılar süresince de devam etmiştir. Bu durum, kriz anlarında doğru bilgiye erişimin ne denli kritik olduğunu bir kez daha ortaya koymuştur (Semercioğlu, Yanlış bilgi depremin yıkımını artırıyor: Gelecekteki krizlere nasıl bakmalı?, 2023).

Dijital çağda yaşanan bilgi düzensizlikleri ve yanlış bilgi sorununa ilişkin yakın dönemdeki örneklerden biri, Mayıs 2023'te gerçekleştirilen Türkiye Cumhurbaşkanlığı seçimleridir. Seçim süreçlerinde artan siyasi kutuplaşma, sosyal medya platformlarında yayılan yanıltıcı içeriklerin hacmini de doğrudan etkilemekte; bu durum, kamuoyunun sağlıklı bilgiye erişimini zorlaştırmakta ve demokrasiye olan güveni zedeleyebilmektedir. Seçim dönemi boyunca dezenformasyon, mezenformasyon ve “yalan haber” gibi kavramlar, daha önce bu tür terimlerle karşılaşmamış bireylerin bile gündelik yaşamında fark edilebilir hâle gelmiştir (Özgür, 2023 seçim döneminde dolaşıma giren yanlış bilgiler, 2023).

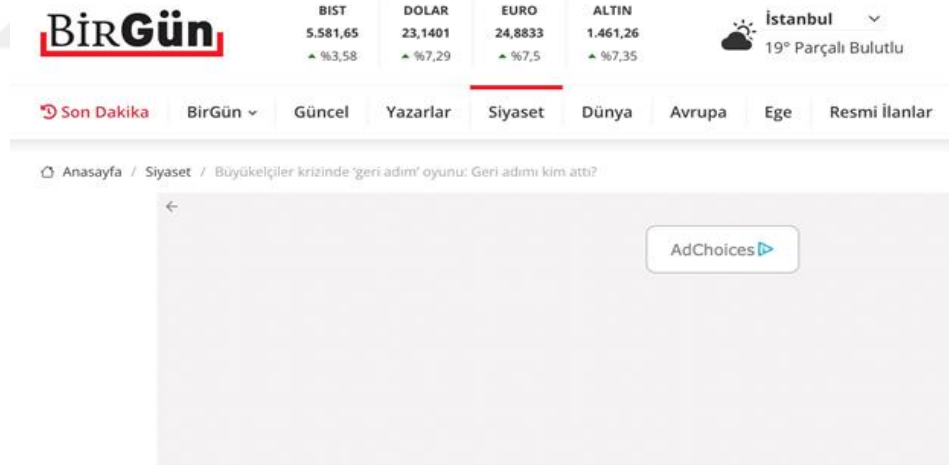
Günlük yaşamda ilgi alanlarımız ve sosyal medya algoritmaları doğrultusunda çeşitli yanlış bilgi ve sahte haberlerle karşılaşılmaktadır. Özellikle kriz, afet ve savaş gibi olağanüstü durumlarda bu içeriklerin yayılma hızı ve etkisi artmaktadır. Dijital çağ öncesinde kamuoyunu etkileyen yanlış bilgilerin doğruluğunu denetlemek zorken, günümüzde teknolojik imkânlar bu konuda daha hızlı müdahale olanağı sunmaktadır. Ancak, bilgi iletişim teknolojilerinin gelişmesine rağmen bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorununun daha karmaşık bir hâl aldığı görülmektedir. Bu durum, yalnızca teknolojik araçlarla değil, bireysel ve toplumsal düzeyde eleştirel okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesini de zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda, bireylerin gündelik haber akışı içerisinde ne ölçüde şüpheli yaklaştığı, doğrulama ihtiyacı hissedip hissetmediği ve haber doğrulama pratiklerini uygulayıp uygulamadığı gibi sorular üzerine düşünülmesi gerekmektedir.

Yanlış bilgi, yalnızca dijital medyaya özgü bir sorun değildir; geleneksel medya da zaman zaman bu sorunların kaynağı olabilmektedir. Bu nedenle hem geleneksel hem de dijital medyada eleştirel okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi büyük önem

taşımaktadır. Dijital çağda bilgi akışının hız kazanması, yalnızca sosyal medya içeriklerinin değil, geleneksel medyadaki haberlerin de daha dikkatli değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda, yakın dönemde Türkiye’de yaşanan bir örnek, yanlış bilginin sadece içerikte değil, haberin sunuluş biçiminde ve çeviri süreçlerinde de ortaya çıkabileceğini göstermektedir.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın 2021 yılında 10 ülkenin büyükelçisine yönelik “istenmeyen kişi ilan edilmesi” talimatı ve ardından yaşananlar, bu konuda dikkat çekici bir örnektir. Aralarında ABD, Almanya ve Fransa’nın da bulunduğu büyükelçiler, iş insanı Osman Kavala’nın serbest bırakılması yönünde ortak bir açıklama yapmıştır. Bu açıklamanın ardından Cumhurbaşkanı Erdoğan, büyükelçilerin 'persona non grata' ilan edilmesi için talimat verdiğini açıklamıştır. Türkiye’deki bazı medya organları, süreci “Batılı diplomatlar geri adım attı” başlıklarıyla sunarken, Batı basınında Türkiye’nin diplomatik geri adım attığı yönünde yorumlar yer almıştır (Birgün Gazetesi, 2021).

Görsel 20. Diplomatik Krizde Medya Çerçevesi ve Medya Yansımaları



Büyükelçiler krizinde 'geri adım' oyunu: Geri adımı kim attı?

Osman Kavala'nın tahliye edilmesi için çağrı yapan büyükelçilerin 'istenmeyen kişi' ilan edileceğini açıklayan Saray yönetimi, bu kararını hayata geçirmedi. Bunun nedeni ise Viyana Sözleşmesi'ne vurgu yapan Batılı ülkelerin 'geri adımı' olarak lanse edildi. Ancak yabancı medya, Erdoğan'ın 'U dönüşü' yaptığını belirtti. ABD Dışişleri Sözcüsü de Kavala için yapılan çağrının halen arkasında olduğunu gösteren bir açıklamada bulundu.

Bu olayın medya yansımaları, geleneksel medyada bilginin çerçevelenme biçiminin yanı sıra, yankı odaları ve filtre balonları gibi dijital medya dinamiklerinin kamuoyu algısı üzerindeki etkisini anlamak açısından dikkat çekici bir örnek

oluşturmaktadır. Aynı açıklamanın farklı ülkelerde ve farklı medya ortamlarında farklı şekilde aktarılması, bilginin bağlamından koparılmasının kamuoyu üzerindeki etkilerine ışık tutmaktadır.

“Medya ve Enformasyon Okuryazarlığı: Bir Yuvarlak Masa Toplantısı” adlı içerikte gazeteci Can Ertuna, olayın çözüm sürecine ilişkin değerlendirmesinde, krizin diplomatik dil ve çeviri üzerinden yönetildiğine dikkat çekmektedir. Ertuna’ya göre, büyükelçilerin kaleme aldığı ortak açıklamanın İngilizce ve Türkçe versiyonları arasında önemli farklar bulunmakta; bu farklar, açıklamanın farklı medya kuruluşlarında farklı başlıklarla ve anlamlarla kamuoyuna sunulmasına yol açmaktadır.

Örneğin, Türkiye’deki bazı ana akım medya organları bu açıklamayı “Batılı diplomatlar geri adım attı” şeklinde çerçevelendirirken, uluslararası yayın organları—örneğin The New York Times, Financial Times veya Der Spiegel—aynı açıklamayı Türkiye’nin uzlaşmaya yanaştığı şeklinde yorumlamıştır. Bu durum, metnin bağlamının medya tarafından nasıl yeniden üretildiğini ve farklı anlatı biçimleri aracılığıyla kamuoyunun nasıl yönlendirilebildiğini ortaya koymaktadır. Bu örnek, yalnızca geleneksel medyada değil, aynı zamanda sosyal medyada da yankı odalarının nasıl işlediğine dair çarpıcı bir tablo sunmaktadır. Sosyal medya platformlarında alternatif görüşler dile getirilmiş olsa da, bu görüşlerin algoritmalar ve kullanıcı tercihleri nedeniyle ne ölçüde yayılabildiği ve farklı kitlelere ulaşabildiği belirsizdir. Alternatif anlatıların çoğu, benzer görüşlerin tekrarlandığı yankı odalarında sınırlı kalmakta; bu da bilgi çeşitliliğinin ve sağlıklı tartışma ortamının önüne geçebilmektedir. Ertuna’nın değerlendirmesi ve olayın medya yansımaları, sadece dijital medya okuryazarlığının değil, genel medya okuryazarlığı becerilerinin de kritik önem taşıdığını göstermektedir. Medya içeriklerinin bağlamı, dili ve sunuluş biçimi, bilginin kamuoyunda nasıl algılandığını doğrudan etkilemekte; bu nedenle doğru bilgiye erişim kadar, bilginin nasıl sunulduğu ve yorumlandığı da dikkatle ele alınmalıdır (SosyalKafa TV, 2021).

Eleştirel düşünme, medya okuryazarlığı ve dijital medya okuryazarlığı gibi becerilerin kazandırılması, bilgi düzensizlikleriyle mücadelede kilit öneme sahiptir. Bununla birlikte, dijital medya ortamında kullanıcıların kanıta dayalı ve rasyonel düşünceye karşı bir tür seçici duyarsızlık geliştirdiği gözlemlenmektedir. Kullanıcılar,

ideolojik eğilimlerine veya ön kabullerine uygun olduğu sürece bir bilginin doğruluğunu sorgulamamakta ve bu bilgiye gerçeklik atfetmektedir. Bu durumun tek nedeni dijital medya olmasa da, dijital medyanın etkileşim biçimleri ve algoritmik yapısı bu eğilimi güçlendiren önemli bir etkidir (RMD EDU, Dijitalleşme ve Yanlış Bilgi, 2021).

Özetle, 21. yüzyılda dijital medya, bilgiye erişimi hızlandırmakla birlikte, yanlış bilgi ve dezenformasyonun dolaşımını da kolaylaştırmıştır. Seçim süreçlerinden kriz anlarına, geleneksel medyadan sosyal medya platformlarına kadar pek çok alanda bilgi düzensizlikleri, toplumsal algıları şekillendirmede etkili olmuştur. Dijital teknolojilerin sunduğu hedefli reklamcılık ve veri temelli manipülasyon olanakları, özellikle seçim kampanyaları gibi stratejik dönemlerde belirleyici hale gelebilmektedir. Geleneksel medya ise kimi zaman çeviri, bağlamdan koparma ve söylem tercihleri yoluyla farklı anlatıların oluşmasına katkıda bulunabilmektedir. Tüm bu dinamikler hem bireysel farkındalığın hem de yapısal medya okuryazarlığı politikalarının önemini artırmaktadır.

2.4. ALAN YAZIN TARAMASI BİLGİ DÜZENSİZLİĞİ VE YANLIŞ BİLGİ SORUNUNA DAİR YAPILAN ÇALIŞMALAR

Dijital teknolojilerin hızlı gelişimi, bilgiye erişim olanaklarını genişletmekle birlikte; bilgi düzensizliği, dezenformasyon ve yanlış bilgi gibi sorunları da daha görünür ve etkili hale getirmiştir. Akademik literatürde bu sorunlara yönelik artan ilgi, özellikle seçim süreçleri, kriz anları, göç, pandemi ve savaş dönemlerinde bilgi akışının nasıl şekillendiğine dair derinlemesine incelemeleri beraberinde getirmiştir.

Bu bağlamda, YÖK tez veri tabanı üzerinden yapılan alan yazın taraması; bilgi düzensizliği, dezenformasyon, yanlış bilgi, sahte haber ve doğrulama platformları gibi anahtar kavramlar etrafında şekillenen 65 akademik çalışmayı kapsamaktadır. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi (YÖK Tez) veri tabanında yapılan bu tarama sonuçlarına göre, 2005-2024 yılları arasında iletişim bilimleri alanında 54 yüksek lisans ve 11 doktora tezi hazırlanmıştır. Bu çalışmalar; gazetecilik, halkla ilişkiler, yeni medya, medya ve iletişim çalışmaları, siyasal iletişim, radyo-televizyon, uluslararası ilişkiler ve sosyoloji gibi farklı anabilim dallarında gerçekleştirilmiştir.

Alan yazına dair bu kapsamlı tarama, Türkiye’de bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi konusuna yönelik akademik ilginin son yıllarda arttığını göstermektedir; güncel eğilimleri, araştırma boşluklarını ve çözüm arayışlarını ortaya koymaktadır. Bibliyometrik analiz bulgularına aşağıda ayrıntılı olarak yer verilmiştir.



Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

No	Arama Terimi	Yazar	Yıl	Çalışma İsmi	Yayın Türü	Anabilim Dalı	Amaç/Kapsam	Anahtar Kelimeler
1	Bilgi Düzensizliği	B. A. Yılmaz	2022	Bilgi düzensizliği kavramı ve Covid-19 sürecinde dünya sağlık örgütünün infodemi yönetim politikaları bağlamında incelenmesi The concept of information disorder and investigation of the world health organization in the context of infodemic management policies during the covid-19 process	Yüksek Lisans	Uluslararası İlişkiler Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Covid-19 döneminde yanlış bilginin yayılma sürecini ve Dünya Sağlık Örgütü'nün infodemi yönetim politikalarını ele almaktadır. Yanlış bilgi türleri, dezenformasyon kavramı ve DSÖ'nün aldığı önlemler analiz edilerek infodemiyle mücadelede hangi stratejilerin öne çıktığı değerlendirilmektedir.	Dünya Sağlık Örgütü, bilgi düzensizliği, salgın hastalıklar bilgi ağı, infodemi, mezenformasyon, dezenformasyon

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

2	Yanlış Bilgi	A. Lutsenko	2024	Countering disinformation in the digital age: Exploring human-AI collaboration in media Dijital çağda yanlış bilgilendirmeye karşı koyma: Medyada insan-yapay zekâ iş birliğinin keşfi	Yüksek Lisans	Medya Ve İletişim Çalışmaları Ana Bilim Dalı	Dijital çağda bilgi yayılımı hızlanırken, dezenformasyonla mücadele daha da zorlaşmaktadır. Bu makale, insan uzmanlığı ve yapay zeka işbirliğinin dezenformasyonla mücadeledeki rolünü ele almaktadır. İnsan-yapay zeka ortaklığının medya üzerindeki etkileri incelenerek, bilgi bütünlüğünü koruma konusunda medya profesyonelleri, teknoloji uzmanları ve politika yapıcılar için pratik çıkarımlar sunulması amaçlanmaktadır.	Yapay Zeka; Dezenformasyon; Makine Öğrenme; Medya; İnsan İşbirliği
---	--------------	-------------	------	--	---------------	--	---	--

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

3	Yanlış Bilgi	M. Şentöregil	2024	Hakikat-sonrası çağda yanlış bilgiyle mücadele: Göçmenlere yönelik yalan haberler üzerine bir analiz Combating misinformation in the post-truth era: An analysis of fake news about migrants	Doktora	Basın ve Yayın Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Türkiye’de göçmenlerle ilgili dolaşıma giren yanlış bilgileri dogrula.org, dogrulukpayi.com ve teyit.org platformları üzerinden incelemektedir. Doğrulama platformlarının paylaşımları ve okur yorumları, nitel içerik analiziyle değerlendirilmiştir.	Hakikat-sonrası, Yalan haber, Yanlış bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama platformları, Göçmen, İçerik analizi.
4	Yanlış Bilgi	Y. İris	2023	Nefret söylemi ve yanlış bilgi: Suriyeli sığınmacılar hakkında yapılan paylaşımların betimsel içerik analizi Hate speech and misinformation: Descriptive content analysis of posts about Syrian refugees	Yüksek Lisans	Medya ve Kültürel Çalışmalar Ana Bilim Dalı	Bu tez, Twitter'da Suriyeli sığınmacılar hakkında paylaşılan nefret söylemi ve yanlış bilgiyi incelemektedir. Yeni medya ortamlarının toplumsal kutuplaşmayı artıran ve yanlış bilgi aracılığıyla nefreti körükleyen yapısı ele alınmıştır. 1 Haziran – 31 Ekim 2022 arasında paylaşılan 200 tweet arasından 50 gönderi	Nefret Söylemi, Yanlış Bilgi, Yeni Medya, Twitter, Suriyeli, Sığınmacılar, Irkçılık

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

							seçilerek, nefret söylemi ve yanlış bilgi kategorileri kapsamında betimsel içerik analizi yapılmıştır.	
5	Yanlış Bilgi	Ö. Özgüleç	2023	Afet durumlarında sosyal medya kullanımı ve yanlış bilgi sorunu Social media use and misinformation problem in disaster situations	Yüksek Lisans	Yeni Medya ve Gazetecilik Bilim Dalı	Bu çalışma, afet durumlarında sosyal medyada yayılan yanlış bilgilerin yarattığı riskleri incelemektedir. 6 Şubat – 3 Mart 2023 tarihleri arasındaki şüpheli haberler, doğruluk payı, doğrulama servisi ve teyit.org platformlarından seçilmiş ve betimsel analiz ile değerlendirilmiştir.	Afet, Sosyal Medya, Yanlış Bilgi, Hakikat sonrası

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

6	Yanlış Bilgi	U. B. Karaoğlu	2021	The dynamics of political information environments in the age of misinformation Yanlış bilgi çağında siyasi bilgi ortamlarının dinamikleri	Yüksek Lisans	Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Ana Bilim Dalı	Bu tez, bireylerin haber tüketim davranışları ile içinde bulundukları bilgi ortamları arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Günümüzün "yanlış bilgi çağı" bağlamında, haber tüketicilerinin bilgiye duyduğu güvensizlik ve eleştirel haber tüketim davranışlarının, siyasi bilgi ortamlarındaki yapısal değişimlerle nasıl bağlantılı olduğu araştırılmaktadır.	Belirtilmemiş
7	Yanlış Bilgi	G. Salman	2021	Sosyal medyadaki yanlış bilgiye yönelik kullanıcı doğrulama davranışlarının incelenmesi Analysis of user verification behavior towards misinformation in social media	Doktora	İletişim Tasarımı ve Yönetimi Ana Bilim Dalı	Sosyal medyada yanlış veya şüpheli bilgilere yönelik doğrulama davranışlarını incelenmektedir. Karma yöntem kullanılarak, betimsel analizler, t-testi, MANOVA ve Yapısal Eşitlik Modellemesi ile doğruluk kontrolünü etkileyen faktörler analiz edilmiştir.	Sosyal medya, Yanlış bilgi, Doğrulama davranışı

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

8	Yanlış Bilgi	E. Meriç	2020	Sosyal medyada gıda ve beslenme okuryazarlığı ve yanlış bilgi sorunu Food and nutrition literacy in social media and the problem of false information	Yüksek Lisans	İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Türk sosyal medya kullanıcılarının gıda ve beslenme içeriklerinde doğru ve yanlış bilgiyi anlama, yorumlama ve değerlendirme süreçlerini incelemektedir. Karma yöntem kullanılarak, içerik analizi, medya günlüğü ve derinlemesine mülakat teknikleri uygulanmıştır.	Sosyal medya, gıda ve beslenme, yanlış bilgi, okuryazarlık, medya okuryazarlığı
9	Yanlış Bilgi	S. Andı	2019	Essays on social media, politics and misinformation Sosyal medya, siyaset ve yanlış bilgi üzerine makaleler	Doktora	Uluslararası İlişkiler Ana Bilim Dalı	Yanlış bilginin sosyal medya platformlarında yayılması ve bunun siyasi bilgi üzerindeki etkileri incelenmektedir. Türkiye'deki sosyal medya kullanımının siyasi bilgiye etkisi analiz edilmiş, partizan yankı odalarının yapısı incelenmiş ve yanlış bilgi paylaşımına duygu ve yankı	yanlış bilgi, dezenformasyon, yankı odaları, siyasi bilgi, deney, bilişimsel sosyal bilimler

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

							odalarının etkisi araştırılmıştır.	
10	Dezenformasyon	S. Küçükoruç	2024	Dare to share? How anti-disinformation policies affect online news-sharing behavior in Türkiye Türkiye'de dezenformasyonla mücadele politikalarının çevrimiçi haber paylaşma davranışına etkisi	Yüksek Lisans	İletişim ve Tasarım Ana Bilim Dalı	Bu tez, devletlerin yanlış bilgiyle mücadele stratejilerinin, otoriteye eğilimli devletlerde bireylerin çevrimiçi haberlerle etkileşimini nasıl etkilediğini araştırmaktadır. Türkiye'deki dezenformasyon yasasının haber paylaşma davranışı üzerindeki etkisi, 228 üniversite öğrencisiyle yapılan 2x2 denekler arası çevrimiçi anket deneyi yöntemiyle incelenmiştir.	Dezenformasyon, Haber Paylaşımı, Çevrimiçi Anonimlik, Sosyal Medya.

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

11	Dezenformasyon	M. Boyacı Yıldırım	2024	İnfodemi ve göç iletişimi: Sosyal medyada göçmenlere yönelik dezenformasyon paylaşımının dinamiklerine yönelik bir araştırma Infodemic and migration communication: A study on the dynamics of disinformation sharing about migrants on social media	Doktora	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, göçmenlere yönelik dezenformasyon paylaşımını etkileyen faktörleri, uygunluk teorisi, bilişsel yük teorisi ve göçmenlere yönelik olumsuz tutum perspektifi ile incelemektedir. Apuke & Omar (2019) ve Günay (2019) ölçekleri kullanılarak, pilot araştırma ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir.	İnfodemi, Dezenformasyon, Bilgi Düzensizlikleri, Sosyal Medya, Göçmen, Göç İletişimi
12	Dezenformasyon	Ö. F. Nazlım	2024	Değişen tüketim toplumu bağlamında Z kuşağının enformasyon ve dezenformasyon algısı: Sosyal medya haber tüketim davranışına yönelik bir araştırma Information and disinformation perception of generation Z in the context of the changing consumer society: A Research on social media news consumption behavior	Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı	Bu tez, Z kuşağının sosyal medya haberlerine yönelik dezenformasyon ve güven algılarının haber tüketim motivasyonlarına etkisini incelemektedir. Nicel araştırma yöntemiyle, 337 katılımcıyla anket uygulanmış ve ilişkisel tarama modeli kullanılarak hipotezler test edilmiştir.	Z Kuşağı, Enformasyon ve Dezenformasyon, Sosyal Medya Güven Algısı, Sosyal Medya Haber Tüketim Motivasyonu

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

13	Dezenformasyon	R Uygun	2024	Dijital çağda dezenformasyonun yasal denetimi ve dünya örneklerinin analizi Legal control of disinformation in the digital age and analysis of world examples	Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Türkiye’de 7418 sayılı Basın Kanunu’nun dezenformasyonla mücadeledeki rolü ve etkilerini incelemektedir. Kanunun içeriği, medya ve internet sektöründeki uygulamaları ve basın ile ifade özgürlüğüne etkileri analiz edilmiştir. Uluslararası standartlarla karşılaştırma yapılarak, uzman görüşleri ve nitel yöntemlerle kamuoyundaki algısı değerlendirilmiştir.	Belirtilmemiş/Erişimi kısıtlı Tez
14	Dezenformasyon	H. Oymak	2024	Çocukların dezenformasyondan korunması kapsamında yapılan ulusal ve uluslararası düzenlemeler: Türkiye örneği National and international regulations on the protection of children	Yüksek Lisans	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, dünyada ve Türkiye’de dezenformasyonla mücadele yöntemlerini incelemektedir. Özellikle çocukların internet üzerindeki dezenformasyona maruz kalmasının yarattığı riskler ve	Siyasal İletişim, Dezenformasyon, Çocuk

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

				from disinformation: The case of Turkiy			tehditler ele alınmış, ulusal ve uluslararası düzeyde alınan önlemler analiz edilmiştir.	
15	Dezenformasyon	Ö. Demirel	2024	Post truth döneminde dijital medya aracılığıyla algı yönetimi oluşumunda dezenformasyon içeriklerinin incelenmesi: 6 Şubat Kahramanmaraş depremi Examining disinformation content in perception management through digital media in the post truth era: February 6 Kahramanmaraş earthquake	Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, 6 Şubat Kahramanmaraş Depremi örneği üzerinden dijital medyada dezenformasyonun algı yönetiminde nasıl kullanıldığını incelemektedir. Betimsel metin analizi yöntemiyle, haber makaleleri, sosyal medya paylaşımları ve çevrimiçi içerikler analiz edilerek dezenformasyonun bilgi kirliliği ve algı süreçlerindeki rolü ortaya konmuştur.	Dezenformasyon, Post-Truth, Dijital medya, Algı yönetimi

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

16	Dezenformasyon	A. İ. Sungar	2024	Devlet kurumlarının kriz dönemlerinde dezenformasyonla mücadele örneği: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın deprem bültenleri An example of state institutions combating disinformation in times of crisis: Analysis of earthquake bulletins of the Presidential Directorate of Communications	Yüksek Lisans	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi'nin (DMM), 2023 Kahramanmaraş Depremleri sürecindeki faaliyetlerini ve kriz haberciliğindeki rolünü incelemektedir. Doğrulama platformlarının dezenformasyonla mücadeledeki etkinliği analiz edilmiş, DMM yetkilisiyle yapılan mülakat doğrultusunda kurumun tarafsızlığı ve kriz dönemlerindeki işlevselliği değerlendirilmiştir.	Dezenformasyon, doğrulama platformu, kriz haberciliği, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi
17	Dezenformasyon	M. Demir	2024	Dezenformasyon kavramı bağlamında Türkiye'de yapılan yasal düzenlemeler üzerine bir inceleme In Turkey in the context of the concept of	Yüksek Lisans	Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Türkiye'de dezenformasyonla mücadele kapsamında 1925-2022 yılları arasında çıkarılan yasal düzenlemeleri incelemektedir. Yeni	İletişim Çalışmaları, Yeni Medya, Sosyal Medya, Bilgi Düzensizliği, Dezenformasyon, 1925-2022 Tarihli Yasal Hükümler, İçerik Analizi.

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

				disinformation a review on the legal arrangements made			medya, sosyal medya ve dezenformasyon ilişkisi ele alınmış, içerik analizi yöntemiyle basın kanunları ve yasal hükümler değerlendirilmiştir.	
18	Dezenformasyon	A. Korkmaz	2024	Twitter'da gerçekleşen dezenformasyon faaliyetlerinin Rusya-Ukrayna savaşı kapsamında incelenmesi Investigation of disinformation activities on Twitter within the scope of the Russian-Ukraine war	Yüksek Lisans	Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Rusya-Ukrayna Krizi sürecinde Twitter'da yayılan dezenformasyonun, doğrulama platformları tarafından nasıl ele alındığını incelemektedir. Teyit.org, Doğruluk Payı, Malumatfuruş, Yalansavar ve AA Check Fact'in 1-24 Şubat 2022 arasında paylaşılan iddialara yaklaşımları, içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir.	Dezenformasyon, Dijital Medya, Rusya ve Ukrayna Krizi, Sosyal Medya, Twitter.

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

19	Dezenformasyon	T. Ünlücan	2023	Sosyal medya ve algı yönetimi kapsamında manipülasyon, dezenformasyon ve propaganda: 'X' de fikir öncüleri adına açılan sahte hesaplar ve operasyonel hesaplar üzerine inceleme Within the scope of social media and perception management; manipulation, disinformation and propaganda in X: An investigation on fake accounts and operational accounts opened in the name of opinion pioneers	Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, X (Twitter) platformunda sahte ve operasyonel hesapların manipülasyon, dezenformasyon ve propaganda yöntemlerini incelemektedir. Eleştirel söylem analiziyle, bu hesapların sosyal medya algı yönetimi teknikleri ortaya konmuştur.	Sosyal medya, Algı yönetimi, Dezenformasyon, Manipülasyon, Propaganda, Fikir öncüleri.
20	Dezenformasyon	E. Çelikel	2023	Sosyal medya ve yönlendirici iletişim: Manipülasyon ve dezenformasyon bağlamında Instagram'da mülteciler ve göçmenlerle ilgili paylaşımların analizi Social media and influencing opinion: An analysis of posts about refugees and migrants on	Yüksek Lisans	İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Instagram'da mülteciler ve göçmenler hakkında yapılan paylaşımları dezenformasyon ve manipülasyon bağlamında incelemektedir. "#norefugees" ve "#mülteciistemiyorum" hashtag'leri	Sosyal Medya, Instagram, Mülteciler, Göçmenler, Yönlendirici İletişim, Dezenformasyon, Enformasyon.

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

				Instagram in the context of manipulation and disinformation			kullanılarak 40 paylaşım fotoğraflık analize tabi tutulmuş ve nitel veri analizi yöntemi uygulanmıştır.	
21	Dezenformasyon	T. Sığircı	2023	Sosyal medyada yer alan Rusya ve Ukrayna savaşı haberlerinde dezenformasyon: Twitter (X) örneği Disinformation in Russia and Ukraine war news on social media: The case of Twitter (X)	Yüksek Lisans	Medya Ve İletişim Çalışmaları Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Rusya-Ukrayna savaşı sırasında Twitter’da yayılan dezenformasyon kampanyalarının kamuoyu üzerindeki etkisini ve sosyal medya haberciliğinin dezenformasyonla ilgili sorunlarını incelemektedir. Kullanılan stratejiler ve içeriklerin etkisi analiz edilmiştir.	Rusya, Ukrayna, Savaş, Dezenformasyon, Twitter, Sosyal Medya

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

22	Dezenformasyon	F. K. Aldemir	2023	Etki operasyonları ve dezenformasyonla mücadele: türkiye'nin stratejik iletişim politikasının eleştirel bir analizi Influence operations and combating disinformation: A critical analysis of Turkey's strategic communication policy	Yüksek Lisans	Güvenlik Stratejileri ve Yönetimi Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, stratejik iletişimin tanımını, kullanım alanlarını ve Türkiye'nin stratejik iletişim politikalarını eleştirel bir bakış açısıyla analiz etmeyi amaçlamaktadır. ABD, NATO, Rusya ve Türkiye'nin stratejik iletişim yaklaşımları karşılaştırılarak bilgi operasyonlarının nasıl yürütüldüğü incelenmiştir.	Etki Operasyonu, Dezenformasyon, Stratejik İletişim, Bilgi Operasyonları, İletişim Başkanlığı, Stratcom
23	Dezenformasyon	I. E. Hammedi Al-Ali	2023	Dijital medya kapsamında kamuoyu dezenformasyonu: Rusya-Ukrayna Savaşı örneği Public disinformation in the scope of digital media: The case of the Russia-Ukraine War	Yüksek Lisans	İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Rusya-Ukrayna savaşında dijital medyada yayılan dezenformasyonu incelemektedir. Rusya (Ria), Ukrayna (Pravda) ve Türkiye (Milliyet) kaynaklı haberler, 1 Ocak-31 Mart 2023 tarihleri arasında içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir.	Dijital Medya, Dezenformasyon, Kamuoyu

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

24	Dezenformasyon	S. A. A. Shakir	2023	Post-truth kavramının yeni medya araçlarında bilgi doğrulama ve dezenformasyon kapsamında incelenmesi Examining the concept of post-truth in the scope of information verification and disinformation in new media tools	Yüksek Lisans	Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, post-truth çağında bilgi bozukluklarını inceleyerek, Teyit.org'un yalan haber, bilgi doğrulama ve dezenformasyon üzerindeki etkisini ölçmeyi amaçlamaktadır. Ocak 2019 - Ocak 2022 arasında platformda yayınlanan haberler analiz edilmiştir.	Post-Truth, Dezenformasyon, Bilgi Doğrulama, Yalan Haber
25	Dezenformasyon	G. Köroğlu	2023	Yeni medyada dezenformasyon ve yanlış bilinç inşası: Düzensiz göçmenler örneği Disinformation and false consciousness building in new media: The case of irregular immigrants	Yüksek Lisans	Yeni Medya Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, yeni medyada düzensiz göçmenlere yönelik dezenformasyon ve yanlış bilinç inşasının nasıl yapıldığını incelemektedir. Sosyal medya ve dijital gazetelerde yer alan 31 haber, eleştirel söylem analiziyle değerlendirilerek dezenformasyon yöntemleri analiz edilmiştir.	Düzensiz göçmenler, Yeni medya, Dezenformasyon, Yanlış bilinç inşası

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

26	Dezenformasyon	A. Önen	2023	Enformasyon dolaşımı ve dezenformasyon ekseninde yeni medya haberciliği ve teyit platformlarının çalışma pratikleri Working practices of new media journalism and fact- checking organizations on the axis of information circulation and disinformation	Doktora	Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, dezenformasyonun siyasi otorite ve medya ekosistemiyle ilişkisini inceleyerek, doğrulama platformlarının bilgi düzensizlikleriyle mücadelede sunduğu olanakları ve sınırlılıkları eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmeyi amaçlamaktadır.	İdeoloji, Dezenformasyon, Hakikat Sonrası, Yeni Medya Haberciliği, Teyit Platformları.
27	Dezenformasyon	A. B. Dilipak	2023	Hakikat sonrası dönemde dezenformasyon ve dijital aktivizm Disinformation and digital activism in the post-truth era	Yüksek Lisans	Sosyoloji Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, sahte haberlerin dijital aktivizm üzerindeki etkisini incelemektedir. 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremi sonrası Twitter’da yayılan 5 dezenformatif haber, eleştirel söylem analiziyle değerlendirilmiş ve dijital aktivist tutumlara etkileri analiz edilmiştir.	Dijital aktivizm, Dezenformasyon, Deprem, Hakikat sonrası, Twitter

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

28	Dezenformasyon	H. Bayraktar	2022	Pandemi döneminde Covid-19 aşısına yönelik yeni medyada yapılan dezenformasyonun engellenmesinde basının rolü: Hürriyet ve Sözcü örneği The role of the press in preventing the disinformation made in the new media regarding the Covid-19 vaccine during the pandemic period: The case of Hürriyet and Sözcü	Yüksek Lisans	Yeni Medya ve Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, geleneksel medyanın Covid-19 aşı karşıtı söylemlere karşı nasıl bir tutum sergilediğini incelemektedir. Hürriyet ve Sözcü gazetelerinde Aralık 2020 - Ağustos 2022 tarihleri arasında yayımlanan haberler üzerinden, medyanın aşı karşıtlığını nasıl engellemeye çalıştığı analiz edilmiştir.	Aşı karşıtlığı, Basın, Covid-19 Aşısı, Covid-19 Salgını, Yeni Medya
29	Dezenformasyon	E. Topçu	2022	Sosyal medyada dezenformasyon: COVID-19 pandemisi örneği Disinformation on social media: The case of the COVID-19 pandemic	Yüksek Lisans	Medya Ve İletişim Çalışmaları Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, sosyal medyanın COVID-19 pandemisiyle ilgili yanlış enformasyonun yayılmasındaki rolünü incelemektedir. Teyit.org'da "koronavirüs" ile ilgili 1 yıllık süreçte yapılan doğrulamalar analiz edilerek, sahte haberlerin yayılımı incelenmiştir.	Sosyal Medya, Dezenformasyon, COVID-19, Enformasyon Kirliliği, Sahte Haber

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

30	Dezenformasyon	B. Çandır	2022	Türkiye'de basının dezenformasyon haritası: Toplumsal sorunlar üzerine bir çözümleme The disinformation map of press in Türkiye: An analysis on social problems	Yüksek Lisans	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Türkiye’de dezenformasyonun medya aracılığıyla nasıl yayıldığını ve halkın bilgi edinme sürecine etkilerini incelemektedir. 2018-2020 yılları arasında yazılı basında yer alan yanlış ve saptırılmış haberler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir.	Enformasyon, Dezenformasyon, Mezenformasyon, Malenformasyon, Hakikat Sonrası, Kadın Cinayetleri, Ekonomik Kriz.
31	Dezenformasyon	A. Dahi	2022	Gerçek-sonrası dönemde sosyal medya dezenformasyonu ve sahte haberler: Türkiye’de COVID-19 salgını örneği Social media disinformation and fake news in the post-truth era: The case of the COVID-19 outbreak in Turkey	Yüksek Lisans	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Covid-19 pandemisi sürecinde sosyal medyada ve ana akım haber sitelerindeki dezenformasyonun incelemektedir. BuzzSumo ile sahte haberlerin etkileşim düzeyi analiz edilmiş, teyit.org platformu üzerinden Hürriyet, Milliyet, Sabah, NTV ve Sözcü gibi haber sitelerinde yayılan yanlış bilgilerin içerik analizi yapılmıştır.	Covid-19, Dezenformasyon, Filtre Balonu, İngiliz Kültürel Çalışmaları, Karşı Gözetim, Karşı Kültür, Mezenformasyon, Yankı Odası, Yeni Medya

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

32	Dezenformasyon	A. Şeberoğlu	2021	Barış Pınarı Harekâtı sürecinde Anadolu Ajansı'nın Twitter paylaşımları çerçevesinde dezenformasyon Disinformation within the framework of Twitter shares of Anadolu Agency's in the process of the Peace Spring Operation	Yüksek Lisans	Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Barış Pınarı Harekâtı sırasında terör örgütü yandaşlarının Twitter üzerinden yürüttüğü dezenformasyon kampanyalarını ve Anadolu Ajansı'nın bu dezenformasyonlara karşı doğrulama çalışmalarını çerçeveleme kuramı kapsamında incelemeyi amaçlamaktadır.	Medya, Yeni Medya, Sosyal Medya, Twitter, Enformasyon, Dezenformasyon, Barış Pınarı Harekâtı
33	Dezenformasyon	Y. E. Ertem	2019	Disinformation in social media Sosyal medyada dezenformasyon	Yüksek Lisans	İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, sosyal medya platformlarında karşılaşılan dezenformasyon örneklerini incelemeyi amaçlamaktadır. Türkiye'de ve uluslararası sosyal medya ortamlarında yayılan yanlış bilgilerin analiz edilmesi hedeflenmiştir.	İnternet, Sosyal Medya, Bilgi, Enformasyon, Dezenformasyon

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

34	Dezenformasyon	Ç. Keser	2019	Sağlık yayıncılığında dezenformasyon: Zahide Yetiş'le programı örneği Disinformation in health broadcasting: The case of Zahide Yetiş'le	Yüksek Lisans	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, “Zahide Yetiş’le” programında sağlık yayıncılığı adı altında yapılan dezenformasyonun nasıl ve hangi araçlar aracılığıyla gerçekleştirildiğini incelemeyi amaçlamaktadır.	Dezenformasyon, Sağlık Yayıncılığı, Zahide Yetiş, Televizyon Programcılığı, Bilim Haberciliği
35	Dezenformasyon	Y. Toktay	2019	Sosyal medyada dezenformasyon, manipülasyon ve propaganda etkisi: Zeytin Dalı Harekatı örneği The effect of propaganda and manipulation, disinformation in social media: The case of operation Olive Branch	Yüksek Lisans	Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Zeytin Dalı Harekatı sürecinde PKK/YPG ve sempatanlarının sosyal medyada yürüttüğü dezenformasyon, manipülasyon ve propaganda faaliyetlerini incelemek, kullanılan algı yönetimi stratejilerini belirlemek ve dijital medya üzerinden oluşturulan yanlış bilgileri analiz etmeyi amaçlamaktadır.	Sosyal medya, Dezenformasyon, Manipülasyon, Propaganda, PKK/YPG

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

36	Dezenformasyon	L. Gasımlı	2019	Haberde yönlendirme, dezenformasyon ve propaganda: Azeri ve Ermeni haber sitelerinde Dağlık Karabağ sorunlarıyla ilgili yayınlanan haberlerin karşılaştırmalı analizi Propaganda, disinformation and manipulation in news: A comparative analysis of news on the question of Karabakh casted in Azerbaijan and Armenian news portals	Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Azerbaycan ve Ermenistan'ın en çok okunan haber sitelerinde, Dağlık Karabağ konusundaki dezenformasyon, misenformasyon ve propaganda unsurlarını tespit etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, 2016 yılının Mart ve Nisan aylarında yayımlanan haberler söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir.	Kitle İletişim Araçları, haberde dezenformasyon, haberde propaganda, nesnel habercilik, Dağlık Karabağ sorunu
37	Dezenformasyon	N. Toprak	2015	İnternet gazeteciliğinde haber etiği misenformasyon ve dezenformasyon Ethics of news, misinformation and disinformation in the online journalism	Yüksek Lisans	İnternet ve Bilişim Teknolojileri Yönetimi Ana Bilim Dalı	Bu araştırma, internet gazeteciliğinde haber etiği, misenformasyon ve dezenformasyonun kapsamını ve etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. İnternetin habercilik üzerindeki dönüştürücü etkisi ele alınarak, doğruluk, tarafsızlık ve şeffaflık gibi etik ilkelerin internet gazeteciliğinde	İnternet Gazeteciliği, Haber Etiği, Misinformatiyon, Dezenformasyon

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

							nasıl sağlanması gerektiği değerlendirilmektedir.	
38	Dezenformasyon	A. C. Aşkın	2014	Dezenformasyonun küreselleşmesi ve bir örnek olarak Batı basınında NATO'nun Kosova Harekâtı The globalization of disinformation and the case of the Western press coverage of NATO's Kosovo Operation	Yüksek Lisans	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, küreselleşme bağlamında iletişimin küreselleşmesine paralel olarak dezenformasyonun da küreselleşmesini incelemeyi amaçlamaktadır. Özellikle NATO'nun Kosova harekâtının Batı basınında nasıl meşrulaştırıldığına ve dezenformasyonun uluslararası kamuoyunu yönlendirmedeki rolüne odaklanılmıştır.	Dezenformasyon, Küreselleşme, NATO, Kosova Harekâtı, Yugoslavya, Miloseviç, Etnik Temizlik, Sırplar, Kosovalı Arnavutlar, Batı Medyası

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

39	Dezenformasyon	H. Alp	2011	Küreselleşme sürecinde medyadaki dezenformasyon ve Irak işgali örneği Media disinformation during globalization process and Example off Iraq invasion	Yüksek Lisans	Dinler Tarihi Ana Bilim Dalı	Küreselleşmenin medyadaki etkileri, sahiplik yapısının nasıl değiştiği ve tekelleşmenin medya ekonomisini nasıl dönüştürdüğünü incelenmektedir. Medyanın neo-liberal politikaların yayılmasındaki rolü, haber akışındaki tek yönlülük ve dezenformasyon süreçleri ele alınarak, küresel medya düzeninin siyasal ve ekonomik etkileri analiz edilmiştir.	Medya, Dezenformasyon, Küreselleşme, Savaş, Gazetecilik, Irak, Sermaye
40	Dezenformasyon	P. Gürleyen	2005	Désinformation dans le journalisme de télévision analyse comparée du discours à propos de l'accident du train accéléré Televizyon haberciliğinde dezenformasyon (hızlandırılmış tren kazası haberlerinin karşılaştırmalı söylem incelemesi)	Yüksek Lisans	Radyo Televizyon Ana Bilim Dalı	Bu tezin, veri tabanı üzerinden yayınlanma izni bulunmamaktadır.	Bu tezin, veri tabanı üzerinden yayınlanma izni bulunmamaktadır.

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

41	Doğrulama Platformları	M. M. Rahman	2024	Bangladeş'te yeni medyada yalan haberler ve doğrulama platformları Fake news and fact-checking platforms in new media in Bangladesh	Yüksek Lisans	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Bangladeş'te yalan haberlerin yayılması ve doğrulama platformlarının bu süreçte oynadığı rolü incelemeyi amaçlamaktadır. Yeni medya ortamında yanlış bilgilerin etkileri ele alınarak, Bangladeş'te faaliyet gösteren doğrulama platformlarının yöntemleri ve karşılaştıkları zorluklar analiz edilmiştir.	Bangladeş, Yeni Medya, Yalan Haber, Doğrulama Platformları.
42	Doğrulama Platformları	E. N. Aydemir	2024	Post truth çağda habercilik: Doğrulama platformları üzerinden inceleme Journalism in the post-truth age: Examination through verification platforms	Yüksek Lisans	Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremi sonrası yayılan yanlış bilgilerin "post-truth" bağlamında nasıl şekillendiğini ve doğrulama platformlarının (Teyit.org, Doğruluk Payı, Doğrula.org) bu süreçte nasıl bir rol oynadığını incelemeyi amaçlamaktadır.	Yeni Medya Haberciliği, Post-Truth, Yalan Haber, Doğrulama Platformları.

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

43	Doğrulama Platformları	Ö. Delal Abanoz	2023	Türkiye'de haber doğrulama ekosistemi ve kullanıcıların doğrulama platformlarını kullanım pratikleri Fact-checking ecosystem in Turkey and user practices of using fact-checking platforms	Doktora	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Türkiye'deki doğrulama platformlarını inceleyerek sahte haberlerle mücadelede oynadıkları rolü değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Doğrulama platformlarının içerikleri analiz edilmiş ve kullanıcıların yeni medya okuryazarlığı ile teyit alışkanlıkları araştırılmıştır.	Doğrulama platformları, Sahte haber, Hakikat sonrası
44	Doğrulama Platformları	A. Ş. Çiçeklioğlu	2019	Yeni medyada içerik doğrulama platformları: Teyit.org örneği Content verification platforms in new media: The case of teyit.org	Yüksek Lisans	Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, yeni medya ortamlarında hızla yayılan yalan haberlerle mücadelede doğrulama platformlarının rolünü incelemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda, Teyit.org'un 2018 yılına ait doğrulama faaliyetleri analiz edilerek yalan haberlerin yayılımı, içerik türleri ve doğrulama süreçleri değerlendirilmiştir.	Yeni Medya, Yalan Haber, Doğrulama, Teyit.org

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

45	Doğrulama Platformları	M. Uluk	2018	Yeni medyada 'Yalan haber' ve hakikat sonrası çağ: Doğrulama platformu olarak Teyit.org örneği üzerine bir inceleme Fake news in new media and post truth era: A case study on Teyit.org as a fact-checking organisations	Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Türkiye'nin ilk doğrulama platformu olan Teyit.org'un yanlış olarak etiketlediği haberlerin internet üzerindeki varlığını incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında, yalan haberlerin yayında kalma süresi, sosyal medya etkileşimleri ve reklam içerme durumları analiz edilmiştir.	Yeni medya, yalan haber, hakikat sonrası, doğrulama, teyit.org.
46	Yalan Haber	S. Yeles Karaman	2024	Yalan haber ve medya okuryazarlığı: Medya okuryazarlığının medya önyargıları üzerindeki etkileri Fake news and media literacy: The effects of media literacy on media bias	Doktora	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, medya okuryazarlığının medya ön yargıları, medyaya güven ve medya araçlarında yayımlanan haberlere güven düzeyi üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır.	Yalan Haber, Medya Okuryazarlığı, Medya Ön Yargısı, Medyaya Güven, Yalan Haber Paylaşımı

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

47	Yalan Haber	H. Androon	2023	Suriyeli sığınmacıların bakış açısıyla gündelik yaşam pratiği bağlamında yalan haberler The impact of fake news on the daily lives of Syrian refugees	Yüksek Lisans	Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, Suriyeli sığınmacılar hakkında medyada yayılan yalan haberlerin onların gündelik yaşamlarına ve Türk toplumu ile ilişkilerine etkisini incelemeyi amaçlamaktadır.	Yalan Haber, Post-Truth, Suriyeli Sığınmacılar, Teyit.org.
48	Yalan Haber	Ö. Dönmezçelik	2023	Doğruluk-ötesi (post-truth) dönemde yalan haber (fake news) ve Covid-19 aşıları: Twitter etiketlerinde aşı karşıtı argümanlar üzerine bir sosyal ağ analizi Fake news and Covid-19 vaccines in the post-truth era: A social network analysis on anti-vaccine arguments in Twitter hashtags	Doktora	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, doğruluk-ötesi dönemde sosyal medyada yayılan dezenformasyonu inceleyerek, COVID-19 aşı karşıtı söylemlerin Twitter'da hangi argümanlarla ve nasıl yürütüldüğünü analiz etmeyi amaçlamaktadır.	Doğruluk Ötesi, Yalan Haber, Sosyal Ağ, Aşı Karşıtlığı, Covid-19

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

49	Yalan Haber	Z. N. Arkan	2022	Hakikat sonrası çağda yalan haber üzerinden söylem analizi: Twitter örneği Discourse analysis on fake news in the post-truth era: The example of Twitter	Doktora	Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı	2019 İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimlerinin iptali ve tekrarlanması sürecinde sosyal medyada dolaşıma giren yalan haberleri inceleyerek, ideolojilerin etkisinde kalan medya kuruluşlarının kutuplaşmayı nasıl körüklediğini analiz etmeyi amaçlamaktadır.	Hakikat Sonrası, Twitter, Yalan Haber, Eleştirel Söylem Analizi, Sosyal Medya.
50	Yalan Haber	E. M. Nalbantoğlu	2022	Dijital ortamda yayınlanan yalan haberin, kişilere ve markalara olan etkisi Influence of fake news published on digital media to people and brands	Yüksek Lisans	Pazarlama İletişimi Ana Bilim Dalı	Dijital mecralarda yayılan yalan haberlerin insan davranışları, markalar üzerindeki etkileri incelenmektedir. Yalan haberlerin bireylerin kararlarını nasıl manipüle ettiğini, yayılma dinamiklerini ve markalara verdiği zararları araştırarak, dezenformasyonun toplumsal ve ekonomik sonuçlarını analiz etmektedir.	Yalan Haber, Sosyal Medya, Ağızdan Ağıza İletişim, Viral Pazarlama, Marka

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

51	Yalan Haber	S. Akar	2022	Yalan haber değerlendirmelerinde sistem düzeyinde duyguların rolü The role of individuals' system level emotions in evaluating fake news	Yüksek Lisans	Psikoloji Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, yalan haberlere inanma ve paylaşma eğilimlerini etkileyen bilişsel ve sosyal faktörleri karşılaştırmayı amaçlamaktadır. Bilişsel yansıtma, biliş ihtiyacı, politik ideoloji, sistem meşrulaştırma eğilimi ve sistem düzeyinde duyguların yalan haber değerlendirmeleri üzerindeki etkileri incelenmiştir.	yalan haber, post-truth, sistem meşrulaştırma eğilimi, sistem düzeyinde duygular, politik ideolojiler, bilişsel yansıtma, biliş ihtiyacı
52	Yalan Haber	R. Taşan	2022	Meta okuryazarlığı özyeterliliğinin karşılaşılan yalan haberindeğrulanmasındaki rolü The role of metaliteracy self-efficiency in verifying fakenews encountered	Doktora	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, bireylerin dijital bilgi ekosisteminde yalan haberleri algılama ve sorgulama süreçlerinde meta okuryazarlığın etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda, "Meta Okuryazarlığı Özyeterliliği Ölçeği" geliştirilmiş ve Türkiye genelinde bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir.	Meta okuryazarlığı, yalan haber, doğrulama.

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

53	Yalan Haber	S. Gökkılıç	2021	Yeni medyada popülizm ve yalan haber: Türkiye'deki Suriyeli sığınmacılar örneği Popülizm and fake news in the new media: An example of Syrian refugees in Turkey	Yüksek Lisans	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, popülist söylemlerin yalan haberlerle nasıl ilişkilendirildiğini ve bu haberlerin azınlık gruplar, özellikle Suriyeli sığınmacılar üzerinde nasıl bir etkisi olduğunu incelemeyi amaçlamaktadır. Sosyal medyada yayılan dezenformasyonun, toplumda kutuplaşmayı ve düşmanlığı artırma potansiyeli ele alınmıştır.	Popülizm, Yalan Haber, Yeni Medya, Sığınmacılar, Suriyeliler
54	Yalan Haber	İ. C. Sönmez	2021	Post-truth fenomeni çerçevesinde yeni medya ve yalan haber New media and fake news within the framework of the post-truth phenomenon	Yüksek Lisans	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, post-truth fenomeninin yeni medya ve yalan haber ile olan ilişkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Hakikat kavramı üzerinden post-truth'un tarihsel süreci ele alınarak, yeni iletişim teknolojileriyle nasıl daha etkin hale geldiği sorgulanmaktadır.	post-truth, hakikat, yeni medya, yalan haber, hakikat-sonrası, popülizm

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

55	Yalan Haber	E. Fakibaba	2021	Haberde gerçeklik ilkesi ve 'yalan haber' Journalistic truth and 'fake news'	Yüksek Lisans	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, post-truth çağında internet gazetecilerinin haberin gerçekliği ve doğrulama süreçlerine bakış açılarını incelemeyi amaçlamaktadır. Türkiye'deki gazetecilerin yalan haber konusundaki algıları, mesleki pratikleri ve doğrulama süreçleri değerlendirilmektedir.	Haber, yalan haber, gazetecilik gerçeği, post truth, doğrulama platformları, Türkiye'de çalışan gazeteciler
56	Yalan Haber	M. Mohammed	2020	Cyberspace and fake news: A new phenomenon in electoral politics in Ghana Siber uzay ve yalan haberler: Gana seçimlerinde ortaya çıkan yeni bir olgu	Yüksek Lisans	Sosyoloji Ana Bilim Dalı	Gana'da seçim süreçlerinde siber uzayın etkisini incelemeyi ve sosyal medya ile ana akım medyanın seçimler üzerindeki rolünü değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Seçim dönemlerindeki yalan haberlerin demokrasiyi nasıl etkilediğini, yanlış bilgilendirmelerle nasıl mücadele edilebileceğini tartışmaktadır.	Siber Uzay, Yalan Haber, Seçim, Demokrasi, Gana

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

57	Yalan Haber	M. Mimaroglu	2019	Yalan haberin yeni medya aracılığıyla dolaşıma sokulması: Whatsapp örneği Fake news of the circulation with new media: The case of whatsapp	Yüksek Lisans	Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı	WhatsApp'ın yalan haber ve yanlış enformasyonun yayılmasındaki rolünü incelemektedir. Özellikle anlık mesajlaşma uygulamalarının denetlenebilirliği düşük ortamlar olarak yalan haberin yayılmasına nasıl aracılık ettiği araştırılmıştır.	WhatsApp, Anlık Mesajlaşma, Yalan Haber, Dezenformasyon, Mezenformasyon
58	Yalan Haber	F. Akpulat	2019	Yalan haberler ve sosyal medyada kriz iletişimi yönetimi Fake news and crisis communication management in social media	Yüksek Lisans	İletişim Ana Bilim Dalı	Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla hızla dolaşıma giren yalan haberlerin kurumlar için kriz yaratma potansiyelini ve bu krizlere karşı uygulanabilecek iletişim stratejilerini incelemektedir. Literatürde yalan haber ve kriz iletişimi konusunda sınırlı sayıda çalışma bulunmasından dolayı, bu alana akademik katkı sağlamak hedeflenmiştir.	Kriz, kriz iletişimi yönetimi, yalan haber, sosyal medya.

