



Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi  
Yıl: 2023 Cilt-Sayı: 16(3) ss: 674–692

Academic Review of Economics and Administrative Sciences  
Year: 2023 Vol-Issue: 16(3) pp: 674–692

<http://dergipark.org.tr/pub/ohuibf>

Araştırma Makalesi  
Research Article

ISSN: 2564-6931  
DOI: 10.25287/ohuibf.1230547  
Geliş Tarihi / Received: 06.01.2023  
Kabul Tarihi / Accepted: 29.05.2023  
Yayın Tarihi / Published: 31.07.2023

## SOSYAL MEDYADA SİYASET VE DEZENFORMASYON: HABER METİNLERİNE YÖNELİK BİR SÖYLEM ANALİZİ<sup>1</sup>

Tuğba YOLCU <sup>2</sup>  
Mehmet Said KAYA <sup>3</sup>

### Öz

En genel tanımıyla söylem ve topluma bilgi akışını sağlayan medya arasındaki ilişki, gündemi kontrol etmek isteyen aktörlerin medyayı kendi lehlerine kullanmak istemelerine yol açmakta ve aynı yolla bir politik söylem mücadelesine neden olmaktadır. Bu mücadeleye dahil olamayan insanlara sosyal medya objektif ve ilk elden bilgiye ulaşma, tartışmalara katılma ve fikir beyanında bulunma imkanı verir. Yaygın bir etkileşim ağı kuran sosyal medyaya dahil olan kullanıcıların ve özellikle aktörlerin, bu bakış açısıyla siyasi gündemle alakalı hızlı fakat dezenformasyon olarak nitelendirilen, yanlış içerikli ya da yönlendirici bilgi paylaşımında bulunabilmelerinin önünü açmış olur. Bu çalışmada söz konusu problemden hareketle dezenformasyona konu olan haberler ile Twitter sosyal ağında bu haberlere yönelik yapılan yorumlar eleştirel söylem analizi çerçevesinde analiz edilerek değerlendirilmiştir. Eleştirel söylem analizi sosyal bilimlerde var olan bir durumu anlamlandırmayı ve yorumlamayı hedeflediğinden çalışmanın yöntemi olarak belirlenmiştir. Araştırmanın kapsamı, Twitter sosyal ağında paylaşımda bulunan haber sitelerinden seçilen beş dezenformasyon niteliğindeki örnek haber metni ile sınırlandırılmış ve bu paylaşımlara yine Twitter üzerinden yapılan yorumlar arasından en fazla beğeni alanları dahil edilerek analiz edilmiştir. Araştırma sonunda, dezenformasyon niteliği taşıyan örnek haberlerin araştırma sınırlılıkları çerçevesinde belirlenen kitleleri yönlendirme işlevi ile bu işlev neticesinde yankı odaları olarak ifade edilen ideolojik kümelenmeye yol açtığına yönelik bir durum tespiti yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler** : Sosyal Medya, Siyaset, Eleştirel Söylem Analizi, Dezenformasyon.

**JEL Sınıflandırması** : Z00.

<sup>1</sup> Bu çalışma, ICDBME'22 konferansında sözlü olarak sunulan “Sosyal Medyada Siyaset ve Dezenformasyon: Haber Metinlerine Yönelik Bir Söylem Analizi” adlı özet bildirinin içeriği geliştirilerek üretilen tam metnidir.

<sup>2</sup> Doç. Dr., Tarsus Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, tugbayolcu@tarsus.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7131-7545

<sup>3</sup> Arş. Gör., Tarsus Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, msaidkaya@tarsus.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5830-9727.

### **Atıf/Citation (APA 6):**

Kaya, M. S., & Yolcu, T. (2023). Sosyal medyada siyaset ve dezenformasyon: Haber metinlerine yönelik bir söylem analizi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 673–691. <https://doi.org/10.25287/ohuibf.1230547>.

## POLITICS AND DISINFORMATION IN SOCIAL MEDIA: A DISCOURSE ANALYSIS ON NEWS TEXTS

### Abstract

*In a general definition, the relationship between discourse and the media that provides the flow of information to society causes the actors who want to control the agenda to use the media according to their interests, and in the same way, cause a political discourse struggle. Social media gives people who were not able to involve in this struggle the opportunity to access objective and first-hand information, participate in discussions and express their opinions. Through establishing a widespread interaction network, social media paves the way for users and especially actors to share information rapidly but also with inappropriate or directive content called disinformation about the political agenda. In this study, based on the problem in question, the news that is the subject of disinformation and the comments made on this news in the Twitter social network were analyzed and evaluated within the framework of critical discourse analysis. Since critical discourse analysis aims to identify and interpret an existing situation in social sciences, it is determined as the method of the study. The scope of the research was limited to five disinformation sample news texts selected from the news sites' sharings on the Twitter social network. These posts of news were analyzed by including the most likes among the comments made on Twitter. At the end of the research, it was determined that sample news with the nature of disinformation led to the ideological clustering expressed as echo chambers due to the function of directing the masses determined within the framework of the research limitations.*