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

59	Yalan Haber	M. Büyükaşar	2019	Haber ve doğruluk ilişkisi: 'Yalan haber' ve haber doğrulama pratikleri The relationship between news and truth: 'Fake news' and fact-checking practices	Doktora	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Haberin üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerinde yeni iletişim teknolojilerinin etkisini inceleyerek, haber-doğruluk ilişkisini "yalan haber" ve haber doğrulama pratikleri temelinde değerlendirmektedir. Ayrıca, haber doğrulama sürecinin aşamalarını ve yöntemlerini içeren yeni bir sınıflandırma modeli geliştirmeyi hedeflemektedir.	Haberde Doğruluk, Yalan Haber, Haber Doğrulama
60	Yalan Haber	R. Gurbanova	2018	İnsanların medyaya güven düzeyi: Yalan haber üretimine tepkisi The people in the media: The response to look news production	Yüksek Lisans	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Bireylerin medyaya duyduğu güveni ve medyanın yalan haber üretimi konusundaki algısı araştırılmaktadır. Geleneksel ve yeni medya platformları arasındaki güven farkını inceleyerek, medya tüketicilerinin haber kaynaklarına yönelik tutumlarını ortaya koymayı hedeflemektedir.	Medya, Yalan Haber, Güven, Haber, İdeoloji

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

61	Sahte Haber	H. Kaynak	2024	Hakikat sonrası bir dönemde sahte haber: İsrail-Filistin çatışması üzerine bir çözümleme Fake news in a post-true era: An analysis of the Israel-Palestine conflict	Yüksek Lisans	İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, hakikat sonrası dönemde sahte haberlerin yeni medya aracılığıyla nasıl hızla yayıldığını ve geniş kitlelere ulaştığını incelemeyi amaçlamaktadır. BuzzSumo sosyal medya analiz aracı ve Anadolu Ajansı Teyit Hattı doğrulama platformu kullanılarak, 7 Ekim 2023'te başlayan İsrail-Filistin çatışmasına dair sahte haberlerin yayılma dinamikleri analiz edilmektedir.	Hakikat Sonrası, Sahte Haber, Yeni Medya, Dijital Habercilik, Doğrulama Platformları.
----	-------------	-----------	------	--	---------------	-----------------------------------	---	---

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

62	Sahte Haber	A. A. Maalim	2021	Comparative analysis of improving news trustworthiness in Kenya and Turkey in the wake of fake news in digital era Dijital çağda sahte haberlerin sonucunda Türkiye ve Kenya'da haber güvenilirliğini artırmanın karşılaştırmalı analizi	Yüksek Lisans	İletişim Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, dijital çağda sahte haberlerin yayılmasını ve haber güvenilirliğini artırmada doğruluk denetleyicilerinin rolünü incelemektedir. Türkiye ve Kenya'daki doğrulama platformları olan Teyit ve AfricaCheck üzerinden yapılan karşılaştırmalı analizle, dijital medya ortamında yanlış bilgilerin tespiti ve haberlerin şeffaflığını sağlama süreçleri ele alınmaktadır.	DoğrulukDenetleyicileri, Sahte Haber, Haber Güvenilirliği, SosyalMedya, DijitalÇağ
63	Sahte Haber	G. Sezer Yelaldı	2021	Fake news literacy of social media user parents Sosyal medya kullanıcısı ebeveynlerin sahte haber okur yazarlığı	Yüksek Lisans	Medya Ve İletişim Çalışmaları Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, internetin ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte artan sahte haberlerin ebeveynler üzerindeki etkisini incelemeyi ve ebeveynlerin sahte haber okuryazarlık seviyelerini belirlemeyi amaçlamaktadır.	Sahte haber, yalan haber, sahte haber okuryazarlığı, ebeveynlik, sahte haberler ve ebeveynler

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

64	Sahte Haber	S. Boğazlıyanlıoğlu	2021	Hakikat ötesi çağında Türkiye'deki dijital göçmenlerin sahte haber farkındalığı Fake news awareness of Turkey's digital immigrants in post truth era	Yüksek Lisans	Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, hakikat ötesi çağda Türkiye'deki dijital göçmenlerin sahte haber farkındalığını incelemeyi ve kuşaklar arasında bu farkındalık açısından anlamlı bir farklılık olup olmadığını araştırmayı amaçlamaktadır. Çalışmada, sahte haberin yayılma dinamikleri, yeni medya araçlarının bu süreçteki rolü ve dijital göçmenlerin sahte haber algıları ele alınmıştır.	Sahte Haber, Hakikat Ötesi, Dijital Göçmen
----	-------------	---------------------	------	---	---------------	----------------------------	---	--

Tablo 1. 2005-2024 Dönem Aralığında YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında İletişim Bilimleri Alanında Bilgi Düzensizliği, Yanlış Bilgi, Dezenformasyon, Doğrulama Platformu, Yalan Haber Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Devam)

65	Sahte Haber	O. Doğan	2020	Koronavirüs salgınında sosyal medya kullanıcılarının sahte haberler karşısında tutumu; İstanbul örneği The attitudes of social media users toward fake news through coronavirus pandemic; evidence from Istanbul	Yüksek Lisans	Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı	Bu çalışma, koronavirüs salgını sürecinde sosyal medyada yayılan sahte haberlerin İstanbul'daki sosyal medya kullanıcıları üzerindeki yanıltıcı etkisini ölçmeyi amaçlamaktadır. Sahte haberlerin ne ölçüde hatırlandığı, gerçek haberlerden nasıl ayırt edildiği ve kullanıcıların eğitim seviyeleriyle sahte haberlere inanma eğilimleri arasındaki ilişki incelenmiştir.	sosyal medya, sahte haber, koronavirüs, Covid-19, yalan haber
----	-------------	----------	------	--	---------------	---	--	---

Alan yazın taramasına ait bulgular, özellikle son beş yıl içinde bilgi düzensizliği, dezenformasyon ve yalan haber konularına yönelik akademik çalışmaların belirgin şekilde arttığını göstermektedir. Bu ilginin artmasında COVID-19 pandemisi, göç hareketleri, seçim süreçleri ve bölgesel çatışmalar gibi kriz anlarının bilgi akışı üzerindeki etkisi önemli rol oynamaktadır. En çok çalışılan temalar arasında sosyal medyada yayılan dezenformasyon, göçmenlere yönelik yalan haberler, infodemi, doğrulama platformlarının rolü ve dijital ortamda algı yönetimi öne çıkmaktadır. Özellikle “post-truth” (hakikat sonrası) kavramı çerçevesinde medya okuryazarlığı, kullanıcı davranışları ve eleştirel düşünme becerileri üzerine yoğunlaşmıştır. Çalışmalarda çoğunlukla nitel yöntemler, içerik analizi ve söylem analizi tercih edilmiş; Twitter (X), Instagram gibi sosyal medya platformları ön planda tutulmuştur. Bazı tezler ise geleneksel medyada bilgi düzensizliğinin yapısal nedenlerini tartışmaktadır.

2019 sonrasında özellikle pandemi bağlamında dezenformasyon ve yanlış bilgiye ilişkin tezlerde artış gözlemlenmiştir. Aynı şekilde doğrulama platformlarına yönelik akademik ilgi de artmış, özellikle teyit.org bu alanda en çok incelenen doğrulama platformu olmuştur. Bilgi kirliliğinin yaygınlaştığı sosyal medya ortamlarında, bu platformların etkisi ve kullanıcılar üzerindeki algısı önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir.

Bu tez, dijital çağda bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorununu güncel bir perspektifle ele alarak kapsamlı bir durum analizi yapmayı amaçlamaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesine rağmen, bireylerin doğru bilgiye ulaşma sürecinde yaşadığı güçlükler ve hakikatin giderek önemini yitirmesi bu çalışmanın temel sorgulama alanlarından biridir. Araştırmanın birinci bölümünde, bilgi düzensizliği ve yanlış bilgiyle mücadelede doğrulama platformlarının mevcut durumu değerlendirilecektir. Bu kapsamda, doğrulama platformlarında görev yapan uzmanlarla gerçekleştirilen görüşmeler aracılığıyla, bu kurumların yaşadığı güncel zorluklar, dijital medya kullanıcılarından yansıyan kullanım alışkanlıkları ve bu alandaki çözüm önerileri analiz edilecektir. Araştırmanın ikinci aşamasında ise, medya kullanıcılarının dijital ortamda doğru bilgiye erişme çabaları incelenecektir. Bu doğrultuda, bireylerin haber doğrulama pratiklerini ne derece bildikleri, dijital platformlarda karşılaştıkları içeriklere nasıl eleştirel yaklaştıkları, doğrulama

platformlarından haberdar olup olmadıkları, bu platformlara ne ölçüde güvendikleri ve günlük yaşamlarında ne sıklıkla kullandıkları araştırılacaktır.

Bu tez, yalnızca alımlayıcıların (medya kullanıcılarının) tutum ve davranışlarını incelemekle kalmayıp, aynı zamanda bilgi doğrulama süreçlerinin merkezinde yer alan doğrulama platformlarının güncel yaklaşımlarını ve karşılaştıkları zorlukları da ele alarak, çift yönlü bir analiz sunmaktadır. Bu yönüyle çalışma, alandaki pek çok araştırmadan farklılaşmakta ve bilgi düzensizliği ile yanlış bilgi sorununa hem bireysel hem de kurumsal düzeyde bütüncül bir bakış açısı getirmektedir. Hem kullanıcı deneyimlerini hem de profesyonel doğrulama pratiklerini birlikte değerlendirerek, dijital çağda doğru bilgiye ulaşmanın dinamiklerini ve bu süreçte ortaya çıkan yapısal sorunları anlamayı amaçlamaktadır.

2.5. DİJİTAL ÇAĞDA BİLGİ DÜZENSİZLİĞİ VE YANLIŞ BİLGİ İLE MÜCADELEDE ALGORİTMALAR VE HUKUKİ DÜZENLEMELER

Bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorunu yeni bir olgu değildir; bu sorun dijital medya ile ortaya çıkmamış, ancak dijital medya ortamlarıyla etkisi daha da artmıştır. Özellikle dijital haber mecraları ve sosyal medya platformları, söz konusu krizin yayılım hızını ve etkisini önemli ölçüde artırmıştır. Sosyal medyanın anonim içerik üretimine açık olması, editoryal denetimin zayıflığı ve sınırsız paylaşım imkânı gibi özellikleri, yanlış bilginin hızla yayılmasına zemin hazırlamaktadır. Bu dinamiklerin doğru şekilde analiz edilmesi, dezenformasyonla mücadele stratejilerinin geliştirilmesi açısından kritik öneme sahiptir.

Dijital medya ortamında kullanıcı etkileşimleri (örneğin tıklama, beğeni, yorum gibi tepkiler), bir içeriğin daha geniş kitlelere ulaşma ihtimalini artırmakta ve böylece yanlış bilginin yayılımını hızlandırmaktadır. Bu durum, yanlış bilginin yalnızca olumlu geri bildirimlerle değil, aynı zamanda tartışma yaratan tepkiler yoluyla da geniş bir etki alanına ulaşabildiğini ortaya koymaktadır (Buchanan, 2021).

Sosyal medya platformlarının algoritmaları, kullanıcı dikkatini çekmek ve etkileşimi artırmak amacıyla tasarlandığı için, yanlış ve yanıltıcı bilgilerin hızla yayılmasına elverişli bir ortam sunmaktadır. Araştırmalar, çevrimiçi içeriklerde skandal yaratma, duygusal dil kullanımı ve olumsuz duygulara hitap etme gibi unsurların, bu içeriklerin daha fazla dikkat çekmesine ve yayılmasına neden olduğunu

ortaya koymaktadır. Özellikle tartışmalı ve duygusal içerikler, kullanıcılar arasında etkileşimi tetikleyerek algoritmalar tarafından daha görünür hâle getirilmekte; bu durum, geniş kitleleri etkilemek isteyen aktörler açısından önemli fırsatlar doğurmaktadır (Balkan & Ülgen, Yanlış bilgilendirme, malinformasyon ve dezenformasyon üzerine bir rehber, 2023).

Sosyal medyanın, yanlış bilgi ve zararlı içeriklerin yayılmasını kolaylaştırdığı çeşitli araştırmalarla ortaya konmuştur. Integrity Institute’un raporuna göre, “iyi tasarlanmış bir yalan” doğru içeriklere kıyasla çok daha fazla etkileşim almaktadır. Özellikle Twitter (X), içeriklerin hızlı ve kolay bir şekilde paylaşılabilmesi nedeniyle “yanlış bilginin yayılmasında en etkili mecralardan biri” olarak öne çıkmaktadır. Enstitünün kurucusu Jeff Allen, her platformun kendine özgü virallik mekanizmalarına sahip olduğunu ve bu mekanizmaların artmasının, yanlış bilginin yayılma hızını önemli ölçüde artırdığını ifade etmektedir (Lee Myers, 2022). Nitekim yapılan çalışmalar, yanlış bilgilerin Twitter’da doğru bilgilere kıyasla altı kat daha hızlı yayıldığını göstermektedir (Çetiner, 2022).

2016 Amerika Birleşik Devletleri başkanlık seçimlerinin ardından, dijital platformların yanlış bilginin yayılmasındaki rolü yoğun biçimde tartışılmaya başlanmıştır. Facebook CEO’su Mark Zuckerberg, seçimlerden birkaç hafta sonra yaptığı açıklamada “yanlış bilgilendirmeyi ciddiye alıyoruz” diyerek şirketin bu konudaki sorumluluğunu kabul etmiştir. Bu açıklama, özellikle “sahte haberlerin” demokratik süreçler üzerindeki etkisinin anlaşılmasıyla birlikte, teknoloji şirketleri ve hükümetler açısından küresel ölçekte acil çözüm gerektiren bir sorun alanı olarak görülmeye başlanmasına zemin hazırlamıştır (Meserole, 2018).

Bu bağlamda atılan önemli adımlardan biri, Meta’nın 2016 sonrası dönemde uygulamaya koyduğu üçüncü taraf doğrulama programı (3PFC) olmuştur. Uluslararası Doğruluk Kontrol Ağı’nın (International Fact-Checking Network – IFCN) etik ve metodolojik standartlarını esas alan bu program, yanlış bilgilerin yayılmasını engellemeyi ve kullanıcıları daha güvenilir içeriklerle buluşturmayı hedeflemiştir. Program kapsamında, dünya genelinde 60’tan fazla dilde faaliyet gösteren bağımsız doğrulama kuruluşlarıyla iş birliği yapılmış; şüpheli içerikler Meta’nın araçları aracılığıyla tespit edilerek doğrulayıcı kurumlar tarafından incelenmiştir. İnceleme sonucunda, yanıltıcı içeriklerin erişimi kısıtlanmış, paylaşımlara uyarı etiketleri

eklenmiş, ancak içerikler doğrudan kaldırılmamıştır. Zira doğrulama ortaklarının içerik silme yetkisi bulunmamaktadır (Şahin Z. , 2025).

Ocak 2025'te Mark Zuckerberg'in açıklamasıyla Meta, Facebook ve Instagram platformlarındaki üçüncü taraf doğrulama programlarını sonlandırma kararı almıştır. Yanlış bilgilerin yayılmasını engellemeyi amaçlayan bu programların sona erdirilmesi, platformların bilgi ekosistemlerindeki rolü ve sorumluluğu konusunda yeni tartışmaları tetiklemiştir. Dezenformasyonla mücadelede kritik bir araç olarak görülen doğrulama süreçlerinin geleceği ise belirsizliğe sürüklenmiştir (Uzunoglu S. , 2025).

Meta, Aralık 2016'dan bu yana yürürlükte olan üçüncü taraf doğrulama programı kapsamında, yanlış veya tehlikeli bilgi içerdiği tespit edilen paylaşımların erişimini kısıtlayabiliyor, bazı durumlarda ise bu içerikleri tamamen kaldırabiliyordu. Ancak Ocak 2025 itibarıyla Meta, bu uygulamayı sona erdirerek, yerine "Topluluk Notları" adı verilen yeni bir sistem getireceğini açıklamıştır. Bu sistemde, kullanıcılar belirli paylaşımlar altına bağlam sağlayan ve yanlış bilgiyi düzeltmeyi amaçlayan açıklamalar ekleyebileceklerdir (Boran, 2025).

Topluluk Notları sistemi, doğruluk sağlama kapasitesi bakımından ciddi tartışmalara yol açmıştır. Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı'nın (IFCN) üçüncü taraf teyit kuruluşlarına önerdiği metodolojik standartlarla kıyaslandığında, bu sistemin hem süreç hem şeffaflık açısından yetersiz kaldığı eleştirileri gündeme gelmiştir (Uzunoglu S. , 2025). Bu nedenle, bu sistemin profesyonel doğrulama kuruluşlarının yerini alıp alamayacağı, hem ulusal hem uluslararası düzeyde tartışma konusu olmuştur.

Meta'nın bu programı ilk olarak, 2016 ABD başkanlık seçimlerinin ardından, sahte haberlerin seçim sonuçlarını etkilediği yönündeki iddialarla birlikte devreye aldığı bilinmektedir. Özellikle Cambridge Analytica skandalı sırasında Mark Zuckerberg, doğrulama programının platformun bilgi güvenliğini sağlamadaki önemine dikkat çekmiştir. Ancak programın kapsamı, süresi ve şeffaflığı konularında zaman içinde soru işaretleri oluşmuş; 2025'te programın resmen sona erdirileceği açıklaması, doğrulama faaliyetlerinin kurumsal platformlardan bağımsız yürütülmesinin gerekliliğini yeniden gündeme getirmiştir (Saklıca, 2025).

Türkiye özelinde ise Meta'nın doğrulama programı bazı iş birlikleri aracılığıyla halen sürmektedir. Ancak küresel düzeyde yaşanan bu dönüşümün yerel etkileri ve programın geleceği belirsizliğini korumaktadır. Bu kapsamda, çalışmanın saha araştırması bölümünde doğrulama platformlarıyla gerçekleştirilen görüşmelerde bu konuya özel olarak yer verilmiştir. Platform temsilcilerinden, Meta ile yürütülen iş birliklerinin mevcut durumu, yaşanan zorluklar ve olası alternatif mekanizmalar üzerine kapsamlı bilgiler alınmıştır. Araştırmanın ilerleyen bölümlerinde bu bulgulara detaylı şekilde yer verilecektir.

Sadece sosyal medya platformları değil, Google'ın arama motoru algoritmaları da belirli web sitelerine veya siyasi görüşlere karşı önyargılı sonuçlar ürettiği gerekçesiyle eleştirilmiştir. Bu algoritmik yapıların, farklı bakış açılarına erişimi zorlaştırarak demokratik söylem açısından risk oluşturduğu vurgulanmaktadır. Nitekim Google, 2019 Hindistan genel seçimleri ile 2016 ABD başkanlık seçimlerinde, kullanıcılarına taraflı içerikler sunduğu yönündeki iddialarla gündeme gelmiştir (Teyit, 2023, s. 11).

Yapılan araştırmalar, Türkiye'nin, yanlış bilgi yayan ve Google reklamları aracılığıyla gelir elde eden yayıncıların oranı açısından başı çektiğini ortaya koymaktadır. Özellikle İngilizce dışındaki dillerde yayın yapan yanlış bilgi içerikli internet sitelerinde, Google reklamlarının görünürlüğü %30 ile %90 arasında değişkenlik göstermektedir. ProPublica'nın analizine göre, Türkiye'de yanlış bilgi yaydığı tespit edilen ilk 50 internet sitesinin %90'ında Google reklamlarının yer aldığı belirlenmiştir. Karşılaştırmalı olarak, bu oran Hırvatistan, Sırbistan ve Bosna-Hersek'te %87; Brezilya'da %80; İspanya'da %44; Latin Amerika ülkelerinde %38 ve Almanca konuşulan ülkelerde ise %30 düzeyindedir (Özgür, 2022).

Google'ın algoritmalarıyla ilgili Türkiye özelindeki duruma dikkat çeken Emre Kızılkaya, siyasi iktidara yakın medya kuruluşlarının ürettiği dezenformasyon, nefret söylemi ve propaganda içeriklerinin, Google gibi büyük dijital platformlar tarafından yaygınlaştırıldığını belirtmiştir. Bu kuruluşlar, dijital platformlardaki geçmiş deneyimleri ve altyapı avantajları sayesinde görünürlüklerini korumaktadır. Kamuoyundan yeterli tepki gelmediği sürece, bu tür içeriklerin algoritmalar tarafından öne çıkarılmaya devam ettiği ifade edilmektedir (Akpamuk, 2023). Kızılkaya'ya göre, Google'ın Türkiye'deki arama algoritmaları ve reklam politikaları, iktidar yanlısı

medya organlarını destekleyen bir yapıya sahiptir. Bu durum, dezenformasyonun yayılmasını kolaylaştırmakta ve bilgiye erişimde dengeyi bozmaktadır. Ayrıca, Google'ın destek fonlarının yalnızca belirli medya aktörlerine yöneltilmesi, bağımsız medya kuruluşlarının finansal gücünü zayıflatmakta ve medya çoğulculuğu açısından risk oluşturmaktadır. Özellikle COVID-19 döneminde, "son dakika" gibi kritik aramalarda taraflı kaynakların öne çıkarılması, doğru ve güvenilir bilgi akışını sekteye uğratmıştır (Kızılkaya, 2020).

Dijital çağda sosyal medya platformları ve arama motorları, kullanıcı davranışlarını yönlendiren algoritmalar ve reklam temelli iş modelleri aracılığıyla bilgi akışını şekillendirmektedir. Bu yapılar, yanlış bilgi ve dezenformasyonun yayılımını yalnızca kolaylaştırmakla kalmamakta, aynı zamanda kullanıcı etkileşimini ve çevrimiçi kalış süresini artırma hedefi doğrultusunda bu tür içerikleri teşvik edebilmektedir. Bu bağlamda, platformların zaman zaman çeşitli önlemler aldığı görülse de, mevcut uygulamalar genellikle ticari önceliklerin gölgesinde kalmaktadır. Araştırmalar ve örnek olaylar, bu teknolojik altyapıların çoğunlukla kullanıcı deneyimini optimize etmeye ve reklam gelirini maksimize etmeye odaklandığını, bu durumun ise bilgi ekosisteminde ciddi bir bozulmaya yol açtığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, dijital ortamda bilgi düzensizliğiyle mücadele yalnızca teknoloji şirketlerinin inisiyatifine bırakılamaz; daha şeffaf, denetlenebilir ve kamu yararını gözetken yapısal müdahalelere ihtiyaç duyulmaktadır.

Dijital çağda bilgi düzensizliği ve yanlış bilgiyle mücadele amacıyla çeşitli hukuki düzenlemeler devreye alınmış olsa da, bu düzenlemeler birçok açıdan eleştirilmiş ve tartışmaların merkezine oturmuştur.

Türkiye özelinde, bu tartışmaların ilki 2020 yılında sosyal medya platformlarına ilişkin yapılan düzenlemelerle gündeme gelmiştir. 29 Temmuz 2020 tarihinde kabul edilen kanun değişikliğiyle, internet ortamında yapılan yayınların denetlenmesi ve bu yayınlar yoluyla işlenen suçlarla daha etkin mücadele edilmesi amaçlanmıştır (Polat, 2020).

Bu düzenleme, kamuoyunda sıklıkla "Almanya modeli" olarak da anılmıştır. Nitekim Almanya, 2017 yılında yürürlüğe giren NetzDG yasasıyla Facebook, Twitter

gibi sosyal medya platformlarını, kullanıcılar tarafından paylaşılan içeriklerden hukuki olarak sorumlu tutan ilk ülkelerden biri olmuştur (Sayın, 2020).

2022 yılında yürürlüğe giren ve kamuoyunda “dezenformasyon yasası” olarak anılan bir diğer düzenleme ise, Basın Kanunu ve bazı diğer yasalarda yapılan değişikliklerle birlikte gündeme gelmiştir. 18 Ekim 2022 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan yasa kapsamında, Türk Ceza Kanunu’na “halkı yanıltıcı bilgiyi alenen yayma” başlıklı yeni bir suç tanımı eklenmiştir. Bu maddeye göre, yalnızca halk arasında korku, panik veya endişe yaratma amacı taşıyarak; ülkenin iç ve dış güvenliği, kamu düzeni ve genel sağlığı hakkında gerçeğe aykırı bilgiyi kamu barışını bozacak şekilde yayan kişiler, bir yıldan üç yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılabilecektir. Düzenlemenin dijital çağda dezenformasyonla mücadelede katkı sağlayıp sağlamayacağı ya da ifade özgürlüğü üzerinde baskı yaratıp yaratmayacağı ise hâlâ tartışma konusudur. Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), ilgili yasa maddesinin iptali ve yürürlüğünün durdurulması için Anayasa Mahkemesi’ne başvuruda bulunmuş, ancak AYM Kasım 2023’te iptal talebini oy çokluğuyla reddetmiştir (Öztürk, 2023).

Türkiye gibi toplumsal ve siyasal olarak kutuplaşmış bir ülkede, medya kuruluşlarının aynı olayı farklı ve hatta zıt şekillerde yorumlayarak aktarması, doğru bilgi ile yanlış bilgiyi ayırt etmeyi güçleştirmektedir. Bu durum, özellikle dijital mecralarda bilgi düzensizliğini derinleştiren bir faktör hâline gelmiştir. Ayrıca, hukuki düzenlemelerde yer alan “ulusal güvenlik” ve “kamu düzenini tehlikeye atma” gibi ifadelerin mahkemeler tarafından nasıl yorumlanacağına dair belirsizlik, yasa uygulamalarında keyfiliğe kapı aralayabilmektedir. Bu çerçevede, ilgili düzenlemenin çevrimiçi ifade özgürlüğü üzerinde caydırıcı bir etki yaratabileceği ve sosyal medya kullanıcıları arasında otosansürü artırabileceği yönünde eleştiriler dile getirilmektedir (Balkan & Ülgen, Dezenformasyonla mücadelede özdenetim ve düzenlemenin rolü, 2023, s. 14).

Yanlış bilgiyle mücadele kapsamında yasal düzenlemeler birçok ülkede gündeme gelmiş olsa da, bu düzenlemelerin etkinliği ve sınırları hâlâ tartışma konusudur. Hapis cezası gibi ağır yaptırımların, dezenformasyonun yayılmasını engellemede kesin ve kalıcı çözümler sunmadığı görülmektedir. Özellikle Rusya, Çin, Burkina Faso ve Kamboçya gibi ülkelerde uygulamaya konulan “dezenformasyon yasaları”; yanlış bilgiyi sınırlamakta yetersiz kalmakta, buna karşın ifade özgürlüğü,

basın bağımsızlığı ve medya okuryazarlığı üzerinde ciddi olumsuz etkiler yaratmaktadır (Başaçek, 2022). Uluslararası Sınır Tanımayan Gazeteciler (RSF) tarafından yayımlanan 2024 Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi de bu tabloyu destekler niteliktedir. Türkiye, endekste 180 ülke arasında 158. sıraya yükselmiş ve önceki yıla göre yedi basamak ilerlemiştir. Ancak RSF, bu artışın basın özgürlüğünde niteliksel bir iyileşme anlamına gelmediğini vurgulayarak, Türkiye'yi hâlâ “durumun çok vahim” olduğu ülkeler arasında sınıflandırmıştır (BBC News Türkçe, 2024).

23 Ekim'de TUSAŞ'a yönelik terör saldırısının ardından Türkiye'de sosyal medya platformlarının erişimi kısıtlanmıştır (Euronews, 2024). Bu tür internet sansürleri, Pakistan, İran ve Myanmar gibi demokrasi düzeyi düşük veya otoriter rejimlerle yönetilen ülkelerde de yaygındır. Freedom House'un (2024) İnternette Özgürlük Raporu, Türkiye'yi "özgür olmayan" ülkeler arasında sınıflandırmıştır. Hükümetler, internet kısıtlamalarını kamu düzenini koruma ve yanlış bilginin yayılmasını önleme gerekçesiyle savunsa da sansürün etkili olduğuna dair bilimsel bir kanıt bulunmamaktadır; aksine, bu uygulamaların genellikle siyasi kontrol amacı taşıdığı öne sürülmüştür.

Dezenformasyonla mücadelede hükümetler, yanlış bilginin yayılmasını engellemeyi ve toplumu daha dirençli hale getirmeyi amaçlamaktadır. Demokratik ülkeler, yalnızca olağanüstü durumlarda yaptırım uygularken; sosyal medya platformlarına sorumluluk yükleme, dijital okuryazarlığı artırma ve doğrulama girişimlerini destekleme gibi yöntemleri ön planda tutmaktadır. Otoriter rejimlerde ise daha çok yasal sınırlamalar, internet erişim kısıtlamaları ve güvenlik güçlerine dayalı uygulamalar öne çıkmaktadır (Yıldırım & Balkaroğlu, 2023, s. 4). Access Now'ın #KeepItOn 2018 raporuna göre, aynı yıl içinde dünya genelinde gerçekleşen 196 internet kesintisinin resmi gerekçeleri kamu güvenliği, ulusal güvenlik ve yanlış bilgi ile mücadele olarak açıklanmıştır. Ancak raporda, bu kesintilerin çoğunun asıl nedeninin siyasi istikrarsızlık, protestolar, seçimler ve bilgi kontrolü olduğu ifade edilmiştir. Bu bulgular, internet sansürünün güvenlik kaygılarından çok, siyasi kontrol ve kamuoyu yönetimi amacı taşıdığını ortaya koymaktadır (Korkut, 2024).

Bu bağlamda, bu çalışmada görüşme yapılan doğrulama platformu temsilcileriyle, “dezenformasyon yasası” sonrası sürecin pratikte ne tür etkiler yarattığı, bu düzenlemenin bilgi ekosistemi üzerindeki olumlu ya da olumsuz

yansımaları da detaylı biçimde ele alınmıştır. Elde edilen bulgular, araştırmanın ilgili bölümünde detaylı şekilde aktarılacaktır.

Sonuç olarak, gerek sosyal ağların ve arama motorlarının algoritmik yapısı gerekse hukuki düzenlemeler, dijital çağın bilgi düzensizliği sorununa yönelik çözüm arayışlarında merkezî bir yer tutmaktadır. Ancak, algoritmaların sürekli evrilen teknik altyapısına rağmen, kullanıcı etkileşimi odaklı temel mantığın büyük ölçüde sabit kaldığı; hukuki düzenlemelerin ise kimi zaman ifade özgürlüğü ve bilgiye erişim açısından tartışmalı sonuçlar doğurabildiği görülmektedir. Bu başlık altında ele alınan değerlendirmeler, mevcut duruma ve güncel gelişmelere odaklanan bir çerçeve sunmakta; konunun farklı bağlamlarda yeni boyutlar kazanabileceğine işaret etmektedir. Bilgi düzensizliği ve yanlış bilgiyle mücadelede sürdürülebilir çözümler için, teknik düzenlemelerin ötesinde, toplumsal direnç mekanizmalarının güçlendirilmesi, dijital okuryazarlığın yaygınlaştırılması ve eleştirel medya bilincinin geliştirilmesi her zamankinden daha büyük bir önem taşımaktadır.

2.6. BİLGİ DÜZENSİZLİĞİ VE YANLIŞ BİLGİ İLE MÜCADELEDE DOĞRULAMA PLATFORMLARI

Doğruluk kontrolü, medyada yer alan açıklamaların, haberlerin ve iddiaların sahte, uydurma, yanıltıcı ya da yanlış olup olmadığını; açık kaynaklar, uzman görüşleri, resmî belgeler ve raporlar gibi araçlarla inceleyip, elde edilen doğru bilgileri kamuoyuyla paylaşma sürecidir (Parlar Dal & Erdoğan). Duke Reporters' Lab verilerine göre, 2008 yılında dünya genelinde yalnızca 11 teyitçilik girişimi varken, bu sayı 2023'te 417'ye, 2024'ün ilk çeyreğinde ise 437'ye yükselmiştir (Pürmerak Kulübü).

2000'li yılların sonunda çevrimiçi gruplar; aşılar, gıda güvenliği ve ilaç şirketlerine ilişkin komplo teorilerinin ana yayıcıları haline gelmiştir. Özellikle 2009'daki H1N1 “Domuz Gribi” salgını sırasında bu tür dezenformasyonun hızla yayılması, Türkiye’de ilk doğruluk kontrol girişimlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda, 2009 yılında kurulan Yalansavar.org, Domuz Gribi’ne ilişkin yanlış iddiaları çürütmeye yönelik çalışmalarıyla Türkiye’nin ilk doğrulama platformlarından biri olarak öne çıkmıştır (Ünver, 2020, s. 3).

Türkiye’de doğruluk kontrolü alanında öne çıkan platformlar arasında **Malumatfuruş, Teyit.org ve Doğruluk Payı** yer almaktadır.

- Malumatfuruş, köşe yazılarındaki “nesnel” hatalar, gaflar ve yanıltıcı ifadeleri hedef alırken;
- Teyit.org, internet kullanıcılarının gündemindeki şüpheli bilgileri ve sosyal medya üzerinden yayılan iddiaları inceler;
- Doğruluk Payı, özellikle siyasetteki beyanların doğruluğunu kamuya açık kaynaklarla sorgularken,

Başlangıçta her biri farklı bir odakta çalışsa da günümüzde bu bağımsız platformlar, özellikle sosyal medyada dolaşıma giren yaygın yanlış bilgiler üzerine yoğunlaşarak ortak bir alanda buluşmuşlardır (Parlar Dal & Erdoğan, Dezenformasyonla mücadele el kitapçığı, s. 9).

Son yıllarda doğrulama faaliyetlerine devletlerin müdahil olması, teyitçiliğin temel ilkeleri olan bağımsızlık, tarafsızlık ve şeffaflık açısından ciddi soru işaretleri doğurmuştur. Uzmanlara göre, hükümet destekli doğrulama projelerinde bu ilkelerin tam anlamıyla sağlanması oldukça güçtür (Pürmerak Kulübü, tarih yok). Türkiye’de bu tartışma, 2021 yılında Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’nın “Doğru Mu” adlı bir doğrulama platformu kuracağını açıklamasıyla gündeme gelmiştir. Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (IFCN) Direktörü Baybars Örsek, bu girişimi Türkiye’deki medya ve siyaset kutuplaşmasının yansıması olarak değerlendirmiştir. Örsek, “Doğrulama kurumlarının bağımsızlık ve şeffaflık kriterlerine uyması gerektiğini savunuyoruz. Hükümetlerin bu tür projelerinde bu standartların karşılanması genellikle mümkün değildir” ifadelerini kullanmıştır (Özdemir, 2021). Her ne kadar platformun kurulacağı açıklanmış olsa da, 2021’den bu yana “Doğru Mu” adlı oluşumun aktif şekilde faaliyete geçtiğine dair güncel bir veri bulunmamaktadır. Buna karşılık, 2022 yılından itibaren Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesinde kurulan Dezenformasyonla Mücadele Merkezi, “Dezenformasyon Bülteni” yayımlamakta; sosyal medya ve dijital medyada yayılan içeriklere yönelik doğrulama ve analiz çalışmaları yapmaktadır (Dezenformasyon Bülteni). Benzer şekilde, Anadolu Ajansı da “Teyit Hattı” adını verdiği bir birimle bu alanda çalışmalar yürütmektedir. Kurum, bu yapıyı "gazeteciliğin kamusal sorumluluğu" kapsamında

değerlendirmekte; yaygın dezenformasyona karşı etik gazetecilik ilkeleriyle mücadele ettiğini ifade etmektedir (AA Teyit Hattı).

Türkiye’deki doğrulama ekosistemi hem bağımsız girişimlerin hem de kamu kurumlarının katkısıyla şekillenmeye devam etmektedir. Bu çerçevede faaliyet gösteren platformlar; finansman modelleri, içerik üretim sıklığı, uzmanlık alanları ve bağımsızlık düzeyleri açısından farklılık göstermektedir. Aşağıda yer alan tablo, hâlihazırda aktif olan ya da yakın geçmişte faaliyet göstermiş olan doğrulama platformlarını, kurumsal yapıları, gelir kaynakları ve çalışma odakları açısından özetlemektedir:



Tablo 2. Türkiye'nin Doğrulama Platformları: Aktivlik, Gelir Kaynakları ve Çalıştıkları Konular

Platform	Kurucular/ Kurum	Kuruluş Yılı	Aktivlik Durumu	Gelir Kaynakları	Son İçerik Girişi (2023 İtibarıyla)	İçerik Sıklığı	Çalıştıkları Konular	Üyelikler
Teyit.org	Atakan Foça	2016	Aktiv	Fonlar, META	Düzenli güncelleniyor	Haftalık veya ihtiyaca göre	Sosyal medyada yayılan yanlış bilgiler, manipülatif haberler, fotoğraf/video analizi	IFCN, EFSCN
Doğruluk Payı	Baybars Örsek	2014	Aktiv	Fonlar, META	Düzenli güncelleniyor	Haftalık veya ihtiyaca göre	Sosyal medyada yayılan yanlış bilgiler, manipülatif haberler, fotoğraf/video analizi	IFCN
Malumatfuruş	Anonim	2015	Aktiv	Gönüllü çalışma	Düzenli güncelleniyor	Haftalık veya ihtiyaca göre	Köşe yazıları, gazetecilerin ve yazarların iddiaları, Sosyal medyada yayılan yanlış bilgiler	–
Anadolu Ajansı Teyit Hattı	Anadolu Ajansı	2020	Aktiv	Devlet bütçesi	Düzenli güncelleniyor	Haftalık veya ihtiyaca göre	Yanılııcı içerikle mücadele, bağlam düzeltme, görsel doğrulama	–
Cumhurbaşkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi	Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı	2022	Aktiv	Devlet bütçesi	Düzenli güncelleniyor	Haftalık veya ihtiyaca göre	Sosyal medyada dolaşan dezenformasyonların tespiti, Resmî kurumlarla eşgüdüm içinde bilgi doğrulama, Kamuoyunu yanılııcı haberlerin çürütülmesi	–

Tablo 2. Türkiye'nin Doğrulama Platformları: Aktivlik, Gelir Kaynakları ve Çalıştıkları Konular (Devam)

Doğruluğu Ne?	Doç. Dr. Selman Selim Akyüz / Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi	2020	Aktif	Gönüllü çalışma	Düzenli Güncelleniyor	Haftalık veya ihtiyaca göre	Sosyal medyada yayılan yanlış bilgiler, manipülatif haberler, fotoğraf/video analizi	–
Dogrula.org	Yunus Çağlar	2021	Aktif	Turkcell, Türk Telekom, Meta	Düzenli Güncelleniyor	Haftalık veya ihtiyaca göre	Sosyal medyada yayılan yanlış bilgiler, manipülatif haberler, fotoğraf/video analizi	IFCN, EFCSN
Yalansavar	Dr. Işıl Arıcan Serdar Başeğmez Kerem Kaynar Cüneyt Özdaş Kaan Öztürk, Ph.D. Tevfik Uyar Aysu Uygur, Ph.D. Dt. İlkey Uzun Bahadır Ürkmez Tuğsan Topçuoğlu Dr. Çağrı Yalgın, Ph.D.	2012	Pasif	Gönüllü Çalışma	Güncel değil	–	Yanlış bilgiler, manipülatif haberler,	–

Tabloya göre, Türkiye’de aktif olan doğrulama platformlarının çoğu 2010’lu yılların ortasından itibaren kurulmuş ve faaliyet göstermeye başlamıştır. Teyit.org (2016) ve Doğruluk Payı (2014) gibi öncü platformlar, fon desteği ve uluslararası ortaklıklarla faaliyetlerini sürdüren bağımsız oluşumlar arasında yer almaktadır. Malumatfuruş ve Doğruluğu Ne? gibi platformlar ise daha çok gönüllü emek ve akademik birikime dayalı çalışmalar üretmektedir. Devlet destekli doğrulama aktörleri arasında yer alan Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesindeki Dezenformasyonla Mücadele Merkezi ve Anadolu Ajansı Teyit Hattı, kamusal kaynaklarla finanse edilmekte ve doğrudan resmi kurumsal yapılar içerisinde faaliyet göstermektedir.

Uluslararası doğruluk kontrolü ağlarına üyelik açısından, yalnızca bazı platformların bu standartlara dahil olduğu görülmektedir. Teyit.org ve Doğrula.org, hem Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (IFCN) hem de Avrupa Doğruluk Kontrolü Standartları Ağı (EFCSN) üyesidir. Doğruluk Payı ise yalnızca IFCN üyesidir. Bu tür üyelikler, platformların şeffaflık, tarafsızlık, kaynak kullanımı ve metodolojik ilkelere bağlılık gibi uluslararası kabul görmüş doğruluk kontrol standartlarını benimsediğini göstermesi açısından önemlidir.

Doğrulama platformlarının güvenilirliği, finansman kaynakları, yönetim yapıları ve içerik üretim süreçleri gibi 32 kriter üzerinden değerlendirilmekte ve Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (IFCN) üyeliği ile belirli standartlara bağlanmaktadır. Uluslararası Doğrulama Ağı (IFCN), 2015 yılında Florida, ABD’deki Poynter Medya Çalışmaları Enstitüsü bünyesinde kurulmuştur. Amacı, dünya genelindeki doğrulama platformlarını bir araya getirerek bu alana standardizasyon ve hesap verebilirlik kazandırmaktır. 2010’lu yıllarda doğrulama platformlarının sayısındaki artış, yöntemlerin optimize edilmesi ve geliştirilmesi ihtiyacını doğurmuş; bu doğrultuda IFCN önemli bir yapı hâline gelmiştir (Poynter). Günümüzde bu ağ, 55 ülkeden 92 platformu kapsamaktadır (Özdemir, 2021). Türkiye’den Doğruluk Payı (2021) ve Teyit.org (2016) uzun süredir bu ağa üyelikleriyle tanınmakta olup, yakın zamanda Doğrula.org (2022) da bu üyeler arasına katılarak uluslararası standartlara uyum sağlamıştır.

Avrupa Gerçek Kontrol Standartları Ağı (EFCSN), doğruluk kontrolü alanında faaliyet gösteren kuruluşların metodoloji, etik ve şeffaflık açısından yüksek

standartlara uyumunu sağlamak amacıyla oluşturulmuştur. 2022 yılında, 40'tan fazla kuruluşun katılımıyla geliştirilen Avrupa Standartlar Kodu'nu esas alan bu yapı, üyelik yoluyla platformların tarafsızlık, kamu yararına çalışma ve kanıta dayalı doğrulama pratiği konusundaki taahhütlerini belgelemektedir. Türkiye'den Teyit.org ve Doğrula.org, bu standartları karşılayarak EFCSN üyeliği kazanmıştır (Camcı, 2024).

Türkiye'de doğrulama platformları çeşitlilik gösteren finansman yapıları, içerik üretim sıklığı ve çalışma konularıyla farklılaşmaktadır. Bağımsız platformlar daha çok sivil toplum veya medya destekli fonlar üzerinden sürdürülebilirliğini sağlamaya çalışırken, kamusal kurumlara bağlı yapılar doğrudan devlet bütçesiyle faaliyet göstermektedir. Tarafsızlık, şeffaflık ve metodolojik standartlar bakımından bu yapılar arasında belirgin farklar bulunabilmektedir. Ancak bu farkların doğrulama pratiklerine etkisinin ne yönde olduğu, yalnızca kurumsal yapı üzerinden değil, yapılan içeriklerin niteliği, erişilebilirliği ve kamuoyundaki karşılığı üzerinden değerlendirilmelidir.

Doğruluk kontrolü platformları, “hakikat sonrası” (post-truth) dönemde daha fazla önem kazanmış olsa da, bu uygulamanın gazetecilikte köklü bir geçmişi bulunmaktadır. Geleneksel doğruluk kontrolü pratikleri; haberlerin olgusal gerçekliğini değerlendirmek, kamuoyunu ilgilendiren iddiaları sorgulamak ve doğrulamak amacıyla akademisyenler, uzmanlar ve devlet kurumlarından bilgi alınarak yürütülmekteydi. Ancak günümüzde, internet tabanlı dezenformasyon ve sahte haberlerin hızla yayılması, bu klasik yöntemlerin yetersiz kalmasına yol açmıştır. Bu bağlamda, dijital medyada dolaşıma giren sahte içerikleri çürütmek ve olguları güvenilir biçimde teyit etmek, yeni nesil doğruluk kontrolü yaklaşımlarının temelini oluşturmaktadır. (Kocabaş, 2022, s. 68).

Doğrulama kuruluşlarının dezenformasyonu ne ölçüde engelleyebileceği sorusu, farklı perspektiflerden çeşitli yanıtları beraberinde getirmektedir. Ancak bu konuda öne çıkan en temel sorunlardan biri, resmî kurumlara duyulan güvenin giderek azalmasıdır. Resmi otoritelere olan güvenin zayıflaması, bireyleri alternatif bilgi kaynaklarına yönlendirmekte; bu kaynakların öne sürdüğü iddialar geniş kitleler tarafından benimsendikçe, yanlış bilginin yayılımı da hız kazanmaktadır. Bu durum, özellikle kriz anlarında komplo teorilerinin ortaya çıkmasına ve toplumsal algının şekillenmesinde olumsuz etkilerin doğmasına neden olmaktadır (Güngör, 2021).

Doğruluk kontrolünün etkisini ölçmek, hâlâ gelişmekte olan bir araştırma alanıdır. İçeriklerin erişimi ve tüketimi üzerine yapılan analizler, bu alandaki etkileri değerlendirmek amacıyla sürekli olarak yeni yöntemlerin geliştirilmesini gerektirmektedir. Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (IFCN) Direktörü Baybars Örsek'in de belirttiği üzere, “Doğruluk kontrolü fayda sağlıyor mu?” sorusu, aslında “Gazetecilik fayda sağlıyor mu?” sorusuyla benzer bir nitelik taşımaktadır. Araştırmacı gazeteciliğin yolsuzluğu tamamen ortadan kaldıramadığı gibi, doğruluk kontrolü uygulamalarının da dezenformasyonu bütünüyle ortadan kaldırması beklenmemelidir. Ancak bu tür girişimlerin, özellikle kamuoyunda farkındalık yaratma, bilgi suistimallerine karşı duyarlılığı artırma ve toplumsal baskı mekanizmalarını harekete geçirme açısından önemli katkılar sunduğu ifade edilebilmektedir (Ünver, 2020, s. 17).

Türkiye’de doğrulama platformları, çeşitlilik gösteren finansman yapıları, içerik üretim sıklığı ve çalışma konularıyla farklılaşmaktadır. Bağımsız platformlar daha çok sivil toplum veya medya destekli fonlar üzerinden sürdürülebilirliğini sağlamaya çalışırken, kamusal kurumlara bağlı yapılar doğrudan devlet bütçesiyle faaliyet göstermektedir. Tarafsızlık, şeffaflık ve metodolojik standartlar bakımından bu yapılar arasında belirgin farklar bulunabilmektedir. Ancak bu farkların doğrulama pratiklerine etkisinin ne yönde olduğu, yalnızca kurumsal yapı üzerinden değil, yapılan içeriklerin niteliği, erişilebilirliği ve kamuoyundaki karşılığı üzerinden değerlendirilmelidir. Bu nedenle, doğrulama platformlarının toplumda ne ölçüde bilindiği, kullanıldığı ve güven duyulduğu; Meta gibi teknoloji şirketlerinin aldığı kararların bu yapılar üzerindeki etkileriyle birlikte, bilgi ekosistemindeki rollerinin yeniden düşünülmesini ve bu yapılar üzerine daha derinlemesine araştırmalar yapılmasını gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda, bu çalışmanın araştırma aşamasında doğrulama platformlarının temsilcileriyle gerçekleştirilen görüşmelerde, mevcut duruma ilişkin güncel değerlendirmeler, kullanıcı eğilimleri, yasal düzenlemelere dair görüşler ve platformların geleceğine yönelik öngörüler ayrıntılı biçimde ele alınmıştır.

2.7. BİLGİ DÜZENSİZLİĞİ VE YANLIŞ BİLGİ İLE MÜCADELE BAĞLAMINDA DİJİTAL OKURYAZARLIK

Dijitalleşmenin hız kazandığı günümüzde, bireylerin maruz kaldığı bilgi miktarı artarken, bu bilginin doğruluğunu değerlendirme becerisi her zamankinden daha kritik

hâle gelmiştir. Bilgi düzensizliği ve yanlış bilgiyle mücadelede, dijital okuryazarlık kavramı bireysel direnç geliştirme ve eleştirel düşünme becerilerini artırma bağlamında ön plana çıkmaktadır. Dijital okuryazarlık yalnızca teknolojiyi kullanabilme yeterliliği değil, aynı zamanda dijital ortamda sunulan bilginin niteliğini, kaynağını ve doğruluğunu değerlendirme yetkinliğini de kapsamaktadır.

Geleneksel anlamda okuryazarlık, yalnızca okuma ve yazma becerilerini ifade ederken; günümüzde bu kavram, bireylerin sözcük bilgisi, anlama, yazma, analiz, sentez, değerlendirme ve teknoloji kullanımı gibi çok daha geniş bir yetkinlik alanını kapsayacak şekilde dönüşmüştür (Sezer, s. 49). En genel tanımıyla okuryazarlık; bireylerin dünyayla kurdukları ilişkileri biçimlendiren, çok katmanlı kültürel beceriler bütünü olarak değerlendirilmektedir. Bu çerçevede eleştirel okuryazarlık, yalnızca bilgiye ulaşmak değil, bu bilgiyi sorgulamak ve dönüştürmek üzerinden tanımlanmaktadır (Freire & Macedo, 1998, s. 47).

Bu gelişen okuryazarlık tanımı içinde, medya okuryazarlığı önemli bir yer tutmaktadır. Kitle iletişim araştırmalarının ilk aşamaları, medya içeriklerinin izleyiciler üzerindeki tutum ve davranış değişikliklerine odaklanan etki analizleriyle başlamıştır. 1930'lar ve 1940'larda Kuzey Amerika'da yapılan bu çalışmalar, Laswell'in "hipodermik iğne teorisi" doğrultusunda, medyanın bireyleri savunmasız bırakarak mesajları doğrudan ilettiği varsayımıyla yürütülmüştür. Bu etki analizleri, medya okuryazarlığına ilham vermiştir. Sonraki dönemde ise "kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı" öne çıkarak, bireylerin medyayı hangi ihtiyaçları karşılamak için kullandığı sorusu üzerine yoğunlaşmıştır (Sönmez, 2021, s. 42-43). Kanadalı araştırmacı Harold Lasswell'in "deri altı iğne teorisi"ne göre, medya mesajları bireyler üzerinde doğrudan, güçlü ve anlık etkiler yaratmaktadır. Bu teori, medyanın izleyicilere adeta enjekte edilerek onları savunmasız hale getirdiğini öne sürmektedir. Bu nedenle, bireylerin medya mesajlarını eleştirel bir süzgeçten geçirebilmesi için medya okuryazarlığı önem taşımaktadır (Sezer, s. 55). Demokratik kurumları ve toplumu inşa etme mücadelesi, bilgi, değerler ve toplumsal pratikler üzerinde verilmesi gereken daha geniş bir mücadelenin parçası olmalıdır. Gramsci'ye göre, halkın bilinçlenmesi ve bireylere toplumsal karar süreçlerinde söz hakkı tanınması bu sürecin ön koşuludur. Bu bağlamda, demokratik kamusal alanlar oluşturmak ve bir "aydınlar toplumu" yaratmak önemlidir. Böyle bir siyasal projede, okuryazarlık

eleştirel düşünceyi ve karşı-hegemonik eğitim modellerini destekleyen bir araç olarak öne çıkmaktadır (Freire & Macedo, 1998, s. 35).

Medya okuryazarlığı, ideolojik temsilleri sadece yanlış olarak tespit etmekle kalmamaktadır; bu temsilleri "normal" gösteren mekanizmaları çözümlemeyi amaçlamaktadır. Tek bir perspektiften bakmak yerine, medya okuryazarlığı çoklu bakış açılarıyla değerlendirmeyi gerektirmektedir (Binark & Gencel Bek, 2010, s. 24). Sonia Livingstone ve Maria Bovill'in "Genç İnsanlar, Yeni Medya" (1999) çalışmasında medya okuryazarlığı; ekrana dayalı içeriklerin yapısını, biçimini, gücünü ve sınırlılıklarını anlayabilme, farklı kaynaklardan gelen bilgileri eleştirel bir gözle değerlendirme ve bilginin bağlı değerini belirleyebilme becerisi olarak tanımlanmaktadır (Sezer, s. 50). Medya okuryazarı bir birey, medya metnlerinin her zaman belirli değerler ve ideolojik mesajlar barındırdığını fark eder. Tarafsızlık beklentisiyle eleştirmek yerine, metindeki önyargıları, varsayımları ve değerleri sorgular. Böylece, tüm medya içeriklerinin insan eliyle oluşturulduğunu ve her bireyin dünyayı kendi değerleri ve varsayımları doğrultusunda yorumladığını kabul etmektedir (Alagözlü, 2013, s. 14).

Eleştirel medya okuryazarlığı, medya mesajlarının tarafsız ve objektif olduğu varsayımını sorgulamaktadır; çünkü bu mesajlar, içerik üreticilerinin öznellikleri ve önyargıları doğrultusunda biçimlenmektedir. Her medya mesajı hem üreticisinin perspektifini hem de içinde bulunduğu toplumsal bağlamı yansıtarak çok katmanlı anlamlar barındırmaktadır. Bu yüzden medya, bilginin tarafsız bir taşıyıcısı olmaktan uzaktır; aksine, yapısı gereği önyargılar ve sosyal etkilerle şekillenmiştir (Kellner & Share, Critical media literacy, democracy, and the reconstruction of education, 2007, s. 12). Eleştirel okuryazarlık, bireyin öznelliğini ve kişisel deneyimlerini toplumsal bağlam içinde anlamlandırma ve düzenleme işlevi görmektedir. Bilginin, gücün ve toplumsal pratiklerin yalnızca zenginlerin ve iktidar sahiplerinin çıkarlarına hizmet etmemesi; aksine, demokratik bir toplum inşasına ve kolektif karar alma süreçlerine katkıda bulunması eleştirel okuryazarlığın temel amacı olarak görülmektedir (Freire & Macedo, 1998, s. 48).

Eleştirel medya okuryazarlığı, okuryazarlık kavramını kitle iletişim araçlarını da kapsayacak şekilde genişleterek, medya, popüler kültür ve eğitim ilişkilerini eleştirel bir bakışla incelemeye olanak tanır. Bu yaklaşım, bireylerin medya kodlarını ve

ideolojileri sorgulama, medya içeriklerini analiz etme ve değerlendirme yetilerini geliştirmektedir, böylece medyayı daha bilinçli kullanmalarına katkı sağlamaktadır (Kellner & Share, Critical media literacy, democracy, and the reconstruction of education, 2007, s. 5). Yeni medya kullanımının gündelik hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelmesiyle birlikte, "bilgisayar okuryazarlığı," "internet okuryazarlığı," "dijital okuryazarlık" gibi kavramlar akademik ve gündelik dile girmiştir. Arif Altun, bilgisayar ve internet okuryazarlığını, çevrimiçi bilgi kaynakları arasında istenen bilgiye ulaşabilme, içeriği değerlendirme ve bu bilgiyi etkili bir şekilde sunabilme becerisi olarak tanımlamıştır (Binark & Gencel Bek, 2010, s. 211).

Bilginin büyük ölçüde dijital ortamlardan edinildiği bu çağda, bireylerin çevrimiçi içerikleri güvenilirlik açısından değerlendirebilmesi, yanıltıcı bilgileri ayırt edebilmesi ve dijital araçları bilinçli bir şekilde kullanabilmesi için dijital okuryazarlık becerileri kritik hale gelmiştir. Eleştirel medya okuryazarlığının bir uzantısı olarak dijital okuryazarlık, bireylerin dijital dünyada daha donanımlı ve bilinçli olmalarını sağlamaktadır. Avrupa Dijital Okuryazarlık Çerçevesi (EFDL), dijital okuryazarlığı, bireylerin dijital araçları bilinçli ve etkili bir şekilde kullanma becerisi olarak tanımlamıştır. Bu kapsamda, bireyler dijital kaynakları tanımlama, erişme, yönetme, değerlendirme, analiz etme, yeni bilgi üretme ve başkalarıyla iletişim kurma yetkinliğine sahip olmaktadır (UNESCO Institute for Statistics , 2018, s. 13).

İnternet çağında medya okuryazarlığı, dijital medya araçlarını etkili ve bilinçli kullanabilme becerisi olarak ifade edilmektedir. Kişisel verilerini koruyan, bilgiyi eleştirel değerlendiren ve çevrimiçi kurallara uyan bireyler dijital medya okuryazarı olarak tanımlanmaktadır (Şentürk Kara & Nisan, 2022, s. 13). Dijital medya okuryazarlığı, dijital ortamları bilinçli kullanma, tehdit ve fırsatlar konusunda farkındalık geliştirme, riskleri en aza indirme ve etik kullanım becerilerini kapsamaktadır. Dijital okuryazarlık, dijital vatandaşlığın bir alt boyutudur; dijital vatandaşlar ise teknolojiyi bilinçli kullanan bireylerdir (Geçikli, 2020, s. 228).

İletişim teknolojilerinin gelişimi, bilgiye erişimi artırırken bilgi kirliliği nedeniyle doğru bilgiye ulaşımı zorlaştırmaktadır. Bu durum, bilinçli kamuoyunun oluşumunu ve demokrasinin işleyişini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu nedenle, bireylerin medya okuryazarlığı becerilerini geliştirerek daha bilinçli medya tüketicileri olmaları önemli hale gelmiştir (Sönmez, 2021, s. 41). Dijital çağda, bireylerin her türlü

farklı bilgiye erişebildiğini düşünmek zordur. Sosyal medya platformları, algoritmalar yoluyla kullanıcıya yalnızca ilgisini çeken içerikleri sunarak bilgi akışını filtrelemektedir. Bu durum, bireylerin belirli inanç ve değer yargılarını pekiştirip onları karşıt görüşlere kapalı hale getirerek "yankı odalarında" sıkışmalarına yol açmaktadır. Ayrıca, bu kapalılık, bireylerin bilgi kaynağını unutmalarına ve siyasi konularda karşıt kanıtlarla karşılaştıklarında kendi görüşlerini daha katı bir şekilde savunmalarına neden olabilmektedir (Kocabaş, 2022, s. 54-55). Oxford Üniversitesi Reuters Enstitüsü'nün her yıl yayımladığı Dijital Haber Raporu, dijital haber tüketimindeki güncel eğilimleri ve haber medyasının karşılaştığı zorlukları incelemektedir. 2024 yılında 47 ülkede yaklaşık yüz bin kişiyle yapılan anketler, haberlerden kaçınma oranının arttığını ve haberlere duyulan güvenin azaldığını göstermektedir. Tüketiciler, haber fazlalığı karşısında giderek daha fazla bunalmış ve kafası karışmış hissetmektedir. Ayrıca, üretken yapay zekâ kaynaklı içerik seli, okuyucuların hem gerçeklik algısını hem de güvenini bulanıklaştırmaktadır (Şahin Z., 2024).

Dijital okuryazarlıkla ilgili en önemli konulardan biri dezenformasyondur. Yanıltıcı bilgilerin kasıtlı olarak yayılması, son yıllarda özellikle aciliyet kazanan bir mesele haline gelmiştir (Yıldırım & Balkaroğlu, 2023, s. 14). Dezenformasyon, faili kim olursa olsun, farklı düzeylerde ve ölçeklerde etkisini göstermektedir. Tek bir dezenformasyon kampanyası belirli bir amaca yönelik olsa da (örneğin, bir siyasi aday veya politika hakkında kamuoyu oluşturmak), yaygın dezenformasyon demokratik toplumları zayıflatmak için daha derin bir etki yaratmaktadır (Ruacan).

Dijital okuryazarlıkla ilgili önemli konulardan biri de “mezenformasyon” yani bilmeden yayılan yanlış bilgidir. Bu tür yanlış bilgiler, kullanıcıların içeriklerin doğruluğunu sorgulamadan paylaşması sonucu hızla yayılma potansiyeline sahiptir. NiemanLab'den Tom Buchanan (2021), 2.634 katılımcıyla gerçekleştirdiği deneylerde, insanların çevrim içi ortamda sahte içerikleri paylaşma eğilimlerini incelemiştir. Katılımcılara yanlış bilgi örnekleri gösterilmiş ve geçmişte bu tür içerikleri paylaşıp paylaşmadıkları sorulmuştur. Çalışma, bireylerin doğru veya kendi inançlarıyla tutarlı buldukları içerikleri paylaşma olasılığının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Mezenformasyonun yayılması, özellikle sosyal medya ve dijital platformlarda, kullanıcıların içeriklerin doğruluğunu sorgulamadan, yalnızca kendi

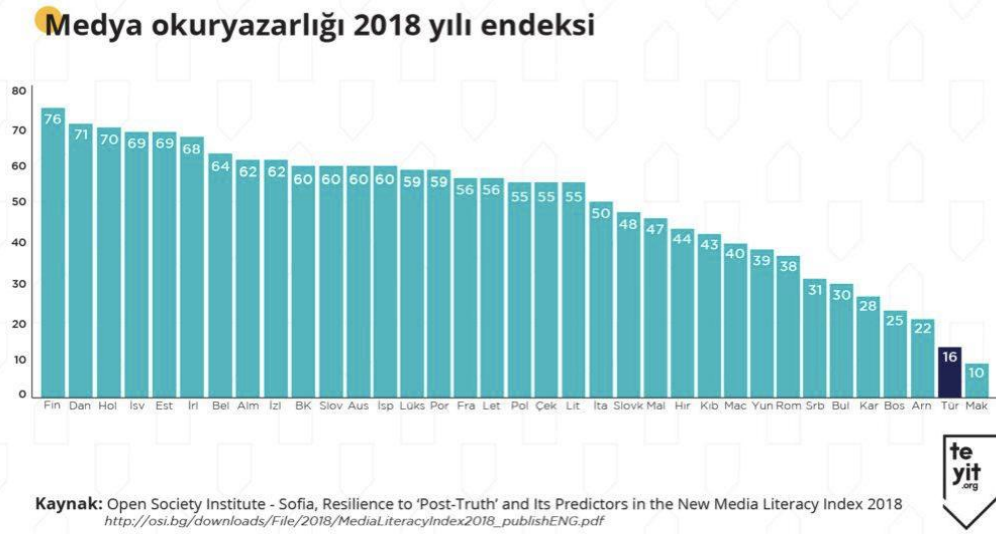
inançlarına ve duygusal bağılıklarına uygun olan bilgileri paylaşmasıyla hızlanmaktadır. Bu, post-truth (hakikatin önemsizleşmesi) çağının en belirgin özelliklerinden biridir; bireyler, doğruluğu kanıtlanmamış ya da çarpıtılmış bilgileri paylaşarak, toplumsal algının gerçeklikten uzaklaşmasına katkıda bulunmaktadır.

Düşük dijital okuryazarlık ve yetersiz eleştirel okuma becerileri, yankı odaları ve filtre balonları gibi sorunlara yol açmaktadır. Dijital platformlarda kullanıcılar, algoritmalar nedeniyle çoğunlukla kendi görüşlerini pekiştiren içeriklerle karşılaşmakta ve alternatif bakış açılarından uzak kalmaktadır (Yıldırım & Balkaroğlu, 2023, s. 13-14). Bu durum, bireylerin mevcut inançlarını pekiştirerek bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorununu giderek derinleştirmektedir. Bu sorunun üstesinden gelebilmek için eleştirel medya okuryazarlığı ve eleştirel dijital okuryazarlığın artırılması gerekmektedir.

Eleştirel medya okuryazarlığı, bireyi ana akım medya ve popüler kültür metinlerinde dolaşıma sokulan hırs, merhametsizlik, hoşgörüsüzlük, ötekine karşı duyarsızlık, militarizm, ırkçılık, pasiflik, cinsiyetçilik ve homofobi gibi olumsuz değerlere karşı bilinçlendirmektedir. Bu bilinç, bireyi kolektif mücadeleye, eyleme ve üretkenliğe yönlendirmektedir. Eleştirel medya okuryazarlığının amacı, yurttaşların toplumsal, kültürel, siyasal ve ekonomik alanlarda etkin bir aktör olarak karar mekanizmalarına katılmasını, aldığı kararların sorumluluğunu üstlenmesini ve eleştirel bir bilinç geliştirmesini desteklemektir (Binark & Gencel Bek, 2010, s. 11).

Dünya genelinde bilgi düzensizliği, yanlış bilgi, sahte haber ve medya okuryazarlığına dair birçok araştırma yapılmaktadır. Bu araştırmalarda, ülkeler arası kıyaslamalar yapılarak çeşitli veriler elde edilmektedir. Araştırma sonuçları incelendiğinde, bu kavramların her geçen gün neden önem kazandığı ve ön plana çıktığı daha net görülebilmektedir. Örneğin, 2018 yılında Açık Toplum Enstitüsü'nün (Open Society Institute) yayınladığı Medya Okuryazarlığı Endeksi Raporu'nda; eğitim, medya özgürlüğü ve kamu güveni alanları incelenmiş ve 35 Avrupa ülkesi arasında karşılaştırmalar yapılmıştır. Bu rapora göre, Türkiye sondan birinci sırada yer alarak Makedonya'nın ardından "sahte habere karşı en az dirençli" ikinci ülke olmuştur. Ayrıca, Türkiye medya özgürlüğü konusunda 0 puanla sonuncu olmuştur. Endekste, Finlandiya, Danimarka, Hollanda, İsveç, Estonya ve İrlanda ise "sahte habere en dirençli ülkeler" sıralamasında en üstte yer almaktadır (Bianet, 2018).

Şekil 2. Medya Okuryazarlığı 2018 Yılı Endeksi (Arabacı, Türkiye yalan habere karşı dirençsiz, 2018)



Mezenformasyonu "yılmazlık" perspektifinden ele almak, akademik araştırmalar ve saha uygulamaları için yenilikçi bir bakış sunabilmektedir. Ancak Türkiye gibi birçok ülkede medya okuryazarlığı, mezenformasyona karşı bireye sorumluluk yükleyen dar bir çerçevede ele alınmaktadır. Oysa Finlandiya gibi ülkelerde, medya okuryazarlığı ile katılımcı yurttaşlık arasında güçlü bir bağ bulunmakta; adalet inancı ve kurumsal güven de bu ilişkiyi desteklemektedir (Uzunoğlu D. , 2023).

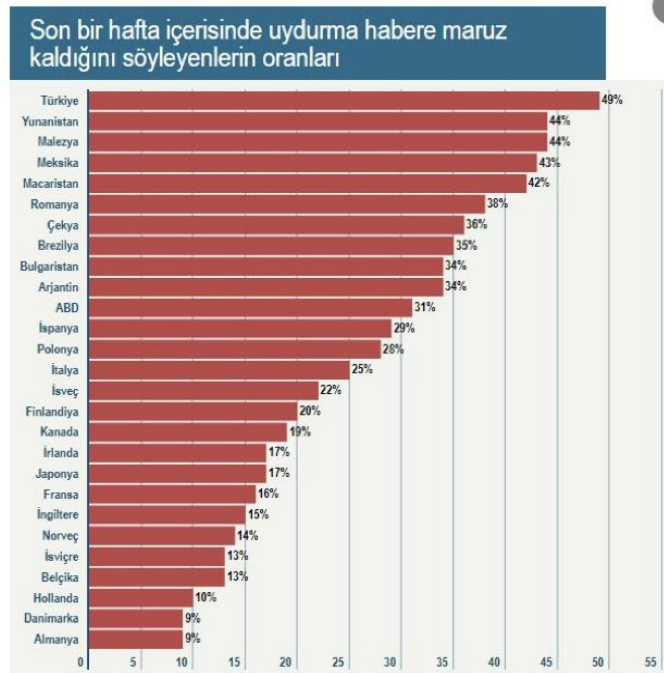
Finlandiya'da medya okuryazarlığı, vatandaşlık için önemli bir beceri olarak görülmekte ve tüm okullarda medya eğitimi verilmektedir. 1994 yılından itibaren medya eğitimi, 7-16 yaş arasındaki öğrencilere yönelik disiplinler arası iletişim eğitimi kapsamında yer almaya başlamıştır (Binark & Gencel Bek, 2010, s. 83). Medya okuryazarlığı, bireylerin medya mesajlarını eleştirel bir şekilde analiz etme, etkilerini değerlendirme ve bilinçli içerik üretme becerilerini kapsamaktadır. Finlandiya, medya okuryazarlığını anaokulundan itibaren müfredata dahil ederek bu alanda öncü bir rol üstlenmiştir. Bu eğitim, doğrulama araçlarının kullanımı gibi beceriler kazandırarak, sosyal medya kullanımında bilinçli kararlar almayı teşvik etmektedir. Finlandiya'nın başarısı, medya okuryazarlığını yanlış bilgiyle mücadelede temel bir araç olarak benimsemesinden kaynaklanmaktadır. Bu yaklaşım, bireyleri medya içeriklerini sorgulayan ve analiz eden aktif bir konuma taşımaktadır (Pürmerak Kulübü).

Danimarka’da medya eğitimi, sanat ve drama gibi alanlarla ilişkilendirilmekte olup, öğrencilere 7 yaşından itibaren verilmektedir. Bu eğitim, hem medya çözümlemesi hem de medya üretimini kapsamaktadır. Medya eğitiminin temel amacı, öğrencileri demokraside etkin ve güçlü bireyler olarak yetiştirmektir (Binark & Gencel Bek, 2010, s. 83).

Mezenformasyon karşısında yılmazlık, toplumsal bağlama entegre edilmiş bütünsel bir sistem sorunudur. Humprecht ve arkadaşlarının (2020) araştırması, mezenformasyona karşı yılmazlığı artıran veya kırılğanlaştıran yedi yapısal faktörü incelemiştir. Siyasal, medya ve ekonomik iklim olarak üç grupta sınıflandırılan bu faktörler temel alınarak 18 ülke karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Çalışma, kutuplaşma, popülizm, ayrılmış haber tüketimi, medya güvensizliği, zayıf kamu yayıncılığı, geniş dijital reklam pazarı ve yoğun sosyal medya kullanımının yılmazlığı sınırlayan etkenler olduğunu göstermiştir (Uzunoğlu D. , 2023).

Bir diğer araştırma ise 2018 yılında Oxford Üniversitesi Reuters Enstitüsü tarafından dezenformasyon ve yanıltıcı haber konusunda 37 ülkede yapılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, Türkiye yüzde 49 ile bu alanda en çok dezenformasyona uğrayan ülke olarak açıklanmıştır (Aktan, 2018).

Şekil 3. Uydurma Habere Maruz Kalma Oranları



2018 yılında, yanlış bilginin nasıl yayıldığına ilişkin bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırmayı Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (MIT) gerçekleştirmiş ve sonuçları Science dergisinde yayımlandıktan sonra Türkiye’de birçok haber sitesi ve doğrulama kuruluşu tarafından paylaşılmıştır. Çalışmanın sonuçları dikkat çekici ve düşündürücü olmuştur; yanlış bilgi içeren tweetlerin insanlara doğru bilgi içeren tweetlerden altı kat daha hızlı ulaştığı ortaya konmuştur. Twitter’ın 12 yıllık verisini toplayan veri bilimciler, PolitiFact, Snopes ve FactCheck.org gibi doğrulama sitelerinden yararlanarak veri seti oluşturmuşlardır. Bu veri setine göre, 126 bin haber içeriğinin 3 milyon kişi tarafından 4.5 milyon kez paylaşıldığı tespit edilmiştir. Araştırmanın en dikkat çekici tarafı ise, gerçeklerin 1000 Twitter kullanıcısından daha fazla kişiye nadiren ulaşırken, yanlış bir haberin rutin olarak 10 binden fazla kişiye ulaşıyor olmasıdır (Çavuş, Araştırma: Yanlış bilgi gerçeklerden daha hızlı yayılıyor, 2018).

Dezenformasyon sorunu, toplumsal dayanıklılık ve demokrasi çerçevesinde ülkenin siyasi yapısı, sosyolojik koşulları, ekonomik durumu, medya yapısı, sivil toplumun gücü ve eğitim düzeyi gibi birçok yapısal unsurla birlikte ele alınmalıdır. Bununla birlikte, bazı ülkelerin çevrimiçi dezenformasyona karşı daha dirençli olduğu ve dijital çağın getirdiği zorluklarla başa çıkmada daha donanımlı olduğu göz önünde bulundurulmalıdır (Parlar Dal & Erdoğan, Küresel siyasette yeni dezenformasyon sistemini anlamak, 2021).

Medya okuryazarlığı, bireyler ve toplumlar için kritik bir öneme sahiptir. Sağlam bir demokrasinin sürdürülebilmesi için eleştirel medya okuryazarlığının eğitim sistemine entegre edilmesi gerekmektedir. Medya, manipülatif içeriklerle bireylerin bilinçli karar alma süreçlerini etkileyebileceğinden, eleştirel medya okuryazarlığı bu tür içerikleri tanıma ve analiz etme becerisi olarak görülmektedir (Kellner & Share, Critical media literacy, democracy, and the reconstruction of education, 2007, s. 12). Dünya genelinde dijital ve medya okuryazarlığı eğitimi için küresel bir hareket gelişmektedir. Örneğin, Avrupa Birliği medya okuryazarlığını 21. yüzyılın önceliklerinden biri olarak belirlemiştir. Tüm medya türlerini kapsayan bu beceri, sadece gençler için değil, her yaştan birey, ebeveynler, öğretmenler ve medya profesyonelleri için de önemlidir (Hobbs, 2010, s. 47).

Bilgi düzensizliği ve yanlış bilgiyle mücadelede dijital okuryazarlık, sadece bireysel farkındalıkla sınırlı olmayan; aynı zamanda kurumsal ve toplumsal düzeyde

desteklenmesi gereken çok boyutlu bir yetkinlik alanı olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, ulusal ve uluslararası birçok kurum, özellikle kriz dönemlerinde artan bilgi kirliliğiyle baş edebilmek amacıyla eğitim, farkındalık ve kapasite geliştirme odaklı çeşitli projeler ve yayınlar üretmektedir. Farklı yaş gruplarına, meslek gruplarına ve topluluklara yönelik olarak tasarlanan bu çalışmalar, dijital okuryazarlığı artırmayı ve toplumu dezenformasyona karşı daha dirençli hale getirmeyi hedeflemektedir. NATO Kamu Diplomasisi Birimi, teyit.org, UNESCO, UNICEF ve Avrupa Komisyonu gibi kurumlar tarafından yürütülen projeler ve yayımlanan rehberler, toplumun dezenformasyonun etkilerine karşı bilinçlendirilmesi ve daha güvenilir bir bilgi ortamının desteklenmesi amacıyla geliştirilmiştir.

Türkiye'nin önemli ve aktif doğrulama kuruluşlarından olan teyit.org da 2015 yılından beri yanlış bilgi ile mücadelede çeşitli kaynaklar oluşturmaktadır. İlk olarak, 2015 yılında “Doğrulama el kitabı: Kriz anlarında dijital verilerin doğrulanması için rehber” teyit.org kurucusu Atakan Foça (2015) tarafından Türkçe'ye çevrilmiştir. 2017 yılında “Doğrulama el kitabı: Kullanıcı üretimi içerik ve açık kaynak bilgi araştırmalarında online arama ve araştırma teknikleri için rehber” çalışması (Silverman & Tsubaki, 2015) Türkçeleştirilmiştir. Yine 2017'de, Teyit'in kullanıcılarından topladığı şüpheli içeriklere dair içgörü raporu “İnternette nelerden şüphe ediyoruz?” başlığıyla yayınlanmıştır (Foça, 2017). 31 Mart 2019'da yapılan yerel seçimlere dair Sahte Haber Karnesi: Yerel Seçimler 2019 raporu yayınlamıştır (Foça, 2019). 2019'da İsveç Konsolosluğu Türk-İsveç Kalkınma İşbirliği Birimi İkili İşbirliği Programı kapsamında desteklenen “Medya kullanımı ve haber tüketimi: Güven, doğrulama, siyasi kutuplaşmalar” (Şencan & Kalkan, 2019) araştırması yapılmıştır ve raporu yayınlanmıştır.

Covid-19 pandemi sürecinde “infodemi” kavramı ile tanıştık. Dünya Sağlık Örgütü, Infodemi'yi yanlış bilgi salgını olarak kavramsallaştırdı. Infodemi, pandemi, deprem, terör saldırıları gibi kriz zamanlarında büyük oranla yanlış bilginin yaygınlığı sebebiyle insanların güvenilir ve doğru bilgiye erişememeleri ve bu yanlış bilgilerin çok hızlı yayılması olarak tanımlamaktadır (Infodemi eğitimi projesi, 2020). Covid-19 pandemisi ile birlikte bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi ile mücadelede farkındalık yaratmaya yönelik çalışmalar/araştırmalar yapılmıştır.

NATO Kamu Diplomasisi Birimi tarafından desteklenen “Türkiye’de Bilgi Düzensizliği ile Mücadele Etmek: Eğitici Temelli Program” başlıklı proje 2021 yılında uygulanmıştır. Proje ilk olarak üniversite öğrencilerine yönelik çevrimiçi seminerler şeklinde başlamıştır. Dezenformasyonla mücadele ana çerçevesinde devam eden seminerlerin ve quiz uygulamalarının sonunda katılımcılara sertifika verilmiştir. Anlık katılım sağlayamayanlar <http://dezenformasyonegitimi.org> internet sitesinde 10 modül 247 saatten oluşan dezenformasyon eğitimine erişim sağlayabilmektedir (Dezenformasyon eğitimi, 2021).

NATO Kamu Diplomasisi Birimi tarafından desteklenen projede çeşitli yayınlar/kaynaklar da oluşturulmuştur. Ocak 2021’de “Küresel Siyasette Yeni Dezenformasyon Ekosistemini Anlamak” (Parlar Dal & Erdoğan) başlıklı bir rapor yayınlanmıştır. Raporun içeriğinde; “Dezenformasyonla Mücadele için Eğitim”, “İnfodemi ve İnfodemi’yle Mücadele” gibi bölümler bulunmaktadır. Yine aynı proje kapsamında “Dezenformasyonla Mücadele El Kitapçığı” (Parlar Dal & Erdoğan) hazırlanmıştır. “Medya Dezenformasyon Sözlüğü” ve “Medya Dezenformasyon Politika Notu” da hazırlanan diğer yayınlar arasındadır.

Temmuz 2020’de, "Pandemi Sürecinde Yanlış Bilgi Sorunu: Yanlış Bilgi, Haber Tüketimi ve Teyit Etme Davranışları" isimli araştırmanın raporu yayınlanmıştır. First Draft (Shane, 2020) tarafından yayınlanan “Yanlış Bilgi Psikolojisi” yine teyit ekibinin katkılarıyla Türkçeleştirilmiştir. Doğrulama El Kitabı’nın ve Araştırmacı Gazetecilik için Doğrulama El Kitabı’nın devamı niteliğinde 2020’de Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu üzerine Doğrulama El Kitabı (Silverman, 2020) yayınlanmıştır. Aralık 2022’de, George Mason Üniversitesi Center for Climate Change Communication tarafından desteklenen, alanında uzman 22 araştırmacının bir araya gelerek hazırladığı Yanlış Bilgileri Çürütme El Kitabı (Lewandowsky S. , ve diğerleri, 2020) Türkçeleştirilmiştir. Stephan Lewandowsky ve John Cook (2020) tarafından yazılan Komplo Teorisi El Kitabı teyit.org ekibi tarafından Türkçeleştirilmiştir. Teyit yetişkinler ve gazeteciler dışında 11-16 yaş grubu için de yayın katkısında bulunmuştur. Akıllı cihazlardaki verilerin izini sürmeye, veri ihlallerine karşı önlem almaya, teknolojiyle iyi bir ilişki kurmaya ve yanlış bilgiyle mücadele etmeye dair uygulayabilecek “Detox x Youth” (TacticalTech) isimli etkinlik kitabını çocuklara yönelik Türkçeleştirmişlerdir. Teyit ekibi, yakın zamanda

UNESCO tarafından hazırlanan “Gazetecilik, Sahte Haber ve Dezenformasyon: Gazetecilik Eğitimi ve Alıştırmaları için El Kitabı”nın (Ireton & Posetti, 2022) Türkçeleştirilmesine katkıda bulunmuştur. Dijital Veliler için “şüphe kası” temalı bir zihin haritası hazırlamışlardır. “Öğretmenlerle Eğitimde Eleştirel Dijital Okuryazarlık” projesi gerçekleştirmişlerdir ve bu proje kapsamında “Eğitimde Eleştirel Dijital Okuryazarlık: Öğretmenden Öğretmene El Kitabı”nı (2021) hazırlamışlardır. Son olarak 6. yıllarına özel 2 sayfalık acil durum teyit kiti hazırlamışlardır.

UNESCO’nun da yanlış bilgi ile mücadele konusunda çalışmaları ve yayınları bulunmaktadır. 2022 yılında dezenformasyon sorununa çözüm sunmak, uyarlamaya açık, uluslararası geçerliliği olan ve örnek bir müfredat oluşturmayı hedefledikleri “Gazetecilik, Sahte Haber ve Dezenformasyon: Gazetecilik Eğitimi ve Alıştırmaları için El Kitabı”nı (Ireton & Posetti, 2022) yayınlamışlardır. Kitabın içinde uygulamaya yönelik örnekler bulunmaktadır.

UNESCO’nun, ayrıca Twitter ile yaptığı iş birliği de bulunmaktadır. Bu iş birliği kapsamında medya okuryazarlığını güçlendirmek amacıyla dijital üzerinde bıraktığımız izleri kontrol etme, doğru rotayı belirleyebilme gibi konulara çözüm olabilmek adına Teaching and Learning Handbook’u geliştirmişlerdir.

UNICEF Executive Director Henrietta Fore (2019) günümüz bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi ile mücadele ortamında çocukların durumuna dikkat çektiği “Dünya Çocuklarına Mektup, Bir Sonraki Kuşak Hakkında Endişeli ve umutlu Olmanın 8 Nedeni” başlıklı mektubun 8. maddesinde “Bugüne kadar görülen “en az güvenen” yurttaş kuşağı sizler olabilirsiniz” yorumunda bulunmaktadır. Mektubun genel akışı her madde için “endişe” ve “umut neden var” kısımlarından oluşmaktadır. 8. maddenin endişe kısmında günümüzde çocukların yanlış bilgiler ve sahte haberlerle dolu bir dijital ortamda büyüyecek olmalarına ve araştırmalara göre günümüzde pek çok çocuğun ve gencin çevrimiçi ortamlarda gerçeği kurgudan ayırmakta güçlük çektiğine, bunun sonucunda da kime, neye güvenebileceğini ayırt etmekte daha da zorlandığının altı çizilmektedir. “Umut neden var” kısmında ise yine araştırmalara yer verilmiştir. Ancak bu defa ‘dijitalin yerlilerin’ daha ileri düzeyde dijital ve medya okuryazarlığının olduğu bilgisi paylaşılmıştır; Son dönemde yapılan ve Amerika Bilim Gelişim Derneği tarafından yayınlanan araştırmaya göre, 65 yaşın üzerindeki sosyal

medya kullanıcılarının sahte haber paylaşımlarının genç kuşağa göre yedi kat daha fazla olduğunu saptanmıştır. Ancak yine de manipölasyonlara karşı direnmede, güvenilir ve doğrulanabilir bilgiye ve kurumsal bilgilere ulaşabilmede tedbirli olmanın altı çizilmektedir.

Unicef'in ayrıca 2021 yılında yayınladığı Digital Misinformation /Disinformation And Children Hızlı Analiz Raporunda yanlış bilginin ve dezenformasyonun hızla yayılması çevrimiçi olarak acil bir kamu sorunu olarak ortaya çıktığı vurgusu yapılmıştır (Howard & Neudert, 2021).

En güncel çalışmalardan biri olan Bilgi Düzensizliklerine Karşı Toplumsal Bilişsel Dirençlilik Yaratmak (Creating Societal Cognitive Resilience Against Information Disorders - RESAID) projesi (2024), bilgi düzensizliklerine karşı toplumsal direnç oluşturmayı ve bireylerin farkındalığını artırmayı hedeflemektedir. Pandemi, iklim değişikliği, göç ve siyasal krizler gibi çoklu krizler ortamında yanlış bilgi, insan güvenliğini ve güvenilir bilgi kaynaklarını tehdit etmektedir. Bu bağlamda, siber güvenlik ve doğru bilginin yayılması, bireyler, kurumlar ve hükümetler arasında iş birliğini gerektiren bir kolektif sorumluluk olarak öne çıkmaktadır. Avrupa Komisyonu'nun Jean Monnet Mükemmeliyet Merkezleri Programı kapsamında desteklenen RESAID, 2023-2026 yılları arasında bu alanlarda faaliyet gösterecektir.

Aşağıda, bilgi düzensizliği ve yanlış bilgiyle mücadeleye yönelik olarak farklı kurumlar tarafından son yıllarda hayata geçirilen önemli çalışmalar, kronolojik olarak özetlenmiştir:

Tablo 3. Bilgi Düzensizliği ve Yanlış Bilgiyle Mücadelede Küresel Çalışmalar: Kronolojik Bir Bakış

Yıl	Kurum	Proje/Yayın	Açıklama
2015	teyit.org	Doğrulama El Kitabı (çeviri)	Dijital verilerin doğrulanması için rehber niteliğinde.
2017	teyit.org	İnternette Nelerden Şüphe Ediyoruz?	Şüpheli içeriklere dair kullanıcı içgörüsü raporu.
2019	teyit.org	Sahte Haber Karnesi: Yerel Seçimler 2019	2019 yerel seçimleri sırasında yayılan sahte haberlerle ilgili rapor.
2019	teyit.org	Medya Kullanımı ve Haber Tüketimi Raporu	İsveç Konsolosluğu destekli, güven ve siyasi kutuplaşma araştırması.
2019	UNICEF	Dünya Çocuklarına Mektup	Çocukların dijital çağda yanlış bilgiyle karşılaşma zorluklarına dikkat çeken mektup.
2020	teyit.org	Pandemi Sürecinde Yanlış Bilgi Sorunu	Pandemi sırasında yanlış bilgi ve teyit etme davranışları araştırması.
2020	teyit.org	Yanlış Bilgi Psikolojisi (çeviri)	First Draft iş birliğiyle, yanlış bilgiye karşı psikolojik direnç kılavuzu.
2020	teyit.org	Komplo Teorisi El Kitabı (çeviri)	Komplo teorilerine karşı bilinç geliştirme rehberi.
2021	NATO Kamu Diplomasisi Birimi	Türkiye’de Bilgi Düzensizliği ile Mücadele Projesi	Üniversite öğrencilerine yönelik seminer ve çevrimiçi modüllerle dezenformasyon eğitimi.
2021	NATO Kamu Diplomasisi Birimi	Küresel Siyasette Yeni Dezenformasyon Ekosistemini Anlamak Raporu	Dezenformasyonla mücadele ve infodemi konularını ele alan rapor.
2021	NATO Kamu Diplomasisi Birimi	Dezenformasyonla Mücadele El Kitabı	Dezenformasyona karşı rehber niteliğinde kitapçık.
2021	teyit.org	Detox x Youth Etkinlik Kitabı	11-16 yaş grubu için yanlış bilgi ve veri güvenliği konulu etkinlik kitabı.
2021	teyit.org	Digital Misinformation/Disinformation and Children Raporu	Yanlış bilginin çevrimiçi olarak çocuklar üzerindeki etkisini analiz eden hızlı rapor.

Tablo 3. Bilgi Düzensizliği ve Yanlış Bilgiyle Mücadelede Küresel Çalışmalar: Kronolojik Bir Bakış (Devam)

2021	teyit.org	Eğitimde Eleştirel Dijital Okuryazarlık: Öğretmenler için eleştirel dijital Öğretmenden Öğretmene El Kitabı	Öğretmenler için eleştirel dijital okuryazarlık rehberi.
2022	teyit.org	Dijital Veliler için “Şüphe Kası” Zihin Haritası	Dijital medya okuryazarlığı için ebeveynlere yönelik rehber.
2022	UNESCO	Gazetecilik, Sahte Haber ve Dezenformasyon El Kitabı	Dezenformasyonla mücadeleye yönelik küresel müfredat niteliğinde el kitabı.
2022	UNESCO	Twitter ile İş Birliği: Teaching and Learning Handbook	Dijital iz kontrolü ve medya okuryazarlığını güçlendirmeye yönelik rehber.
2023-2026	Avrupa Komisyonu Jean Monnet Programı	Bilgi Düzensizliklerine Karşı Toplumsal Bilişsel Dirençlilik Yaratmak (RESAID)	Bilgi düzensizliği konusunda farkındalık yaratarak bireylerin dirençliliğini artırmayı hedefleyen proje.

Sonuç olarak, tabloyla özetlenen çalışmalar, dijital okuryazarlık alanında önemli bir birikim oluştuğunu gösterse de bu bilgi ve kaynaklara toplumun ne ölçüde eriştiği ve bunlardan ne kadar yararlandığı hâlâ tartışmalı bir konudur. Eğitim kurumları, medya kuruluşları ve sivil toplumun iş birliğiyle yürütülen bu girişimler, önemli bir potansiyele sahip olsa da bilgi düzensizliğinin hızla değişen doğası karşısında etkilerinin sınırlı kalabildiği görülmektedir.

Dijital ve medya okuryazarlığı eğitimi, medyanın olumlu etkilerini artırırken olumsuz yönlerini en aza indirme potansiyeline sahip olmaktadır. Knight Komisyonu'nun Toplulukları Bilgilendirmek: Dijital Çağda Demokrasiyi Sürdürmek raporunda vurgulandığı üzere, bilgili ve katılımcı toplulukların, şeffaflık, kapsayıcılık, katılım ve kamu yararına odaklanan vatandaşlara ihtiyacı vardır (Hobbs, 2010, s. 9).

Bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi ile mücadele kapsamında günlük hayatta faydalı olabilecek kaynaklar üretilmiştir ve üretilmeye de devam edilmektedir. Ancak hızlı bilgi akışı ve tüketim ortamında bu kaynaklara ne kadar kişinin ulaştığı, ne kadar kişinin faydalandığı önemli bir konudur. NATO, teyit.org, UNESCO ve UNICEF gibi kuruluşlar, medya ve dijital okuryazarlık eğitimleriyle çeşitli yaş gruplarına ulaşmayı amaçlamaktadır. Bu çalışmalar, kriz anlarında doğrulama kuruluşlarının sağladığı

bilgi akışıyla bireylerin dezenformasyona karşı bilinçlenmesini hedeflemektedir. Ancak, dijital çağda bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorununun her geçen gün artması, bu girişimlerin etkinliğinin ne ölçüde yeterli olduğu sorusunu gündeme getirmektedir. Bu girişimlerin etkinliğine dair soru işaretleri, medya okuryazarlığının düşük seviyelerde seyrettiği Türkiye örneğiyle daha da belirgin hale gelmektedir. Örneğin, 2018 yılında Açık Toplum Enstitüsü'nün yayınladığı Medya Okuryazarlığı Endeksi Raporu (Bianet, 2018), eğitim, medya özgürlüğü ve kamu güveni alanlarında 35 Avrupa ülkesini karşılaştırmış ve Türkiye'yi "sahte habere karşı en az dirençli" ikinci ülke olarak değerlendirmiştir.

Siyasi ve sosyal konularda yüksek derecede kutuplaşma ve medyanın parçalanmış yapısı, kitlelerin çoğulcu görüşlere erişimini kısıtlayarak manipülasyona açıklığını artırmaktadır. Bu risk, özellikle seçim dönemleri gibi toplumsal katılımın ve tansiyonun yüksek olduğu süreçlerde daha da belirgin hale gelmektedir. Türkiye'de 2023 seçimleri öncesinde Twitter'da yaklaşık 12.000 Rusça ve Macarca hesabın Türkçe olarak yeniden etkinleştirilmesi, Türkiye'nin dijital ve sosyal medya ekosistemindeki kutuplaşmanın, dezenformasyon operasyonları yoluyla yaratabileceği potansiyel tehditlere dikkat çekmektedir (Balkan & Ülgen, Dezenformasyonla mücadelede özdenetim ve düzenlemenin rolü, 2023, s. 8).

Raporlar, Türkiye'de medya kullanıcılarının %64'ünün haberlere sosyal medya üzerinden ulaştığını göstermektedir. Eğlence ve haberin iç içe geçtiği sosyal medya platformları, gerçeklik algısının bozulmasına zemin hazırlarken, platformların gelir modelleri bu bozulmayı daha da pekiştirmektedir. Medya okuryazarlığı sıklıkla bir çözüm olarak önerilse de, bireylere yüklenen bu sorumluluk bilgi düzensizliği karşısında öğrenilmiş çaresizlik yaratabilmektedir. Bu çok katmanlı sorun karşısında daha kapsayıcı bir yaklaşım olarak "yılmazlık" kavramı öne çıkmaktadır (Koçer & Sever, 2024).

Mezenformasyon karşısında yılmazlık, toplumsal bağlama entegre, bütüncül bir sistem meselesidir. Humprecht ve arkadaşları, bu yılmazlığı artıran veya kırılğanlaştıran yedi yapısal faktörü siyasal iklim, medya iklimi ve ekonomik iklim olmak üzere üç grupta incelemiştir. Araştırma, 18 ülkeyi belirli veri tabanları ve endeksler aracılığıyla karşılaştırmış ve kutuplaşma, popülizm, ayrılmış haber tüketimi, haber medyasına güvensizlik, zayıf kamu yayıncılığı, dijital reklam

pastasının büyüklüğü ve yoğun sosyal medya kullanımının mezenformasyon karşısında yılmazlığı sınırlayan temel faktörler olduğunu ortaya koymuştur. Bu çerçevede, Türkiye'nin de mezenformasyon karşısında yılmazlığının oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Toplumsal ve duygusal kutuplaşma, popülist siyaset, haber medyasına güvensizlik, yoğun sosyal medya kullanımı, ayrılmış haber tüketimi ve zayıf kamu yayıncılığı, Türkiye'nin bu alandaki kırılganlığını artıran başlıca etmenler olmaktadır (Koçer, Diren, dayan, yılma: Mezenformasyonu yılmazlık penceresinden görmek, 2023).

Türkiye'deki dijital medyanın belirgin özelliklerinden biri, yüksek düzeydeki siyasi ve toplumsal kutuplaşma olarak öne çıkmaktadır. Kutuplaşma, dezenformasyonun yayılmasını kolaylaştırırken, farklı grupların karşıt görüşlerden soyutlanmasına ve alternatif gerçekliklerde yaşamalarına neden olmaktadır. Merkez-çevre, laik-dindar ayrıışmaları ve Kürt sorunu gibi gerilimlere dayanan bu kutuplaşma, sosyal medyada daha da derinleşmekte, bireylerin karşıt görüşlerle etkileşim kurmasını sınırlamaktadır. Bu durum, medyaya duyulan güvensizlik ve medya ortamındaki parçalanma ile birlikte, Türkiye'nin dezenformasyona karşı savunmasızlığını artırmaktadır (Balkan & Ülgen, Dezenformasyonla mücadelede özenetim ve düzenlemenin rolü, 2023, s. 7).

Dijital okuryazarlık, günümüzün dijital medya ortamında bilgiye erişim, eleştirel değerlendirme ve içerik üretimi gibi çok katmanlı becerileri kapsayan önemli bir yetkinlik alanı olarak öne çıkmaktadır. Bu alana yönelik akademik çalışmalar; dijital okuryazarlığın ölçülmesi, medya tüketim alışkanlıklarıyla ilişkisi, yaş ve sosyoekonomik değişkenlerle bağlantısı gibi çok sayıda farklı ekseninde yoğunlaşmıştır. Ancak bu tez kapsamında, dijital okuryazarlık yalnızca bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorunuyla ilişkili olarak ele alınmaktadır. Dijital okuryazarlık düzeyinin, bireylerin yanlış bilgiye karşı geliştirdiği farkındalık, sorgulama becerisi ve bilgiye eleştirel yaklaşımıyla doğrudan bağlantılı olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda, özellikle mezenformasyon karşısında toplumsal yılmazlık (resilience) oluşturma çabalarının bir parçası olarak, dijital okuryazarlık kavramı değerlendirilmiştir. Ancak bu çalışmanın amacı doğrudan bireylerin dijital okuryazarlık becerilerini ölçmek değil, bu becerinin bilgi düzensizliği karşısındaki rolünü ve potansiyel etkilerini tartışmaya açmaktır.

Bu bölümde ele alınan başlıklar, bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorununu dijital çağın dinamikleri çerçevesinde çok boyutlu olarak değerlendirmeyi amaçlamıştır. Kuramsal arka plan ve tarihsel bağlamdan başlayarak, dijital medya ortamlarında yanlış bilginin yayılma biçimleri, algoritmaların rolü, hukuki düzenlemelerin etkisi, doğrulama platformlarının konumu ve dijital okuryazarlığın önemi kapsamlı biçimde incelenmiştir. Bu literatür taraması, günümüz medya ekosisteminde doğru bilgiye ulaşmanın yalnızca teknik bir mesele değil; aynı zamanda bireysel tutumlar, dijital yetkinlikler, medya yapıları ve toplumsal bağlamlarla doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Walter Lippmann'ın "insanlar, doğru bilgiye ulaşma çabası göstermek yerine, kendilerine sunulanla yetinmeye meyillidir" yönündeki tespiti, özellikle dijital çağda yeniden düşünülmeyi hak eden bir çerçeve sunmaktadır. Bu tez, söz konusu varsayımın günümüz bireyleri için ne ölçüde geçerli olduğunu anlamak amacıyla, bir sonraki bölümde hem doğrulama platformları temsilcileriyle yapılan görüşmelerden hem de dijital medya kullanıcılarının (öğrencilerin) bilgiye erişim pratiklerinden elde edilen nitel bulgulara odaklanacaktır. Literatürde tanımlanan kuramsal ve yapısal dinamiklerin, sahadaki deneyimlerle nasıl örtüştüğü, bu tezin temel sorunsalına ışık tutacaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMA TASARIMI VE YÖNTEMİ

3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Dijital iletişim ortamlarının gelişmesiyle birlikte bilgiye erişim kolaylaşmış, ancak bu durum bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Sosyal medya platformlarının kullanıcı merkezli yapısı, doğrulama süzgecinden geçmeyen içeriklerin hızla yayılmasına neden olmaktadır. Özellikle kriz anlarında yanlış bilgilerin hızla dolaşıma girmesi, önemli toplumsal sonuçlar doğurabilmektedir.

Bu sorunla mücadele amacıyla ortaya çıkan doğrulama platformları, dijital medya çağında önemli bir aktör hâline gelmiştir. Ancak bu platformların ne kadar etkili olduğu, halk tarafından ne ölçüde bilindiği, güvenilir bulunup bulunmadığı ve bireylerin bu platformlara yönelme eğilimi hâlâ yanıtlanması gereken sorulardır.

Bu çerçevede araştırmanın temel problemi şudur:

Dijital çağda bireyler, bilgiye ulaşmak ve doğruluğunu sorgulamak için aktif bir çaba gösteriyor mu, yoksa sunulan içerikle yetinip pasif bir kullanıcı rolünde mi kalıyor?

Bu çalışma, doğrulama platformlarının toplumdaki yerini ve bireylerin bu platformlara yönelik farkındalığını inceleyerek, dijital bilgi ortamındaki bilgi düzensizliği dinamiklerini anlamayı amaçlamaktadır.

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın temel amacı, dijital medya ortamında yaşanan bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorunu çerçevesinde hem bireylerin hem de doğrulama platformlarının konuya yaklaşımlarını analiz etmektir. Bu bağlamda araştırma, iki temel hedef gruba odaklanmaktadır: doğrulama platformlarında görev alan çalışanlar ve üniversite öğrencileri.

Çalışmada bir yandan bireylerin dijital ortamda bilgiye ulaşma biçimleri, bilgi doğrulama alışkanlıkları ve bu konudaki farkındalık düzeyleri sorgulanmakta; diğer

yandan doğrulama platformlarının bu alandaki işleyişi, karşılaştıkları zorluklar ve toplum nezdindeki bilinirlikleri ele alınmaktadır.

Araştırmanın alt amaçları şu şekilde sıralanabilir:

- Üniversite öğrencilerinin dijital medya ortamında bilgiye ulaşma, bilgiyi doğrulama ve sorgulama pratiklerini anlamak,
- Bireylerin bilgiye karşı aktif ya da pasif tutumlarını değerlendirmek,
- Doğrulama platformlarının bilgi düzensizliği ve yanlış bilgiyle mücadeledeki işlevini ve etkisini ortaya koymak,
- Bu platformların kamuoyu nezdindeki bilinirliğini ve güven algısını incelemek,
- Doğrulama platformlarının karşılaştıkları zorluklar ve sosyal medya şirketleriyle iş birliği düzeyleri hakkında içgörü sağlamak,
- Bilgi düzensizliğiyle mücadeleye yönelik geleceğe dönük çözüm önerileri geliştirmek.

3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Dijital medya ortamında bilgiye erişimin hız kazanması, bireyleri her an yeni içeriklerle karşı karşıya bırakmaktadır. Ancak bu içeriklerin doğruluğunun sorgulanmaması, bilgi düzensizliği ve yanlış bilginin yayılımını artırmakta; bireylerin karar alma süreçlerinden toplumsal güven ortamına kadar birçok alanda olumsuz etki yaratmaktadır.

Bu çalışma, dijital çağın temel sorunlarından biri olan yanlış bilgiyle mücadeleye hem birey düzeyinde (alımlayıcılar) hem de kurumsal düzeyde (doğrulama platformları) yaklaşarak, literatürde eksik kalan bir boşluğu doldurmayı hedeflemektedir.

Üniversite öğrencilerinin bilgiye nasıl ulaştıkları ve bu bilgiyi ne kadar sorguladıkları, geleceğin dijital toplumunu şekillendirme açısından kritik önemdedir. Aynı şekilde doğrulama platformlarının halk tarafından ne kadar bilindiği, nasıl algılandığı ve ne gibi yapısal zorluklarla karşılaştıkları da, bu mücadelenin sürdürülebilirliği için belirleyicidir.

Bu bağlamda çalışma;

- Bireylerin bilgiyle kurduğu ilişkiye dair güncel bir fotoğraf sunmakta,
- Doğrulama platformlarının mevcut konumunu değerlendirmekte,
- Yanlış bilgiyle mücadele konusunda hem akademik hem de pratik katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemi çerçevesinde tasarlanmıştır. Bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorununu hem bireyler hem de doğrulama platformları açısından çok boyutlu biçimde ele alabilmek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu yöntem, katılımcıların deneyim, algı ve yaklaşımlarını derinlemesine anlamaya imkân tanımaktadır.

Araştırmada iki farklı hedef grupla görüşmeler gerçekleştirilmiştir: ilki, Türkiye’de faaliyet gösteren doğrulama platformlarının temsilcileridir. Bu temsilciler, platformların kuruluş yapıları, çalışma yöntemleri, karşılaştıkları zorluklar ve halkla ilişkiler konularında kapsamlı bilgiler sunmuştur. İkinci grup ise, İstanbul Kültür Üniversitesi (Vakıf) ve Kocaeli Üniversitesi’nden (Devlet) seçilen üniversite öğrencileridir. Bu öğrenciler, bilgiye ulaşma biçimleri, doğrulama alışkanlıkları ve dijital ortamdaki bilgiye yaklaşımları bağlamında değerlendirilmiştir.

Görüşme soruları, literatür taraması ve araştırmanın kuramsal çerçevesi doğrultusunda hazırlanmış; katılımcıların kendi deneyimlerini serbestçe aktarabilecekleri bir yapı oluşturulmuştur. Toplanan veriler, nitel veri analizine uygun olarak tematik analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Süreç boyunca MAXQDA yazılımı kullanılarak veriler kodlanmış ve temalar oluşturulmuştur. Araştırma, katılımcıların görüşlerinden yola çıkarak bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorununun mevcut durumunu ortaya koymayı ve bu alandaki yapısal dinamikleri daha iyi anlamayı hedeflemektedir.

3.5. KATILIMCILAR VE GÖRÜŞME SÜRECİ

Bu araştırmada, bilgi doğrulama süreçlerini kurumsal ve bireysel düzeyde incelemek amacıyla iki farklı grupla görüşmeler yapılmıştır: Doğrulama platformu temsilcileri ve üniversite öğrencileri.

Doğrulama platformları tarafında, Türkiye’de aktif olarak faaliyet gösteren yedi farklı kuruluşla görüşülmüştür: Teyit.org, Doğruluk Payı, Anadolu Ajansı Teyit Hattı, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (doğrudan bir doğrulama platformu olmamakla birlikte, kamuya yönelik dezenformasyonla mücadele amacıyla içerik ürettiği için bu çalışmada dahil edilmiştir), Doğrula.org, Doğruluğune ve Malumatfuruş. Görüşmelerin bir kısmı yüz yüze, bir kısmı ise çevrim içi (Google Meet) olarak gerçekleştirilmiş; her biri ortalama 45 dakika ila 1 saat sürmüştür. Katılımcılar, kurucu/yönetici pozisyonlarından içerik üretimi ve analiz süreçlerinde görev alan uzmanlara kadar çeşitli rollerden seçilmiştir. Bu çeşitlilik sayesinde, karar alma ve uygulama düzeylerine dair bütüncül bir bakış açısı elde edilmiştir.

Araştırmanın nitel veri toplama sürecinde İstanbul Kültür Üniversitesi (Vakıf) ve Kocaeli Üniversitesi’nden (Devlet) toplam 20 lisans öğrencisi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelere beş farklı fakülteden (İletişim/Sanat ve Tasarım, Eğitim, Hukuk, Mühendislik, İktisadi ve İdari Bilimler) ikişer öğrenci katılarak disiplinler arası çeşitlilik gözetilmiştir. Görüşmelerin bir kısmı yüz yüze, bir kısmı ise çevrim içi olarak gerçekleştirilmiş olup her biri ortalama 10 dakika sürmüştür. Örneklem oluşturulurken farklı sınıf düzeylerinden ve akademik disiplinlerden öğrencilerin dahil edilmesiyle karma ve rastgele örnekleme yöntemi benimsenmiştir.

İstanbul Kültür Üniversitesi ve Kocaeli Üniversitesi’nin seçimi, yalnızca araştırmacının bu kurumlarla olan kurumsal bağlarıyla açıklanamaz; aynı zamanda bu iki üniversite Türkiye yükseköğretim sistemindeki yapısal, yönetsel ve sosyo-kültürel çeşitliliği temsil etme potansiyelleri bakımından anlamlı tercihlerdir. İstanbul Kültür Üniversitesi, merkezi bir konumda yer alan, çok kampüslü bir vakıf üniversitesi kimliğine sahiptir. Kocaeli Üniversitesi ise güçlü akademik kadrosu, geniş kampüs ağı ve Türkiye’nin dört bir yanından gelen öğrencileriyle devlet üniversiteleri arasında önemli bir yere sahiptir. Özellikle Kocaeli Üniversitesi’nin sahip olduğu coğrafi konum ve öğrenci çeşitliliği, farklı sosyal, kültürel ve ekonomik arka planlardan gelen bireyleri bünyesinde barındırması açısından önemlidir.

Bu iki üniversitenin dahil edilmesiyle oluşturulan örneklem, Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin tamamını temsil etme iddiası taşımamakla birlikte; farklı üniversite türlerinden (vakıf-devlet), farklı coğrafi konumlardan ve farklı akademik alanlardan öğrencileri kapsayarak anlamlı, çeşitli ve dengeli bir görünüm sunmaktadır. Böylece, bilgiye erişim, medya kullanımı ve doğrulama davranışları açısından farklı profillerin karşılaştırmalı olarak incelenmesine olanak tanınmıştır.

3.6. VERİ ANALİZİ VE TEMALAR

Araştırma kapsamında elde edilen nitel veriler, betimsel analiz ve içerik analizi yaklaşımları birlikte kullanılarak değerlendirilmiştir. Görüşmelerin ses kayıtları yazılı metne dönüştürülmüş ve analiz süreci MAXQDA 2020 yazılımı aracılığıyla yürütülmüştür.

Analizin ilk aşamasında, görüşme sorularına dayalı olarak bir ön kodlama şeması oluşturulmuş; kodlama sürecinde hem bu ön tanımlı temalar hem de verilerden kendiliğinden ortaya çıkan örüntüler dikkate alınarak esnek ve bütüncül bir yaklaşım benimsenmiştir.

Araştırma, iki ana katılımcı grubuyla gerçekleştirilmiştir ve veri analizi de bu gruplar için ayrı kodlama planlarına göre yapılandırılmıştır:

- Doğrulama platformlarında görevli uzmanlarla yapılan görüşmeler
- Üniversite öğrencileriyle yapılan görüşmeler

Doğrulama platformu temsilcilerinden elde edilen veriler; özellikle bilgi düzensizliği, yanlış bilgiyle mücadele, sosyal medya algoritmaları, yasal düzenlemeler, toplumsal farkındalık ve yapay zekâ gibi temalar etrafında analiz edilmiştir. Bu doğrultuda geliştirilen tematik kodlama şeması aşağıda sunulmaktadır:

Kodlama Şeması: Doğrulama Platformları Perspektifi

ANA TEMALAR → ALT TEMALAR → KODLAR

1. Yanlış Bilgi Sorununun Genel Seyri

- Artış Var (Son yıllarda dezenformasyonun görünürlüğü arttı)
- Sorun Durağan (Değişmedi veya eskiden beri var)
- Azalma Var

2. Etkili Faktörler

- Sosyal Medya Platformlarının Yapısı
- Medya Okuryazarlığı Eksikliği
- Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları
- Politik Kutuplaşma
- Filtre Balonları / Yankı Odaları
- Post-Truth Dönem (Gerçek-sonrası çağda duyguların bilgiye üstün gelmesi)

3. Doğrulama Platformlarının Etkisi

- Doğrulama Platformlarının Etkisi Sınırlı
- Doğrulama Platformlarının Etkisi Yok
- Doğrulama Platformlarının Etkisi Var

4. En Sık Görülen Dezenformasyon Türleri

- Politik Dezenformasyon
- Sağlıkla İlgili Yanlış Bilgiler
- Ekonomik Manipülasyonlar

5. Türkiye ve Diğer Ülkeler Karşılaştırması

- Benzerlikler
- Farklılıklar

6. Doğrulama Platformlarına Bilinirlik

- Genel Farkındalık Düzeyi
- Zaman İçindeki Değişim

7. Dijital Çağda Doğruluk Refleksi ve Pasif Tüketim Eğilimi

- Herkes Kendi Hakikati Peşinde
- Genelleme Yapılmaksızın Gözlem
- Aktif Doğrulama Çabası
- Pasif Kabul

8. Doğrulama Davranışına Engel Faktörler

- Eleştirel Medya Okuryazarlığı Becerilerine Sahip Olmama
- Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları

- Hakikatin Önemsizleşmesi
- Doğrulama Yanılgısı
- Zaman Yetersizliği
- Bilgi Eksikliği
- İlgisizlik
- Yankı Odaları Etkisi

9. Bilgi Doğrulamada Demografik Farklılıklar

- Genç Yetişkinler (25-35) Daha Eleştirel
- Üniversite Çağındaki (18-25) Gençler Daha Eleştirel
- Orta Yaş ve Üstü (35+) Daha Eleştirel

10. Doğrulama Platformlarının Karşılaştıkları Zorluklar

- Hakikatin Önemsizleşmesi
- Güvenilir Kaynak Eksikliği
- Politik Kutuplaşma Kaynaklı Direnç
- Kaynak / Gelir Eksikliği
- Algoritmalar ve Platform Politikaları

11. Doğrulama Platformlarına Güven Düzeyi

- Güven Sorunu Var
- Güven Sorunu Yok

12. İş Birlikleri

- Var
- Yok

13. Sosyal Medya Algoritmalarının Yanlış Bilgi Yayılımındaki Rolü

- Kullanıcı Temelli Doğrulama ve Alternatif Katılım Modelleri
- Etkileşim Odaklı Algoritma ve Kâr Motivasyonu
- Teyit Mekanizmalarının Zayıflatılması
- Algoritmik Öncelikler ve Görünürlük Sorunu
- Platform Politikaları ve Politik İttifaklar

14. Meta'nın Fon Kesme Kararı ve Sonuçları

- Sektörde Belirsizlik
- Topluluk Notları vb. Alternatif Modellere Geçiş Süreci
- Platformların İdeolojik Eğilimleri / Siyasal Bağlantılar
- Finansal Sürdürülebilirlik Krizi
- Profesyonel Teyit Mekanizmalarının Zayıflatılması

15. Sosyal Ağ Platformlarının Topluluk Notları Modeli

- Etkili Olmadığını Görüşü
- Etkili Olduğunu Görüşü
- Kısmen Etkili Olduğunu Görüşü
- Etkili Bir Yöntem Olduğu Görüşü

16. Yasal Düzenlemeler ve Etkileri

- Yasanın Kısmen Etkili Olduğu Görüşü
- Yasanın Etkisiz Olduğu Görüşü
- Yasanın Etkili Olduğu Görüşü
- Yasa Şartlı Olarak Etkilidir
- Yasanın Siyasi Amaçlı Kullanıldığı Görüşü

17. Yapay Zekâ Destekli Yanlış Bilgi Üretimi ve Olası Tehditler

- Kontrolsüz Gelişim
- Deepfake, Ses ve Görüntü Üretimi
- Gerçeklik Algısının Bozulması

18. Yapay Zekânın Doğrulama Süreçlerine Katkıları

- Yardımcı Araçlar
- Hızlı Tarama
- Eğitim Temelli Çözümler

19. Gelecek Perspektifi

- Toplumsal Dayanıklılığı ve Direnci Artırma
- Kötümser / Karamsar Gelecek Senaryoları
- Yeni Mücadele Stratejileri

Öğrencilerle yapılan görüşmelerde ise daha çok bireysel medya kullanımı, bilgi doğrulama davranışları ve farkındalık düzeyleri ön plana çıkmıştır. Bu doğrultuda geliştirilen temalar, öğrencilerin dijital ortamda bilgiye ulaşma pratiklerini, bilgi doğrulama yöntemlerine ilişkin eğilimlerini ve doğrulama platformlarına yönelik tutumlarını kapsamaktadır. Kodlama planı aşağıdaki şekilde yapılandırılmıştır:

Kodlama Şeması: Üniversite Öğrencileri Perspektifi

ANA TEMALAR → ALT TEMALAR → KODLAR

1. Dijital Bilgiye Erişim Pratikleri

Hangi kaynaklar tercih ediliyor?

Sosyal medya platformlarının rolü

Bilgiye ulaşmada motivasyon

2. Bilgi Doğrulama Refleksi ve Alışkanlıklar

Doğrulama yapılıyor mu? Hangi yöntemlerle?

Şüphe duyulan durumlar ve tepkiler

Bireysel sorumluluk hissi

3. Doğrulama Platformlarına Yönelik Farkındalık

Platformların bilinirliği

Kullanım sıklığı ve güven algısı

Neden kullanılıyor / neden kullanılmıyor?

4. Pasiflik vs. Aktiflik: Lippmann Perspektifi

Bireyler bilgiye ulaşmak için çaba gösteriyor mu?

Kendilerine sunulanla yetinme eğilimi

5. Medya Okuryazarlığı Eğitimi ve Bilinci

Daha önce alınan dersler

Bu derslerin pratikteki yansıması

Eğitim ihtiyacı ve öneriler

Veri analizinde hem frekans hem bağlam analizleri gerçekleştirilmiş; temaların ne sıklıkla tekrarlandığı kadar, nasıl anlamlandırıldığına da odaklanılmıştır. Bu sayede çalışmada yalnızca sayısal değil, anlamsal derinlik de sağlanmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

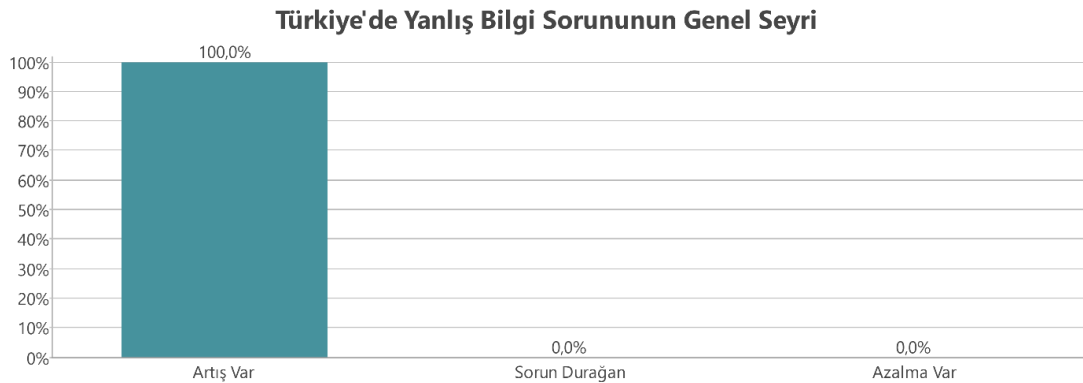
4.1. DOĞRULAMA PLATFORMLARI PERSPEKTİFİ

Bu bölümde, Türkiye’de faaliyet gösteren çeşitli doğrulama platformlarında görev yapan uzmanlarla gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen bulgular analiz edilmektedir. Katılımcılar; kurucu, yönetici ve editör gibi farklı pozisyonlarda görev alarak bilgi üretim süreçlerinin çeşitli aşamalarında deneyim sahibidir. Görüşmeler, hem kurumsal düzeyde karşılaşılan zorlukları hem de bireylerin bilgiyle kurduğu ilişkiye dair sahadaki gözlemleri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Elde edilen veriler, doğrulama faaliyetlerinin yapısal sorunlarından toplumsal bilgi alışkanlıklarına kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Bu çerçevede, doğrulama uzmanlarının değerlendirmeleri tematik başlıklar altında sistematik biçimde ele alınacaktır.

4.1.1. Bilgi Düzensizliği ve Yanlış Bilgi Sorunu: Türkiye’de Mevcut Durum

Doğrulama platformlarında çalışan katılımcıların tamamı, Türkiye’de bilgi düzensizliği ve yanlış bilginin özellikle dijital medya ortamında son yıllarda belirgin şekilde arttığını ifade etmiştir:

Grafik 1. Doğrulama Platformu Temsilcilerine Göre Türkiye’de Yanlış Bilgi Sorununun Seyri



“Türkiye’deki bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorununu nasıl değerlendiriyorsunuz? Sizce bu sorun son yıllarda nasıl bir seyir izledi?” sorusuna yanıt veren katılımcıların bir bölümü, sorunun yapısal temellerine ve medya ekosistemindeki dönüşüme odaklanırken; diğer bölümü, özellikle son yıllarda artan kriz dönemleri, sosyal medya algoritmaları ve kullanıcı davranışları ışığında sorunun

boyut değiştirdiğini vurgulamıştır. Ayrıca bazı katılımcılar bu sorunla m¼cadelede kullanılan kavramların ideolojik olarak araçsallaştırıldığına dikkat çekmiştir.

Bazı katılımcılar (K1, K4, K6) bilgi d¼zensizlięinin özellikle sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte belirgin şekilde arttığını ifade etmiştir. K1'e g¼re, yeni medyanın kullanıcıyı merkezine alan yapısı, bilgi üretim ve dolaşımında b¼y¼k bir kırılmaya yol ağmıştır. Geleneksel medya ile kıyaslandığında, formasyonu olmayan bireylerin bilgi üretim kapasitesinin artması "bilgi ekosistemini paramparça etmiştir." K4 ise bilginin yayılımını dalgalı bir grafik olarak tanımlamış; özellikle deprem, seçim, yangın gibi kriz anlarında yanlış bilginin ciddi şekilde arttığını belirtmiştir. K6 da benzer biçimde, sosyal medya kullanıcılarının etkileşim alma ve g¼r¼n¼r olma motivasyonuyla yanlış bilgi üretimine y¼neldięini, bu durumun algoritmalar tarafından da desteklendiğini savunmuştur: "Yanlış bilgi zaten sosyal medyada kaçınılmaz bir şekilde artıyor. Çünkü bilgi arttıkça, kalite kontrol¼ sağlanmazsa, yanlış bilgi de artar."

Bazı katılımcılar (K2, K5) bilgi d¼zensizlięinin d¼nyaya paralel şekilde T¼rkiye'de de bir sorun olduğunu ifade etmekle birlikte, bu durumun politika, eğitim seviyesi ve kutuplaşma gibi ¼lkeye özg¼ yapısal sorunlarla daha da derinleştiğini belirtmiştir. K2'ye g¼re, medya kaynaklarının yetersizliği ve toplumsal kutuplaşma, bu sorunu kronik h¼le getirmektedir. K5 ise geğmişle kıyaslandığında bilgiye ulaşımın kolaylaştığını ancak buna karşılık manip¼lasyonun da daha kolay ve profesyonel hale geldiğini dile getirmiştir.

Katılımcılardan K3, bu sorunun farkındalığının son yıllarda arttığını vurgulamıştır. Özellikle kamu kurumlarının "dezenformasyon" kavramını daha sık kullanmaya başlamasıyla birlikte, konunun daha g¼r¼n¼r olduğunu, halkın da bu kelimeyi daha sık telaffuz ettiğini belirtmiştir. Bu g¼r¼ř, sorunun artışından çok, kavramsal yaygınlaşmasına işaret etmektedir.

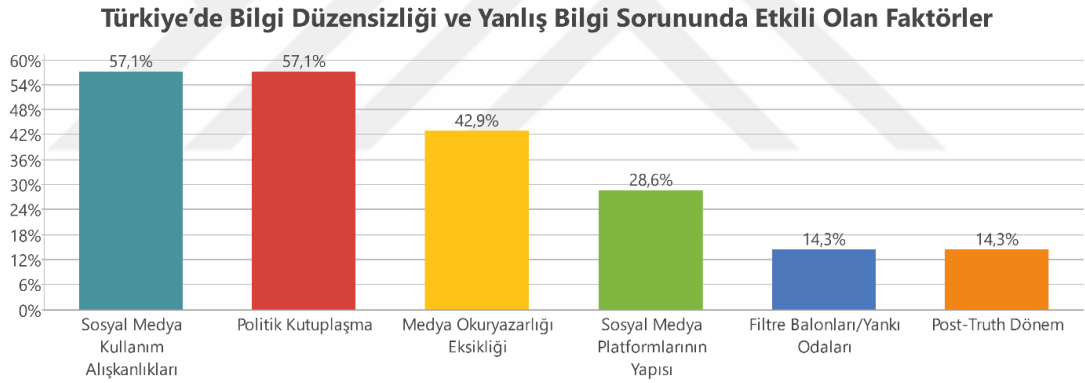
K7 ise konuyu daha farklı bir çerçevede değerlendirmiş ve T¼rkiye'de yanlış bilgi sorununun çoğu zaman ideolojik olarak araçsallaştırıldığını ileri s¼rm¼řtür. Kendisinin ifadesiyle: "T¼rkiye'de yanlış bilgi tanımı evrensel değil; herkes kendi tanımına g¼re bir m¼cadele platformu oluşturuyor. Bu da sorunun çöz¼m¼n¼ zorlaştırıyor."

Katılımcı görüşleri, Türkiye’de bilgi düzensizliği ve yanlış bilginin artan dijital medya kullanımıyla birlikte daha karmaşık bir hâl aldığını göstermektedir. Özellikle kriz anlarında yanlış bilginin yoğunlaştığı; sosyal medya algoritmaları, kullanıcı motivasyonları ve kurumsal güven sorunu gibi faktörlerin bu artışı desteklediği vurgulanmaktadır. Öte yandan, kavramsal farkındalığın artması ve bu sorunun daha fazla tartışılıyor olması olumlu bir gelişme olarak görülmekle birlikte, bu farkındalığın ideolojik çerçevelerle sınırlandığı yönünde eleştiriler de dikkat çekicidir.

4.1.2. Türkiye’de Bilgi Düzensizliği ve Yanlış Bilgi Sorununun Temel Nedenleri

Katılımcıların görüşlerine göre, Türkiye’deki bilgi düzensizliği ve yanlış bilginin yaygınlaşmasında birden fazla faktörün etkili olduğu görülmektedir:

Grafik 2. Türkiye’de Yanlış Bilgi Sorununa Etki Eden Başlıca Faktörler (Katılımcı Görüşlerine Göre)



K1’e göre sorunun merkezinde, sosyal medya platformlarının kullanıcıyı merkeze alan yapısı yer almaktadır. Kullanıcıların anonimliği ve herhangi bir editoryal sürece tabi tutulmadan içerik üretebilmesi, bilgi ile görüş arasındaki sınırların bulanıklaşmasına yol açmakta; bu da doğru bilgiye ulaşımı zorlaştırmaktadır. Bu durumun medya okuryazarlığı eksikliğiyle birleştiğinde ciddi sonuçlar doğurduğu ifade edilmektedir. Benzer şekilde K2, sosyal medya, medya okuryazarlığı ve politik faktörlerin yanı sıra, bireysel düzeyde "zeka ve cehalet" gibi etkenleri de bilgi düzensizliğinin önemli nedenleri arasında saymaktadır.

K3 ise özellikle yankı odalarının etkisine dikkat çekmektedir. İnsanların kendi dünya görüşlerine uygun bilgi kaynaklarına sıkışıp kaldığını, karşıt görüşleri

sorgulamak yerine reddettiklerini belirtmektedir. Bu durumun, özellikle kriz anlarında yanlış bilgilerin hızla yayılmasına neden olduğunu örneklerle açıklamaktadır. K4 de bu görüşü destekler nitelikte; sosyal medya kullanıcılarının önemli bir kısmının “gerçeği merak etmediğini” ve kolayca ulaşılabilecek bilgileri bile araştırmadan benimsediğini ifade etmektedir. Bu durumun Türkiye’ye özgü bir motivasyon eksikliğiyle birleştiği belirtilmektedir.

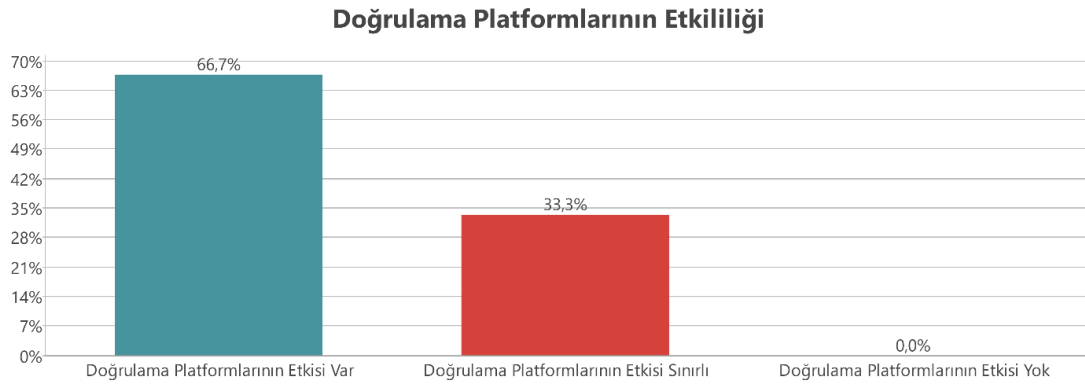
K5 ise soruna daha çok psikolojik bir açıdan yaklaşarak, bireylerin “inanmak istedikleri şeye inanma eğiliminde” olduklarını, yani işlerine gelen bilgiyi sorgulamadan benimsediklerini belirtmektedir. Bu da, yanlış bilginin yalnızca bir üretim değil, aynı zamanda bir tüketim tercihi olduğuna işaret etmektedir. K6, bilgi üretimindeki sorunların sosyal medya algoritmalarıyla doğrudan ilişkili olduğunu vurgularken, çözüm olarak eleştirel medya okuryazarlığının yaygınlaştırılması gerektiğini savunmaktadır. K7 ise özellikle politik kutuplaşmayı temel neden olarak göstermektedir. Ona göre, yanlış bilginin üretimi ve yayılımı, taraflar arası ideolojik gerilimlerle doğrudan bağlantılıdır ve bu kutuplaşma, nefret söyleminden cinsiyet temelli ayrımcılığa kadar birçok sorunu da beslemektedir.

Genel olarak, katılımcılar bilgi düzensizliğini sadece bir teknoloji sorunu olarak değil, aynı zamanda toplumsal, psikolojik ve politik yönleri olan çok katmanlı bir mesele olarak değerlendirmektedir. Sorunun çözümünde medya okuryazarlığı, eleştirel düşünme becerileri ve kurumsal iş birlikleri önemli birer anahtar olarak öne çıkmaktadır.

4.1.3. Doğrulama Platformlarının Etkililiği: Kriz Zamanlarında Rol ve Sınırlar

Katılımcıların çoğu, doğrulama platformlarının bilgi düzensizliği ve yanlış bilgiyle mücadelede önemli bir rol oynadığını kabul etmekle birlikte, bu etkinin sınırlı, bağlama bağlı ve çabaların ölçeğine göre değişken olduğunu vurgulamaktadır.

Grafik 3. Uzmanlara Göre Doğrulama Platformlarının Yanlış Bilgiyle Mücadeledeki Etkililiği



Özellikle kriz zamanlarında – seçimler, doğal afetler, pandemiler gibi – bu platformların görünürlüğü ve etkisi belirgin şekilde artmaktadır. Ancak yine de yanlış bilginin yayılma hızı ve kapsamı karşısında, doğrulama faaliyetlerinin çoğu zaman geride kaldığı belirtilmektedir.

K1, doğrulama platformlarının çıkış noktasının sosyal medya kaynaklı bilgi kaosu olduğunu, dolayısıyla bu girişimlerin yeni medya bağlamında ortaya çıktığını ifade etmektedir. Ancak buna rağmen, “yanlış bilginin çok daha hızlı ve yaygın biçimde dolaşıma girdiğini” vurgulayarak, doğrulama platformlarının bu akışa yetişmekte zorlandığını belirtmektedir. Bu bakış açısı, doğrulama çabalarının anlamlı ama tek başına yeterli olmadığını göstermektedir.

K2 ise daha iyimser bir tutum sergileyerek, doğrulama platformlarının varlığının dahi başlı başına bir caydırıcı etki yarattığını savunmaktadır. Ona göre, platformların “alanın boş olmadığını göstermesi”, yanlış bilgi üreticileri üzerinde bir tür baskı ve denetim işlevi görmektedir. Ancak yine de bu aktörlerin “şövalye olmadığını”, yani sistemik sorunları tek başlarına çözemeyeceklerini ifade ederek, katkılarının önemli fakat sınırlı olduğunu kabul etmektedir.

K4, doğrulama platformlarının etki düzeyinin ölçülmesinin oldukça güç olduğunu, ancak kimi zaman viral olan yanlış bilgilerin doğrulanmasına rağmen kamuoyunda hâlâ etkili olmaya devam ettiğini örneklerle açıklamaktadır. Özellikle politik figürlerin veya ana akım medyanın, doğruluğu kanıtlanmış bilgileri görmezden gelerek yanlış bilgi yaymaya devam etmesi, bu alandaki en büyük engellerden biri

olarak görülmektedir. Yine de kimi zaman doğrulama yazılarının bireysel farkındalık yarattığını ve kullanıcılar üzerinde olumlu etkiler bıraktığını da eklemektedir.

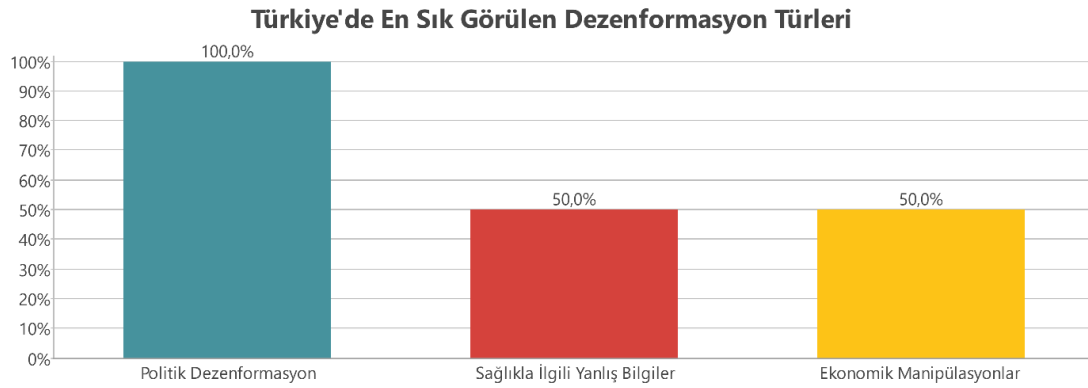
Benzer şekilde K5, kriz zamanlarında doğrulama platformlarına olan ilginin arttığını gözlemlediğini; halkın bu dönemlerde daha fazla etkileşim kurduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda doğrulama platformları, kamu ile bilgi arasında köprü kuran aktörler olarak önemli bir işlev üstlenmektedir. K6 ise özellikle depremler gibi ani kriz durumlarında, platformların hızlı refleks göstermesinin büyük fark yarattığını belirtmekte; hatta klasik doğrulama sürecinin ötesine geçerek “anlık müdahale ve hızlı içerik üretimi” sayesinde yanlış bilgi akışını kesmeye çalıştıklarını aktarmaktadır. Bu durum, doğrulama platformlarının kriz dönemlerinde sadece bilgi sağlayıcı değil, aynı zamanda psikolojik yük taşıyan birer müdahale aktörüne dönüştüğünü göstermektedir.

Sonuç olarak, katılımcılar doğrulama platformlarının etkili olduğu noktaları kabul etmekle birlikte, bu etkinin bilgi ekosisteminin geneli üzerinde kalıcı ve yapısal bir değişim yaratmakta zorlandığını ifade etmektedir. Özellikle yanlış bilgiye duyulan ilgi, politik aktörlerin pozisyonu ve sosyal medya algoritmalarının işleyişi gibi dışsal faktörler, doğrulama faaliyetlerinin etkisini sınırlamaktadır. Buna rağmen, bu platformların varlığı ve gösterdiği çaba, bilgi düzensizliğiyle mücadelede önemli ve vazgeçilmez bir alan olarak değerlendirilmektedir.

4.1.4. Günümüzde En Sık Karşılaşılan Dezenformasyon Türleri

Katılımcılar, dezenformasyonun özellikle kriz dönemlerinde arttığını belirtmekle birlikte, en yaygın konuların başında siyaset, sağlık ve göçmenlerle ilgili iddiaların geldiği konusunda büyük oranda hemfikirdir.

Grafik 4. Türkiye’de En Sık Karşılaşılan Dezenformasyon Türleri (Uzman Görüşlerine Göre)



Verilere ve deneyimlere dayalı olarak yapılan bu değerlendirmeler, dezenformasyonun toplumsal gerilimle paralel şekilde şekillendiğini ortaya koymaktadır.

K1, Türkiye’de dezenformasyonun en çok siyaset ve sağlık alanlarında yoğunlaştığını vurgulamakta, özellikle seçim dönemlerinde bu yoğunluğun zirveye ulaştığını ifade etmektedir. Ona göre insanların siyasetten beklentisi yüksek olduğu için, manipülasyonlara da daha açık hâle gelmektedirler. Siyasi içeriklerin duygusal tepkileri harekete geçirme gücünün, dezenformasyonun yayılma hızını artırdığına dikkat çekmektedir.

K2 ise dezenformasyonun dönemsel bir yapısı olduğuna işaret etmektedir. Seçim, pandemi ve doğal afet gibi olaylar sırasında bu tür içeriklerin arttığını; ancak bayram gibi politik iklimin yumuşadığı dönemlerde bir durulma yaşandığını gözlemlemektedir. Bu bağlamda dezenformasyonun sadece içerikle değil, içinde bulunduğu toplumsal ve kültürel bağlamla da şekillendiğini belirtmektedir.

K3, özellikle sığınmacılar üzerine üretilen dezenformasyonun Türkiye’de en sık rastlanan türlerden biri olduğunu belirtmekte ve bu tür içeriklerin kamuoyunda doğrudan duygusal ve fiziksel tepkilere yol açabildiğini vurgulamaktadır. Korku ve öfke gibi duyguları tetikleyen içeriklerin, halkı sokağa dökebilecek kadar güçlü bir etkiye sahip olduğunu savunmakta, bu yüzden toplumu “düşünsel bir frenleme” sürecine davet etmektedir.

K4 ve K5'in değerlendirmeleri de benzer biçimde politik ve ekonomik dezenformasyonun baskın olduğuna işaret etmektedir. K4, analizlerinin yaklaşık %50'sinin siyasi içeriklere dair olduğunu vurgulayarak bu alanın hâkimiyetini verilerle desteklemektedir. K5 ise, ekonomik dezenformasyonun genellikle bir çıkar veya ürün pazarlama amacına hizmet ettiğini, politik dezenformasyonun ise çoğu zaman ideolojik motivasyonlarla yayıldığını dile getirmektedir.

K6'nın değerlendirmesi, dezenformasyonun yalnızca güncel konularla sınırlı olmadığını, tarihsel figürler ve olaylar üzerinden de sürdüğünü göstermektedir. Atatürk, Abdülhamid ve İsmet İnn gibi isimler hakkında yayılan içeriklerin, siyasileştirilmiş tarih anlatılarını beslediğini ve bu durumun siyasi dezenformasyonun bir biçimi olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca Gazze ve Ukrayna gibi uluslararası çatışmaların da Türkiye'de dezenformasyonun yayılmasına zemin hazırladığını, çünkü bu konuların yerel düzeyde güçlü yankılar yarattığını belirtmiştir.

K7 ise dezenformasyonun klasik içerik kategorilerinin ötesine geçerek platform temelli bir soruna dönüştüğünü ileri sürmektedir. Özellikle TikTok ve Instagram gibi akış temelli platformlarda maruz kalınan içeriklerin takip edilememesi, kullanıcıların neye inandığını, neyi paylaştığını fark edememesine neden olmaktadır. Alternatif tıpla ilgili sağlık içeriklerinin bu mecralarda sıklıkla dolaşıma girdiğini, ancak bunun zararlı olup olmadığının dahi çoğu zaman anlaşılamadığını vurgulamaktadır. Bu bağlamda sorunun "ne söylendiğinden çok, nasıl ve nerede yayıldığına" evrildiğini ne sürmektedir.

Sonuç olarak, katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda en yaygın dezenformasyon türleri şu şekilde sıralanabilir:

- Politik dezenformasyon (seçimler, liderler, çatışmalar)
- Göçmenlerle ilgili yalan haberler
- Sağlıkla ilgili iddialar (zellikle alternatif tıp ve pandemi süreçleri)
- Ekonomik manipülasyonlar
- Tarihsel ve uluslararası ilişkilerle ilgili çarpıtılmış bilgiler
- Komplo teorileri ve platform kaynaklı "mezenformasyon" içerikleri

4.1.5. Yanlış Bilgiyle Mücadelede Türkiye: Küresel Benzerlikler ve Yerel Farklılıklar

“Türkiye'deki yanlış bilgi sorununun diğer ülkelerden farklı veya benzer yönleri nelerdir?” sorusuna verilen yanıtlar, Türkiye'nin yanlış bilgiyle mücadelesinin hem küresel bağlamda benzerlikler taşıdığını hem de yerel dinamikler açısından farklılaştığını ortaya koymaktadır. Katılımcıların çoğu, Türkiye'nin siyasi, kültürel ve medya ekosistemi bakımından özgün bir yanlış bilgi ortamına sahip olduğunu belirtmiştir.



K1, Avrupa ve Kuzey Avrupa ülkelerinde yanlış bilginin daha az yaygın olduğuna ve bunun medya okuryazarlığı, politik istikrar gibi etkenlerle açıklanabileceğine dikkat çekerken, Türkiye'nin ABD ile benzer biçimde yoğun bir kutuplaşma ortamında olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca 2018'de yapılan Reuters araştırmasının sonuçlarını değerlendirerek, o dönem yaşanan Zeytin Dalı Harekâtı gibi olayların sonuçları etkileyebileceğini vurgulamıştır.

K2, Türkiye'nin Pakistan ve Mısır gibi İslami kültürle yoğrulmuş toplumlarla benzer dezenformasyon içeriklerine açık olduğunu, özellikle dini motifli yanlış bilgilerin bu ülkelerde benzer biçimde yayıldığını belirtmektedir. Buna karşılık Kuzey Avrupa ülkelerinde medya sistemlerinin daha dirençli olduğu ve yanlış bilgiye karşı yapısal savunmaların daha güçlü olduğu vurgulanmaktadır.

K3, İngiltere'de son dönemde yaşanan İslamofobi temelli dezenformasyonların Türkiye ile benzerlik gösterdiğini belirtse de, Türkiye'deki yapının daha örgütlü ve

manipülatif olduğunu söylemektedir. Özellikle terör örgütleri ve organize dezenformasyon ağlarının Türkiye’de çok daha etkin olduğunu vurgulamaktadır.

K4, metodolojik düzeyde bakıldığında teyit platformlarının ülkeler arasında benzer çalıştığını, ancak medya okuryazarlığı düzeyi ve eğitim sisteminin etkisiyle yanlış bilginin etkisinin farklılaştığını ifade etmektedir. Türkiye’de teyit platformlarının görece olarak yeni bir alan olduğunu, Batı ülkelerinde ise bu ekosistemin çok daha uzun süredir var olduğunu belirtmektedir.

K5, Türkiye’nin hem eğitim eksikliği hem de siyasi ortamın karmaşıklığı nedeniyle yanlış bilgiye karşı daha savunmasız olduğunu belirtmektedir. Ayrıca, birçok yanlış bilginin Batı kaynaklı dezenformasyonların Türkçeye çevrilerek yaygınlaştığını; kültürel ve siyasi farklılıkların bu içeriklerin etkisini artırdığını ifade etmektedir.

K6, Türkiye’nin Hindistan, Pakistan ve Endonezya gibi ülkelerle hem medya okuryazarlığı hem de içerik yapısı açısından benzer bir yanlış bilgi ortamına sahip olduğunu öne sürmektedir. Ayrıca, Türkiye’deki tarihsel, ideolojik kutuplaşmanın yanlış bilgiye duyarlılığı artırdığına dikkat çeker.

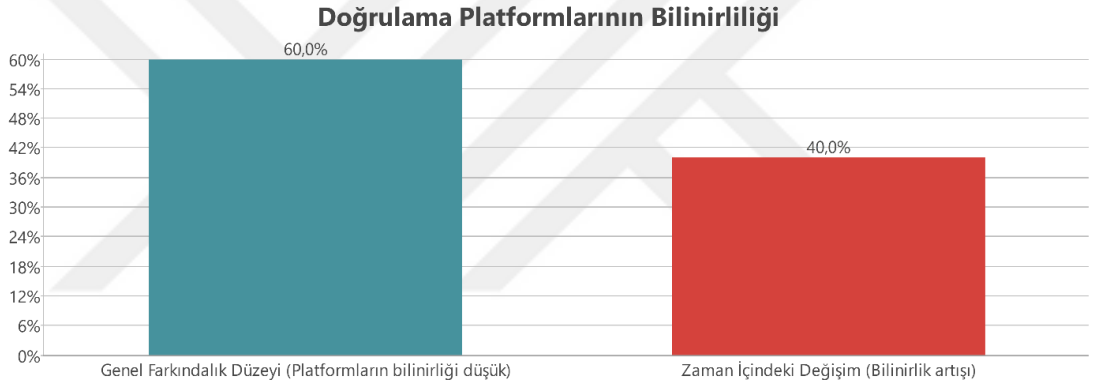
K7 ise yapısal olarak Avrupa ülkelerinde yanlış bilginin daha kolay izlenip ölçümlenebildiğini, Türkiye’de ise medya çeşitliliği, dijital içeriğin kaotik yapısı ve haberden çok sosyal medya içeriğiyle uğraşma zorunluluğunun farklı bir metodolojik yaklaşım gerektirdiğini ifade etmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye yanlış bilgiyle mücadelede Batı ülkeleriyle benzer medya uygulamalarına sahip olsa da, politik kutuplaşma, düşük medya okuryazarlığı ve dış etkenler gibi nedenlerle daha kırılgan bir yapı sergilemektedir. Türkiye’nin toplumsal ve siyasal özellikleri, onu hem gelişmekte olan ülkelerle hem de Batı’daki popülist hareketlerden etkilenen ülkelerle benzeştirirken; aynı zamanda kendine özgü bir konumda yer almasına neden olmaktadır.

4.1.6. Doğrulama Platformu Temsilcilerinin Alımlayıcılara Yönelik Gözlemleri

“Halk sizce doğrulama platformlarından haberdar mı? Halkın bilgi doğrulama platformlarına aşinalık düzeyi hakkında genel gözlemlerinizi nelerdir? Bu düzey zamanla artıyor mu?” sorusuna verilen yanıtlar, halkın doğrulama platformlarına aşinalığının sınırlı olmakla birlikte zamanla artış gösterdiğini ortaya koymaktadır. Katılımcıların çoğu, toplumun doğrulama platformlarına dair genel farkındalığının düşük olduğunu belirtmiştir. Ancak zaman içinde bu farkındalığın kademeli olarak arttığı da vurgulanmaktadır.

Grafik 5. Doğrulama platformlarının kamuoyu nezdindeki bilinirliğine dair görüşlerin tematik kodlamalara göre dağılımı



K1, sosyal medyada yanlış bilgiye maruz kalan kullanıcıların doğrulama platformlarını yeterince tanımadığını belirtmiş, yanlış bilgilerin erişim oranlarının doğrulama içeriklerinden katbekat fazla olduğuna dikkat çekmiştir. K4 ise son yıllarda özellikle platform sayısındaki artışla birlikte bilinirliğin arttığını ve daha geniş kitlelere ulaşıldığını gözlemlediğini ifade etmiştir. Benzer şekilde, K6 da COVID-19 pandemisi sürecinde doğrulama platformlarına olan ilginin yükseldiğini, ancak bu artışın tamamen bilgi ihtiyacından değil, aynı zamanda sosyal medya kullanım alışkanlıklarının değişmesinden kaynaklanabileceğini belirtmiştir.

Öte yandan K5, gazeteciler ve devlet kurumları da dahil olmak üzere doğrulama platformlarının yeterince tanınmadığını, bu durumun oldukça üzücü olduğunu vurgulamış, medya güvenilirliğinin düşük olduğu bir ortamda bu tür girişimlerin daha görünür olması gerektiğini savunmuştur. K7 ise, toplumsal farkındalığın halen çok sınırlı olduğunu, özellikle genç erkek kullanıcılar arasında daha fazla bilinirlik

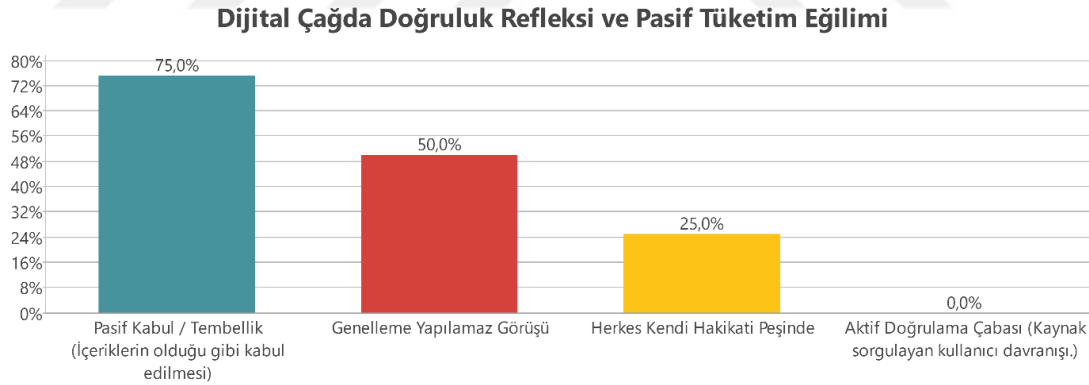
sağlandığını ancak genel toplum düzeyinde etkin bir aşinalıktan söz edilemeyeceğini belirtmiştir.

Tüm yanıtlar birlikte değerlendirildiğinde, bilgi doğrulama platformlarının varlığı ve önemi kabul edilmekle birlikte, erişimlerinin ve toplumdaki bilinirliklerinin hâlâ sınırlı olduğu, bu durumun sosyal medya kullanım alışkanlıkları, bilgi tüketim biçimleri ve iletişim stratejileriyle doğrudan ilişkili olduğu söylenebilir.

4.1.7. Dijital Çağda Doğruluk Refleksi ve Pasif Tüketim Eğilimi

“Walter Lippmann’ın ‘bireylerin genelde kendilerine sunulanla yetindiği’ yönündeki görüşü sizce dijital çağ için de geçerli mi? İnsanlar bilgi doğrulama ve doğruluk kontrolü konusunda ne kadar aktif bir tutum sergiliyor?” sorusuna verilen yanıtlar, bireylerin bilgiye erişim imkânları artsa da çoğunluğun hâlen kendilerine sunulanla yetindiğini, doğrulama ve şüphecilik refleksinin sınırlı kaldığını göstermektedir.

Grafik 6. Doğrulama Refleksi ve Dijital Tüketim Eğilimleri: Doğrulama Platformu Temsilcilerinin Gözlemleri



Bu görüşlerin kaynağı, doğrudan sahada çalışan, yanlış bilgiyle mücadele eden doğrulama uzmanlarıdır; dolayısıyla onların gözlemleri, bireylerin bilgiyle kurduğu ilişkiye dair en yakın ve doğrudan tanıklıklar niteliğindedir. K1, yanlış bilgilerin hızlı yayılımında sosyal medya algoritmalarının etkisine işaret etmiş; bireylerin, özellikle kriz zamanlarında bilgiye açıklıkla doğru bilgiye ulaşmaya çalıştıklarını, ancak genel eğilimin hâlâ pasif tüketim olduğunu vurgulamıştır. Özellikle medya okuryazarlığı güçlü bireylerin şüphe duyarak kendi araştırmalarını yapabildiğini, ancak bunun yaygın bir davranış olmadığını belirtmiştir.

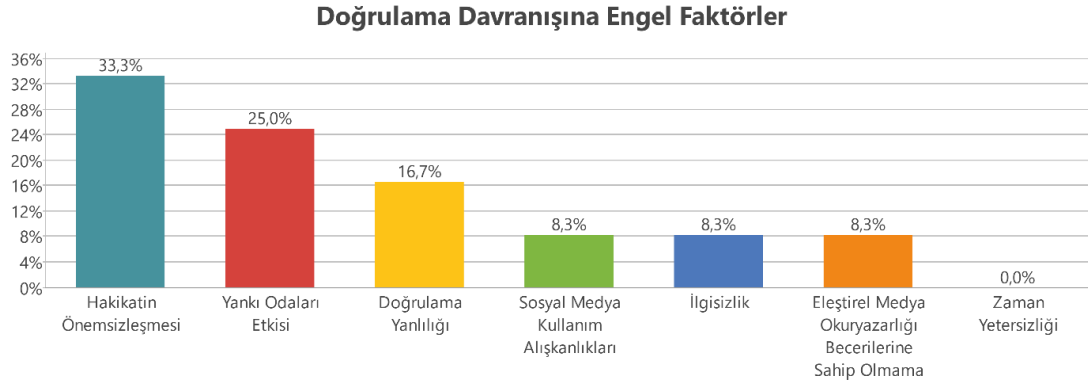
K2 ise, toplum genelinde bireylerin çoğunlukla kendi "hakikatlerine" yatırım yaptığını, Walter Lippmann'ın görüşünün dijital çağda da büyük ölçüde geçerli olduğunu ifade etmiştir. İnternetin başta umut vaat ettiğini ancak zamanla bireysel içerik üretiminin kontrolsüzleşmesiyle birlikte yanlış bilginin yayıldığını söylemiştir.

K4, insanların çoğu zaman basit bir Google aramasıyla dahi doğrulama zahmetine girmediklerini vurgulamış; doğrulama platformlarının bu anlamda "zorla doğru bilgi sunmaya çalışan" bir işlev gördüğünü belirtmiştir. K5, genel eğilimin sunulanı kabul etme yönünde olduğunu, ancak yine de doğrulama platformlarını takip eden, bilgi doğrulama konusunda hassasiyet gösteren azımsanmayacak bir kitle bulunduğunun altını çizmiştir. Son olarak K7, bireylerin genel olarak pasif kaldıklarını ve Walter Lippmann'ın saptamasının bugünün dijital toplumunda da geçerli olduğunu kesin bir dille ifade etmiştir.

Tüm bu yanıtlar, doğrulama faaliyeti içinde bizzat çalışan kişilerin sahadaki doğrudan gözlemlerine dayanmaktadır. Bu nedenle bireylerin dijital çağdaki bilgiyle kurduğu ilişkiye dair bu tanıklıklar, teorik bir yorumun ötesinde, pratiğe dayalı güçlü bir içgörü sunmaktadır.

İnsanların bilgi doğrulama çabası göstermesini engelleyen başlıca nedenler nelerdir?" sorusuna verilen yanıtlar, doğrulama platformlarında görev yapan uzmanların sahadaki gözlem ve deneyimlerine dayanmaktadır. Bu kişiler, sadece yanlış bilgiyi düzeltmekle kalmayıp aynı zamanda kullanıcı davranışlarını da anlamaya çalışmaktadır. Katılımcıların aktardıklarına göre, bireylerin doğru bilgiye ulaşma konusunda isteksiz olmalarının farklı nedenleri vardır. En çok vurgulanan etken "hakikatin önemini yitirmesi" olurken, yankı odalarının etkisi ve kişisel önyargılarla doğrulama eğilimi gibi unsurlar da öne çıkmaktadır. Aşağıdaki grafik, bu faktörlerin görüşlere göre dağılımını göstermektedir:

Grafik 7. Bilgi Doğrulama Davranışına Engel Olan Faktörler (Doğrulama Uzmanlarının Gözlemleri)



Doğrulama platformlarında çalışan katılımcılar, sahadan edindikleri gözlemlerle bu konuda önemli bir perspektif sunmaktadır. Günlük çalışmaları içinde karşılaştıkları örnekler, insanların yanlış bilgiye neden hızlıca inandığını ve doğru bilgiye ulaşmak için neden çoğu zaman çaba göstermediğini açıkça ortaya koymaktadır. K1, insanların doğrulama çabası göstermemesinin temelinde bilişsel yanlılık, önceden sahip olunan kanaatler, siyasi kutuplaşma ve algoritmaların etkisiyle oluşan yankı odalarının bulunduğunu vurgulamıştır. İnsanların, kendilerine duygusal rahatlık sağlayacak bilgileri arayıp bulmaya meyilli olduklarını, yanlış bilgiye karşı direnç geliştirmektense mevcut inançlarını destekleyecek bilgileri kabullenmeye daha istekli olduklarını ifade etmiştir.

K2 de benzer şekilde, bireylerin "kendi gerçeklerini" tercih ettiklerini ve sunulan doğru bilgiyi reddederek daha da fazla kendi inançlarına sarıldıklarını belirtmiştir. K2, backfire etkisi (geri tepme etkisi) kavramını öne çıkararak, yanlış bilginin düzeltilmeye çalışılmasının bazen tam tersine, bireylerin yanlış inançlarına daha güçlü sarılmasına yol açtığını anlatmıştır.

K5 ise bireylerin bilgi doğrulama çabası göstermemesinin iki ana sebebi olduğunu savunmuştur: kapasite eksikliği (medya okuryazarlığı ve eğitim yetersizliği) ve niyet eksikliği (hakikate ulaşmayı umursamamak). Bu iki faktörün, yankı odaları ve bilgi kirliliğinin daha da derinleşmesine sebep olduğunu dile getirmiştir.

K6 daha geniş bir perspektifle, dijital çağın getirdiği bilgi bolluğu ve etkileşim temelli algoritmaların bireylerin duygusal içeriklere yönelimini artırdığına dikkat

çekmiştir. Özellikle son yıllarda sosyal medya platformlarında algoritmaların değişimiyle birlikte artık sadece yankı odaları değil, kullanıcılara dayatılan geniş balonlar oluştuğunu savunmuştur. K6'ya göre, bireylerin doğru bilgiye ulaşma talebi baştan zayıf olduğu için, medya okuryazarlığı çalışmaları da sınırlı bir etki yaratabilmektedir.

Son olarak K7, bilgi ile inanç arasındaki farkı vurgulamış; bazı yanlış bilgilerin basitçe bilgi değil, inanç haline geldiğini, bu yüzden doğrulama çabalarının çoğu zaman sonuçsuz kaldığını ifade etmiştir. Özellikle tarihî ve ideolojik meselelerde, bireylerin inançlarını sorgulamak yerine onları daha da pekiştirdiğini belirtmiştir.

Tüm bu yanıtlar doğrultusunda, doğrulama çabasının önündeki temel engellerin hem bireysel psikolojik eğilimlerden hem de dijital ortamın yapısal dinamiklerinden kaynaklandığı görülmektedir. İnsanların bilgiye erişim imkânları artmış olsa da, bilgi doğrulama konusunda aktif ve eleştirel bir tutum geliştirmeleri halen ciddi bir zorluk teşkil etmektedir.

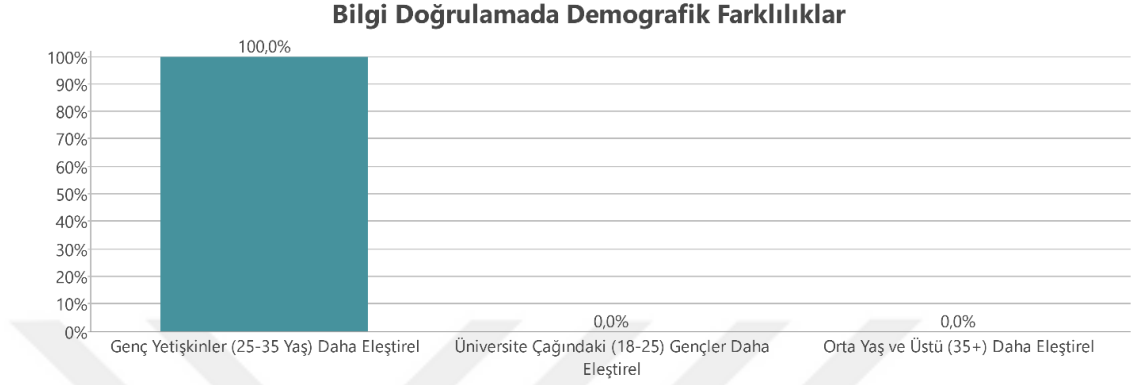
"Halk doğrulama platformlarını hangi durumlarda daha fazla kullanıyor?" sorusuna verilen yanıtlar, doğrulama platformlarının özellikle yoğun siyasi atmosferin ve kriz dönemlerinin yaşandığı zamanlarda daha fazla ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır.

Sahadan gelen gözlemler, özellikle seçim dönemlerinde ve büyük kriz anlarında (örneğin 2023 seçimleri gibi) halkın haber tüketiminde artış olduğunu, buna bağlı olarak da doğrulama platformlarına yönelimin yükseldiğini göstermektedir. Ancak seçim sonrası gibi sakin dönemlerde, hem haber takibinin hem de doğrulama platformlarına ilginin ciddi şekilde azaldığı belirtilmiştir.

"Bu platformları kullananların demografik özellikleriyle ilgili belirgin bir eğilim fark ediyor musunuz? (Örneğin, yaş, eğitim seviyesi veya meslek gibi faktörler bilgi doğrulama alışkanlıklarını nasıl etkiliyor?)" sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda; katılımcılar, bilgi doğrulama platformlarını kullanan bireyler arasında belirgin demografik eğilimler gözlemlediklerini ifade etmişlerdir. Özellikle 25-35 yaş arası genç yetişkinlerin diğer gruplara kıyasla daha eleştirel ve sorgulayıcı bir yaklaşım geliştirdiği vurgulanmıştır. Üniversite çağındaki gençlerin henüz bu refleksi tam

anlamıyla geliştirmedeği, orta yaş grubunun ise daha pasif kaldığı yönünde ortak bir görüş ortaya çıkmıştır:

Grafik 8. Bilgi Doğrulamada Demografik Eğilimler (Doğrulama Uzmanlarının Gözlemleri)



Özellikle 25-35 yaş arası kullanıcılar ile eğitim seviyesi yüksek bireylerin doğrulama süreçlerine daha duyarlı oldukları vurgulanmıştır. Öte yandan, genç yaş gruplarının (18-24 yaş) doğrulama platformlarına ilgisinin sınırlı olduğu, yaş ilerledikçe bilgi doğrulama refleksinin geliştiği belirtilmiştir. Cinsiyet açısından ise erkek kullanıcıların, kadınlara kıyasla bilgi doğrulama içeriklerine daha fazla ilgi gösterdiği aktarılmıştır. Bazı platformlar, özellikle genç kitleye ulaşmak için TikTok gibi yeni sosyal medya mecralarında daha aktif içerik üretmeye yönelmiştir. Genel eğilim, bilgi doğrulama alışkanlıklarının yaş, eğitim düzeyi ve sosyal medya kullanımı gibi faktörlere bağlı olarak farklılık gösterdiği yönündedir.

K1, "Eğitimli insanların ve 25-35 yaş arası sosyal medya deneyimi artmış bireylerin doğrulama reflekslerinin daha güçlü olduğunu düşünüyorum" ifadesiyle yaş ve eğitim faktörünün etkisine dikkat çekmiştir. Ayrıca, ideolojik amaçlarla sahte doğrulama platformlarının ortaya çıkmasının güven sorununu artırdığını vurgulamıştır. K2 de "25-35 yaş arası bireylerin daha ilgili olduğunu görüyorum" diyerek, özellikle bu yaş grubunun bilgi doğrulama platformlarına ilgisinin daha yüksek olduğuna işaret etmiştir. K4, "Orta yaş grubuna hitap ediyoruz açıkçası. 18-24 yaş grubuna çok da hitap etmiyoruz" ifadesiyle doğrulama platformlarının daha çok orta yaşlı bireyler tarafından kullanıldığını belirtmiştir. K5 ise "İhbar hattımıza en çok yaşlılar başvuruyor, Twitter'da ise gençlerden daha çok yorum geliyor" gözlemiyle, yaşa göre kullanım biçimlerinin ve platform tercihlerinin farklılık gösterdiğini

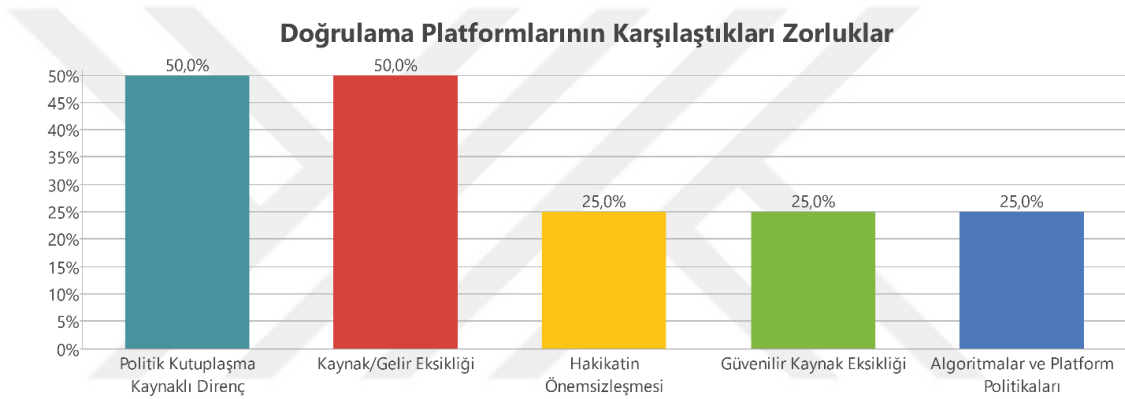
aktarmıştır. Öte yandan K6, "Başlangıçta Y kuşağı çok ilgiliydi. Şu anda TikTok gibi platformlarda Z kuşağına da ulaşmaya başladık" diyerek, demografik değişime dair bir izlenim sunmuştur. Ayrıca, erkek kullanıcıların bilgi doğrulama içeriklerine daha yoğun ilgi gösterdiğini de vurgulamıştır.

"Genç nesillerin (örneğin üniversite öğrencilerinin) bilgi doğrulama platformlarına yaklaşımını nasıl değerlendiriyorsunuz? Yaşlı bireylerle karşılaştırıldığında daha mı eleştirel yaklaşıyorlar?" sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda; katılımcılar genç kuşakların doğrulama platformlarına yönelik ilgisinin sınırlı ve eleştirel tutumlarının zayıf olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir. Özellikle Z kuşağının sosyal medya ortamında yetişmiş olmasının, bilgi doğrulama reflekslerini zayıflattığı vurgulanmıştır. Bazı katılımcılar gençlerde doğrulama konusundaki hassasiyetin azaldığını, bilgi doğrulama süreçlerine aktif katılımın önceki yıllara kıyasla düştüğünü gözlemlemiştir. Bununla birlikte, gençler arasında yine de sürecin bir parçası olma arzusu taşıyan bir kesimin olduğu da belirtilmiştir. Genel eğilim, gençlerin bilgiye eleştirel yaklaşma becerilerinin sınırlı olduğu, yaş ve deneyim arttıkça bilgi doğrulama refleksinin geliştiği yönündedir.

K1, genç nesillerin bilgi doğrulama reflekslerinin zayıf olduğuna dikkat çekerek, "Bir nesli kaybettik yani. Z kuşağı deniyor işte; o kuşağı ciddi ölçüde kaybettik" ifadesini kullanmıştır. Bu bağlamda özellikle sosyal medya ortamında yetişmiş bireylerin, gördükleri her bilgiye daha kolay inandıkları vurgulanmıştır. K2 ise kendi gözlemlerine dayanarak, "Annem bile doğru bilgi kontrolü yapabiliyor bazen; gençlerde böyle bir hassasiyet azaldı" yorumunda bulunmuş ve genç neslin bilgi doğrulama süreçlerine katılım konusunda geçmişe oranla daha isteksiz hale geldiğini aktarmıştır. K4, gençlerin teknolojiye olan yüksek aşinalıklarına rağmen doğrulama platformlarına ilgilerinin düşük olduğunu belirterek, "18-24 yaş grubuna çok da hitap etmiyoruz" demiştir. Özellikle doğrulama ihtiyacı hissetmeden içerik tüketen ve farklı önceliklere sahip genç kullanıcıların bu süreçlere mesafeli kaldıkları gözlemlenmiştir. K5 ise daha olumlu bir perspektif sunarak, gençler arasında doğruluk kontrolü süreçlerine katılım ve ilgi olduğunu ifade etmiş, "Çeşitli üniversitelerde etkinlikler yaptık, gençlerde sürecin bir parçası olma isteğini gördüm" sözleriyle gençlerin potansiyeline dikkat çekmiştir.

Doğrulama platformlarının karşılaştığı en büyük zorluklar nelerdir?” sorusuna verilen yanıtlar, bu girişimlerin birçok yapısal ve pratik sorunla karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Yanlış bilginin çok hızlı yayılması, duygusal ve sansasyonel içeriklerin daha fazla ilgi görmesi, toplumdaki ideolojik kutuplaşmanın doğrulama çabalarına direnç oluşturması bu zorlukların başında gelmektedir. Ayrıca güvenilir kaynaklara ulaşmadaki güçlükler, maddi kaynak yetersizliği ve kamuoyunda tarafsız bir duruş sergileme çabası doğrulama platformlarını zorlayan diğer önemli faktörler arasında yer almaktadır.

Grafik 9. Bilgi Doğrulama Platformlarının Faaliyetlerinde Karşılaştıkları Zorluklar



K1, yanlış bilginin yayılma hızına karşı doğrulama süreçlerinin yetersiz kaldığını ve doğru bilginin sansasyonel içeriklere kıyasla ilgi görmediğini belirtmiştir. "Sadece yanlış bilginin yayılımını yavaşlatabiliyoruz, önüne geçemiyoruz" diyen K1, doğrulama çabalarının çoğu zaman yankı uyandırmadığını, algoritmaların da doğru bilgi içeriklerini yeterince öne çıkarmadığını vurgulamıştır. Ayrıca ideolojik körleşmenin, doğrulama çabalarının toplumda dirençle karşılaşmasına neden olduğunu ifade etmiştir.

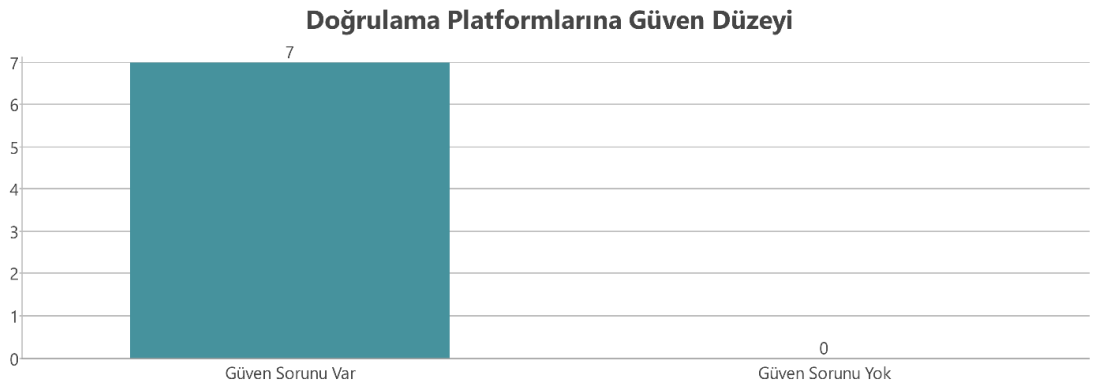
K4 ise doğrulama platformlarının sosyal psikolojik düzeyde de zorluklar yaşadığını ortaya koymuştur. "İnsanlar düzeltilmeyi sevmiyorlar; yanlış bilginin romantizmine sığınmak istiyorlar" ifadesiyle bireylerin yanlış bilgiye duygusal yatırım yaptıklarını ve doğrulama girişimlerine karşı savunmacı bir tutum geliştirdiklerini belirtmiştir. Ayrıca K4, ekonomik zorluklara dikkat çekerek, doğrulama platformlarının reklam gelirinden mahrum olması ve sürdürülebilir bir finansal model kurmakta zorlanmaları gibi yapısal problemleri vurgulamıştır.

K6, doğrulama platformlarının en büyük zorluklarından birinin kaynak yetersizliği olduğunu vurgulamıştır. "Bir yanlış bilgiyi görüyoruz, ama onu doğrulayacak yeterli kaynağa ulaşamadığımızda müdahale edemiyoruz" diyen K6, özellikle güvenilir ulusal kaynaklara duyulan güvensizliğin bu sorunu daha da derinleştirdiğini aktarmıştır. TÜİK gibi kurumların verilerine olan kamu güveninin azalması da doğrulama süreçlerini zora sokan etkenlerden biri olarak öne çıkmıştır. Ayrıca K6, post-truth çağında bilimsel kaynakların dahi güvenilirliğinin sürekli sorgulanır hale gelmesinin doğrulama girişimleri için büyük bir tehdit oluşturduğunu ifade etmiştir.

Genel olarak, sahadaki katılımcıların gözlemleri, doğrulama platformlarının yalnızca bilgi hızına yetişmekte değil, aynı zamanda kamuoyu algısıyla, finansal sürdürülebilirlikle ve kaynak güvenilirliği krizleriyle de aynı anda mücadele etmek zorunda kaldıklarını göstermektedir. Bu çok katmanlı zorluklar, bilgi düzensizliğiyle mücadelenin neden bu kadar karmaşık ve dirençli bir süreç olduğunu açıklamaktadır.

"Halkın doğrulama platformlarına olan güven düzeyi hakkında genel gözlemlerinizi nedir? Güveni artırmak için özel bir strateji izliyor musunuz?" sorusu kapsamında, katılımcılar doğrulama platformlarının kamuoyunda güven inşa etmekte ciddi zorluklar yaşadığını belirtmişlerdir.

Grafik 10. Doğrulama Platformlarına Yönelik Güven Algısı



Özellikle ideolojik kutuplaşmanın ve bilgiye yönelik bireysel önyargıların, doğrulama girişimlerinin toplumsal algı üzerindeki etkisini sınırladığı vurgulanmıştır. Halkın doğrulama platformlarına yaklaşımı çoğunlukla bireyin siyasi pozisyonu ile şekillenmekte, doğrulama çıktısının bireyin kendi görüşleriyle uyuşmadığı durumlarda

platformlara olan güven sarsılmaktadır. Bu çerçevede, doğrulama girişimlerinin güven inşası için içerik üretiminde şeffaflık ve metodolojik titizlik gibi stratejiler izlediği, ancak bu çabaların da belirli sınırlarla karşılaştığı anlaşılmaktadır.

K1, doğrulama platformlarının yaşadığı temel sorunun, aşırı kutuplaşmış ve hakikatle ilişkisi zayıflamış kitlelerle karşı karşıya kalmak olduğunu ifade etmiştir. "İdeolojik olarak körleşmiş insanların sayısını ne kadar azaltabilirsek o kadar kar" diyen K1, doğru bilgi sunmanın her zaman kamuoyu tarafından kabul görmediğini, doğrulayıcı kurumların hangi tarafı eleştirirse o taraftan yoğun tepki aldıklarını belirtmiştir.

Benzer bir şekilde K2 de, bireylerin doğrulama süreçlerine yaklaşımlarının kendi "hakikat" anlayışlarına sıkı sıkıya bağlı olduğunu vurgulamıştır. "İnsanlar kendi mahallesinin duvarlarını örüyor" diyen K2, doğrulama çıktısının beklentilerine uymadığı durumlarda halkın, doğrulayıcıları ajanlık, fonculuk gibi ithamlarla hedef alabildiğini aktarmıştır.

K5 ise, doğrulama kuruluşlarının tarafsızlıklarını korumak için yoğun çaba sarf ettiklerini belirtmiş, ancak Türkiye'deki genel medya ekosisteminde tarafsız yaklaşımın yeterince takdir edilmediğini vurgulamıştır. "Tarafsız bakma cesareti gösterebilen yayın sayısı oldukça düşük" ifadesiyle medya ortamındaki bu yapısal soruna dikkat çekmiştir. K5 ayrıca, tarafsızlık çabası yerine içeriklerin derinliğine ve doğruluk kontrolü sürecinin kalitesine odaklandıklarını belirtmiştir.

K6 da benzer bir şekilde, kullanıcıların çoğunlukla doğruluğu değil, kendi inançlarına yakınlığı aradıklarını gözlemlediğini ifade etmiştir. "Bizim doğruluğumuz değil, onlara ne kadar yakın hissettirdiğimiz önemli oluyor" diyen K6, özellikle seçim dönemlerinde bu durumun daha görünür hale geldiğini belirtmiştir. K6 ayrıca, doğrulama süreçlerinde devlet destekli kurumlar ile bağımsız girişimler arasındaki metodolojik farklılıklara da dikkat çekmiş, bağımsız doğrulama platformlarının daha detaylı ve şeffaf analizler sunmaya çalıştığını ifade etmiştir.

Bu bulgular doğrultusunda, doğrulama platformlarının yalnızca yanlış bilgiyi düzeltmekle kalmayıp, aynı zamanda ideolojik bariyerleri aşarak halkın güvenini kazanmak gibi çok katmanlı bir mücadele verdikleri anlaşılmaktadır. Ancak mevcut

politik kutuplaşma ortamı ve hakikatle kurulan duygusal ilişkiler bu çabaları sınırlandırmakta, güven inşasını daha da zorlaştırmaktadır.

"Doğrulama platformlarının halk nezdinde tarafsız bir konumda algılanması için ne gibi adımlar atılıyor?" sorusu çerçevesinde, katılımcılar tarafsızlık algısının güçlendirilmesinin doğrulama girişimleri için oldukça hassas ve zorlu bir süreç olduğunu ifade etmişlerdir. Yanıtlardan anlaşıldığı üzere, aşırı ideolojik kutuplaşma nedeniyle doğrulayıcı platformların hangi bilgiyi doğruladıkları veya yanlışladıklarına göre farklı siyasi kesimler tarafından taraflılıkla suçlandıkları sıkça görülmektedir. Bu nedenle, doğrulama kuruluşlarının tarafsızlık stratejileri çoğunlukla uzun vadeli güven inşasına, makul kitleyi kazanmaya ve özellikle yeni nesil kullanıcılar arasında medya okuryazarlığı bilincini geliştirmeye odaklanmaktadır.

K1, tarafsızlık çabasının aşırı ideolojik motivasyonla hareket eden kesimlere ulaşmakta yetersiz kalabileceğini belirtmiş ve bu tür bireylerin yanlış bilgi üretimini meşrulaştırdığını vurgulamıştır. Kendi ifadesiyle, "Bu kitleyi değiştirmek çok zor. Biz daha makul ve yeni gelen nesli daha iyi yetiştirmeliyiz" diyerek, doğrulama girişimlerinin öncelikle daha açık fikirli ve medya okuryazarlığı gelişmiş bireylere yönelmesi gerektiğini savunmuştur.

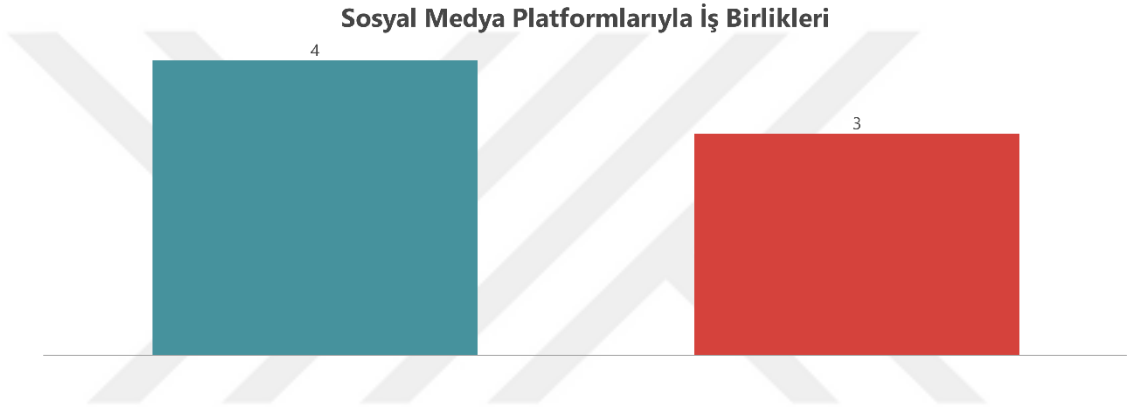
Benzer şekilde K4 de, tarafsızlık çabasının uygulamada büyük bir hassasiyet gerektirdiğini vurgulamıştır. "Gerçekten bir oradan yanlışladık, bir oradan yanlışladık ki dengeyi kurabilelim" sözleriyle, özellikle seçim dönemlerinde tüm siyasi kesimlerden yanlış bilgilerin sistematik şekilde doğrulanmasına çalışıldığını belirtmiştir. Bu denge stratejisinin, doğrulama platformlarının hem içerik üretiminde hem de dışa dönük iletişimde tarafsızlık algısını güçlendirmek için bilinçli bir şekilde uygulandığı anlaşılmaktadır.

Genel olarak, katılımcıların yanıtları doğrulama girişimlerinin yalnızca içerik denetimiyle sınırlı kalmadığını; aynı zamanda kamuoyunda güven oluşturmaya yönelik hassasiyetle hareket ettiklerini göstermektedir. Ancak toplumsal düzeydeki ideolojik kutuplaşma, bu çabaların etkisini sınırlayabilmekte ve tarafsızlık algısının yerleşmesini zorlaştırmaktadır.

4.1.8. Algoritmalar ve Sosyal Medya

Algoritmalar ve Sosyal Medya başlığı altında yöneltilen *"Sosyal medya platformlarıyla iş birliği yapıyor musunuz? (Örneğin: Yanlış bilgi etiketleme, doğrulama raporlarının paylaşımı gibi.)"* sorusuna verilen yanıtlar, Türkiye'deki doğrulama kuruluşlarının bu platformlarla ilişkilerinde genel olarak sınırlı bir iş birliği modeli benimsediklerini göstermektedir. Katılımcıların çoğu, sosyal medya şirketleriyle doğrudan ve sürekli bir iş birliği içinde olmadıklarını ifade etmiştir.

Grafik 11. Doğrulama Platformlarının Sosyal Medya Şirketleriyle İş Birliği Durumu



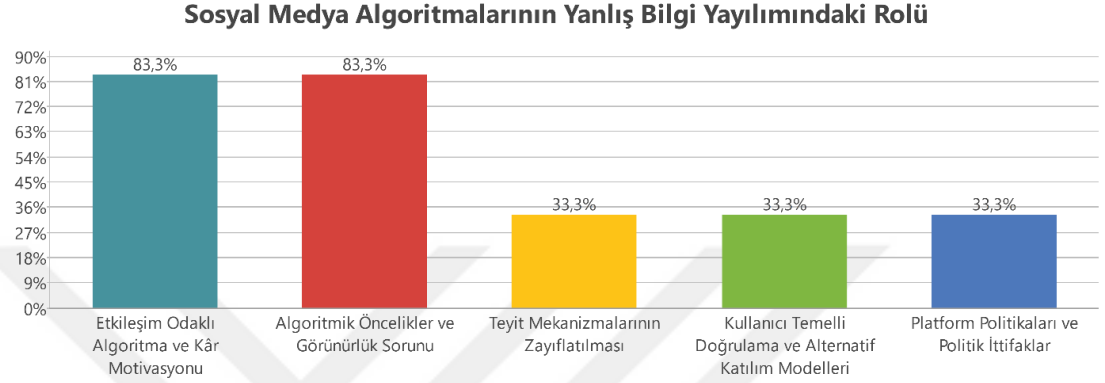
Yanıtlara göre yalnızca iki kuruluş aktif ve sürekli bir iş birliği yürüttüğünü belirtmiş, bir kuruluş ise belirli bir dönem ya da proje kapsamında sınırlı iş birliği gerçekleştirdiğini dile getirmiştir. Geri kalan dört kuruluşun herhangi bir doğrudan iş birliği bulunmamaktadır.

Bu tablo, Türkiye'deki doğrulama ekosisteminin sosyal medya şirketleriyle kurumsal düzeyde henüz sistematik bir entegrasyon geliştirmediğini ortaya koymaktadır. Ancak burada önemli bir ayırım yapılmalıdır: Görüşülen bazı doğrulama platformları kamu kurumlarına bağlıdır ve bu nedenle doğrudan sosyal medya şirketleriyle çalışmak yerine kamu politikaları üzerinden etki yaratmayı amaçlamaktadır. Ayrıca geçmişte bazı platformlara sosyal medya şirketlerinden kaynak aktarımı yapıldığı belirtilse de bu desteğin devam edip etmediği konusunda belirsiz bir döneme girilmiştir.

Sosyal medya platformlarının algoritmik yapıları, doğrulama uzmanlarına göre, yanlış bilginin dolaşımında belirleyici bir role sahiptir. Görüşmelerde, bu

algoritmaların özellikle etkileşim ve kâr odaklı işleyiş biçimi nedeniyle sansasyonel ya da yanıltıcı içeriklerin öne çıktığı vurgulanmıştır. Katılımcıların %83,3'ü bu durumu doğrudan dile getirmiş; aynı oranda katılımcı, algoritmik önceliklerin doğru bilgi içeriklerinin görünürlüğünü azalttığını ifade etmiştir:

Grafik 12. Sosyal Medya Algoritmalarının Yanlış Bilgi Yayılımındaki Rolü



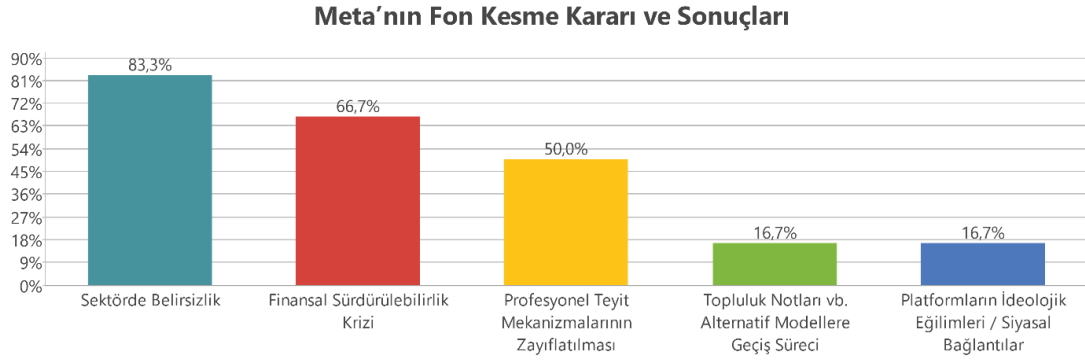
Bunun yanı sıra katılımcıların üçte biri, sosyal medya platformlarının teyit mekanizmalarını yeterince etkili kullanmadığını ve kullanıcıların doğruluk süreçlerine katılımını teşvik eden modellerin eksikliğini belirtmiştir. Ayrıca bazı görüşlerde, algoritma ve içerik politikalarının yalnızca teknik değil; aynı zamanda siyasi ve ekonomik çıkarlarla da şekillendiği vurgulanmıştır.

Bu bulgular, sosyal medya şirketlerinin bilgi ekosistemi üzerindeki etkilerinin yalnızca ticari sınırlarla açıklanamayacağını; doğruluk, güven ve görünürlük konularında daha şeffaf ve sorumlu bir yapıya ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymaktadır.

4.1.9. Meta'nın Kararı

"Meta'nın kurucusu Mark Zuckerberg'in 8 Ocak 2024 tarihinde doğrulama platformlarına sağladığı maddi desteği keseceğini açıklaması" üzerine yöneltilen soruya verilen yanıtlar, dijital bilgi ekosisteminde önemli bir değişim sürecinin başladığını göstermektedir. Katılımcıların görüşleri, bu kararın hem doğrulama platformlarının sürdürülebilirliği hem de dezenformasyonla mücadele dinamikleri üzerinde ciddi etkiler doğuracağı yönündedir.

Grafik 13. Meta'nın Fon Desteğini Sonlandırmasının Doğrulama Ekosistemine Etkileri



Genel olarak, Meta'nın finansal desteğinin sona ermesi, doğrulama platformlarının küçülmeye gitmesine, insan kaynağı ve operasyonel kapasitenin azalmasına yol açacaktır. K1, bu desteğin ciddi bir finansman sağladığını ve platformların bu kaynak olmadan küçülmek zorunda kalacağını belirtmiştir. Ayrıca, daha önce Facebook'un doğrulama süreçlerinde karşılaşılan erişim kısıtlamaları gibi sorunların da doğrulama ekosisteminde rahatsızlık yarattığını vurgulamıştır.

K2, doğrulama platformlarının sürdürülebilirliklerinin büyük ölçüde Meta fonlarına dayandığını, dolayısıyla bu desteğin çekilmesinin birçok girişimi zora sokacağını ifade etmiştir. Türkiye'de zaten var olan basın sektörü krizinin, doğrulama girişimlerini de ciddi biçimde etkileyeceği öngörülmektedir. K4 ise bu durumun sürpriz olmadığını, ancak sektörün yeni iş modelleri geliştirmek zorunda kalacağını belirtmiş, fon bulmanın giderek zorlaşacağını ve bu alanda belirsiz bir dönemin başlayacağını vurgulamıştır.

K5 de Meta'nın geçmiş uygulamalarında doğrulayıcı kuruluşlar arasında ideolojik dengesizlikler olduğu yönündeki eleştirileri hatırlatmış, ancak topluluk temelli sistemlere geçişin de kaotik bir bilgi ortamı yaratabileceğine dikkat çekmiştir.

K6, Meta'nın kararının ani ve politik motivasyonlu olduğuna dikkat çekmiş, özellikle ABD'deki seçim atmosferinin bu ani politika değişikliğinde etkili olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca, Meta'nın bugüne kadarki desteğinin büyük ölçüde Cambridge Analytica skandalı sonrasında gelen baskılarla ilişkilendirildiğini belirtmiştir. Bu açıdan, Zuckerberg'in kararı sadece ekonomik değil, siyasi bir stratejinin parçası

olarak değerlendirilmiştir. K7 ise Meta'nın gelecekte doğrulama organizasyonlarına yeniden bir iş birliği modeli sunabileceğini, ancak eski düzeyde bir sistemin artık mümkün olmayacağını ifade etmiştir. Katılımcılar, Meta'nın bu yeni yaklaşımının dijital ekosistemde doğruluk kontrolü mekanizmalarını zayıflatacağını, doğrulama platformlarının varlıklarını sürdürmekte ciddi zorluklar yaşayacağını ve genel anlamda dezenformasyonla mücadelede bir geriye gidiş yaşanabileceğini belirtmiştir. Topluluk temelli modellerin daha demokratik gibi görünse de, bilgi kirliliğini artırma riskini beraberinde getirdiği sıkça vurgulanmıştır. Önümüzdeki süreçte, doğrulama platformlarının alternatif finansal kaynaklar yaratma, yeni iş modelleri geliştirme ve güvenilirliklerini koruma konusunda önemli sınavlar verecekleri anlaşılmaktadır.

Bu çalışma yürütülürken, planlama aşamasında öngörülmeyen ancak süreç içinde ortaya çıkan önemli bir gelişme olarak Meta'nın 8 Ocak 2024 tarihinde doğrulama platformlarına sağladığı maddi desteği keseceğini açıklaması da araştırmaya dahil edilmiştir. Bu gelişme, bilgi düzensizliği ve yanlış bilgiyle mücadele alanında küresel ölçekte yeni bir dönemin başlangıcını işaret etmektedir.

Sahadan alınan güncel görüşler sayesinde, bu kararın etkilerine dair ilk elden değerlendirmeler tez kapsamında derlenmiş ve analiz edilmiştir. Böylece Meta'nın kararı ve olası sonuçları, çalışmaya ek bir boyut kazandırarak, bilgi doğrulama girişimlerinin geleceği, dijital platformların rolü ve dezenformasyonla mücadelede yaşanabilecek yapısal değişimlere dair literatüre güncel bir katkı sunulmuştur.

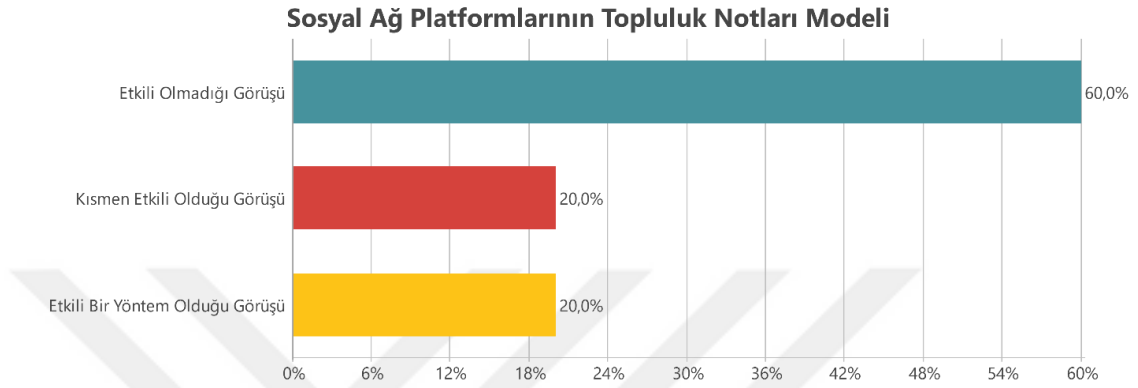
Meta'nın desteğinin çekilmesi, özellikle profesyonel doğrulama platformlarının sürdürülebilirliğini tehdit etmekte ve dezenformasyonla mücadelede kullanıcı temelli yeni modellerin (örneğin Topluluk Notları gibi) öne çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Bu gelişmeler, bilgi düzensizliği alanındaki akademik tartışmaların da yönünü değiştirecek niteliktedir ve ilerleyen süreçte yakından izlenmesi gereken kritik bir dinamik oluşturmıştır.

4.1.10. Bilgi Düzensizliği ve Yanlış Bilgi Sorunu: Sosyal Ağların "Topluluk Notları" Formülü

"Topluluk Notları" (Community Notes) sistemine ilişkin sahadan alınan görüşler, bu yapının bilgi düzensizliğiyle mücadelede karmaşık sonuçlar

doğurabileceğini göstermektedir. Katılımcıların değerlendirmeleri, sistemin bazı olumlu yönlerine işaret etmekle birlikte, yapısal sorunlara ve sınırlamalara da dikkat çekmektedir.

Grafik 14. Doğrulama Uzmanlarının Topluluk Notları Modeline Dair Değerlendirmeleri



K1, Topluluk Notları'nın tamamen etkisiz olmadığını, bazı kullanıcıların doğru bilgiye ulaşmak için aktif araştırma yaptığını ve doğrulama platformlarının analizlerini eklediklerini gözlemlediğini belirtmiştir. Bununla birlikte, sıradan kullanıcıların doğrulama sorumluluğunu üstlenmesinin bazı riskler taşıdığına da işaret etmiştir: "Başka normal insanlar içinde de medya okuryazarlığı, refleksi güçlü bir sürü kullanıcı var, ama tamamen katkısı olmayacağını düşünmek doğru değil."

K2, bu modelin özellikle seçim dönemlerinde yararlı olabileceğini, kullanıcıların içerik altındaki yorumları ve açıklamaları dikkate alarak bilgiye daha eleştirel yaklaştığını ifade etmiştir: "İnsanlar altına da bakıyor artık. Bu adam yanlış bilgi paylaşıyor, altına da doğrusu bu diyebiliyorsun." Ancak Topluluk Notları'nın hızlı yayılma etkisine karşı yine de geç kalabileceği belirtilmiştir.

Öte yandan K4, sistemin yapısal eksiklerine vurgu yapmış, Topluluk Notları'nın profesyonel doğrulama faaliyetlerinin yerini tutamayacağını ifade etmiştir. Katılımcı, "Topluluk notları düzensiz, kimin ne yaptığı belli değil, puanlama sistemi manipülasyona açık" diyerek uygulamada karşılaşılan problemleri örneklendirmiştir.

Benzer şekilde K5, bu sistemin yanlış bilgiyle mücadelede daha büyük bir düzensizlik yaratabileceğini savunmuş ve özellikle siyasetçilerin açıklamaları altındaki community notes örnekleri üzerinden bu riskleri tartışmıştır: "Topluluk notu

görünce siyasetçinin altında insanlar yanlış algıya kapılıyor, hakikatin ortaya çıkmasına değil, karmaşaya neden oluyor."

K6 ise, Topluluk Notları'nın teknik işleyiş sürecinin yavaşlığını eleştirmiştir: "Topluluk notu eklenmesi iki hafta sürebiliyor. Bu süreçte yanlış bilgi yayılmaya devam ediyor." Ayrıca, Wikipedia örneği üzerinden kullanıcı kaynaklı içerik kontrolünde yaşanabilecek güven sorunlarına dikkat çekmiştir.

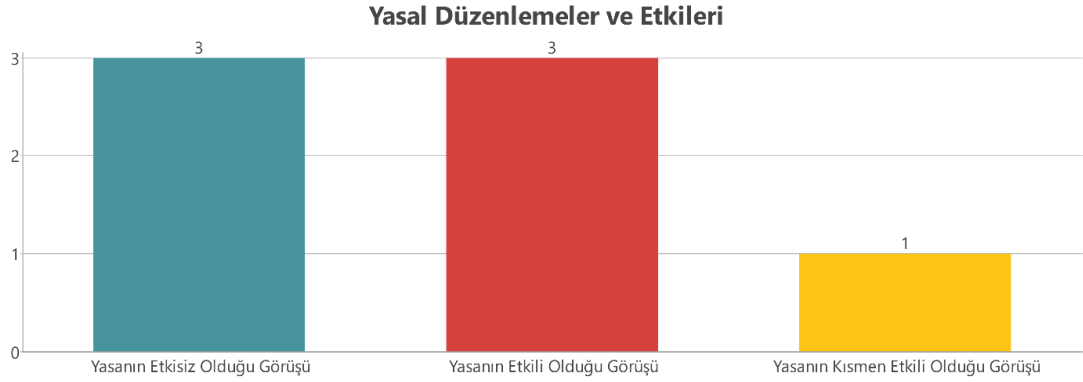
Son olarak, K7 de sistemin kontrolsüzlüğüne işaret etmiş ve Meta'nın ileride farklı bir ortaklık modeli sunabileceğini belirtmiştir: "Topluluk notları kim denetliyor ki? Çok riskli bir sistem. Kimin kontrol ettiği belli değil. Platformların bilgi temizliği azalacak."

Bu çerçevede, sahadan alınan veriler, Topluluk Notları gibi kitle kaynaklı doğrulama mekanizmalarının tamamen işlevsiz olmadığını, ancak profesyonel doğrulama platformlarının yerini tam anlamıyla dolduramadığını ortaya koymaktadır. Özellikle hızlı yayılan dezenformasyon karşısında yetersiz kalabilen bu model, bilgi düzensizliğini azaltmaktan ziyade yeni riskler de doğurabilecek bir yapıya sahiptir. Bu durum, sosyal medya platformlarının bilgi ekosistemindeki sorumluluğunu daha güçlü ve daha profesyonel temellere oturtma gerekliliğini bir kez daha göstermektedir.

4.1.11. Bilgi Düzensizliği ve Yanlış Bilgi Sorunu: Yasal Düzenlemeler ve Etkileri

Bu bölümde, bilgi doğrulama alanında çalışan temsilcilerin mevcut yasal düzenlemelere ilişkin saha deneyimlerine yer verilmiştir. Görüşmeler, mevcut uygulamaların pratikte ne tür sorunlara yol açtığını ortaya koymakta; dezenformasyonla mücadelede mevcut yaklaşımın yetersizliklerine dikkat çekmektedir. Temsilcilerin aktardıkları, hukuki bir değerlendirme yapmaksızın, sahadaki deneyimlere dayalı daha uygulanabilir ve çok yönlü stratejilere ihtiyaç olduğunu göstermektedir.

Grafik 15. Yasal Düzenlemelerin Bilgi Doğrulama Üzerindeki Etkisine İlişkin Görüşler



“Mevcut yasalar, dezenformasyonla mücadelede nasıl bir etki yarattı? Özellikle, kamuoyunda 'Dezenformasyon Yasası' olarak bilinen ve 13 Ekim 2022’de kabul edilen 7418 sayılı Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda, katılımcıların söz konusu yasa ve uygulamaları genel olarak eleştirel bir çerçevede değerlendirdiği görülmektedir.

Bazı katılımcılar, mevcut yasal düzenlemenin yanlış bilgiyle mücadelede etkili bir çözüm sunmadığını, ceza tehdidinin yeterli caydırıcılık yaratmadığını belirtmiştir. Özellikle K1, hapis cezası yerine ciddi para cezalarının daha caydırıcı olacağını vurgulamış, yanlış bilgi yayan bireylerin para cezası tehdidi karşısında daha temkinli davrandığını örneklerle aktarmıştır. K2, dezenformasyonun toplumu provoke etme potansiyeline dikkat çekerek, bu tür ağır sonuçlar doğuran yanlış bilgilerin cezalandırılmasının gerekli olduğunu savunmuştur. Ancak Türkiye’de yasal düzenlemelerin tarafsız uygulanmadığını, uygulamada siyasi gerekçelerle hareket edildiğini belirterek mevcut yapının adil bir sonuç doğurmadığını ifade etmiştir.

Öte yandan K3, yasayı genel olarak etkili bulduğunu ifade ederken, K4, yasanın somut bir değişiklik yaratmadığını, bilgi düzensizliği sorununu çözmeye katkı sağlamadığını savunmuştur. K4 ayrıca, yasa yapım sürecinde teknik standartların ve uygulama kriterlerinin yeterince netleştirilmediğini, bu nedenle hem keyfi uygulamalara açık olduğunu hem de pratikte beklenen etkilerin sağlanamadığını vurgulamıştır. K5 ise özellikle psikolojik etkiden söz ederek, toplumda en azından bir miktar otosansür ve temkinli yaklaşımın oluştuğunu, fakat temel yapısal sorunların

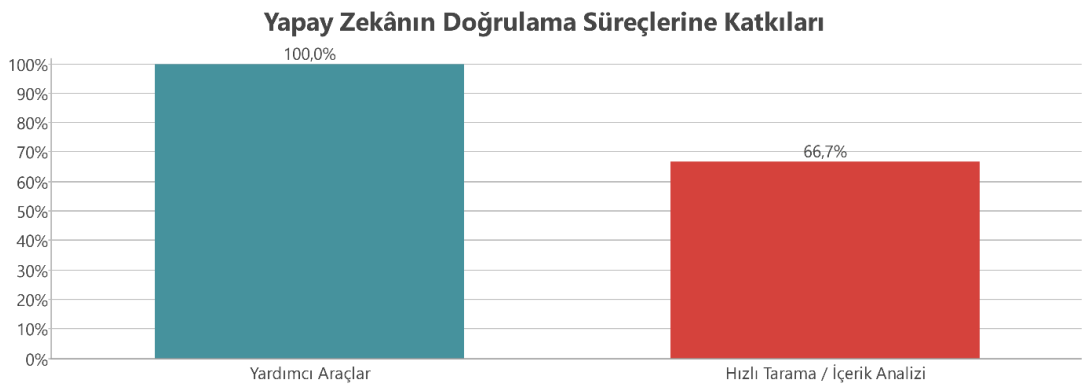
devam ettiğini aktarmıştır. K6 ve K7 ise yasanın siyasi motivasyonlarla çıkarıldığını, uygulamanın adil olmadığını ve dezenformasyonla etkili mücadelenin yalnızca yasal cezalarla mümkün olamayacağını belirtmiştir. Özellikle K6, yanlış bilgiyle mücadelede sosyal medya platformlarının sorumluluklarının artırılması gerektiğini savunmuş, bireylerin kontrol edilmesinin hem pratikte imkansız olduğunu hem de bilgi ekosisteminde daha derin sorunlar doğurabileceğini ileri sürmüştür.

Genel olarak katılımcıların yorumları, Türkiye’deki dezenformasyonla mücadele çabalarının yalnızca ceza yasaları üzerinden yürütülmesinin yeterli ve etkili olmadığı yönündedir. Özellikle kutuplaşmış siyasi iklimde, yasaların uygulama biçiminin güven sorunu yarattığı, ayrıca dezenformasyonla mücadelede eğitim, medya okuryazarlığı ve platformlar düzeyinde daha kapsamlı stratejilere ihtiyaç duyulduğu vurgulanmıştır.

4.1.12. Bilgi Düzensizliği ve Yanlış Bilgi Sorunu: Yapay Zeka Çözüm mü, Tehdit mi?

Bu bölümde, bilgi doğrulama alanında çalışan temsilcilerin yapay zekâ teknolojilerinin bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorununa etkilerine ilişkin değerlendirmeleri ele alınmıştır:

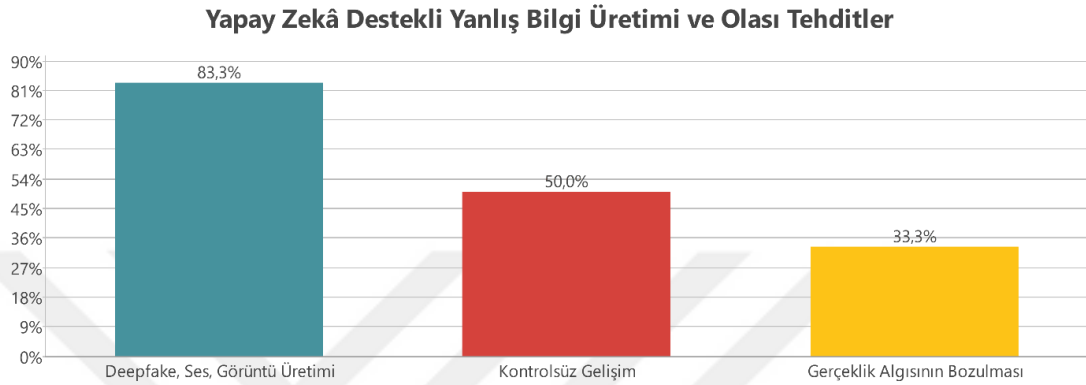
Grafik 16. Katılımcıların Yapay Zekanın Doğrulama Alanında Sunduğu Fırsatlara Dair Değerlendirmeleri



Katılımcıların sahadaki gözlemleri, yapay zekânın hem doğru bilginin üretilmesinde hem de yanlış bilginin yayılmasında çift yönlü bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, teknolojinin sunduğu fırsatlar kadar beraberinde getirdiği yeni riskler de dikkat çekmektedir. “*Yapay zekânın, bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi*

sorununda doğrulama süreçlerine etkisi nedir? Bu teknolojinin olumlu ve olumsuz yönlerini nasıl değerlendirirsiniz?” sorusuna verilen yanıtlar, yapay zekânın özellikle yanlış bilginin üretim ve yayılım hızını artırarak doğrulama süreçlerini daha karmaşık hale getirdiği konusunda güçlü bir fikir birliği bulunduğunu göstermektedir.

Grafik 17. Yapay Zekanın Yanlış Bilgi Üretim Süreçlerine Olası Riskleri



Örneğin, K1 yapay zekânın sahte görseller, ses klonlama ve deepfake videolar üretme kapasitesinin, dezenformasyonu daha inandırıcı ve tespit edilmesi daha güç bir hale getirdiğini vurgulamıştır. Yapay zekâ destekli içeriklerin gerçekçiliği, deneyimli doğrulayıcıların bile yanıltmasına yol açabilmekte, bu da kullanıcılar için daha büyük bir bilgi kirliliği tehdidi doğurmaktadır.

K2, teknolojik gelişmelere karşı toplumsal tepkilerin zamanla evrildiğini ve yapay zekâ içeriklerine karşı farkındalığın arttığını belirtmiş, ancak yine de yapay zekânın bilgi kirliliğini büsbütün ortadan kaldıracak bir çözüm sunmadığını vurgulamıştır. Yapay zekânın etkisinin siyah-beyaz değil, daha çok gri bir alan yarattığı ifade edilmiştir.

K4 ve K5, yapay zekânın doğrulama süreçlerinde yardımcı araç olarak kullanım potansiyelini kabul etmekle birlikte, mevcut haliyle doğrudan yanlış bilgi tespiti yapabilecek olgunlukta olmadığını belirtmişlerdir. Yapay zekâ destekli araçların daha çok iş hızlandırıcı rol üstlendiği, ancak içerik üretimi tarafında sahte bilginin yayılımını dramatik biçimde artırdığı kaydedilmiştir. Özellikle K4, sosyal medyada yapay zekâ ile üretilen içeriklerin kolaylığı sayesinde, yanlış bilgilerin daha hızlı ve geniş kitlelere ulaştığına dikkat çekmiştir.

K6 ise yapay zekâ ile üretilen içeriklerin doğrulama süreçlerinde büyük zorluklar yarattığını, özellikle yapay ürünlerin tespit edilmesinin hem teknik bilgi hem de derinlemesine analiz gerektirdiğini ifade etmiştir. K6 ayrıca geleceğe yönelik endişelerini de dile getirerek, yapay zekâ ile üretilen içeriklerin kalitesinin, onları tespit edecek sistemlerin gelişim hızını aşabileceğine işaret etmiştir. Bu durum, gerçeklik algısının ciddi şekilde zarar görebileceği bir dönemin habercisi olarak görülmektedir.

K7 ise yapay zekânın bilgi ekosisteminde bir "tetikleyici" unsur olduğunu, ancak sadece bireysel kullanıcıların değil, geleneksel medya kuruluşlarının da doğrulama sorumluluğunu yerine getirmedikleri durumlarda yanlış bilginin yayılmasına katkıda bulunduklarını belirtmiştir. Yapay zekâyâ dayalı çözüm önerileri arasında, doğrulama içeriklerinin büyük veri havuzlarında toplanarak yapay zekâ destekli metin analiz sistemleri aracılığıyla daha hızlı ve kapsamlı biçimde sunulması gerektiği de dile getirilmiştir.

Katılımcıların yorumları, yapay zekânın bilgi düzensizliği meselesini daha da karmaşıktırdığı, mevcut doğrulama pratiklerinin üzerinde ciddi baskılar yarattığı konusunda hemfikirlerdir. Yapay zekâ, bir yandan doğrulayıcıların iş süreçlerini destekleyebilecek potansiyel araçlar sunarken, diğer yandan yanlış bilgi üretimini hem hızlandırmakta hem de profesyonelleştirmektedir.

Gelecek için en önemli ihtiyaçlardan biri, yapay zekânın ürettiği sahte içeriklerin tespitini hızlandıracak ve güvenilirliğini artıracak yeni araçların geliştirilmesi ve bu araçların insan kontrolüyle desteklenmesidir. Bunun yanı sıra, medya okuryazarlığı düzeyinin artırılması, kullanıcıların yapay içerikleri daha kolay ayırt edebilmeleri açısından kritik bir strateji olarak öne çıkmaktadır.

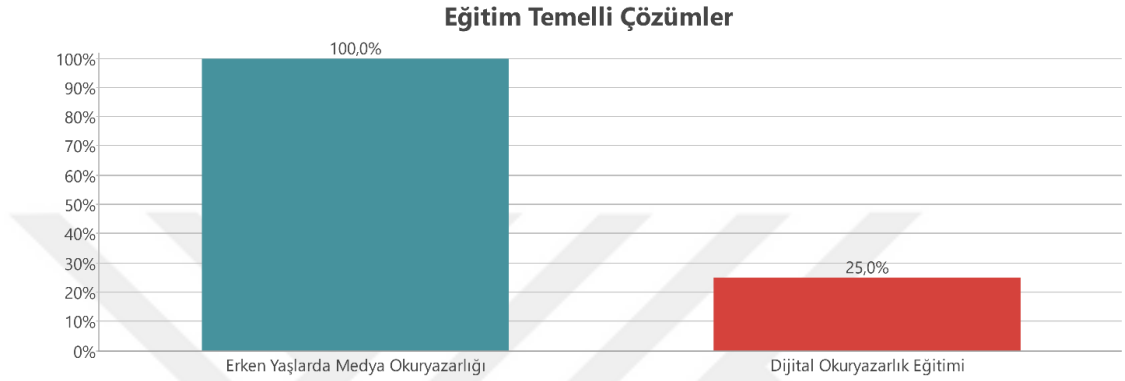
4.1.13. Bilgi Düzensizliği ve Yanlış Bilgi Sorunu: Çözüm Önerileri

Bu bölümde, Türkiye’de bireylerin bilgi doğrulama motivasyonlarını artırmak ve bilgi düzensizliğiyle mücadelede doğrulama platformlarının ötesinde hangi stratejilerin geliştirilebileceğine dair sahadan elde edilen görüşler analiz edilmiştir.

Katılımcılara yöneltilen “*Sizce Türkiye’de bireylerin bilgi doğrulama motivasyonlarını artırmak için doğrulama platformları dışında hangi önlemler*

alınabilir? (Eğitim, kampanyalar, teknoloji geliştirme gibi.)” sorusuna verilen yanıtlar, çözüm önerilerinin genellikle eğitim politikaları, toplumsal farkındalık çalışmaları ve kurumsal sorumluluk mekanizmaları etrafında yoğunlaştığını ortaya koymaktadır.

Grafik 18. Bilgi Doğrulama Motivasyonunu Artırmaya Yönelik Eğitim Temelli Öneriler



Özellikle K1 ve K5, medya okuryazarlığı eğitimlerinin önemine dikkat çekmiştir. Medya okuryazarlığının sadece lise ya da üniversite döneminde değil, ortaokuldan itibaren sistemli ve uzman eğitimeiler tarafından verilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bu eğitimlerin, bireylerin genç yaşta sorgulayıcı bir refleks geliştirmesini sağlayarak uzun vadede toplumun dezenformasyona karşı daha dirençli hale gelmesini mümkün kılabileceği ifade edilmiştir.

K2, Türkiye toplumunun yapısal olarak kutuplaşmaya meyilli olduğunu ve bu kültürel yapının da bilgi doğrulama süreçlerine doğrudan etki ettiğini belirtmiştir. Bu sebeple, doğrulama girişimlerinin tek başına çözüm getiremeyeceği, temel olarak toplumun güçlendirilmesi ve bilinçlendirilmesi gerektiği savunulmuştur.

K5 ayrıca, özel sektörün ve büyük şirketlerin bilgi düzensizliğiyle mücadeleye katkı sağlaması gerektiğini vurgulamıştır. Türkiye'de ekonomik güce sahip pek çok şirketin medya manipülasyonuna destek veren yapılarla ilişkilendirildiği; buna karşılık, bilgi doğrulama girişimlerini destekleyen örneklerin çok nadir olduğu eleştirisi yapılmıştır.

K7, farkındalık yaratacak ve elçi yetiştirecek eğitim programlarının önemine dikkat çekmiştir. Burada özellikle, çevre bilinci gibi konularda çocukların ebeveynleri

üzerinde yarattığı farkındalık etkisinin, medya okuryazarlığında da kullanılabileceği öne sürülmüştür. Yani, doğrudan çocuklara yönelik bir bilinçlendirme stratejisinin, dolaylı olarak tüm topluma yayılabileceği savunulmuştur.

Katılımcıların görüşleri doğrultusunda, Türkiye'de bilgi düzensizliği ile etkin bir mücadele için yalnızca yasal düzenlemelerin veya doğrulama platformlarının yeterli olmayacağı; eğitim temelli, toplumun tüm katmanlarını hedef alan ve özel sektör iş birliklerini de içeren kapsamlı, çok katmanlı bir strateji geliştirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Özellikle erken yaşta medya okuryazarlığının geliştirilmesi, bireylerin bilgiye eleştirel bakışla yaklaşmasını sağlayarak, uzun vadede dezenformasyonla mücadelede toplumsal bir direnç oluşturabilecektir.

“Bilgi düzensizliği ve yanlış bilgiyle mücadele konusunda ne tür önerileriniz var? Gelecekte bu alanda nasıl gelişmeler öngörüyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtlar, önerilerin üç temel ekseninde yoğunlaştığını göstermektedir. Bunlar; eğitim ve toplumsal farkındalığın artırılması, dijital platformların daha etkin biçimde düzenlenmesi ve kamu kurumlarının bu süreçte daha aktif bir rol üstlenmesidir.

Eğitim ve toplumsal bilinç bağlamında, K1, K5 ve K6 özellikle medya okuryazarlığının ve sosyal medya okuryazarlığının erken yaşlardan itibaren sistemli biçimde öğretilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Eğitim süreçlerinin sadece teorik bilgiye değil, eleştirel düşünme ve doğrulama refleksinin kazandırılmasına odaklanması gerektiği belirtilmiştir. K1 ayrıca, yeni kuşakların dijital içeriklere doğrudan maruz kaldığı bir dönemde, müfredatların ve öğretici kadroların bu yeni gerçekliğe uygun hale getirilmesi gerektiğinin altını çizmiştir.

Platformların rolü bağlamında, katılımcılar, yanlış bilginin yayılımında sosyal medya algoritmalarının büyük rol oynadığını belirtmiştir. Özellikle K1 ve K2, algoritmaların yanlış bilgiyi ödüllendirici yapısının değişmesi gerektiğini vurgulamış; devletlerin sosyal medya platformlarıyla daha etkin iş birliği yaparak bu süreçleri düzenlemesi gerektiğini savunmuştur. K6, sosyal medya kullanımında yaş sınırlaması gibi koruyucu önlemlerin de düşünülmesi gerektiğini önermiştir.

Kamu politikaları ve destek mekanizmaları bağlamında; K7, dezenformasyonla mücadelede kamu kurumlarının ve iletişim başkanlığı gibi yapıların daha evrensel ve kapsayıcı bir dil kullanarak aktif rol üstlenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Ayrıca, bugüne kadar bu alandaki farkındalık çalışmalarının çoğunun yabancı kaynaklı bütçelerle yürütüldüğü, Türkiye'deki kamu kaynaklarının da bu mücadelede daha etkin kullanılması gerektiği vurgulanmıştır.

Geleceğe yönelik öngörüler kapsamında ise K2, bilgi düzensizliği sorununun ilerleyen yıllarda daha da karmaşıklaşacağını, yapay zekâ ve Web 3.0/4.0 gibi teknolojilerin sahte içerik üretimini ve yayılımını daha da artıracaklarını belirtmiştir. K6 da benzer şekilde, mevcut eğitim sisteminin bu hızlı dijital değişime ayak uydurmakta yetersiz kaldığını, bu yüzden daha agresif eğitim reformlarına ihtiyaç duyulacağını ifade etmiştir.

Öte yandan, K7 bilgi düzensizliğini bir "afet" olarak tanımlamış ve bu alanda kamuoyunda geniş yankı uyandıracak büyük olaylar yaşanmadan ciddi bir farkındalık yaratmanın zor olduğunu vurgulamıştır. Dolayısıyla, uzun vadede hem dijital hem de geleneksel iletişim kanallarının aktif kullanımı ve kamu-sivil toplum iş birliği içinde yürütülecek geniş tabanlı bilinçlendirme kampanyalarının zorunlu olduğu dile getirilmiştir.

Katılımcıların değerlendirmeleri, bilgi düzensizliği ile mücadelenin yalnızca bireysel düzeyde değil, sistemik, çok katmanlı ve disiplinler arası bir yaklaşımla ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Özellikle eğitim reformları, sosyal medya platformlarıyla daha etkin iş birlikleri, kamu destekli farkındalık kampanyaları ve hukuki düzenlemelerle desteklenen kapsamlı politikaların geliştirilmesi bu alanda atılacak en kritik adımlar arasında yer almaktadır.

4.1.14. Doğrulama Platformu Görüşmeleri: Genel Değerlendirme ve Sonuç

Bu çalışmada, Türkiye'deki doğrulama platformu temsilcileriyle yürütülen nitel saha araştırması aracılığıyla bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorununa ilişkin güncel durum çok boyutlu bir şekilde ele alınmıştır. Elde edilen veriler, dezenformasyonla mücadelenin yalnızca teknik doğrulama faaliyetleriyle sınırlı kalamayacağını; sosyal

medya algoritmaları, platform politikaları, yasal düzenlemeler, medya okuryazarlığı düzeyi ve kamusal bilinç gibi çok sayıda etkenin bu alanda belirleyici olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların aktardıkları sahaya ilişkin deneyimler, hem doğrulama ekosisteminin mevcut sınırlarını hem de gelecekte karşılaşılabilecek yeni riskleri ortaya koymuştur. Sosyal medya algoritmalarının bilgi düzensizliğini pekiştiren yapısal etkileri, Meta'nın doğrulama desteklerini kesmesiyle değişen ekosistem dengeleri ve Twitter (X) üzerinden uygulamaya alınan "Topluluk Notları" gibi yeni modellerin sunduğu fırsatlar ve riskler, mevcut tabloyu daha karmaşık bir hale getirmiştir. Yapay zekâ teknolojilerinin gelişimi ise bilgi doğrulama süreçlerinde hem yeni imkânlar hem de yeni tehditler doğurarak bu alanı hızla dönüştürmektedir.

Bu çalışma, sahadan elde edilen güncel bulgularla Türkiye'deki bilgi düzensizliği ve doğrulama pratiklerine dair kapsamlı bir durum tespiti sunmaktadır. Katılımcı görüşleri doğrultusunda; doğrulama platformlarının işleyişi, sosyal medya şirketleriyle kurulan sınırlı iş birlikleri, mevcut hukuki düzenlemelerin etkileri ve medya okuryazarlığı alanındaki eksiklikler gibi başlıklar üzerinden alanın çok katmanlı yapısı ortaya konmuştur. Elde edilen veriler, yanlış bilgiyle mücadelenin yalnızca teknik bir doğrulama süreciyle sınırlı kalamayacağını; medya politikaları, toplumsal bilinç ve yasal altyapı gibi farklı etkenlerin birlikte değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Bu yönüyle araştırma, bilgi doğrulama ekosistemine ilişkin literatüre sahadan beslenen özgün ve bütüncül bir katkı sunmaktadır.

Önümüzdeki bölümde, üniversite öğrencileriyle yapılan görüşmelere dayalı olarak, alımlayıcıların dijital bilgi ortamındaki tutumları, bilgi doğrulama pratikleri ve yanlış bilgiye karşı geliştirdikleri refleksler analiz edilecektir. Bu bulgular doğrultusunda, bilgi düzensizliğiyle mücadelede karşılaşılan sınırlılıklar ile geleceğe yönelik stratejik yaklaşımlar, kullanıcı davranışları çerçevesinde daha derinlemesine ele alınacaktır.

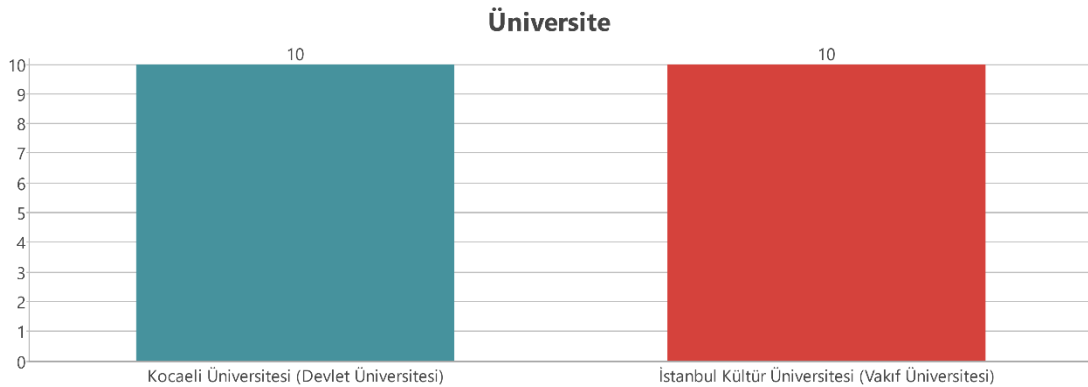
4.2. ALIMLAYICI PERSPEKTİFİ: DİJİTAL ÇAĞDA ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN DOĞRU BİLGİYE ERİŞİM VE DOĞRULAMA TUTUMLARI

Bu bölümde, üniversite öğrencileriyle gerçekleştirilen görüşmeler doğrultusunda, dijital medya kullanıcılarının bilgiye erişim, değerlendirme ve doğrulama süreçlerine dair tutum ve davranışları incelenmektedir. Katılımcıların haber tüketim alışkanlıkları, yanlış bilgiye karşı tepkileri, doğrulama platformlarına yönelik farkındalık düzeyleri ve bireysel sorumluluk algıları üzerinden, dijital çağda bireyin bilgiyle kurduğu ilişkiye dair daha kapsamlı bir analiz sunulması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda, alımlayıcıların hem bireysel refleksleri hem de içinde bulundukları medya ortamının etkisiyle şekillenen eğilimleri, tematik başlıklar altında sistematik biçimde ele alınacaktır.

4.2.1. Alımlayıcı Verilerinin Tematik ve Grafikselleştirilmesi

Bu araştırmada yer alan katılımcılar, üniversite türü açısından dengeli bir şekilde seçilmiştir. Görüşme yapılan 20 öğrencinin 10'u devlet üniversitesinden (Kocaeli Üniversitesi), 10'u ise vakıf üniversitesinden (İstanbul Kültür Üniversitesi) gelmektedir. Bu dağılım, üniversite türünün öğrencilerin dijital çağda bilgiye erişim biçimleri üzerindeki olası etkilerini gözlemlemek açısından anlamlı bir zemin sunmaktadır:

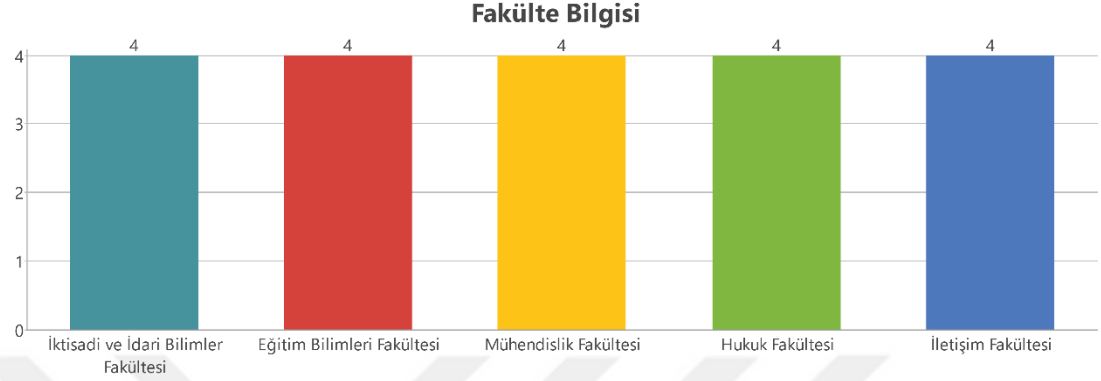
Grafik 19. Üniversite Dağılımı



Her iki üniversiteden farklı fakültelerden öğrencilerin seçilmesi, görüşmelere disiplinler arası bir bakış kazandırmış ve elde edilen verilerin bağlamsal çeşitliliğini artırmıştır. Bu aşamada yaş, cinsiyet gibi demografik özellikler üzerinden özel bir

sınıflandırma yapılmamış; odak, bilgiye erişim ve doğrulama pratikleri üzerine yöneltilmiştir.

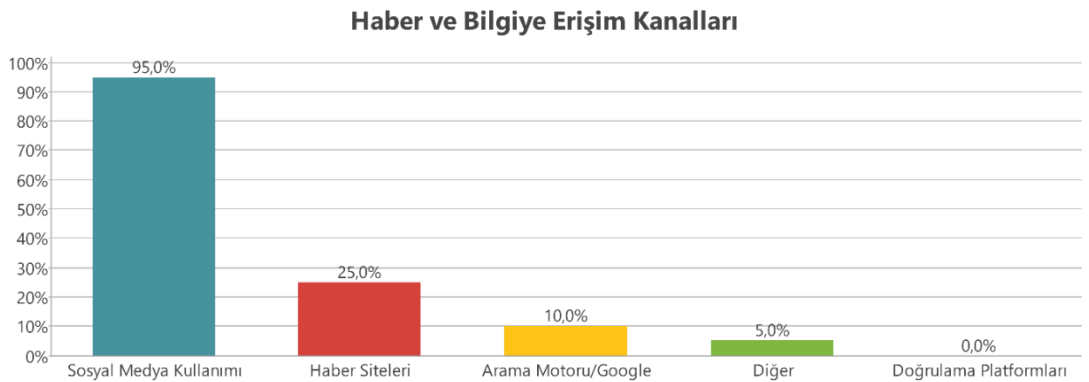
Grafik 20. Fakülte Bilgisi



Araştırmada yer alan öğrenciler, İktisadi ve İdari Bilimler, Eğitim Bilimleri, Mühendislik, Hukuk ve İletişim Fakülteleri'nden eşit sayıda (her birinden 4 kişi) seçilmiştir. Farklı akademik disiplinlerden gelen katılımcıların yer alması, bilgiye erişim, medya kullanımı ve doğrulama pratiklerine ilişkin eğilimlerin karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesi açısından önemlidir.

Bilgiye erişim yolları, bireylerin dijital içeriklerle kurduğu ilişkiyi anlamada belirleyici bir göstergedir. Aşağıdaki grafik, katılımcı öğrencilerin haber ve bilgiye hangi kanallardan ulaştığını göstermektedir.

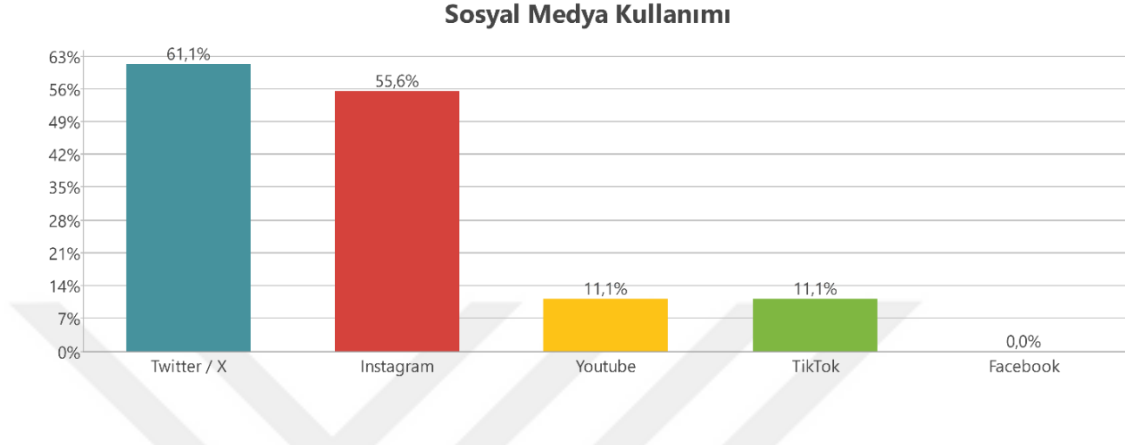
Grafik 21. Haber ve Bilgiye Erişim Kanalları



Verilere göre öğrencilerin %95'i bilgiye sosyal medya üzerinden ulaşmaktadır. Buna karşılık haber siteleri %25, arama motorları %10 oranında tercih edilmekte; doğrulama platformları ise hiç kullanılmamaktadır. Bu dağılım, öğrencilerin bilgi

kaynaklarında hız ve erişilebilirliği önceliklendirdiğini göstermekte, aynı zamanda doğrulama alışkanlıklarının zayıf olduğuna işaret etmektedir. Sosyal medyanın bu denli baskınlığı, yanlış bilgiye maruz kalma riskini de artırmaktadır.

Grafik 22. Sosyal Medya Üzerinden Haber Takibi: Platform Tercihleri

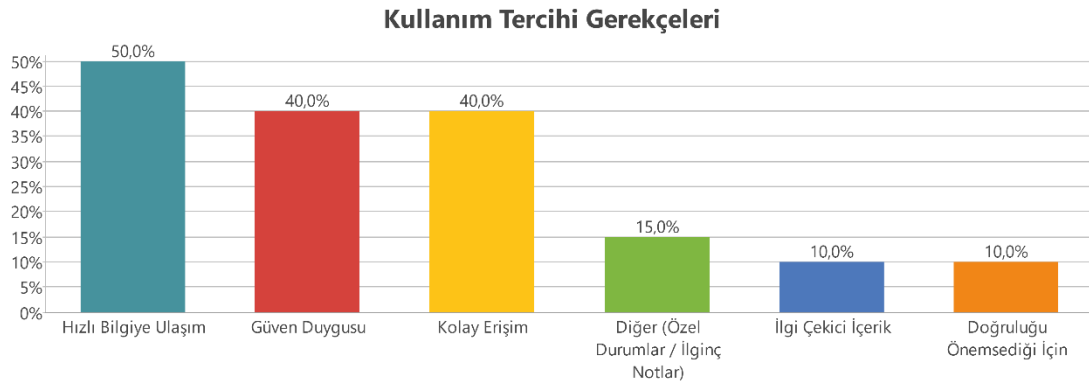


Bu grafik, haber ve bilgiye sosyal medya üzerinden ulaşan katılımcıların hangi platformları tercih ettiklerini göstermektedir. Verilere göre en çok kullanılan sosyal medya platformu Twitter/X (%61,1) olurken, onu Instagram (%55,6) takip etmektedir. YouTube ve TikTok ise eşit oranla (%11,1) daha düşük bir kullanım düzeyine sahiptir. Facebook tercihi ise hiç belirtilmemiştir.

Bu dağılım, öğrencilerin haber takibinde daha çok metin temelli ve gündem odaklı içeriklere erişim sağlayan mecralara yöneldiğini göstermektedir. Twitter/X'in haber ve gündem takibindeki belirgin rolü, platformun metin öncelikli yapısıyla ilişkilendirilebilir. Bu veriler, öğrencilerin hangi mecralar üzerinden bilgiye ulaştığını anlamak ve doğrulama süreçlerinin bu platformlara nasıl entegre edilebileceğini tartışmak açısından önemlidir.

Katılımcıların sosyal medyayı haber ve bilgiye ulaşımında tercih etme gerekçeleri çeşitlilik göstermektedir:

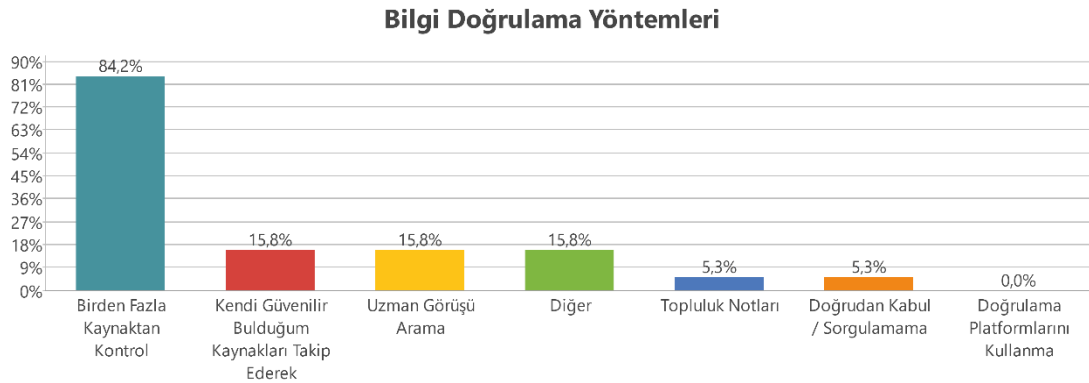
Grafik 23. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Tercihlerini Belirleyen Etkenler



Katılımcıların yarısı (%50), sosyal medyayı hızlı bilgiye ulaşma imkânı nedeniyle tercih ettiğini belirtmiştir. Bunu %40 oranla "güven duygusu" ve yine %40 ile "kolay erişim" izlemektedir. Bu veriler, öğrencilerin bilgi tüketiminde hız ve erişilebilirliği ön planda tuttuğunu göstermektedir. Buna karşın yalnızca %10'luk bir kesim, içeriğin doğruluğunu önemseyerek bu mecraları kullandığını ifade etmiştir. Bu durum, haber tüketiminde nitelikten çok pratiklik arayışının belirleyici olduğunu göstermekte; doğruluk ve eleştirel değerlendirme motivasyonlarının arka planda kaldığına işaret etmektedir.

“Karşılaştığınız bilgilerin doğruluğunu sorguluyor musunuz? Eğer evet, bunu nasıl yapıyorsunuz?” sorusu doğrultusunda katılımcılara bilgi doğrulama yöntemleri sorulmuştur. Aşağıdaki grafik, üniversite öğrencilerinin doğruluk kontrolüne ilişkin tercih ettikleri yolları göstermektedir:

Grafik 24. Üniversite Öğrencilerinin Bilgi Doğrulama Yöntemleri

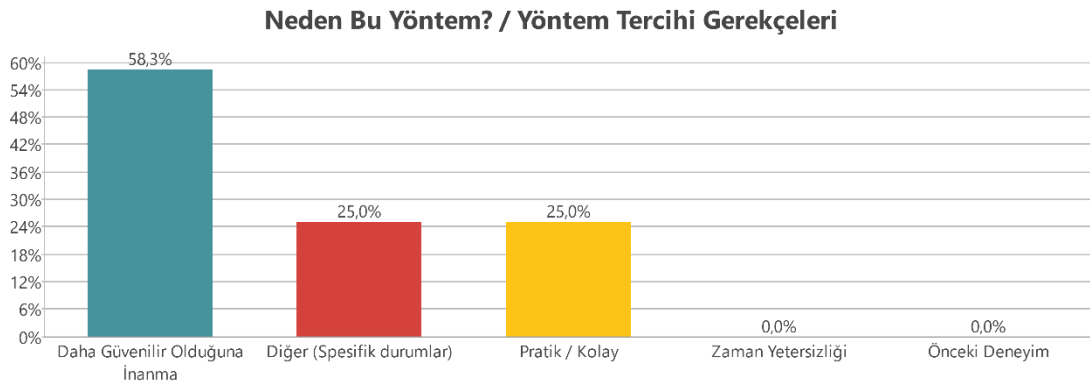


Katılımcıların büyük çoğunluğu (%84,2), bilgi doğrulamak için birden fazla kaynaktan kontrol yöntemini benimsediklerini belirtmiştir. Bu bulgu, üniversite öğrencilerinin önemli bir kısmının karşılaştıkları bilgileri doğrudan kabul etmediğini, en azından karşılaştırmalı bir okuma pratiğine sahip olduğunu göstermektedir. Ancak doğrulama platformlarını doğrudan kullanan öğrenci sayısı %0 olup, bu araçlara yönelik farkındalığın son derece düşük olduğunu ortaya koymaktadır.

Katılımcıların bir kısmı (%15,8) güvenilir buldukları kaynakları düzenli takip ettiğini ya da uzman görüşüne başvurduğunu ifade etmiştir. Topluluk notları gibi yeni nesil doğrulama mekanizmalarını kullananlar ise yalnızca %5,3 düzeyindedir. Aynı oran, bilgiyi sorgulamadan kabul ettiğini söyleyenler için de geçerlidir. Bu tablo, öğrenciler arasında temel bir doğrulama refleksinin gelişmiş olmasına rağmen, kurumsal ve sistematik doğrulama araçlarının henüz yaygınlaşmadığını göstermektedir.

Katılımcılara, doğruluk kontrolü yaparken tercih ettikleri yöntemi neden benimsedikleri sorulmuştur. Aşağıdaki grafik, bu tercihlere yön veren gerekçeleri göstermektedir:

Grafik 25. Üniversite Öğrencilerinin Bilgi Doğrulama Yöntemi Tercih Gerekçeleri

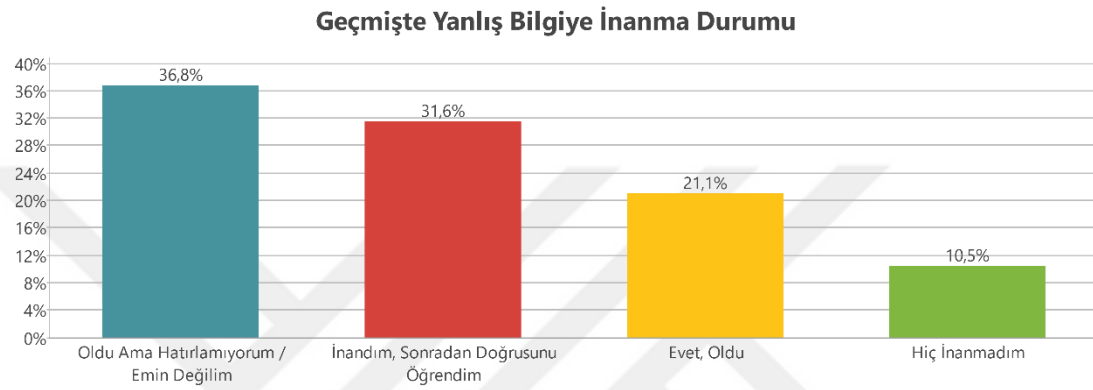


Verilere göre, katılımcıların %58,3'ü tercih ettikleri yöntemi “daha güvenilir olduğuna inandıkları” için kullandıklarını belirtmiştir. %25’lik bir kesim spesifik durumlara göre yöntemi değiştirirken, aynı oranda katılımcı yöntemi pratik ve kolay bulduğu için tercih ettiğini ifade etmiştir. Zaman yetersizliği veya önceki deneyimler ise tercih gerekçeleri arasında yer almamıştır. Bu bulgular, öğrencilerin doğrulama

davranışlarında güven unsurunun belirleyici olduğunu, ancak yöntemin pratikliği ve durumsallığın da önemli etkenler arasında yer aldığını göstermektedir.

Katılımcılara “*Daha önce yanlış bir bilgiye inanıp sonradan düzelttiğiniz oldu mu?*” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki grafik, bu soruya verilen yanıtların dağılımını göstermektedir:

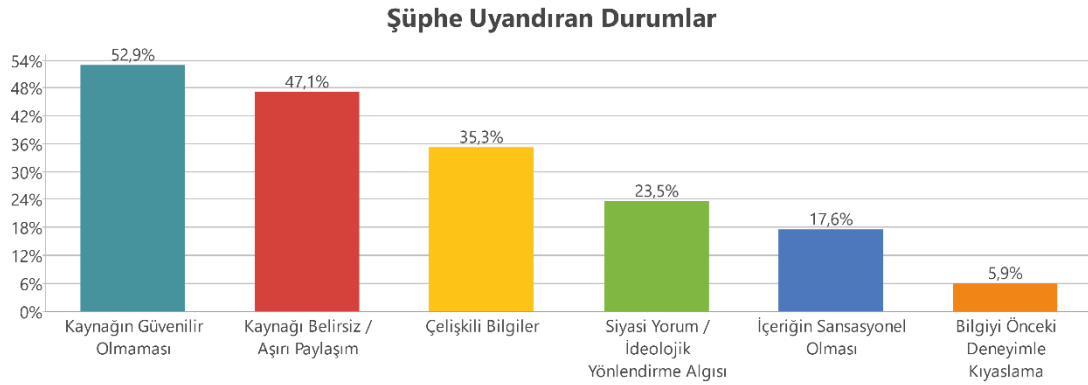
Grafik 26. Üniversite Öğrencilerinin Geçmişte Yanlış Bilgiye İnanma Durumu



Verilere göre, katılımcıların %36,8'i geçmişte böyle bir durum yaşadığını düşündüğünü ancak detayları hatırlamadığını belirtmiştir. %31,6'sı yanlış bir bilgiye inandığını ve sonradan doğrusunu öğrendiğini ifade ederken, %21,1'i açıkça böyle bir durumla karşılaştığını belirtmiştir. Yalnızca %10,5'lik bir kesim hiç yanlış bilgiye inanmadığını söylemiştir. Bu bulgular, üniversite öğrencilerinin çoğunun yaşamlarının bir döneminde yanlış bilgiye maruz kalma ve bunu fark etme deneyimine sahip olduğunu göstermektedir. Bu durum, doğruluk refleksinin gelişiminde deneyimin önemli bir rol oynayabileceğine işaret etmektedir.

Katılımcılara “*Bir bilginin doğruluğundan şüphelenmenize neden olan durumlar nelerdir?*” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki grafik, bu soruya verilen yanıtların dağılımını göstermektedir:

Grafik 27. Şüphe Uyandıran Durumlar

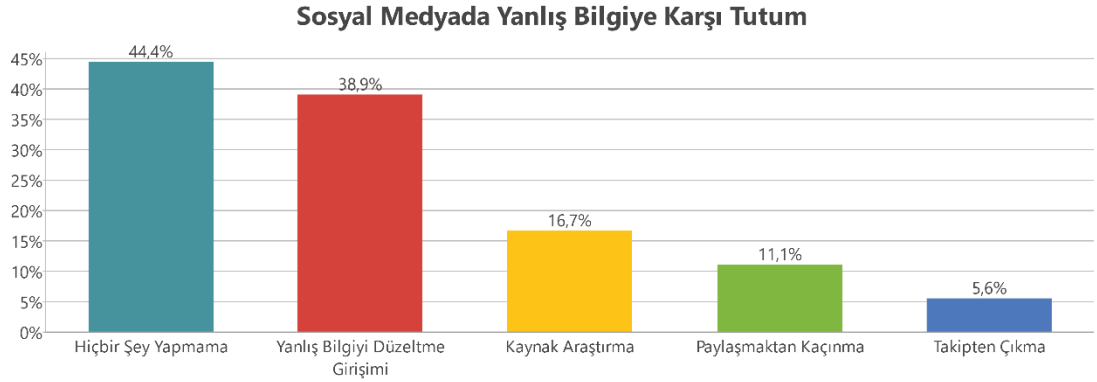


Katılımcıların %52,9’u, bir bilginin doğruluğundan şüphe etmelerinde en önemli etkenin kaynağın güvenilir olmaması olduğunu belirtmiştir. Bunu sırasıyla kaynağın belirsizliği veya aşırı paylaşımı (%47,1) ve çelişkili bilgilerle karşılaşma durumu (%35,3) takip etmektedir. Öne çıkan bir diğer unsur, %23,5 oranında belirtilen siyasi yorum veya ideolojik yönlendirme algısıdır. Bazı öğrenciler, bilgilerin taraflı bir dille verilmesinin ya da siyasi bir çerçevede sunulmasının güven kaybı yarattığını vurgulamıştır. Bu bulgu, bilginin biçiminden çok sunuluş şeklinin de şüphe doğurabileceğini göstermektedir. Sansasyonel içerikler (%17,6) ve kişisel deneyimle çelişen bilgiler (%5,9) ise diğer şüphe uyandıran faktörler arasında yer almıştır.

Genel olarak, öğrenciler bilgiye şüpheyle yaklaşırken en çok kaynağın niteliği, ardından ise ideolojik içerik ve yapısal çelişkiler üzerinden değerlendirme yapmaktadır. Bu durum, bireylerin sadece içeriğin doğruluğuna değil, aynı zamanda içeriğin sunuluş biçimine de dikkat ettiğini göstermektedir.

Katılımcılara “*Sosyal medyada yanlış bilgi gördüğünüzde genellikle nasıl tepki veriyorsunuz?*” sorusu yöneltilmiş ve yanıtlar aşağıdaki grafikte özetlenmiştir:

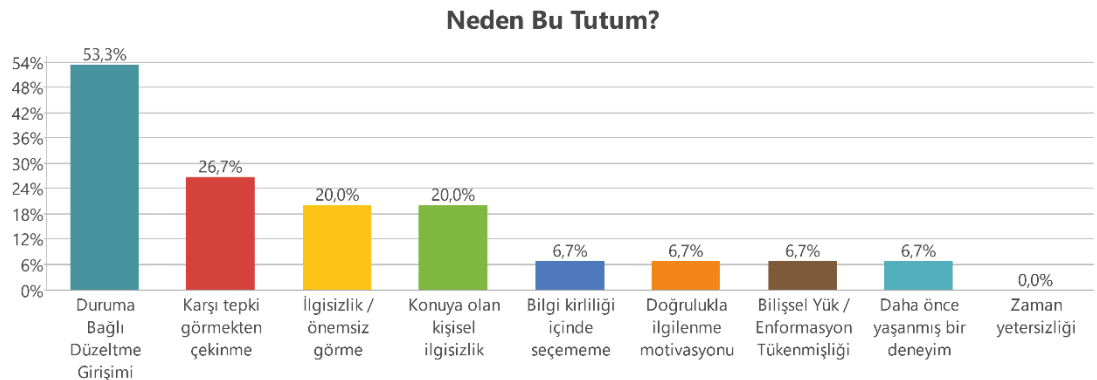
Grafik 28. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyada Yanlış Bilgiye Karşı Tutumu



Katılımcıların %44,4'ü sosyal medyada karşılaştıkları yanlış bilgiye herhangi bir tepki vermediklerini belirtmiştir. Bunu %38,9 ile yanlış bilgiyi düzeltmeye yönelik girişimde bulunma seçeneği takip etmektedir. %16,7'lik bir kesim kaynak araştırması yaptığını ifade ederken, %11,1'i bu tür içerikleri paylaşmaktan kaçındığını belirtmiştir. Takipten çıkma ise %5,6 ile en az tercih edilen tutum olmuştur. Bu veriler, öğrencilerin önemli bir bölümünün yanlış bilgiye karşı pasif bir yaklaşım benimsediğini, ancak azımsanmayacak bir kısmının da düzeltici çabalar içinde olduğunu göstermektedir. Bu durum, yanlış bilgiyle mücadelede bireysel farkındalık ve dijital sorumluluk bilincinin artırılması gerektiğine işaret etmektedir.

Katılımcılara, sosyal medyada yanlış bilgiye karşı sergiledikleri tutumun nedenlerini açıklamaları istenmiştir. Aşağıdaki grafik, bu soruya verilen yanıtların dağılımını göstermektedir:

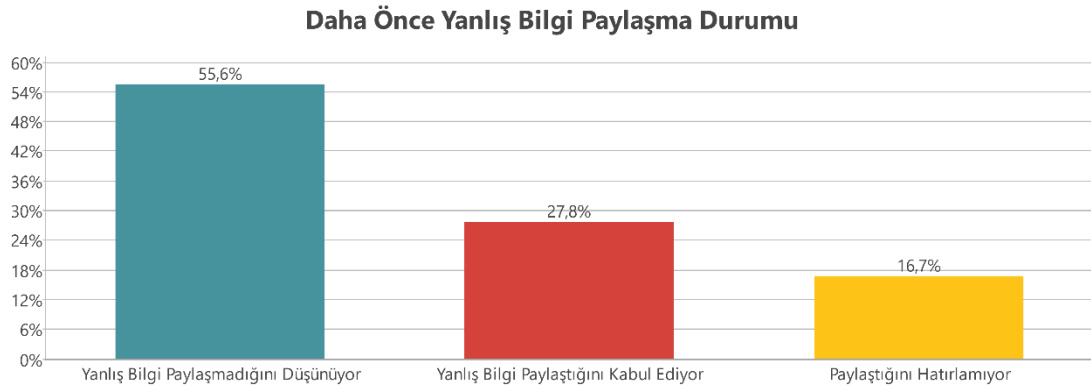
Grafik 29. Üniversite Öğrencilerinin Yanlış Bilgiye Karşı Gösterdikleri Tutumun Gerekçeleri



Katılımcıların yarısından fazlası (%53,3) yanlış bilgiyle karşılaştıklarında verdikleri tepkinin durumdan duruma değiştiğini, yani bağlama göre hareket ettiklerini belirtmiştir. Bu, öğrencilerin mutlak bir strateji yerine esnek ve bağlamsal bir değerlendirme yaptığını göstermektedir. Ancak bu durum aynı zamanda tutarsız tepkilere ya da pasif kalmaya da neden olabilir. İkinci en sık belirtilen gerekçe (%26,7), “karşı tepki görmekten çekinme” dir. Bu, özellikle sosyal medya ortamında düzeltme yapmanın bireyler açısından sosyal bir risk taşıyabileceğine işaret eder. Bu çekingenlik, doğruluk mücadelesinde sessiz kalmayı beraberinde getirebilir. İlgisizlik (%20) ve konuya kişisel ilgi duymama (%20) da dikkat çeken diğer nedenlerdir. Bu sonuçlar, bazı bireyler için bilginin doğruluğu kadar kişisel ilgi ve önem düzeyinin de harekete geçme kararında etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Daha az oranda dile getirilen gerekçeler arasında “bilgi kirliliği içinde seçememe”, “doğrulukla ilgilenme motivasyonu eksikliği”, “bilişsel yük ve enformasyon yorgunluğu” (%6,7) gibi unsurlar yer almaktadır. Bu durum, bilgiyle karşılaşma anında yaşanan bilişsel zorlukların da pasif tutuma katkı sunduğunu göstermektedir. Öte yandan, zaman yetersizliği gibi daha klasik bir gerekçeye ise hiçbir katılımcı atıfta bulunmamıştır (%0). Bu da sürece katılımın önündeki engellerin daha çok psikolojik ve sosyal dinamiklere dayandığını düşündürmektedir.

Katılımcılara, geçmişte yanlış bir bilgiyi farkında olmadan paylaşma deneyimleri olup olmadığı sorulmuştur. Bu soru, bilgi paylaşımında öz-denetim ve farkındalık düzeyini anlamak açısından önemlidir:

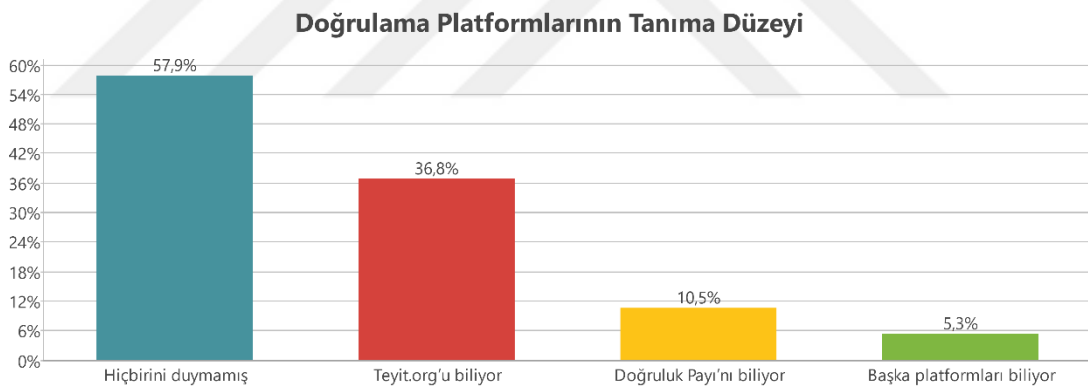
Grafik 30. Üniversite Öğrencilerinin Geçmişte Yanlış Bilgi Paylaşma Durumu



Katılımcıların %55,6'sı yanlış bilgi paylaştıklarını düşünmediklerini belirtmiştir. Buna karşılık %27,8'i geçmişte yanlış bilgi paylaştığını kabul ederken, %16,7'si bu konuda bir paylaşım yapıp yapmadıklarını hatırlamadıklarını ifade etmiştir. Bu dağılım, katılımcıların önemli bir kısmının bilgi paylaşımında dikkatli davrandığını düşündüğünü, ancak hatalı paylaşımda bulunduğunu kabul edenlerin de azımsanmayacak düzeyde olduğunu göstermektedir. Özellikle “emin değilim” yanıtı verenlerin oranı, bu konuda net bir öz-farkındalığın her zaman oluşmadığını da ortaya koymaktadır. Bu durum, doğruluk kontrolünün bireysel düzeyde sistematik hâle gelmediğini ve bilgi paylaşımında zaman zaman refleksif davranıldığını düşündürmektedir.

Katılımcılara doğrulama platformlarını daha önce duyup duymadıkları ve bilinen platformların hangileri olduğu sorulmuştur. Bu soru, bilgi doğrulama ekosisteminin genç kullanıcılar nezdindeki bilinirliğini anlamaya yöneliktir:

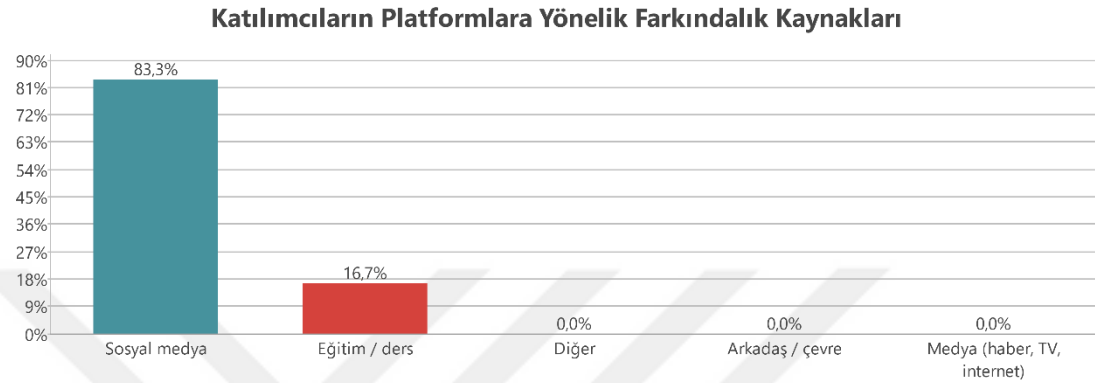
Grafik 31. Üniversite Öğrencilerinin Doğrulama Platformlarını Tanıma Düzeyi



Katılımcıların %57,9'u hiçbir doğrulama platformunu daha önce duymadığını belirtmiştir. Doğrulama platformlarını daha önce duyanların %36,8'i Teyit.org'u tanıdığını, %10,5'i ise Doğruluk Payı'nı bildiğini ifade etmiştir. Diğer platformları bilenlerin oranı ise yalnızca %5,3'tür. Bu veriler, üniversite öğrencileri arasında doğrulama girişimlerinin genel olarak düşük bir bilinirliğe sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle dijital çağda yaygın bilgi kirliliğiyle mücadelede bu tür platformların rolü dikkate alındığında, bu düşük farkındalık seviyesi önemli bir boşluğa işaret etmektedir.

Doğrulama platformlarını tanıdığını belirten katılımcılara, bu platformları ilk olarak hangi kanallar aracılığıyla duydukları sorulmuştur. Bu soru, doğrulama girişimlerinin görünürlük kaynaklarını analiz etmeyi amaçlamaktadır:

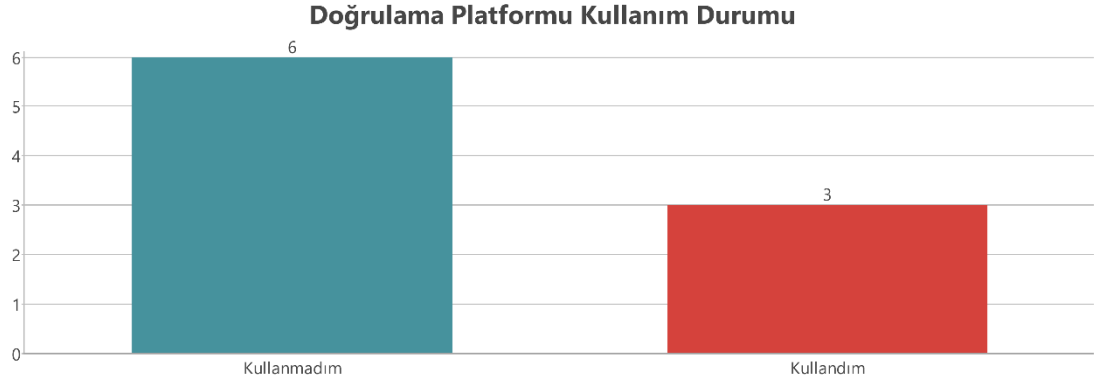
Grafik 32. Üniversite Öğrencilerinin Doğrulama Platformlarını Duyma Kaynakları



Katılımcıların %83,3'ü doğrulama platformlarını ilk kez sosyal medya aracılığıyla duyduğunu ifade etmiştir. %16,7'si bu bilgiyi eğitim/akademik ortamda edindiğini belirtmiştir. Diğer bilgi kaynakları (arkadaş çevresi, geleneksel medya, vb.) ise hiç belirtilmemiştir. Bu bulgular, doğrulama platformlarının görünürlüğünün büyük ölçüde sosyal medya mecralarına bağlı olduğunu göstermektedir. Ancak bu durum, platformların yalnızca dijital mecralarda görünür olduğu ve daha geniş kitlelere ulaşma konusunda sınırlı kaldığı yönünde bir işaret olarak değerlendirilebilir. Eğitim kurumları yoluyla sağlanan bilgilendirmenin düşük olması ise, bilgi okuryazarlığı konusunun kurumsal düzeyde daha sistemli biçimde ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Doğrulama platformlarının bilinirliği kadar kullanım pratikleri de bilgi ekosistemindeki etkilerini değerlendirmek açısından önemlidir. Bu kapsamda, daha önce bu platformları duyan katılımcılara bu araçları kullanıp kullanmadıkları sorulmuştur:

Grafik 33. Üniversite Öğrencilerinin Doğrulama Platformu Kullanım Durumu



Grafikte görüldüğü üzere, doğrulama platformlarından haberdar olduğunu belirten 9 öğrenciden yalnızca 3’ü bu platformları daha önce kullandığını ifade etmiştir. Geriye kalan 6 öğrenci ise herhangi bir kullanımda bulunmamıştır. Bu durum, doğrulama platformlarının bilinirliğinin, kullanım davranışına doğrudan yansımadığını göstermektedir. Katılımcı sayısının azlığı dikkate alındığında genelleme yapılması sınırlı olsa da, bu tablo doğrulama araçlarının fark edilse bile gündelik bilgi pratiklerine entegre edilmediğini göstermektedir. Öğrencilerin doğrulama konusunda bilinçli olduklarını söylemeleri ya da platformları tanımaları, bu araçları kullanmaya istekli oldukları anlamına gelmemektedir. Bu da, bilgiye erişimde yalnızca farkındalık değil, kullanım alışkanlıkları ve motivasyon gibi faktörlerin de belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır.

Doğrulama platformlarını en az bir kez kullandığını belirten katılımcılara, bu platformlara ne sıklıkla başvurdukları sorulmuştur:

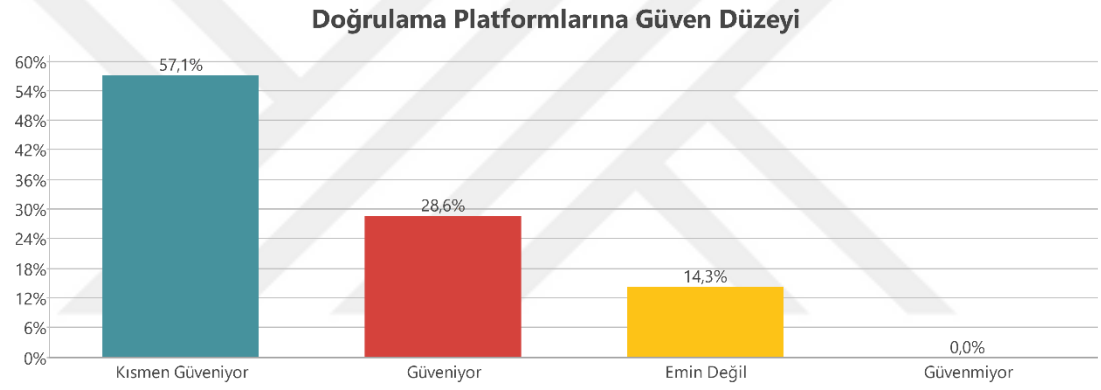
Grafik 34. Üniversite Öğrencilerinin Doğrulama Platformlarını Kullanım Sıklığı



Katılımcıların %66,7'si doğrulama platformlarını nadiren kullandığını belirtirken, %33,3'ü haftada birkaç kez kullandığını ifade etmiştir. “Ayda birkaç kez” ya da “her gün” yanıtı veren katılımcı olmamıştır. Bu sonuç, doğrulama platformlarının bilinse dahi düzenli bir başvuru kaynağı hâline gelmediğini göstermektedir. Kullanımın daha çok anlık ihtiyaçlara bağlı geliştiği söylenebilir. Bu durum, platformlara yönelik farkındalık ve kullanım alışkanlıklarının henüz yeterince yerleşmediğini düşündürmektedir.

Katılımcılara, doğrulama platformlarının güvenilirliğine dair görüşleri sorulmuştur:

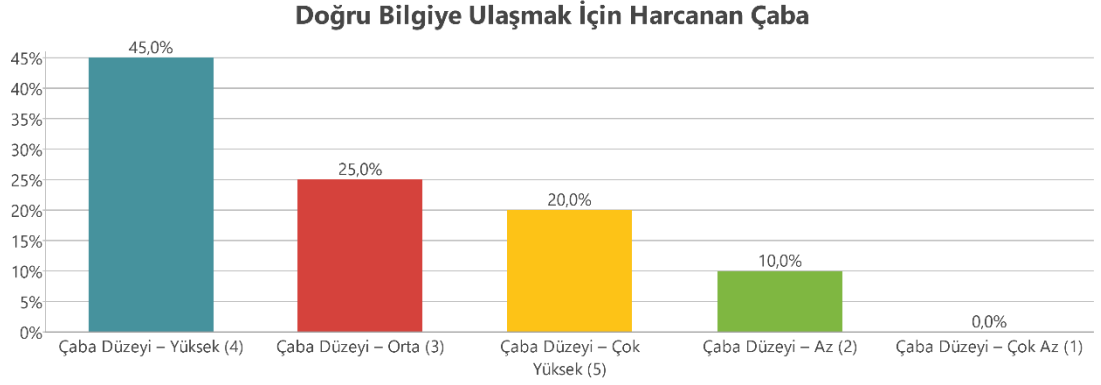
Grafik 35. Doğrulama Platformlarına Güven Düzeyi



Katılımcıların %57,1'i doğrulama platformlarına kısmen güvendiğini belirtirken, %28,6'sı güven duyduğunu ifade etmiştir. %14,3'lük bir kesim ise emin olmadığını belirtmiştir. Güvenmediğini söyleyen katılımcı bulunmamaktadır. Bu sonuçlar, doğrulama platformlarına yönelik temkinli ama genel olarak olumlu bir yaklaşım olduğunu göstermektedir. Ancak “kısmen güven” ifadesinin yaygınlığı, platformların şeffaflık, bağımsızlık ve yöntemlerini anlatma konusunda daha fazla çaba göstermesi gerektiğine işaret etmektedir.

Katılımcılara, doğru bilgiye ulaşmak adına ne düzeyde çaba harcadıklarını kendi algılarına göre değerlendirmeleri istenmiştir:

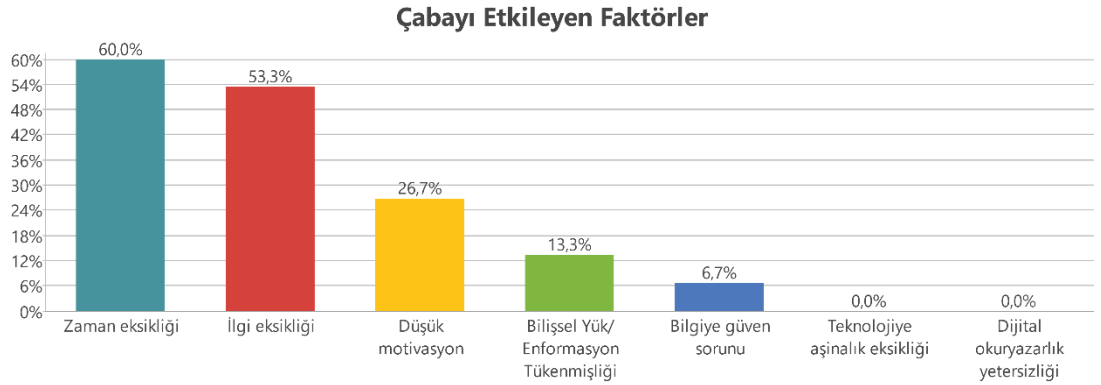
Grafik 36. Üniversite Öğrencilerinin Doğru Bilgiye Ulaşmak İçin Çaba Harcama Düzeyi



Katılımcıların %45'i “yüksek” düzeyde çaba harcadığını belirtirken, %20'si “çok yüksek” çaba harcadığını ifade etmiştir. %25 oranında “orta düzeyde” çaba beyanı bulunurken, yalnızca %10'u düşük düzeyde çaba gösterdiğini belirtmiştir. “Çok az” çaba harcadığını belirten katılımcı ise bulunmamaktadır. Bu veriler, öğrencilerin büyük çoğunluğunun doğru bilgiye ulaşmak için belli bir çaba sarf ettiğini düşündüğünü, ancak bu çabanın çoğunlukla orta-yüksek seviyede yoğunlaştığını göstermektedir. Bu durum, bilginin doğruluğunu sorgulama refleksinin belli bir farkındalık düzeyine ulaştığını göstermektedir.

Katılımcılara, doğru bilgiye ulaşma sürecinde çaba göstermelerini zorlaştıran başlıca etkenler sorulmuştur:

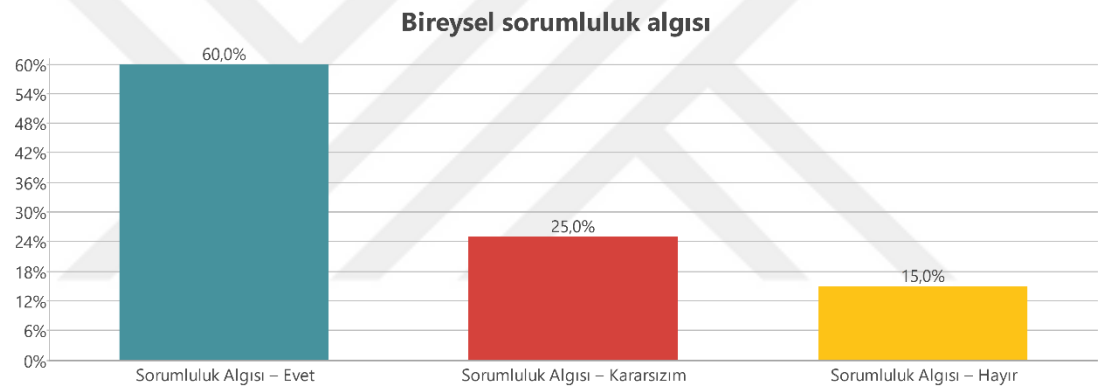
Grafik 37. Üniversite Öğrencilerinin Doğru Bilgiye Ulaşma Çabasını Etkileyen Faktörler



Verilere göre çaba düzeyini etkileyen en önemli iki unsur “zaman eksikliği” (%60) ve “ilgi eksikliği” (%53,3) olarak öne çıkmaktadır. Bunu “düşük motivasyon” (%26,7) ve “bilişsel yük/enformasyon yorgunluğu” (%13,3) takip etmektedir. “Bilgiye güven sorunu” %6,7 oranında belirtilirken, teknolojiye aşinalık eksikliği ve dijital okuryazarlık yetersizliği hiçbir katılımcı tarafından ifade edilmemiştir. Bu sonuçlar, bilgi doğrulama davranışını belirleyen temel engellerin daha çok bireysel zaman yönetimi ve ilgi düzeyiyle ilişkili olduğunu göstermektedir.

Katılımcılara, bilgi doğrulama konusunda bireysel sorumluluk hissedip hissetmedikleri sorulmuştur:

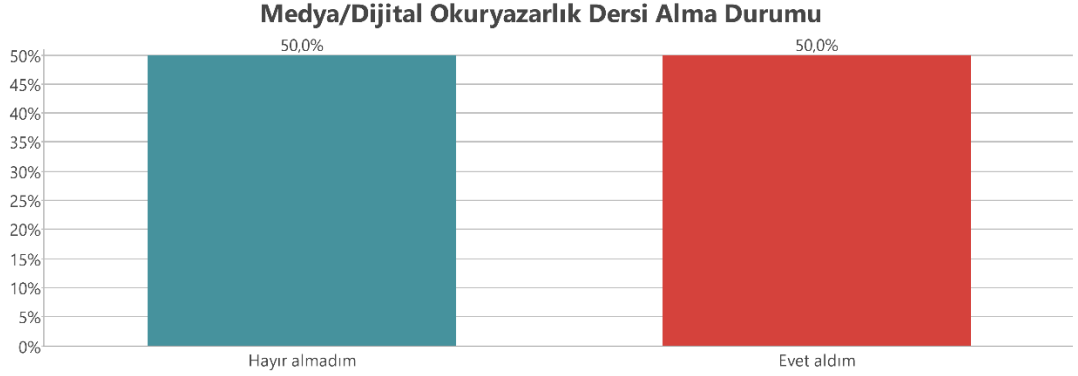
Grafik 38. Üniversite Öğrencilerinin Bilgi Doğrulama Konusunda Bireysel Sorumluluk Algısı



Katılımcıların %60'ı bilgi doğrulamanın bireysel bir sorumluluk olduğunu düşündüğünü belirtirken, %25'i kararsız olduğunu, %15'i ise böyle bir sorumluluk hissetmediğini ifade etmiştir. Bu sonuç, bilgi doğruluğu konusunda bireysel farkındalığın görece yüksek olduğunu, ancak belirli bir oranda belirsizlik ve ilgisizlik hâlâ mevcut olduğunu göstermektedir. Bu durum, farkındalık çalışmalarının gerekliliğine işaret etmektedir.

Katılımcılara daha önce medya, dijital veya eleştirel medya okuryazarlığına ilişkin bir ders alıp almadıkları sorulmuştur:

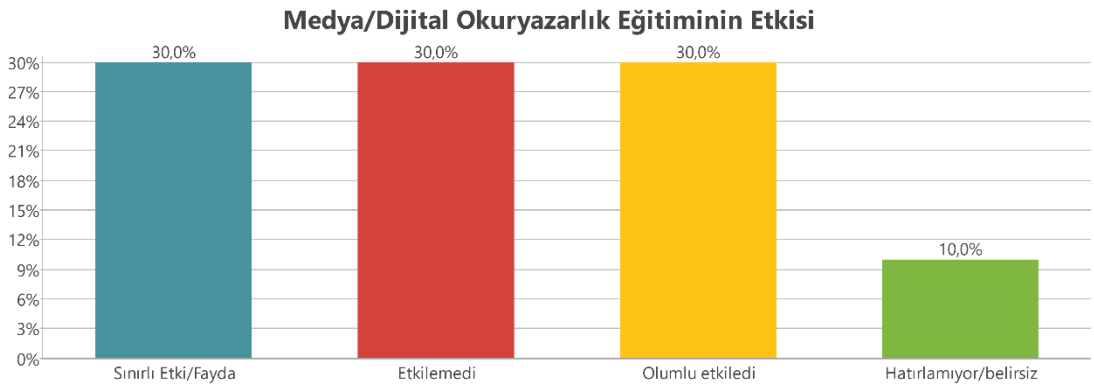
Grafik 39. Üniversite Öğrencilerinin Medya/Dijital Okuryazarlık Dersi Alma Durumu



Katılımcıların %50'si bu tür dersleri aldığını belirtirken, diğer %50'si herhangi bir medya ya da dijital okuryazarlık eğitimi almadığını ifade etmiştir. Bu denge, medya okuryazarlığı eğitiminin üniversitelerde hâlâ sınırlı düzeyde verildiğini ve yaygınlaştırılmasının gerekli olduğunu göstermektedir. Özellikle dijital bilgi çağında bu tür derslerin bilgi doğrulama becerileriyle doğrudan ilişkili olduğu göz önüne alındığında, eğitimin rolü kritik görünmektedir.

Katılımcılara, medya veya dijital okuryazarlık eğitimi aldıktan sonra bilgi doğrulama alışkanlıklarının değişip değişmediği sorulmuştur:

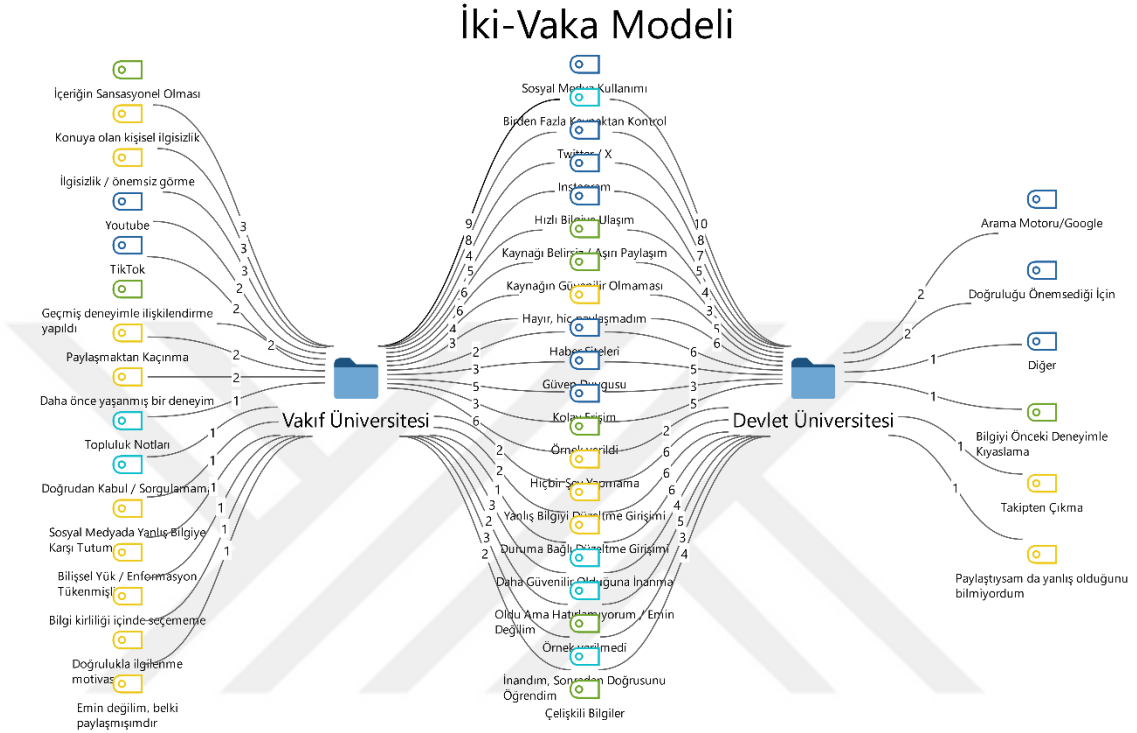
Grafik 40. Medya/Dijital Okuryazarlık Eğitiminin Etkisi



Grafikte görüldüğü üzere, katılımcıların %30'u bu tür derslerin bilgi doğrulama alışkanlıklarını olumlu etkilediğini belirtmiştir. Ancak benzer oranlarda katılımcı (%30) eğitimin etkili olmadığını, bir diğer %30'luk kesim ise yalnızca sınırlı fayda sağladığını ifade etmiştir. %10'luk bir grup ise bu konuda kararsız ya da belirsiz bir tutum sergilemiştir. Bu sonuçlar, verilen eğitimin içeriği, süresi veya nasıl uygulandığı

gibi etkenlerin doğrulama davranışını yeterince etkileyemediğini göstermektedir. Eğitimin daha kaliteli ve uygulamaya dönük olması bu etkiyi artırabilir.

Grafik 41. Haber ve Bilgiye Erişim, Doğrulama Alışkanlıkları ve Yanlış Bilgiye Verilen Tepkiler: Devlet ve Vakıf Üniversitesi Öğrencilerinin Genel Eğilimleri

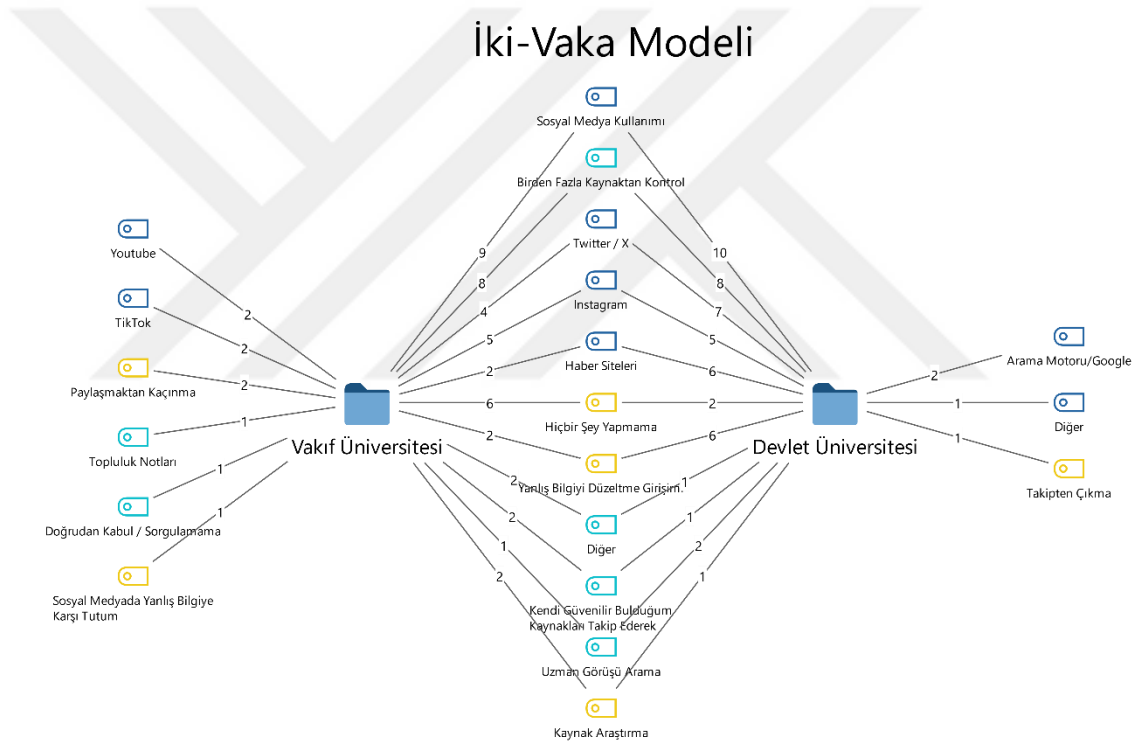


Bu grafik, devlet ve vakıf üniversitelerinde öğrenim gören öğrencilerin dijital medya kullanım pratikleri, bilgiye erişim kaynakları, bilgi doğrulama alışkanlıkları ve yanlış bilgi ile karşılaştıklarında verdikleri tepkilere dair genel bir tematik dağılım sunmaktadır. Katılımcıların hem platform tercihlerine hem de yanlış bilgiye karşı geliştirdikleri bilişsel ve davranışsal reflekslere dair çeşitli kodların yoğunluğu karşılaştırmalı olarak görselleştirilmiştir.

Her iki grupta da en çok kodlanan temalar arasında “sosyal medya kullanımı”, “birden fazla kaynaktan kontrol”, “kaynağın güvenilir olmaması” ve “bilgiyi paylaşmaktan kaçınma” yer almaktadır. Bu durum, sosyal medyanın hem bilgi kaynağı hem de şüpheli bilgiyle karşılaşma alanı olarak ortak bir rol oynadığını göstermektedir. Aynı zamanda katılımcıların bilgi doğrulama sürecinde aktif bir sorgulama pratiği geliştirmeye çalıştıkları anlaşılmaktadır.

Sonuç olarak, grafik her iki üniversite türünde de öğrencilerin yanlış bilgiye karşı belirli bir farkındalık geliştirdiğini, özellikle bilgi doğrulama konusunda kişisel sorumluluk hissettiklerini ve sosyal medya kaynaklı içeriklere temkinli yaklaştıklarını göstermektedir. Ancak bu veriler, katılımcıların görüşme sırasında verdikleri beyanlara dayanmaktadır. Dolayısıyla, ifade edilen tutumların gerçek hayattaki davranışlarla birebir örtüşüp örtüşmediği net değildir. Görüşme ortamının etkisiyle sosyal olarak kabul gören yanıtlar verme eğilimi göz önüne alındığında, bu tür beyanların uygulamadaki karşılığını sorgulamak da önem arz etmektedir.

Grafik 42. Haber ve Bilgiye Erişim Kaynakları, Doğrulama Yöntemleri ve Tepkiler: Devlet ve Vakıf Üniversitesi Öğrencilerinin Pratikleri



Bu grafik, öğrencilerin dijital medya ortamında bilgiye erişim platformlarını, doğruluk kontrolü alışkanlıklarını ve yanlış bilgiye karşı verdikleri tepkileri tematik kodlar üzerinden karşılaştırmalı biçimde sunmaktadır.

Her iki grupta da “sosyal medya kullanımı” en yaygın bilgi kaynağı olarak öne çıkmaktadır. Bu, sosyal medyanın öğrenciler açısından hızlı ve erişilebilir bir mecra olarak konumlandığını göstermektedir. Sosyal medyayı takiben, “birden fazla kaynaktan kontrol” uygulaması doğrulama yöntemi olarak en sık dile getirilen pratik

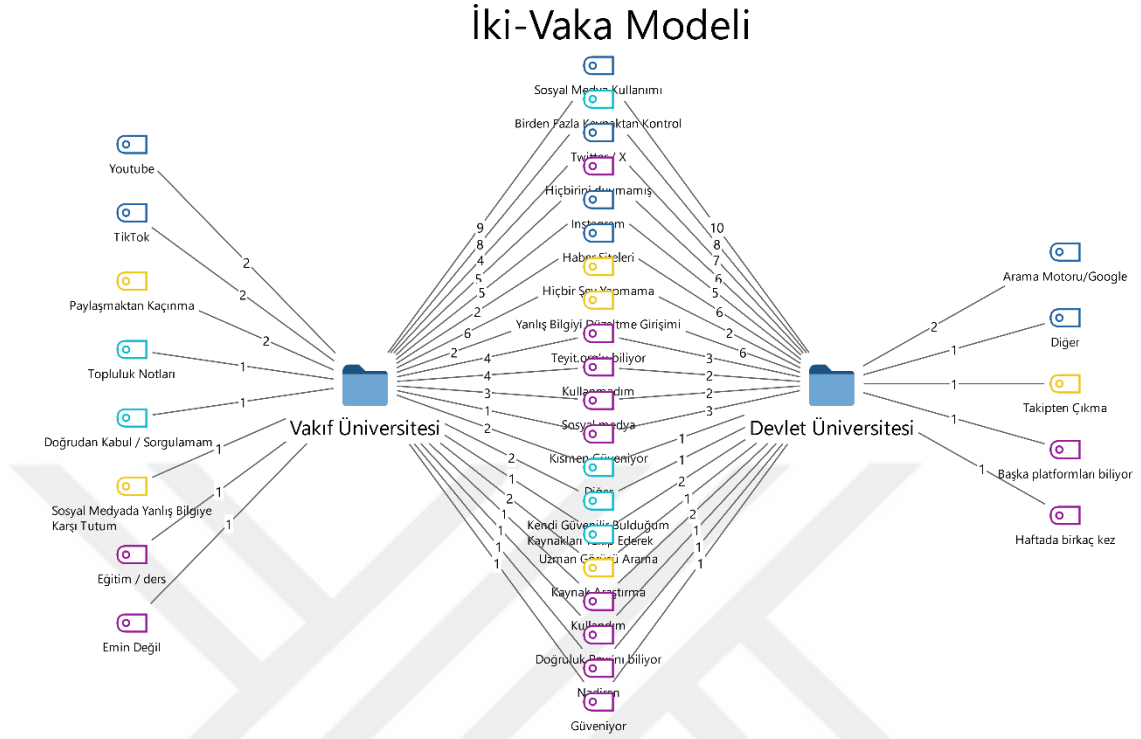
olmuştur. Bu da öğrencilerin yanlış bilgiye karşı pasif kalmaktan ziyade, içeriklerin güvenilirliğini sorgulama yönünde bir refleks geliştirdiklerine işaret etmektedir.

Bilginin doğruluğundan şüphelenmeye yol açan en önemli neden olarak “kaynağın güvenilir olmaması” her iki grupta da güçlü şekilde ortaya çıkmıştır. “Çelişkili bilgiler görme” ve “çok fazla paylaşılması ama kaynağın belirsiz olması” gibi temalar da bu durumun tetikleyicileri arasında yer almıştır.

Yanlış bilgiye karşı verilen tepkilerde katılımcılar arasında hem benzerlikler hem de farklılıklar gözlemlenmektedir. Bazı öğrenciler yanlış bilgiyle karşılaştıklarında bilgiyi paylaşmaktan kaçınmayı ya da kaynağını araştırmayı tercih ederken, bazıları doğrudan müdahale ederek içeriği düzeltmeye yönelik eylemlerde bulunmayı (örneğin yorum yaparak) tercih etmektedir. Bu durum, bilgiyle karşılaşma anında bireysel reflekslerin farklılaştığını; kimilerinin daha temkinli ve geri durmayı, kimilerinin ise daha katılımcı bir yaklaşımı benimsediğini göstermektedir.

Genel olarak bu grafik, öğrencilerin büyük çoğunluğunun bilgiye erişimde sosyal medya platformlarına yöneldiğini; ancak bu içeriği sorgulamak için bilinçli bir çaba sarf ettiklerini göstermektedir. Doğruluk kontrolü konusunda pasif kalmaktan ziyade birden fazla kaynağa başvurma ya da kaynağı araştırma gibi refleksler yaygındır. Yanlış bilgiyle karşılaşıldığında her iki grupta da kaygı ve sorumluluk hissi gözlemlenmekte, fakat verdikleri tepkiler davranışsal düzeyde farklılaşabilmektedir.

Grafik 43. Öğrencilerin Doğrulama Platformları Hakkındaki Bilinirlik, Kullanım ve Güven Düzeylerinin Karşılaştırmalı Analizi



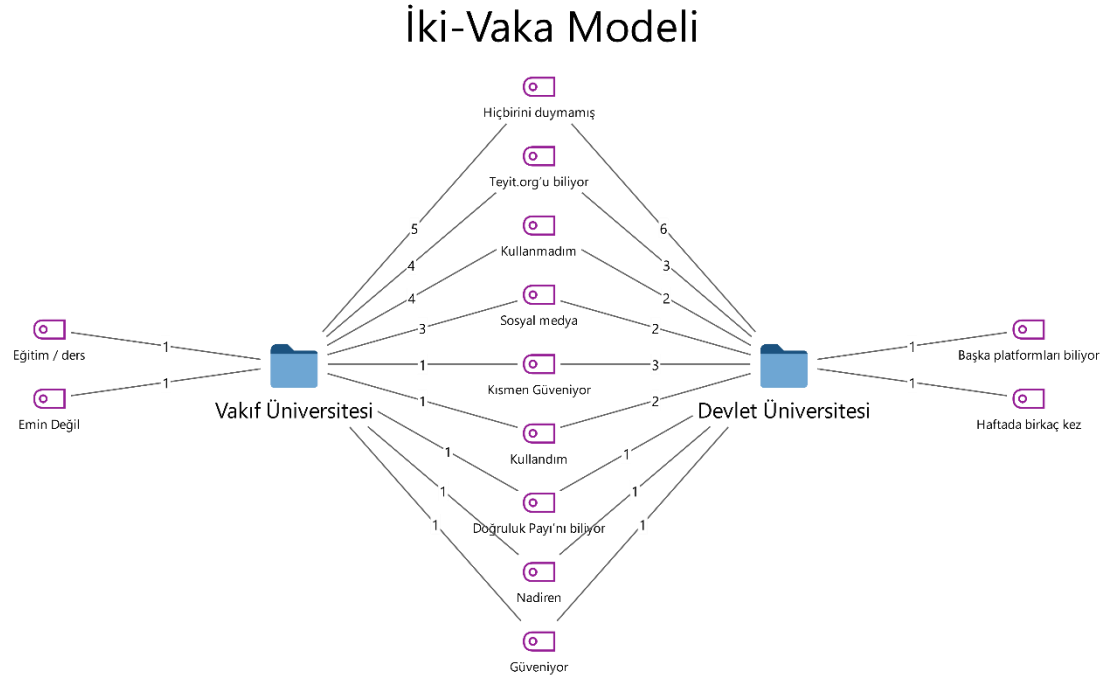
Bu grafik, devlet ve vakıf üniversitesi öğrencilerinin doğrulama platformlarına ilişkin farkındalık, kullanım ve güven düzeylerini karşılaştırmalı olarak ortaya koymaktadır. Grafik incelendiğinde her iki grupta da doğrulama platformlarına yönelik bilgi sahibi olma oranının çok düşük olduğu görülmektedir. Vakıf üniversitesi öğrencileri arasında doğrulama platformlarını daha önce duymuş olanlar görece daha fazladır ve bu öğrenciler içinde özellikle Teyit.org ve Doğruluk Payı en çok bilinen platformlar olarak öne çıkmaktadır. Devlet üniversitesi öğrencileri de bu platformları bilmektedir ancak sayısal olarak daha azdır.

Kullanım durumlarına bakıldığında, doğrulama platformlarını duymuş olmak ile onları aktif olarak kullanmak arasında fark olduğu anlaşılmaktadır. Her iki üniversite grubunda da bu platformları gerçekten kullanan öğrenci sayısı çok sınırlıdır. Kullanım sıklığı açısından bakıldığında “nadiren” seçeneği hem devlet hem vakıf öğrencileri arasında öne çıkmakta, düzenli ve bilinçli bir kullanımın yaygın olmadığı anlaşılmaktadır. Bu da doğrulama alışkanlıklarının süreklilik kazanmadığını ve daha çok rastlantısal ya da ihtiyaç temelli geliştiğini göstermektedir.

Platform kullanımının düşük olmasının nedenlerine ilişkin veriler ise çarpıcıdır. Hem devlet hem vakıf üniversitelerinden öğrenciler doğrulama platformlarını ya hiç duymadıklarını ya da gerekli görmediklerini ifade etmektedir. Özellikle “güvenmeme”, “haberdar olmama” ve “gereksinim duymama” gibi gerekçeler, platformların görünürlüğü, erişilebilirliği ve işlevselliğine dair yapısal sorunlara işaret etmektedir. Bu durum, doğrulama girişimlerinin yalnızca varlıklarıyla değil, aynı zamanda nasıl tanıtıldıkları, hangi bağlamlarda gündeme geldikleri ve kamuoyunda nasıl algılandıklarıyla da yakından ilişkili olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, grafik doğrulama platformlarının öğrenciler arasında yeterince yaygın olmadığını; bilgi sahibi olunsada dahi bu bilgilerin kullanıma dönüşmediğini göstermektedir. Vakıf üniversitesi öğrencileri doğrulama araçlarına daha aşina olmakla birlikte, her iki grup da bu araçları sistematik biçimde kullanmamakta ve güven düzeyleri sınırlı kalmaktadır. Bu bulgular, medya okuryazarlığı eğitiminde doğrulama platformlarının işlevselliği, güvenilirliği ve kullanım yollarının açık şekilde aktarılması gerektiğini göstermektedir.

Grafik 44. Doğrulama Platformlarının Kullanım Sıklığı ve Güven Düzeylerine Göre Devlet ve Vakıf Üniversitesi Öğrencilerinin Dağılımı



Bu grafik, doğrulama platformlarına yönelik bilgi sahibi olan öğrencilerin bu platformları ne sıklıkla kullandıklarını ve onlara ne düzeyde güvendiklerini

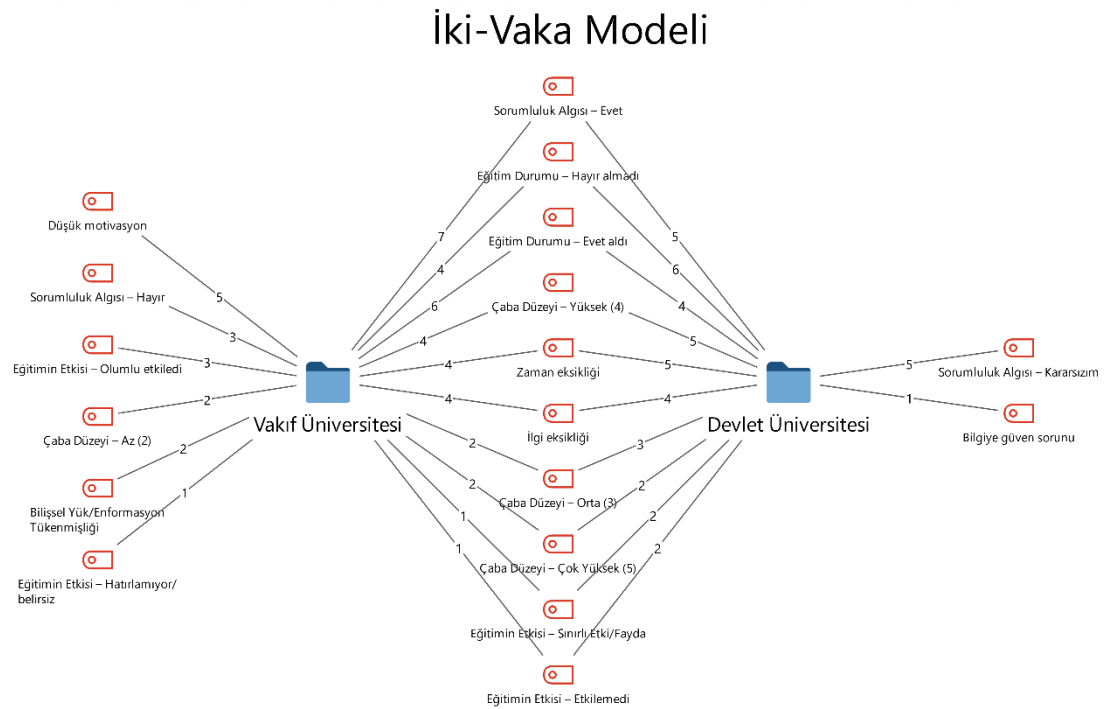
göstermektedir. Devlet ve vakıf üniversitesi öğrencileri arasında genel eğilim benzer olsa da bazı önemli farklılıklar dikkat çekmektedir.

Kullanım sıklığı açısından, her iki öğrenci grubunda da doğrulama platformlarının düzenli olarak kullanılmadığı görülmektedir. Öğrencilerin büyük çoğunluğu bu platformları “nadiren” kullandıklarını belirtmiştir. Bu durum, önceki grafikte gözlemlenen sınırlı farkındalığın, aktif ve sürekli kullanıma dönüşmediğini teyit etmektedir.

Platformlara duyulan güven düzeyi incelendiğinde ise her iki grup arasında dikkat çekici benzerlikler bulunmaktadır. Öğrencilerin çoğunluğu doğrulama platformlarını “kısmen güvenilir” olarak değerlendirmektedir.

Sonuç olarak, doğrulama platformlarını tanıyan öğrencilerin bile bu araçları düzenli kullanmaktan uzak olduğu ve güven düzeylerinin genellikle sınırlı kaldığı görülmektedir.

Grafik 45. Bilgi Doğrulama Çabası ve Bireysel Sorumluluk Algısı Üzerine Devlet ve Vakıf Üniversitesi Öğrencilerinin Görüşleri



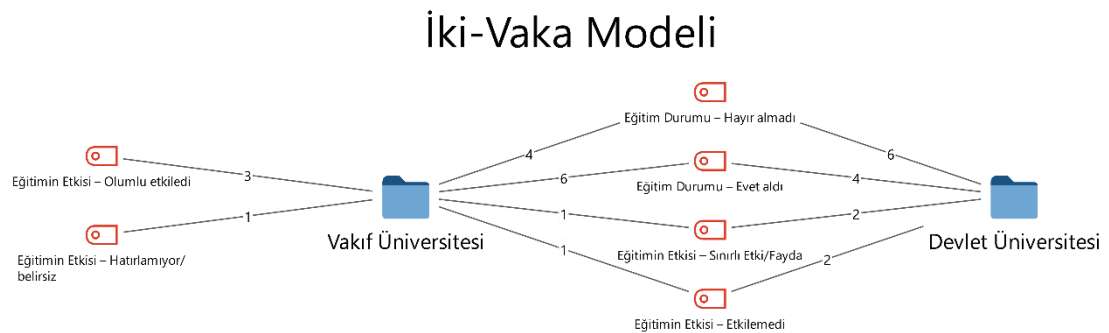
Bu grafik, devlet ve vakıf üniversitelerinde öğrenim gören öğrencilerin doğru bilgiye ulaşmak için gösterdikleri çaba düzeylerini ve bilgi doğrulama konusundaki

bireysel sorumluluk algılarını karşılaştırmalı biçimde ortaya koymaktadır. Görüşmelerde öne çıkan cevaplar, her iki öğrenci grubunun da bilgi doğruluğu konusunda belli bir farkındalık taşıdığını göstermektedir. Özellikle orta ve yüksek düzeyde çaba harcadığını belirten katılımcıların sayısı, hem devlet hem vakıf üniversitelerinde dikkat çekicidir. Devlet üniversitesi öğrencilerinin “çok çaba harcarım” seçeneğine daha fazla yöneldiği görülmektedir; bu durum, devlet üniversitelerinde bilgi güvenliğine yönelik daha belirgin bir duyarlılık olduğunu düşündürülebilir.

Ancak bu bulgular, öğrencilerin öznel beyanlarına dayanmaktadır. Görüşme ortamının doğası gereği, katılımcılar toplumsal olarak onay gören tutumları (örneğin, “bilgiyi doğruluyorum”, “bireysel sorumluluk hissediyorum” gibi) dile getirme eğiliminde olabilirler. Bu nedenle ifade edilen görüşlerin, gerçek davranışları tam olarak yansıtıp yansıtmadığı konusunda bir belirsizlik bulunmaktadır. Katılımcıların söylemleri ile dijital mecralardaki günlük pratikleri arasında bir fark olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Her iki üniversite grubunda da bilgi doğrulama çabasını etkileyen başlıca faktörler arasında zaman yetersizliği, motivasyon eksikliği, bilgiye erişim araçlarının sınırlılığı ve platformlara duyulan güven yer almaktadır. Bununla birlikte, öğrencilerin çoğunluğu doğrulama sorumluluğunu bireysel bir görev olarak tanımlamaktadır. Bu durum, dijital okuryazarlık farkındalığının yaygınlaştığına işaret etse de, beyanların gerçek uygulamalara ne ölçüde yansıdığı daha ileri araştırmalarla desteklenmelidir.

Grafik 46. Medya/Dijital Okuryazarlık Dersi Alımı ve Bu Derslerin Etkisine Yönelik Değerlendirmeler



Toplam 20 katılımcının yarısı (10 kişi), daha önce medya okuryazarlığı, dijital okuryazarlık gibi dersleri aldığını belirtmiştir. Diğer 10 katılımcı ise bu tür bir eğitim almadığını ifade etmiştir. Vakıf üniversitesi öğrencileri arasında bu dersi aldığını belirten katılımcı sayısı 6 iken, almadığını belirtenlerin sayısı 4'tür. Devlet üniversitesi öğrencileri arasında ise 4 kişi ders aldığını, 6 kişi ise almadığını ifade etmiştir.

Dersin etkisine ilişkin değerlendirmelere bakıldığında, vakıf üniversitesi öğrencileri bu eğitimin bilgi doğrulama alışkanlıkları üzerindeki etkisini genellikle olumlu ya da sınırlı olarak tanımlamıştır. Buna karşın, devlet üniversitesi öğrencilerinin ifadelerinde bu tür bir eğitimin ya sınırlı etkisi olduğuna ya da hiç etkisinin bulunmadığına dair görüşler öne çıkmaktadır.

Bu bulgular, alınan eğitimin yalnızca varlığı değil, içeriği ve uygulama biçiminin de öğrenciler üzerindeki etkisinde belirleyici olabileceğini göstermektedir. Eğitim almış olmak tek başına yeterli olmayabilir; eğitimin niteliği, öğrencilerin bu bilgileri günlük medya pratiklerine entegre edebilme düzeyiyle doğrudan ilişkilidir.

4.2.2. Alımlayıcı Perspektifi: Genel Değerlendirme

Araştırmanın bu kısmında üniversite öğrencileriyle yapılan görüşmeler aracılığıyla dijital çağda bireylerin doğru bilgiye erişim, değerlendirme ve doğrulama tutumlarını incelenmiştir. Katılımcıların haber tüketim alışkanlıkları, yanlış bilgiye verdikleri tepkiler, doğrulama platformlarına olan ilgileri ve bireysel sorumluluk algıları üzerinden bilgiyle kurdukları ilişki analiz edilmiştir. Bulgular, öğrencilerin büyük ölçüde sosyal medya odaklı bir bilgi ortamında yaşadıklarını, ancak doğrulama davranışlarının bu ortamla sınırlı kaldığını göstermektedir. Bilgiye şüpheyle yaklaşma eğilimleri çoğunlukla kaynağın güvenilirliğiyle ilişkilendirilmekte, ancak aktif doğrulama adımları çoğu zaman atılmamaktadır.

Katılımcıların bir kısmı doğrulama platformlarını duymuş olsa da bunları kullanma oranı oldukça düşüktür. Eğitimsel altyapının bilgi doğrulama davranışı üzerindeki etkisi sınırlı kalmakta, medya/dijital okuryazarlık derslerinin etkisine dair değerlendirmeler ise oldukça dağınıktır. Bu durum, bilgi doğrulama süreçlerinin yalnızca farkındalıkla değil, bireysel motivasyon, medya ortamına güven ve pratik alışkanlıklarla da yakından ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır.

4.3. DİJİTAL ÇAĞDA BİLGİYE ULAŞMA MOTİVASYONU VE LIPPMANN ÇERÇEVESİ

Walter Lippmann'ın “pasif alımlayıcı” kavramı, bu çalışmada üniversite öğrencilerinin dijital çağda bilgiyle kurduğu ilişkiyi değerlendirmek için açıklayıcı bir kuramsal araç olarak kullanılmıştır. Lippmann'a göre bireyler, çevrelerinde olup biteni doğrudan değil, zihinsel imgeler aracılığıyla algılar; çoğu zaman kendilerine sunulanla yetinmeyi tercih eder. Bu yaklaşım, dijital çağda bireylerin bilgiye erişim imkânlarına sahip olmalarına rağmen içeriklerin doğruluğunu sistemli biçimde sorgulamak yerine yüzeysel değerlendirmelerle yetinmelerini anlamlandırmak açısından anlamlıdır.

Araştırma bulguları da bu durumu büyük ölçüde desteklemektedir. Katılımcıların %95'i bilgiye sosyal medya üzerinden ulaştıklarını belirtmiş, ancak yalnızca %10'u içeriklerin doğruluğunu önemseyerek bu mecraları kullandığını ifade etmiştir. Bu veri, öğrencilerin bilgi tüketiminde hız ve erişilebilirliği önceliklendirdiğini, derinlikli doğrulama davranışlarının arka planda kaldığını göstermektedir. Yani bilgiye erişim yüksek olsa da, erişilen içeriğe eleştirel bir süzgeç uygulanması oldukça sınırlıdır.

Katılımcıların %84,2'si bilgi doğrulamak için birden fazla kaynaktan kontrol ettiklerini belirtmişse de, doğrulama platformlarını doğrudan kullanan öğrenci sayısı yok denecek kadar azdır. Bu durum, bilgiye karşı şüphe duyan bireylerin bile çoğu zaman sistematik doğrulama adımları atmadığını; şüphe düzeyinde kalan geçici bir dikkat hâlinde kaldıklarını göstermektedir. Katılımcıların %44,4'ü sosyal medyada karşılaştıkları yanlış bilgiye herhangi bir tepki vermediklerini belirtmiş, yalnızca %38,9'u düzeltici eylemlerde bulunduğunu ifade etmiştir. Bu tablo, Lippmann'ın “sunulanla yetinme” eleştirisiyle örtüşen dijital edilgenlik hâlini somutlaştırmaktadır.

Bilgi doğrulama süreçlerine yönelik bireysel sorumluluk algısı da benzer bir kırılganlığa işaret etmektedir. Katılımcıların %60'ı doğrulamanın bireysel bir sorumluluk olduğunu kabul etse de, %25'i kararsız, %15'i ise böyle bir sorumluluk hissetmediğini belirtmiştir. Bu durum, farkındalık düzeyinin davranışa dönüşmediği; eleştirel bilincin etkin bir eyleme evrilmediği bir ortamı yansıtmaktadır. Zaman eksikliği, ilgi düşüklüğü, motivasyon yetersizliği gibi bireysel engeller, öğrencilerin bilgiye erişim çabalarını sınırlayan başlıca etkenler olarak öne çıkmaktadır.

Doğrulama platformlarının bilinirliği ve kullanım alışkanlıkları da bu edilgenliğin kurumsal boyutunu ortaya koyar. Katılımcıların %57,9'u hiçbir doğrulama platformunu daha önce duymadığını belirtmiştir. Bu platformları tanıyan öğrenciler arasında ise düzenli kullanım neredeyse yoktur. Güven düzeyi de benzer şekilde sınırlıdır; öğrencilerin çoğunluğu bu platformlara yalnızca “kısmen” güvendiğini ifade etmiştir. Bu veriler, doğrulama araçlarının bilinirliğinin düşük olduğunu, varlıklarının öğrencilerin dijital pratiklerine entegre olamadığını ve bilgi ekosisteminde yeterince yer bulamadığını göstermektedir.

Tüm bu bulgular, Lippmann'ın çizdiği “pasif alımlayıcı” profilinin günümüz dijital bireyleri için hâlâ geçerli olduğunu, ancak bu edilgenliğin bağlamsal ve parçalı olduğunu göstermektedir. Öğrenciler bilgiye erişmekte zorlanmamakta, fakat bu bilginin güvenilirliğini sorgulama ve doğrulama konusunda sürdürülebilir bir çaba göstermemektedir. Bilgi bolluğu, algoritmik yönlendirme, platformların görünmezliği, zaman baskısı ve motivasyon eksikliği gibi çok katmanlı faktörler, bireylerin bilgiyle kurduğu ilişkinin yüzeysel kalmasına neden olmaktadır.

Sonuç olarak, bu bölümde Lippmann'ın “pasif alımlayıcı” kavramı, öğrencilerin bilgiyle kurduğu ilişki üzerinden değerlendirilmiş ve araştırma bulgularıyla ilişkilendirilerek yeniden yorumlanmıştır. Elde edilen veriler, öğrencilerin bilgiye erişimde teknik olarak donanımlı olduklarını, ancak bu erişimin çoğu zaman eleştirel bir süzgeçle desteklenmediğini göstermektedir. Katılımcıların düşük doğrulama oranları, bilgiye yönelik güven sorunu ve doğrulama platformlarına yönelik sınırlı farkındalıkları; pasif bilgi tüketiminin yalnızca bireysel değil, aynı zamanda yapısal nedenlerle de pekiştiğini ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, Lippmann'ın kavramsallaştırması, dijital çağın kullanıcı davranışlarını anlamak için hâlâ işlevsel bir yorum zemini sunmaktadır.

SONUÇ, DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER

Bu tez, dijital çağda bilgi düzensizliği ve yanlış bilgi sorununu Türkiye özelinde iki temel aktör çerçevesinde incelemiştir: doğrulama platformları ve üniversite öğrencileri. Kuramsal çerçeve olarak Walter Lippmann'ın “pasif alımlayıcı” yaklaşımından hareketle, bireylerin bilgiye erişim imkânlarının artmasına rağmen bu bilginin doğruluğunu sorgulama konusundaki eğilimleri analiz edilmiştir. Nitel araştırma kapsamında yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler, doğrulama platformlarının yapısal sınırlılıklarını (örneğin kaynak eksikliği, görünürlük sorunu, işbirliği yetersizliği) ve bireylerin —özellikle üniversite öğrencilerinin— zayıf doğrulama pratiklerini ortaya koymuştur. Alımlayıcıların doğrulama platformlarına olan farkındalık düzeylerinin düşük olduğu, bilgiye çoğunlukla sosyal medya üzerinden eriştikleri ancak bu bilginin doğruluğunu aktif olarak sorgulama konusunda sınırlı bir çaba gösterdikleri gözlemlenmiştir. Bu bulgular, bilgiye eleştirel yaklaşımın büyük ölçüde kaynağın güvenilirliğine indirgenmekte olduğunu, fakat sistematik doğrulama davranışlarının yaygın olmadığını göstermektedir. Çalışmanın genel değerlendirmesi, dijital çağda doğru bilgiye erişim sorununun yalnızca bireysel tercihler ya da teknik çözümlerle açıklanamayacağını; bu sorunun aynı zamanda yapısal, kültürel ve toplumsal faktörlerle iç içe geçtiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, bilgi düzensizliğiyle mücadelede hem bireysel medya okuryazarlığının geliştirilmesi hem de doğrulama platformlarının kurumsal sürdürülebilirliğinin desteklenmesi gereklidir.

Bu bağlamda, tez kapsamında sunulan grafikler nicel eğilimlere dair önemli ipuçları sunmaktadır. Devlet ve vakıf üniversitelerinde öğrenim gören öğrencilerin bilgiye erişim ve doğrulama pratikleri karşılaştırmalı olarak incelendiğinde, sosyal medya kullanımının bilgi kaynağı olarak baskınlığı öne çıkmakta; aynı zamanda öğrencilerin belirli düzeyde farkındalık ve bireysel sorumluluk geliştirdikleri gözlemlenmektedir. Katılımcılar çoğunlukla “birden fazla kaynaktan kontrol”, “bilgiyi paylaşmaktan kaçınma” gibi refleksler sergilemekte; ancak bu beyanlar davranışsal düzeyde süreklilik göstermemektedir. Grafikler doğrulama platformlarına yönelik bilinirliğin düşük, kullanımın seyrek ve güvenin sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır.

Türkiye bağlamında bilgi düzensizliği sorunu, küresel dijital dinamiklerin yanı sıra, siyasal kutuplaşma, medya güvensizliği ve ideolojik referanslarla şekillenen bilgi tercihlerinden beslenmektedir. Özellikle son seçim dönemlerinde siyasal aktörler tarafından sıklıkla kullanılan çarpıtılmış içerikler, “hakikatin önemsizleşmesi” olgusunun toplumsal düzeyde nasıl normalleştiğini açık biçimde ortaya koymuştur. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesindeki Dezenformasyonla Mücadele Merkezi gibi resmi yapılar görünürde bu soruna dikkat çekse de, tarafsızlık algısına yönelik kamuoyu şüpheleri, bu tür girişimlerin etkisini sınırlamaktadır.

Doğrulama platformları, kamu yararına hizmet eden yapılar olarak işlev görmekle birlikte, araştırma bulgularına göre görünürlük, güven ve sürdürülebilirlik açısından ciddi yapısal sorunlarla karşı karşıyadır. Üniversite öğrencilerinin büyük bir kısmı bu platformlardan ya haberdar değildir ya da bu araçları aktif biçimde kullanmamaktadır. Bu durum yalnızca bireysel ilgisizliğe değil, aynı zamanda doğrulama kültürünün toplumsal düzeyde henüz yerleşmemiş olmasına işaret etmektedir. Özellikle Meta gibi büyük teknoloji şirketlerinin doğrulama girişimlerine sağladığı desteği sonlandırması, bu platformların hem mali hem de operasyonel anlamda kırılganlaşmasına yol açmaktadır.

Yanlış bilgiyle mücadeleye yönelik yasal düzenlemeler de uygulamada tarafsızlıktan uzaklaştığı gerekçesiyle eleştirilmekte; bu düzenlemeler çoğu zaman sansür aracı olarak algılanmaktadır. Sosyal medya algoritmalarının sansasyonel içeriği ödüllendiren yapısı ise, teyit edilmiş bilgilerin geri planda kalmasına neden olmakta ve manipülasyona açık bir bilgi akışı doğurmaktadır. Üniversite öğrencilerinin büyük ölçüde sosyal medya üzerinden bilgiye eriştiği göz önüne alındığında, bu algoritmik yönlendirmelerin oluşturduğu risk daha da belirginleşmektedir.

Bu çok katmanlı sorun alanı, yalnızca bireysel bilinç düzeyinde değil; kurumsal yapılar ve sistemsal düzenlemeler çerçevesinde de direnç (yılmazlık) geliştirme ihtiyacını ortaya koymaktadır. Suncem Koçer’in (2025) enformasyon düzensizliğini “çoklu krizler çağının yakıtı” olarak tanımlaması, meselenin sadece birey temelli çözümlerle aşılmasının yetersiz kalacağını vurgulamaktadır. Bu bağlamda, mikro (birey), mezo (kurum) ve makro (sistem) düzeylerde yılmazlık kapasitesinin inşa edilmesi gerekmektedir. Ancak Türkiye’de süregelen kutuplaşma, medya güvensizliği ve dijital platformlara yönelik bağımlılık, bu yılmazlık kapasitesini sınırlamaktadır.

Reuters Institute'un 2024 Dijital Haber Raporu da bu sınırlamaları doğrulamakta; medya özgürlüğüne yönelik tehditlerin, artan dijital sansür ve yasal belirsizlikler yoluyla daha da derinleştiğini ortaya koymaktadır (Newman, 2024).

Devletin geleneksel medyadaki etkisini artırması da bilgiye erişimi daha kırılgan bir hale getirmektedir. Bu bağlamda, bilgiye erişimi ve doğrulama kültürünü destekleyecek çok düzeyli çözümlere ihtiyaç duyulmaktadır.

Araştırma bulgularından hareketle geliştirilen çözüm önerileri şu başlıklarda toplanabilir:

- Doğrulama platformlarının sürdürülebilirliği: Bu yapıların mali bağımsızlıklarını koruyacak destek mekanizmaları oluşturulmalı; kamu ve özel sektör katkıları, tarafsızlık ilkesine zarar vermeyecek biçimde düzenlenmelidir. Platformların şeffaflık, hesap verebilirlik ve açık iletişim ilkeleri doğrultusunda hareket etmeleri, toplumsal güvenin tesisi açısından kritiktir.
- Sosyal medya platformlarıyla ilişkiler: Algoritmik görünürlük ve içerik sıralaması gibi alanlarda yalnızca ticari şirketlerin inisiyatifine bırakılmayan, kamu yararını gözeten yasal düzenlemeler yapılmalıdır. Doğrulama platformları ile sosyal medya şirketleri arasındaki iş birlikleri uzun vadeli ve denetlenebilir yapılarla güçlendirilmelidir.
- Eğitim politikaları: Medya ve dijital okuryazarlık programları, teorik bilgi aktarımıyla sınırlı kalmamalı; uygulamalı, eleştirel düşünmeyi geliştiren ve dijital pratiklerle entegre edilmiş modellerle yeniden yapılandırılmalıdır. Üniversitelerde bu içerikler zorunlu ders haline getirilmeli, öğrencilerin gündelik medya tüketimiyle bağlantılı hale getirilmelidir.
- Kamusal tartışma ortamının güçlendirilmesi: Bilgiye olan güvenin yeniden inşası, ancak çoğulcu ve kutuplaşmadan arındırılmış bir iletişim kültürünün yerleşmesiyle mümkündür. Farklı görüşlerin güven ortamında ifade edilebildiği kamusal alanlar yaratılmalı; doğrulama çabaları yalnızca teknik değil, aynı zamanda kültürel ve etik bir değer haline getirilmelidir.
- Bireysel farkındalığın geliştirilmesi: Dijital kullanıcı deneyimlerinin merkezine, şüphe üretmeye teşvik eden ve bilgi kaynaklarını sorgulamayı

özendiren yapılar yerleştirilmelidir. Bilgi doğrulama davranışı, kampanyalarla değil, gündelik medya pratiğine entegre edilmiş bir kültürel norm olarak teşvik edilmelidir.

Tezin kuramsal arka planını oluşturan Lippmann'ın “pasif alımlayıcı” kavramı, dijital çağın aktif kullanıcıları için indirgemeci bir yorumla ele alınmamalıdır. Ancak bulgular, bireylerin bilgiye yönelik eleştirel çabasının sınırlı kaldığını ve Lippmann'ın çizdiği “sahte çevre” modelinin, algoritmik yapılarla daha da pekiştiğini göstermektedir. Bu bağlamda eleştirel medya okuryazarlığı yalnızca bilgiye erişimi değil, bu bilginin nasıl üretildiği, nasıl temsil edildiği ve hangi toplumsal amaçlara hizmet ettiğini sorgulayan bir yaklaşım olarak değerlendirilmelidir (Kellner & Share, 2007).

Paulo Freire'nin “okuryazarlık, dünyayı okuma biçimidir” vurgusu da bu yaklaşımı desteklemekte; bireylerin dijital çağda yalnızca teknik yeterlilikle değil, toplumsal farkındalıkla da donatılması gerektiğini ortaya koymaktadır (Freire & Macedo, 1998, s. 47-48). Goyanes, Jorda ve de Fuentes'in (2025) çalışması ise yanlış bilgiye karşı farkındalığın, davranışsal düzeyde seçici maruziyet ve kutuplaşma eğilimini her zaman azaltmadığını göstererek, eleştirel medya okuryazarlığının daha kapsamlı bir şekilde yeniden ele alınması gerektiğine işaret etmektedir.

Sonuç olarak, bu tezde ulaşılan bulgular, bilgi düzensizliğinin yalnızca bireysel bilgi eksikliği ya da teknolojik yetersizlikle açıklanamayacağını; yapısal, kültürel ve politik etkenlerin birbirini beslediği bir bağlamda anlam kazandığını ortaya koymaktadır. Bu nedenle bilgi ekosisteminin daha adil, şeffaf ve dirençli bir yapıya kavuşması için çok düzeyli, bütüncül ve sürdürülebilir müdahalelere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu tezde, dijital çağda bilgi düzensizliği ve yanlış bilginin Türkiye özelindeki güncel görünümü iki temel aktör —doğrulama platformları ve üniversite öğrencileri— üzerinden analiz edilmiştir. Çalışma, Walter Lippmann'ın “pasif alımlayıcı” yaklaşımını kuramsal çerçeve olarak benimsemiş; bireylerin bilgiye erişim biçimlerini, doğrulama reflekslerini ve medya ortamındaki temsillere verdikleri tepkileri incelemiştir. Nitel araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmeler doğrultusunda ulaşılan bulgular, katılımcıların doğru bilgiye ulaşma çabalarının zayıf, doğrulama platformlarına yönelik farkındalıklarının ise düşük olduğunu göstermektedir.

KAYNAKÇA

AA Teyit Hattı. (n.d.). Retrieved Ocak 11, 2025, from AA Teyit Hattı: <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/p/teyit-hatti-hakkinda->

Akkaş, S. (2023, 05 08). *Millet İttifakı Seçim Kampanyasında Murat Karayılan'a mı Yer Verdi?* Retrieved 05 20, 2023, from Doğruluk Payı: <https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/millet-ittifaki-secim-kampanyasinda-murat-karayilan-a-mi-yer-verdi>

Akpamuk, G. (2023, Mayıs 20). Montajlı videolar, dezenformasyon: Seçim propagandasının sınırı nedir? Retrieved Haziran 20, 2024, from <https://www.bbc.com/turkce/articles/cxe76y3m8v4o>

Aktan, S. (2018, Haziran 19). Türkiye sahte haber ve dezenformasyonda zirveye oturdu. Retrieved Mayıs 2022, from <https://tr.euronews.com/2018/06/15/turkiye-sahte-haber-ve-dezenformasyonda-zirveye-oturdu>

Aktaş, S. (2023, 05 12). *14 Mayıs Seçimlerinde Dezenformasyon ve Manipülasyon.* Retrieved 05 20, 2023, from Doğruluk Payı: <https://www.dogrulukpayi.com/bulten/14-mayis-secimlerinde-dezenformasyon-ve-manipulasyon>

Akyüz, S. S. (2020). Yanlış Bilgi Salgını: COVID-19 Salgını Döneminde Türkiye’de Dolaşıma Giren Sahte Haberler. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(34), 422-444.

Akyüz, S. S. (2021). *Dezenformasyon çağı*. İstanbul: Eğitim Yayınevi.

Alagözlü, Ç. (2013). *Türkiye’de ve AB ülkelerinde medya okuryazarlığı*. Ankara: Pelikan Yayıncılık.

Alpay, Y. (2020, Ocak). *Pasajlar Post-Truth Çağı, Sosyal Bilimler Dergisi*.

Alpay, Y. (2023). *Yalanın Siyaseti*. İstanbul: Karakarga Yayınları.

Amer, K., & Noujaim, J. (Directors). (2019). *The Great Hack* [Motion Picture].

American Psychological Association. (n.d.). *Resilience*. Retrieved 04 20, 2023, from Amerikan Psychological Asoocition: <https://www.apa.org/topics/resilience>

Anderson, B. (2017). *Hayali Cemaatler*. İstanbul: Metis Yayınları.

Arabacı, A. O. (2018, Nisan 03). Türkiye yalan habere karşı dirençsiz. Retrieved Mayıs 2022, from <https://teyit.org/turkiye-yalan-habere-karsi-direncsiz>

Arabacı, A. O. (2019, 05 15). *Adalar’da faytonların kaldırıldığını açıklayan hesap Erdem Gül’e ait değil*. Retrieved 05 05, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/analiz/adalarda-faytonlarin-kaldirildigini-aciklayan-hesap-erdem-gule-ait-degil>

Arabacı, A. O. (2021, 11 25). *2014 yılındaki bir gazetede Covid-19 salgınından bahsedildiği iddiası*. Retrieved 04 16, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/analiz/2014-yilindaki-bir-gazetede-covid-19-salginindan-bahsedildigi-iddiasi>

Arslan, A. (2018, 03 21). *Çıkan kısmın özeti: Facebook ve Cambridge Analytica skandalı*. Retrieved 05 10, 2023, from Dünya Halleri: <https://www.dunyahalleri.com/cikan-kismin-ozeti-facebook-ve-cambridge-analytica-skandalı/>

Aşkın, A. C. (2015). *Küresel ve yerel dezenformasyon*. Ankara: Epos Yayınları.

Atabek, N. (2009, 10 16). *Yeni Medya: Gerçekten 'yeni' olan nedir?* Retrieved 04 26, 2023, from Yeni Medya: <https://yenimedya.wordpress.com/?s=yeni+medya+nedir>

Atmaca, A. Ö. (2016). ABD'nin Hakikat Ötesi Başkanı: Donald Trump. *The Turkish Yearbook of International Relations*(47), 105-111.

Aydoğan, F. (2018). *Yeni medya kuramları*. İstanbul: Der Yayınları.

Aydoğan, F. (2020). *Yeni medya kuramları 2*. İstanbul: Der Yayınları.

Balkan, E., & Ülgen, S. (2023, Eylül). Dezenformasyonla mücadelede özdenetim ve düzenlemenin rolü. Retrieved Haziran 20, 2024, from https://edam.org.tr/Uploads/Yukleme_Resim/pdf-11-09-2023-23-57-27.pdf

Balkan, E., & Ülgen, S. (2023, Eylül). Yanlış bilgilendirme, malinformasyon ve dezenformasyon üzerine bir rehber. Ekonomi ve Dış Politika Araştırmalar Merkezi. Retrieved 06 18, 2024, from https://edam.org.tr/Uploads/Yukleme_Resim/pdf-11-09-2023-23-22-47.pdf

Başaçek, C. (2022, Ekim 15). 29. Madde: 'Dezenformasyon Yasası' sansür ve ifade özgürlüğüne dair endişeleri beraberinde getiriyor. Retrieved Haziran 20, 2024, from <https://teyit.org/teyitpedia/29-madde-dezenformasyon-yasasi-sansur-ve-ifade-ozgurlugune-dair-endiseleri-beraberinde-getiriyor>

Baştürk, E. (2020). *Çevrimiçi riskler ve siber zorbalık*. Ankara: Elma Yayınevi.

Batuş, G., Alver, F., Arık, B., Çoban, B., & Çığ, Ü. (2011). *Kadife karanlık 2*. İstanbul: Su Yayınları.

BBC. (2016, 11 16). 'Post-truth' declared word of the year by Oxford Dictionaries. Retrieved from BBC.

BBC News. (2016, Kasım 16). 'Post-truth' declared word of the year by Oxford Dictionaries. Retrieved from BBC News: <https://www.bbc.com/news/uk-37995600>

BBC News Türkçe. (2017, 12 05). *Arap Baharı'nda devrilen liderlere ne oldu?* Retrieved 04 21, 2023, from BBC News Türkçe: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-42232967>

BBC News Türkçe. (2018, 03 20). *5 soruda Facebook verilerini 'usulsüz kullanmakla' suçlanan Cambridge Analytica*. Retrieved 05 03, 2023, from BBC News Türkçe: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-43469094>

BBC News Türkçe. (2018, 04 10). *Facebook kurucusu Zuckerberg: Hata yaptım, özür dilerim*. Retrieved 04 05, 2023, from BBC News Türkçe: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-43715583>

BBC News Türkçe. (2023, 05 31). *10. yılında Gezi Parkı eylemleri: Gün gün neler yaşandı?* Retrieved 04 22, 2023, from BBC News Türkçe: <https://www.bbc.com/turkce/articles/cv21rz7lykdo>

BBC News Türkçe. (2024, Mayıs 3). *Türkiye Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi'nde 158'inci sıraya yükseldi, ancak durumu hâlâ 'çok vahim'*. Retrieved Haziran 20, 2024, from BBC News Türkçe: <https://www.bbc.com/turkce/articles/c0v0r3rd2jgo>

Bektaş, A. (2000). *Kamuoyu, iletişim ve demokrasi*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks*. Yale University Press.

Bereket, Ö. (2018). Yöndeşen Medya ve Dijital Emek Sömürüsü. *Panorama Khas*(28), 20-22.

Berners-Lee, T., Cailliau, R., Luotenen, A., Nielsen, H., & Secret, A. (1994). The World-Wide Web. *Communicaiton of the ACM*, 37(8), 76-82. Retrieved from <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/179606.179671>

Bianet. (2018, Nisan 03). Retrieved from bianet.org: <https://bianet.org/bianet/ifade-ozgurlugu/195755-medya-okuryazarligi-endeksi-turkiye-yalan-habere-direncsiz>

Bianet Haber. (2013, 06 3). *NTV Önünde Gezi Parkı Protestosu*. Retrieved 04 21, 2023, from Bianet Haber: <https://m.bianet.org/bianet/yasam/147168-ntv-onunde-gezi-parki-protestosu>

Bilgi Düzensizliklerine Karşı Toplumsal Bilişsel Dirençlilik Yaratmak (Creating Societal Cognitive Resilience Against Information Disorders - RESAID). (2024). Retrieved from Resaid: <https://resaid.bilgi.org.tr/proje-hakkinda/>

Binark, M. (2007). Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu. In M. Binark, *Yeni Medya Çalışmaları* (pp. 21-44). Ankara: Dipnot Yayınları.

Binark, M. (2018). *Yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve teknikleri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Binark, M., & Bayraktutan, G. (2013). *Aydın karanlık yüzü: Yeni medya ve etik*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Binark, M., & Gencel Bek, M. (2010). *Eleştirel medya okuryazarlığı*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Birgün Gazetesi. (2021, Ekim 26). *Büyükelçiler krizinde 'geri adım' oyunu: Geri adımı kim attı?* Retrieved 05 05, 2023, from Birgün Gazetesi: <https://www.birgun.net/haber/buyukelciler-krizinde-geri-adim-oyunu-geri-adimi-kim-atti-363434>

BloombergHT. (2020, 12 24). *Dünden bugüne Brexit sürecinde neler oldu?* Retrieved 05 04, 2023, from BloombergHT: <https://www.bloomberght.com/dunden-bugune-brexite-surecinde-neler-oldu-2271390>

Boran, H. D. (2025, Ocak 18). *Facebook ve Instagram'da teyit mekanizmasının kaldırılması Türkiye'deki kullanıcıları nasıl etkileyebilir?* Retrieved Ocak 18, 2025, from BBC News Türkçe: <https://www.bbc.com/turkce/articles/crm7w32dez0o>

Bourse, M., & Yücel, H. (2012). *İletişim bilimlerinin serüveni*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Buchanan, T. (2021, 01 05). How to reduce the spread of fake news — by doing nothing. NiemanLab. Retrieved 06 18, 2024, from <https://www.niemanlab.org/2021/01/how-to-reduce-the-spread-of-fake-news-by-doing-nothing/>

Butt, G. (2014, 06 02). *'Arap Baharı' neden demokrasi getirmedi?* Retrieved 04 21, 2023, from BBC News Türkçe: https://www.bbc.com/turkce/haberler/2014/06/140602_arap_bahari_demokrasi

Camcı, E. (2024, Nisan 15). *Doğrula, Avrupa Doğruluk Kontrolü Standartları Ağı üyesi oldu*. Retrieved from Doğrula: <https://www.dogrula.org/ekipten/dogrula-avrupa-dogruluk-kontrolu-standartlari-agi-uyesi-oldu/>

Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Wiley-Blackwell.

Castells, M. (2012). Ağ Toplumunda İletişim, İktidar ve Karşı-İktidar. In *Yeni Medya Üzerine: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar* (pp. 13-45). Antalya: Akdeniz Üniversitesi İletişim Araştırma ve Uygulama Merkezi (AKİAUM).

Chomsky, N. (1995). *Medya denetimi: İmmediat bildirgesi*. İstanbul: Akyüz Yayınları.

Chomsky, N. (2000). *Dünya düzeni: eskisi yenisi*. İstanbul: Metis Yayınları.

Chomsky, N. (2012). *Medya gerçeği*. İstanbul: Everest Yayınları.

Connolly, K. (2013, 12 13). *Arap Baharı'nda beklenmedik 10 sonuç*. Retrieved 04 21, 2023, from BBC News Türkçe: https://www.bbc.com/turkce/haberler/2013/12/131213_arap_bahari

Çavuş, G. (2018, Mart 09). *Araştırma: Yanlış bilgi gerçeklerden daha hızlı yayılıyor*. Retrieved Mayıs 2022

Çavuş, G. (2020, 06 06). *Salgının en gözde yanlış bilgileri*. Retrieved 05 7, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/ekipten/salginin-en-gozde-yanlis-bilgileri>

Çetiner, M. (2022, 04 28). *Yanlış Bilgi Doğru Bilgiden Neden Daha Hızlı Yayılıyor?* Retrieved 04 20, 2023, from Doğruluk Payı: <https://www.dogrulukpayi.com/bulten/yanlis-bilgi-dogru-bilgiden-neden-daha-hizli-yayiliyor>

Çetinkaya, A., & Seçim, M. Ö. (2022). Bilgi Düzensizliği Bağlamında Taksim Patlamasına Yönelik İddiaların Teyit.Org Üzerinden İncelenmesi. In A. Çetinkaya, & G. Yetkin Cılızoğlu, *İletişim Perspektifinden Dijital Çağda Etik Tartışmalar* (pp. 103-136). Konya: Literatürk.

Darnton, R. (2017, Şubat 13). The True History of Fake News. Retrieved Haziran 2022, from <https://www.nybooks.com/online/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/>

Davidowitz, S. S. (2018). *Bana yalan söylediler, İnternet ve gerçek yüzümüz*. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

Dezenformasyon Bülteni. (n.d.). Retrieved from Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı : <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/dezenformasyon-bulteni>

Dezenformasyon eğitimi. (2021). Retrieved Temmuz 2022, from Dezenformasyon eğitimi: <http://dezenformasyonegitimi.org/>

Dijk, J. V. (2018). *Ağ toplumu*. İstanbul: Epsilon Yayınevi.

Doğrula. (2022). Retrieved from Doğrula: <https://www.dogrula.org/ekipten/dogrula-ifcn-onayli-imzaci-oldu/>

Doğrulukpayı. (2021). Retrieved from Doğrulukpayı: <https://www.dogrulukpayi.com/sayfa/metodoloji>

Doğu, B., Özçetin, B., Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Telli Aydemir, A., & İslamoğlu, G. (2014). *Vaka-i sosyal medya*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Doktor Goebbels. (2016). *Gerçek yüzüyle komünizm ve teori ve pratikte bolşevizm*. (Z. Köroğlu, Trans.) İstanbul: Bilge Karınca.

Durna, T., Binark, M., & Bayraktutan, G. (2019). *İletişim hakkı ve yeni medya tehditler ve olanaklar*. Ankara: um:ag.

Duygun, M., & Eles, R. (2021, 10 18). <https://haberuskudar.com/emre-kizilkaya-sosyal-medya-haberi-hizlandirip-ozgurlestirdi-ama-niteligini-artirmadi>. Retrieved 05 04, 2023, from Haber Üsküdar: <https://haberuskudar.com/emre-kizilkaya-sosyal-medya-haberi-hizlandirip-ozgurlestirdi-ama-niteligini-artirmadi>

Eğitimde eleştirel dijital okuryazarlık: Öğretmenden öğretmene el kitabı. (2021). Retrieved Nisan 2022, from <https://md.teyit.org/file/egitimde-elestirel-dijital-okuryazarlik.pdf>

Ekeöz, İ. (2023, 02 02). *Videodaki ışıkların HAARP nedeniyle oluştuğu iddiası*. Retrieved 04 15, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/analiz/videodaki-iskiklarin-haarp-nedeniyle-olustugu-iddiasi>

Erarslan, L. (2018). *Sosyal medya ve algı yönetimi*. Ankara: Anı Yayıncılık.

Erbaysal Filibeli, T. (2018). Kullanıcı Türevli İçerik ve Yurttaş Medyası: Haberin Dönüşümü, Sınırlar ve Olanaklar. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 453-468. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/565905>

Erdoğan, E., & Uyan Semerci, P. (2020, Ocak). Hakikat Sonrası Tartışmalarının Gerçek Olmayan Varsayımlarını Ele Almak: Akıl, Bilim ve Demokrasi Karşıtlığı. (Y. Alpay, Ed.) *Pasajlar Post-Truth Çağı, Sosyal Bilimler Dergisi*, pp. 83-108.

Erdoğan, E., Uyan Semerci, P., Eyolcu Kafalı, B., & Çaytaş, Ş. (2022, 03 18). İnfodemi ve Bilgi Düzensizlikleri. Retrieved 04 12, 2023, from <http://infodemikitabi.org/book/infodemi-ve-bilgi-duzensizlikleri>

Erol, G., & Topbaş, H. (2018). *Dijital çağda iletişim okumaları 1*. İstanbul: Hiperyayın.

Euronews. (2024, Ekim 23). TUSAŞ saldırısı sonrası X, Instagram ve Facebook'a erişim sorunu yaşanıyor.

Eylem Şentürk Kara, N. S. (2022). *Dijital medya okuryazarlığı*. Ankara: Nobel.

Fiske, J. (2019). *İletişim çalışmalarına giriş*. (S. İrvan, Trans.) Ankara: Pharmakon Yayınevi.

Foça, M. A. (2015). Doğrulama el kitabı. Retrieved Nisan 2022, from https://verificationhandbook.com/book_tr/

Foça, M. A. (2017, 12). İnternette nelerden şüphe ediyoruz? Retrieved Mart 2022, from https://cdn.teyit.org/wp-content/uploads/2017/12/nelerden_suphe_ediyoruz.pdf

Foça, M. A. (2019). Sahte haber karnesi: Yerel seçimler 2019. Retrieved Mart 2022, from <https://cdn.teyit.org/wp-content/uploads/2019/05/Rapor-YS-2019-1.pdf>

Fore, H. (2019). Dünya Çocuklarına Mektup. Retrieved Nisan 2022, from UNICEF: <https://www.unicef.org/turkiye/d%C3%BCnya-%C3%A7ocuklar%C4%B1na-mektup>

Freedom House. (2024, Ekim 16). *Internet Freedom in Europe Declined in 2024*. Retrieved from Freedom House: <https://freedomhouse.org/article/fotn-2024-europe-release>

Freire, P., & Macedo, D. (1998). *Okuryazarlık*. Ankara: İmge Kitabevi.

Gazete Duvar. (2021, 08 02). *Beyaz Saray, aşı dezenformasyonuna karşı 'influencer ordusu' kuruyor*. Retrieved 05 05, 2023, from Gazete Duvar:

<https://www.gazeteduvar.com.tr/beyaz-saray-asi-dezenformasyonuna-karsi-influencer-ordusu-kuruyor-haber-1530381>

Geçer, E. (2015). *Medya ve popüler kültür*. İstanbul: Metamorfoz Yayıncılık.

Geçikli, F. (2020). Dijital medya okuryazarlığı. In A. Doğan (Ed.), *Medya okuryazarlığı* (pp. 226-249). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.

Genel, M. G. (2015). *Yeni medya araştırmaları 1*. Bursa : Ekin Yayınevi.

Genel, M. G. (2016). *Yeni medya araştırmaları 2*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Gerbner, G. (2018). Kitle İletişim Araçları ve İletişim Kuramı. In E. Mutlu, *Kitle İletişim Kuramları* (pp. 75-100). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Goyanes, M., Jordá, B., & de Fuentes, J. (2025). From lack of concerns to complicity: How misinformation concerns influences fake news sharing on whatsapp via the partisan legitimization of fake news. *Social Science Quarterly*, 106(4).

Güngör, E. (2021, Eylül 30). Doğrulama kuruluşları: Gerçekten etkililer mi? Retrieved Haziran 25, 2022, from <https://www.newslabturkey.org/2021/09/30/dogrulama-kuruluslari-gercekten-etkililer-mi/>

Gürel, N. (2008). *Şu bizim medya*. İstanbul: Bas-haş.

Hall, F. (2014). *Dijital yayıncılık*. İstanbul: Profil Yayıncılık.

Hardy, R. (2013, 07 11). *Arap Baharı'ndan çıkarılacak dört ders*. Retrieved 04 21, 2023, from BBC News Türkçe: https://www.bbc.com/turkce/haberler/2013/07/130711_arap_bahari_dersleri_hardy

Hepp, A. (2015). *Medyatikleşen Kültürler*. (E. P. Çiğdem Bozdağ, Trans.) Ankara: Dipnot Yayınları.

Herman, E., & Chomsky, N. (2017). *Rızanın imalatı*. İstanbul: bgst Yayınları.

Hobbs, R. (2010). Digital and media literacy: A plan of action. Washington: The Aspen Institute. Retrieved 07 09, 2024, from https://www.aspeninstitute.org/wp-content/uploads/2010/11/Digital_and_Media_Literacy.pdf

Howard, P. N., & Neudert, L.-M. (2021, Ağustos). Digital misinformation / disinformation and children. Retrieved Mayıs 2022, from <https://www.unicef.org/globalinsight/media/2096/file/UNICEF-Global-Insight-Digital-Mis-Disinformation-and-Children-2021.pdf>

Hüma Keskin, Ö. (2021, 07 27). *Afişin Suriyeli mültecilerin 27 Temmuz 2021'de Saraçhane'de miting yapacağını gösterdiği iddiası*. Retrieved 04 15, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/analiz/afisin-suriyeli-multecilerin-27-temmuz-2021-de-saracanedey-miting-yapacagini-gosterdigi-iddiasi>

Hüma Keskin, Ö. (2021, 02 11). *Sağlık dezenformasyonu neden bu kadar hayati?* Retrieved 04 15, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/ekipten/saglik-dezenformasyonu-neden-bu-kadar-hayati>

Hüma Keskin, Ö. (2022, 07 06). *Dezenformasyon mülteci krizini derinleştiriyor.* Retrieved 04 14, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/teyitpedia/dezenformasyon-multeci-krizini-derinlestiriyor>

Hüma Keskin, Ö. (2023, 03 30). *Gazete kupürünün Kılıçdaroğlu'nun SSK'yı dolandırdığını gösterdiği iddiası.* Retrieved 04 16, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/analiz/gazete-kupurunun-kilicdaroglunun-sski-dolandirdigini-gosterdigi-iddiasi>

İletişim olayları ve Türk basınının sorunları. (1984). İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

İmren, M. (2023, 01 27). *Yalan Haberler Neden Gerçek Haberlerden Daha Hızlı Yayılıyor?* Retrieved 03 12, 2024, from <https://bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/yalan-haberler-neden-gercek-haberlerden-daha-hizli-yayiliyor>

İnal, K. (2020). *Dijital çağda okuryazarlık.* Ankara: Töz Yayınları.

İnceoğlu, Y. G. (2017). *Medya nefret ve ötekileştirme.* İstanbul: Köprü Kitapları.

İnceoğlu, Y., & Çoban, S. (2015). *İnternet ve sokak.* İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

İnfodemi eğitimi projesi. (2020). Retrieved 07 2022, 07, from İnfodemi eğitimi: <http://infodemiegitimi.org/>

İnfodemi Sözlüğü. (n.d.). Retrieved 04 16, 2023, from İnfodemi Eğitimi: <http://infodemiegitimi.org/infodemi-sozlugu/>

Ireton, C., & Posetti, J. (2022). *Gazetecilik, sahte haber ve dezenformasyon: Gazetecilik eğitimi ve alıştırmaları için el kitabı.* Retrieved Eylül 2022, from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380323>

İrvan, S. (2014). *Medya kültür siyaset.* Ankara: Pharmakon Yayınevi.

Jenkins, H. (2018). *Cesur yeni medya.* İstanbul: İletişim Yayınları.

journos.com.tr. (2022, 11 01). *Yanlış bilgi yaymasına rağmen Google'dan para alan yayıncı oranı en yüksek Türkiye'de.* Retrieved 05 06, 2023, from [Journos: https://journos.com.tr/google-dezenformasyon-propublika-arastirma](http://journos.com.tr/google-dezenformasyon-propublika-arastirma)

Kara, O. (2023, 02 22). *We Are Social Dijital 2023 Global ve Türkiye Raporu* Yayınlandı. Retrieved 03 25, 2023, from <https://omgiletisim.com/we-are-social-dijital-2023-global-ve-turkiye-raporu-yayinlandi/>

Karapınarlı, S. (2023, 02 07). *Videonun Türkiye'deki depremin ardından yaşanan nükleer patlamayı gösterdiği iddiası.* Retrieved 04 15, 2023, from Teyit.org:

<https://teyit.org/analiz/videonun-turkiyedeki-depremin-ardindan-yasanan-nukleer-patlamayi-gosterdigi-iddiasi>

Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy is not an option. *Learn Inq*, 1, 59-69.

Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy, democracy, and the reconstruction of education. *Media literacy: A reader*, pp. 3-23.

Kemp, S. (2022, Ocak). Digital 2022 Global Overview Report. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>

Kitap İncelemesi: Yalanın Siyaseti. (2020, 12 18). Retrieved 04 20, 2023, from Malumatfuruş: <https://www.malumatfurus.org/yalanin-siyaseti/>

Kızılkaya, E. (2020, 04 14). *Yeter Google yeter: Aramalar, reklamlar ve kötülüğün finansmanı*. Retrieved 05 05, 2023, from Journo: <https://journo.com.tr/google-aramalar-dijital-reklam>

Kocabaş, O. (2022). Hakikate tıklamak: Hakikat sonrası durum ve okuryazarlık. In E. Şentürk Kara, & N. S. Çetin, *Dijital medya okuryazarlığı* (pp. 35-74). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Koçer, S. (2021, 19 02). *Dezenformasyona dayanıklılığı arttırabilmek için kimler, ne yapabilir?* Retrieved 04 21, 2023, from Youtube: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=PrnavvtbnpA>

Koçer, S. (2021, 01 15). *Dezenformasyona dayanıklılığın boyutları nelerdir?* Retrieved 04 21, 2021, from Youtube: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=IP0WlmaBCZg&t=11s>

Koçer, S. (2023, Eylül 11). *Diren, dayan, yılma: Mezenformasyonu yılmazlık penceresinden görmek*. Retrieved Eylül 15, 2024, from Newslabturkey.org: <https://www.newslabturkey.org/2023/09/11/diren-dayan-yilma-mezenformasyonu-yilmazlik-penceresinden-gormek/>

Koçer, S. (2025). Çoklu krizler çağında enformasyon düzensizliğini yılmazlık penceresinden görmek. *Reflektif Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 253-258.

Koçer, S., & Sever, F. (2024, Ocak 14). Bir sistem meselesi: Yanlış bilgi karşısında yılmazlığı yeşertmek. Retrieved Temmuz 7, 2024, from <https://teyit.org/teyitpedia/bir-sistem-meselesi-yanlis-bilgi-karsisinda-yilmazligi-yesertmek>

Korkmaz, B. (2020, 11 19). *Covid-19 aşısı ile insanlara mikroçipler yerleştirileceği iddiası*. Retrieved 04 14, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/analiz/covid-19-asisi-ile-insanlara-mikrocipler-yerlestirilecegi-iddiasi>

Korkut, A. S. (2024, Ekim 26). Kriz anlarında internet sansürü: Bilgi boşluğu yanlış bilgiyle doluyor. Retrieved Kasım 1, 2024, from <https://teyit.org/teyitpedia/kriz-anlarinda-internet-sansuru-bilgi-boslugu-yanlis-bilgiyle-doluyor>

Lang, K. (2018). İletişim Araştırmaları: Kökenleri ve Gelişmesi. In E. Mutlu, *Kitle İletişim Kuramları* (pp. 27-41). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Le Bon, G. (2018). *Kitleler psikolojisi*. Ankara: Bilgesu Yayıncılık.

Lee Myers, S. (2022, 10 13). How social media amplifies misinformation more than information. Retrieved 06 19, 2024, from <https://www.nytimes.com/2022/10/13/technology/misinformation-integrity-institute-report.html>

Lewandowsky, S., & Cook, J. (2020). *Komplo teorisi el kitabı*. Retrieved Nisan 2022, from <https://md.teyit.org/file/komplo-teorileri-el-kitabi.pdf>

Lewandowsky, S., Cook, J., Ecker, U. K., Albarracín, D., Amazeen, M. A., & Kendeou, P. L. (2020). *Yanlış bilgileri çürütme el kitabı*. doi:10.17910/b7.1182

Lippmann, W. (2020). *Kamuoyu*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Maigret, E. (2021). *Medya ve iletişim sosyolojisi*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Malumatfurus.org. (2023, 05 12). *Kemal Kılıçdaroğlu'nun Seçim Kampanyası Videosunda Arkasında PKK Yöneticisi Murat Karayılan'ın Görüldüğü İddiası Doğru Değil*. Retrieved 05 20, 2023, from Malumatfurus: <https://www.malumatfurus.org/kemal-kilicdaroglu-pkk-video/>

McLuhan, M., & Fiore, Q. (2019). *Yaradığımız medya*. İstanbul: Nora Kitap.

Meserole, C. (2018, 05 09). How misinformation spreads on social media—And what to do about it. Retrieved 06 19, 2024, from <https://www.brookings.edu/articles/how-misinformation-spreads-on-social-media-and-what-to-do-about-it/>

Mutlu, E. (1998). *İletişim sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, popüler kültür ve medya*. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Narin, B. (2018). Kişiselleştirilmiş Çevrimiçi Haber Akışının Yankı Odası Etkisi, Filtre Balonu ve Siberbalkanizasyon Kavramları Çerçevesinde İncelenmesi. *Selçuk İletişim*, 2(11), 232-251. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/504829>

Narin, B. (2021, 01 10). *Dijitalleşme yanlış bilginin yayılmasını nasıl etkiler?* Retrieved 04 16, 2023, from Youtube/RMD Edu: https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=_K54Ar1mK08

Narin, B. (2021, 05 17). Post-truth nedir? Retrieved 04 17, 2023, from <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=9JsG6iMv16U>

Nayirah Kuwaiti Girl Testimony. (2010, Haziran 15). Retrieved from Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=LmfVs3WaE9Y>

Neuman, W. R. (2018). *Dijital Fark*. İstanbul: The Kitap Yayınları.

Newman, N. (2024). *Reuters institute digital news report 2024*. Reuters Institute. Retrieved from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf

NTV Haber. (2013, 06 03). *Medyaya Gezi Parkı protestosu*. Retrieved 04 21, 2023, from NTV Haber: <https://www.ntv.com.tr/video/turkiye/medyaya-gezi-parki-protestosu,UMRqZDIqrUuBrOvzebSokg>

ntv.com.tr. (2023, 05 02). *Cambridge Analytica nedir? Cambridge Analytica skandalı nasıl ve ne zaman oldu?* Retrieved 05 10, 2023, from ntv.com.tr: <https://www.ntv.com.tr/dunya/cambridge-analytica-nedir-cambridge-analytica-skandalı-nasil-ve-ne-zaman-oldu,gEcvRHkmYUis6dkhCZ9vUg>

ntv.com.tr. (2023, 03 20). *Irak'ın işgalinin 20. yıl dönümü*. Retrieved 05 02, 2023, from NTV: https://www.ntv.com.tr/galeri/dunya/irakin-iskgalinin-20-yil-donumu,x3z4bBhUtE6HX6kPBNz_jQ/qxraw64HXEKbTNBTIzjLAW

Nwonwu, C., Tukur, F., & Oyedepo, Y. (2023, 01 19). *Nijerya'da sosyal medya fenomenleri seçimleri etkilemek için partilerden nasıl para alıyor?* Retrieved 05 05, 2023, from BBC News Türkçe: <https://www.bbc.com/turkce/articles/cy0klveem95o>

Oğraş, M. (2023, 05 07). *Millet İttifakı'nın 2023 Genel Seçimleri kampanya filminde Murat Karayılan'ın yer aldığı iddia edildi*. Retrieved 05 20, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/demec-kontrolu/millet-ittifaki-kampanya-filminde-murat-karayilanin-yer-aldigi-iddiasi>

Okay, A., & Okay, A. (2014). *Halkla ilişkiler kavram strateji ve önerileri*. İstanbul: Der Yayınları.

Oran, İ., & Kartal, N. (2021). Dezenformasyonla Mücadelede Haber Doğrulama Siteleri. *Dijital Çağda Kriz İletişimi Sempozyumu* (pp. 582-592). İstanbul: Üsküdar Üniversitesi Yayınları.

Oran, İ., & Kartal, N. (2022). Dezenformasyonla Mücadelede Doğrulama Platformları: Rusya-Ukrayna Savaşı Örneği. *Dijital Çağda İletişim Çalışmaları Sempozyumu* (pp. 846-856). İstanbul: Üsküdar Üniversitesi Yayınları. Retrieved from <https://ifig.uskudar.edu.tr/uploads/content/files/9ifig-tam-metin-bildiriler-kitabi.pdf>

O'Reilly, T. (2005). What Is Web 2.0?

Oskay, Ü. (1985). *Kitle haberleşmesi teorilerine giriş*. İstanbul: Der Yayınevi.

Oskay, Ü. (2015). *İletişimin ABC'si*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Oskay, Ü. (2017). *Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Öğrenenefe, A. (2023, 04 23). *Vietnam Savaşı Nedir? Vietnam Savaşı Neden Savaşıldı ve Savaş Sırasında Neler Yaşandı?* Retrieved 04 26, 2023, from Evrim Ağacı: <https://evrimagaci.org/vietnam-savasi-nedir-vietnam-savasi-neden-savasildi-ve-savas-sirasinda-neler-yasandi-13951>

Özçetin, B. (2018). *Kitle iletişim kuramları*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Özdemir, Ö. (2021, Şubat 25). Doğru mu: Cumhurbaşkanlığı doğrulama platformu kuruyor, uzmanlar ne düşünüyor? Retrieved Eylül 15, 2024, from <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-56188115>

Özer, Ç. L. (2017, 02 14). *Konya Büyükşehir Belediyesi Suriyelilere maaş bağladığı iddiası*. Retrieved 04 14, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/analiz/konya-buyuksehir-belediyesi-suriyelilere-maas-bagladi-iddiasi>

Özgür, E. (n.d.).

Özgür, E. (2021, Mayıs 22). Rehber: Deepfake ve cheapfake'leri tespit etme yolları. Retrieved Haziran 2022, from <https://teyit.org/teyitpedia-rehber-deepfake-ve-cheapfake-leri-tespit-etme-yollari>

Özgür, E. (2022, Kasım 5). ProPublica: Google yanlış bilgi yaymanın kârlı bir işe dönüşmesine katkı sağlıyor. Retrieved Haziran 19, 2024, from <https://teyit.org/teyitpedia-propublica-google-yanlis-bilgi-yaymanin-karli-bir-ise-donusmesine-katki-sagliyor>

Özgür, E. (2023, 06 03). *2023 seçim döneminde dolaşıma giren yanlış bilgiler*. Retrieved 06 07, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/teyitpedia/2023-secim-doneminde-dolasima-giren-yanlis-bilgiler>

Özgür, E. (2023, 02 08). *Kriz anlarında sosyal medyayı etkili kullanma rehberi*. Retrieved 05 7, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/teyitpedia/kriz-anlarinda-sosyal-medya-kullanim-rehberi>

Özgür, E. (2023, Ocak 09). Teyit Sözlük: Yankı fanusu nedir? Retrieved Ocak 2023, from <https://teyit.org/teyitpedia-teyit-sozluk-yanki-fanusu-nedir>

Öztürk, F. (2023, Kasım 7). Anayasa Mahkemesi 'Dezenformasyon Yasası'nın iptal talebini reddetti. Retrieved Haziran 20, 2024, from <https://www.bbc.com/turkce/articles/c9731e066vjo>

Parlar Dal, E., & Erdoğan, E. (2021). *Küresel siyasette yeni dezenformasyon sistemini anlamak*. RMD Edu. Retrieved from <https://www.rdmedu.com/yay%C4%B1nlar/rapor>

Parlar Dal, E., & Erdoğan, E. (n.d.). *Dezenformasyonla mücadele el kitapçığı*. Retrieved from <https://www.rdmedu.com/yay%C4%B1nlar/el-kitap%C3%A7%C4%B1%C4%9F%C4%B1>

Parlar Dal, E., & Erdoğan, E. (n.d.). *Medya Dezenformasyon Sözlüğü*. Retrieved Haziran 2022, from <https://www.rdmedu.com/yay%C4%B1nlar/medya-dezenformasyonu-s%C3%B6zl%C3%BC%C4%9F%C3%BC>

Patterson, A. M. (2005). *Dezenformasyon çağı*. İstanbul: Nüansarma Yayınları.

Pavlik, J. V. (2013). *Yeni medya ve gazetecilik*. Ankara: Phoenix Yayınevi.

Pazarbaşı, B. (2022). Dijital Türbülans Zamanlarında Haber Oyunları: Oyunda Gazetecilik ve Etik. In A. Çetinkaya, & G. Yetkin Cılızoğlu, *İletişim Perspektifinden Dijital Çağda Etik Tartışmalar* (pp. 51-71). Konya: Literatürk.

Poe, M. T. (2015). *İletişim Tarihi*. İstanbul: Isık Yayınları.

Polat, S. (2020, Temmuz 29). Sosyal medya düzenlemesi kanunlaştı. Retrieved Haziran 20, 2024, from <https://www.dogrulukpayi.com/bulten/sosyal-medya-duzenlemesi-kanunlasti>

Poynter. (n.d.). Retrieved from Poynter: <https://www.poynter.org/ifcn/about-ifcn/>

Pürmerak Kulübü. (n.d.). Retrieved Eylül 14, 2024, from Pürmerak Kulübü: <https://purmerak.teyit.org/blog/dunya-capinda-teyitcilik-yanlis-bilgiyle-mucadelede-sayilar>

Pürmerak Kulübü. (n.d.). *Eleştirel dijital okuryazarlık ve medya okuryazarlığı yanlıs bilgiyle mücadelede iki önemli kalkan*. Retrieved from [teyit.org: https://purmerak.teyit.org/blog/elestirel-dijital-okuryazarlik-ve-medya-okuryazarligi-yanlis-bilgiyle-mucadelede-iki-onemli-kalkan](https://purmerak.teyit.org/blog/elestirel-dijital-okuryazarlik-ve-medya-okuryazarligi-yanlis-bilgiyle-mucadelede-iki-onemli-kalkan)

RDM Edu. (2021, 07 09). *İnfodemi*. Retrieved 04 16, 2023, from Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=-KJcOgZ35DQ>

RDM Edu. (2021, 07 09). *Yanlıs Bilgi ve Dayanıklılık*. Retrieved 04 20, 2023, from Youtube: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=yYXUyZkKG0I>

Remzi Altunışık, H. B. (2022). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: Yeni perspektifler*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Rigel, N. (2000). *Rüya Körleşmesi*. İstanbul: Der Yayınevi.

RMD EDU. (2021, 07 09). *Dezenformasyon: Temel Kavramlar*. Retrieved 05 02, 2023, from Youtube/RMD EDU: <https://www.youtube.com/watch?v=ooK4wcKayNk>

RMD EDU. (2021, 07 09). *Dijitalleşme ve Yanlıs Bilgi*. Retrieved 04 17, 2023, from Youtube/RMD EDU: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=0d66n8urOkQ>

Ruacan, İ. (n.d.). *Demokratik süreçler bağlamında dezenformasyon yasası*. Retrieved from <https://www.newslabturkey.org/demokratik-surecler-baglaminda-dezenformasyon-yasasi/>

Sabancı, A. (2019, 05 26). *Sarı gazetecilik, işbirliğinin önemi, Rusya'da gazetecilik*. Retrieved 05 05, 2023, from NewsLabTurkey: <https://www.newslabturkey.org/2019/05/26/sari-gazetecilik-isbirliginin-onemi-rusyada-gazetecilik/>

Saklıca, E. İ. (2025, Ocak 08). *Meta bilgi düzensizliğiyle mücadelede geri adım atıyor*. Retrieved Ocak 11, 2015, from Teyit.org: <https://teyit.org/ekipten/meta-bilgi-duzensizligiyle-mucadelede-geri-adim-atiyor>

Sardarizadeh, S. (2022, 03 08). *Rusya'nın Ukrayna işgali: Savaşın yalan olduğunu iddia eden sahte paylaşımları inceledik*. Retrieved 05 7, 2023, from BBC News Türkçe: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-60657548>

Sayımer, İ. (2014). Yeni Medya Ortamlarında Ağlar Oluşturan Toplumsal Hareket Deneyimleri. *Elektronik Mesleki Gelişim Ve Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 97-112. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/ejoir/issue/5377/72976>

Sayın, A. (2020, Temmuz 14). Sosyal medya düzenlemesi: AKP 'Alman modeli' için muhalefetin görüşünü alacak. Retrieved Haziran 20, 2024, from <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-53397949>

Semercioğlu, C. (2023, 03 29). *Yanlış bilgi depremin yıkımını artırıyor: Gelecekteki krizlere nasıl bakmalı?* Retrieved 04 15, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/ekipten/yanlis-bilgi-depremin-yikimini-artiriyor-gelecekteki-krizlere-nasil-bakmalı>

Semercioğlu, C. (2023, 03 29). *Yanlış bilgi depremin yıkımını artırıyor: Gelecekteki krizlere nasıl bakmalı?* Retrieved 05 8, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/ekipten/yanlis-bilgi-depremin-yikimini-artiriyor-gelecekteki-krizlere-nasil-bakmalı>

Sezer, N. (n.d.). *Medya okuryazarlığı*. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.

Shane, T. (2020). *Yanlış Bilgi Psikolojisi*. First Draft. Retrieved Nisan 2022, from <https://teyit.org/files/yanlis-bilgi-psikolojisi-first-draft.pdf>

Shirky, C. (2010). *Herkes örgüt*. İstanbul: Optimist Yayınları.

Silverman, C. (2020). *Dezenformasyon ve medya manipülasyonu üzerine doğrulama el kitabı*. Retrieved Nisan 2022, from <https://teyit.org/files/dezenformasyon-el-kitabi.pdf>

Silverman, C., & Tsubaki, R. (2015). *Doğrulama el kitabı: Kullanıcı üretimi içerik ve açık kaynak bilgi araştırmalarında online arama ve araştırma teknikleri için rehber*. Retrieved Mart 2022, from https://verificationhandbook.com/book2_tr/

SosyalKafa TV. (2021, 10 26). *Medya ve Enformasyon Okuryazarlığı: Bir Yuvarlak Masa Toplantısı*. Retrieved 05 06, 2023, from Youtube/SosyalKafa TV: <https://www.youtube.com/watch?v=jg-o9uQBr1w>

Sönmez, G. (2021). Türkiye'de kamu yönetiminin medya okuryazarlığına ve sosyal medyaya bakışı üzerine bir değerlendirme. In G. D. Türk, *Sosyal medya okuryazarlığı* (pp. 35-124). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Sözen, E. (1999). *Söylem*. İstanbul: Paradigma Yayınları.

Şahin, A. (2014). *Eleştirel medya okuryazarlığı*. Ankara: Anı Yayıncılık.

Şahin, Z. (2024, Haziran 2024). 2024 Reuters Enstitüsü Dijital Haber Raporu: Platformlar arası göç başladı. Retrieved Temmuz 7, 2024, from <https://teyit.org/teyitpedia/2024-reuters-enstitusu-dijital-haber-raporu-platformlar-arasi-goc-basladi>

Şahin, Z. (2025, Ocak 11). *Meta üçüncü taraf doğrulama partnerliğini ABD'de sonlandırıyor: Doğrulama kuruluşları ne düşünüyor?* Retrieved Ocak 11, 2025, from Teyit.org: <https://teyit.org/teyitpedia/meta-ucuncu-taraf-dogrulama-partnerligini-abdde-sonlandiriyor-dogrulama-kuruluslari-ne-dusunuyor>

Şencan, İ., & Kalkan, O. (2019). *Medya kullanımı ve haber tüketimi: Güven, doğrulama, siyasi kutuplaşmalar*. Retrieved Mart 2022, from <https://cdn.teyit.org/wp-content/uploads/2019/01/medya-kullanimi-ve-haber-tuketimi-teyit-ocak-2019.pdf>

Şentürk Kara, E., & Nisan, F. (2022). Dijital medya okuryazarlığı literatürüne tarihsel bir değini. In E. Şentürk Kara, & N. S. Çetin, *Dijital medya okuryazarlığı*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

T. Editors of Encyclopaedia. (2023, 01 20). *Yellow Journalism*. Retrieved 05 04, 2023, from Encyclopaedia Britannica : <https://www.britannica.com/topic/yellow-journalism>

T24. (2018, Mart). Retrieved from t24.com.tr: <https://t24.com.tr/konular/facebookta-cambridge-analytica-skandali-abd-secimlerinde-50-milyon-kisinin-verileri-kullanildi,213>

TacticalTech. (n.d.). *Detox x Youth*. Retrieved Mayıs 2022, from https://cdn.ttc.io/s/datadetoxkit.org/youth/Data-Detox-x-Youth_TR.pdf

Talu, U. (2000). *Dipsiz medya*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.

Tanca, K. E. (2020, 06 17). 2020 Reuters Enstitüsü Dijital Haber Raporu: Covid-19 haber tüketiminini derinden etkiledi. Retrieved 04 15, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/teyitpedia/2020-reuters-enstitusu-dijital-haber-raporu-covid-19-haber-tuketiminini-derinden-etkiledi>

Taştekin, F. (2020, 12 17). *Arap Baharı'nın 10 yılında 10 ülkenin hikâyesi: Ekmek, özgürlük ve onur kavgasından geriye ne kaldı?* Retrieved 04 21, 2023, from BBC News Türkçe: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-55331196>

TDK. (2022). Retrieved Haziran 2022, from sozluk.gov.tr: <https://sozluk.gov.tr/>

Tekinalp, Ş., & Uzun, R. (2009). *İletişim araştırmaları ve kuramları*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Teyit. (2016). Retrieved from Teyit: <https://teyit.org/nedir>

Teyit. (2023, Ağustos). İfade özgürlüğü ve doğru bilgiye erişim bağlamında Google'ın dezenformasyon ve medya politikaları.

Teyit Sözlük. (2019, Aralık 02). Retrieved from Teyit.org: <https://teyit.org/teyit-sozluk>

teyit.org. (2017, 07 30). *Araştırma: Twitter bilgi kirliliğini besleyenlerin oyun sahası haline nasıl geliyor?* Retrieved 05 04, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/teyitpedia/twitter-bilgi-kirliligini-besleyenlerin-oyun-sahasi-haline-nasil-geliyor>

Teyit.org. (2022, 11 23). *Platformların virallik mekanizmaları yanlış bilgiyi çoğaltıyor.* Retrieved 05 04, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/teyitpedia/arastirma-sosyal-medya-dogru-bilgi-yerine-yanlis-bilginin-yayilmasina-sebep-oluyor>

The Guardian. (2018, 03 17). *Cambridge Analytica whistleblower: 'We spent \$1m harvesting millions of Facebook profiles'*. Retrieved 05 03, 2023, from Youtube/The Guardian: <https://www.youtube.com/watch?v=FXdYSQ6nu-M>

Thompson, J. B. (2019). *Medya ve modernite*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Toprak, E. (2023, 02 09). *Enkazdan çıkan kişiye fazla su verilmesi halinde ölebileceği iddiası*. Retrieved 04 14, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/analiz/enkazdan-cikan-kisiye-fazla-su-verilmesi-halinde-olebilecegi-iddiasi#:~:text=Teyit%2C%20konuyla%20ilgili%20Acil%20T%C4%B1p,Cander%2C%20iddialar%C4%B1n%20as%C4%B1s%C4%B1z%20oldu%C4%9Funu%20belirtti>

Tunçdemir, C. (2015, 05 27). *Sarı gazetecilik ve savaş*. Retrieved 05 05, 2023, from t24.com.tr: <https://t24.com.tr/yazarlar/cemal-tuncdemir/sari-gazetecilik-ve-savas,13321>

Türkkan, S. (2021, 08 17). *Deprem sırasında dışarı kaçmak ve kapı eşiğinde durmanın güvenli olduğu iddiası*. Retrieved 04 15, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/analiz/deprem-sirasinda-disari-kacmak-ve-kapi-esiginde-durmanin-guvenli-oldugu-iddiasi>

Uluk, M. (2021). *Hakikat sonrası çağda yeni medya ve yalan haber*. Eskişehir: Dorlion Yayınları.

Uluslararası İlişkiler Konseyi. (2021, 05 21). *Doç.Dr. Suncem Koçer, infodemi kavramı çerçevesinde pandemi dönemindeki bilgi artışını açıklıyor*. Retrieved 04 16, 2023, from Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=N8bJyoqvzYQ>

UNESCO Institute for Statistics . (2018). *A global framework of reference on digital literacy skills for indicator 4.4.2* . Montreal: UNESCO Institute for Statistics. Retrieved Haziran 21, 2024, from <https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/ip51-global-framework-reference-digital-literacy-skills-2018-en.pdf>

Uzunoğlu, D. (2023, Eylül 11). *Diren, dayan, yılma: Mezenformasyonu yılmazlık penceresinden görmek*. Retrieved Temmuz 2, 2024, from <https://www.newslabturkey.org/2023/09/11/diren-dayan-yilma-mezenformasyonu-yilmazlik-penceresinden-gormek/>

Uzunoğlu, S. (2025, Ocak 11). *Teknofeodalizm ve Meta'nın teyitçilere erken vedası*. Retrieved Ocak 11, 2025, from Newslabturkey.org: <https://www.newslabturkey.org/2025/01/11/teknofeodalizm-ve-metanin-teyitcilere-erken-vedasi/>

Ünver, H. (2020). *Türkiye'de doğruluk kontrolü ve doğrulama kuruluşları*. Ekonomi ve Dış Politika Araştırma Merkezi (EDAM). Retrieved from <https://edam.org.tr/wp-content/uploads/2020/06/T%C3%BCrkiyede-Do%C4%9Fruluk-Kontrol%C3%BC-ve-Do%C4%9Frulama-Kurulu%C5%9Flar%C4%B1-Ak%C4%B1n-%C3%9Cnver.pdf>

Van Dijk, J. (2016). Senin Gibi Kullanıcılar mı? Kullanıcı Türevli İçerikteki Failliği Kuramlaştırmak. In H. Hülür , & C. Yaşın, *Kullanıcının Yükselişi* (pp. 160-183). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Vodafone Blog. (2023, 04 22). *Arama Motoru Nedir? En Popüler Arama Motorları Hangileridir?* Retrieved 05 06, 2023, from Vodafone: <https://www.vodafone.com.tr/ev-internet/blog/arama-motoru-nedir-en-populer-arama-motorlari-hangileridir#:~:text=Pop%C3%BCler%20arama%20motorlar%C4%B1%20listesinde%20ilk,kullan%C4%B1lan%20lider%20arama%20motoru%20konumundad%C4%B1r.>

Wardle, C. (2019, 10). *Bilgi Düzensizliğini Anlamak*. Retrieved 04 15, 2023, from Infodemi Eğitimi: <http://infodemiegitimi.org/bilgi-duzensizligini-anlamak/>

Wardle, C. (2019, 10). *Bilgi Düzensizliğini Anlamak*. Retrieved 04 17, 2023, from Infodemi Eğitimi: <http://infodemiegitimi.org/bilgi-duzensizligini-anlamak/>

Yaylagül, L. (2010). *Kitle iletişim kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Yıldırım, A., & Balkaroğlu, D. (2023, Ocak). Türkiye'de dijital okuryazarlık: Ekonomik, güvenlik ve dezenformatif hususlara ilişkin perspektifler. Retrieved from <https://edam.org.tr/wp-content/uploads/2023/03/Dijital-Okur-Yazarlik.-TR.pdf>

Yılmaz, C. (2021, 02 04). *Görseldeki Evler Suriyeliler İçin mi Yapıldı?* Retrieved 04 14, 2023, from Doğruluk Payı: <https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/gorseldeki-evlerin-suriyeliler-icin-yapildigi-iddiasi>

Yılmaz, M. (2018, 04 30). *Çatışmalar ve propaganda: Savaşı başlatan yalanlar*. Retrieved 04 21, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/dosya/savas-ve-yalanlari-savasi-baslatan-yanlar>

Yılmaz, M. C. (2019, 04 19). *Yanlış haberlerin savunmasız hedefleri: Mülteciler*. Retrieved 04 15, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/ekipten/yanlis-haberlerin-savunmasiz-ozneleri-multeciler>

Yılmaz, Y. A. (2023, 05 20). *Kılıçdaroğlu'nun "Karar ver" kampanyasına ait olduğu iddia edilen afişler*. Retrieved 05 23, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/analiz/kilicdaroglunun-karar-ver-kampanyasina-ait-oldugu-iddia-edilen-afisler>

Zübeyir, A. E. (2021, 01 25). *Fotoğraftaki ailenin Suriye'den Türkiye'ye geldiği iddiası*. Retrieved 04 14, 2023, from Teyit.org: <https://teyit.org/analiz/fotoğraftaki-ailenin-suriyeden-turkiyeye-geldigi-iddiasi>