**Keywords** : Social Media, Politics, Critical Discourse Analysis, Disinformation.

**JEL Classification** : Z00.

### GİRİŞ

İlk kitle iletişim aracı olan gazetelerin kullanımından beri gerçekleşen gelişmelere paralel olarak çeşitlenen medya, geniş kitlelere bilgi sağlama işleviyle siyasal dil, söylem ve kitlesel hareketlerde önemli bir yer tutmaktadır. Medyanın kitleler üzerindeki bu işlevi nedeniyle medya ile siyaset arasında olağan bir karşılıklı ilişki bulunmaktadır. Siyasal söylemi belirlemek (bilgilendirme) ve böylece toplumsal hareketleri denetlemek/yönetmek (yönlendirme) isteyen siyasal aktörlerin (Freedon, 2006: 21) medyaya ilişkisi çatışma veya uzlaşma görünümünde sürdürülür (Işık, 2002: 23; Akdağ, 2014: 2). Bu bakış açısıyla siyasetin medyaya bakışı kitle iletişimini kullanabilecek bir araçken toplumun medyadan beklentisi ise siyasi etkilerden bağımsız kalarak güvenilir ve objektif bilgi aktarımını sağlamaktır. Dolayısıyla geleneksel anlamdaki medyanın enformasyon ağı olması nedeniyle işlevini sürdürebilmesi ve kitlelerin güvenini kazanabilmesi için “medya etiği” olarak adlandırılan bazı ahlaki sorumlulukları vardır (Güz, 2005: 88; İrvan, 2005: 62; ayrıca bkz. Evers, 2010: 51). Medya çalışanlarının en önemli görevlerinden biri, etik çerçeveleri gözeterek haberleri doğrulama şansı bulunmayan kitlelere doğru bilgileri ulaştırmaktır (Encabo, 1995: 515). Bu sebeple geleneksel medyada belirli prensipler gözetilir ve haberler editoryal denetimden geçerek doğrulukları filtrelenir (Önen, 2020: 21). Geleneksel medya, bu anlamda, belirli ideolojik ve ticari çıkarlarla şüphe uyandırır da (haberlerin manipülasyonu, gündem belirleme, siyasi destek, vs.) kendi çıkarları için haberlerin doğruluğu konusunda temkinli olmalıdır ve bu durum belirli bir güven ortamını oluşturur.

Diğer yandan gerçekleşen teknolojik gelişmeler medyayı da etkileyerek yeni iletişim araçlarının ortaya çıkmasına neden oldu. Bunlar arasında en önemlilerinden biri de kuşkusuz dijitalleşme ve internetin yaygınlaşmasıdır. İnternet sanal bir zemin üzerinde gerçek bir alan olarak “siber-uzamı” ifade eder ve özellikle sosyal ağ platformları (daha bilinen adıyla sosyal medya) kanalıyla kamusal iletişim ya da bireylerarası etkileşim için gerekli olan fiziksel-mekânsal bağlantı ihtiyaçlarını ortadan kaldırıp yeni bir kamusal alan inşa etmeyi mümkün hale getirir (Timisi, 2005: 91–93; Boyd & Ellison, 2007). İnternet kullanımının iletişimde ve toplumda yarattığı bu dönüşümün medya üzerindeki etkisi

hem haber kurumlarının internet araçlarını aktif olarak kullanmalarında (web siteleri, mobil uygulamalar, sosyal medya hesapları, vs.), hem de bazı bağımsız platformların (sosyal medyalar) bilgi ağı görevini üstlenmesinde görülebilir. İnternetin yaratmış olduğu bu ağlar, kimliğine bakılmaksızın kullanıcıların paylaşımları üzerinden gerçekleştiği için hem eşitlikçi ve bilgiye ulaşımı kolaylaştıran bir gelişimi sağlamış, hem de bir medya organında karşılıklı etkileşimi sağlayarak bireyleri yalnızca alıcı konumundan çıkarıp içerik/haber üretebilen aktif bir konuma getirmiştir (Castells, 2008: 471–472). Buna ek olarak, internet platformları farklı birey ve grupların sosyalleşmesinin ötesinde modern bir “ağ toplumu” haline gelerek bilgi/haber aktarımını, örgütlenmesini, kolektif eylemlerde bulunmalarını olanaklı hale getirmek için belirli inanç ya da değerler etrafında kümelenebilmelerini sağlar (Van Dijk, 2006: 20).

Çalışmada dezenformasyona konu olmuş haberler ve bu haberlere yönelik sosyal medya ağı olan Twitter’da yapılan yorumlar Van Dijk’in eleştirel söylem analizi çerçevesinde çözümlenmiştir. Çalışma ile hedeflenen dezenformasyona konu olan haber metinlerinin ideolojik bir kümelenmeye yol açtığına söylemler aracılığı ile sosyal bir bağlamda ele alınmasıdır. Bu nedenle eleştirel söylem analizi çerçevesinde araştırma problemine yönelik kesin cevaplardan ziyade söylemlere yönelik bir durum tespiti yapılmıştır.

Çalışmada öncelikle araştırma problemini desteklemek amacıyla teorik çerçevede yeni medya, dezenformasyon ve ideolojik kümelenme kavramlarına yer verilmiştir. Sonraki aşamada ise eleştirel söylem analizi çerçevesinde teyit sitelerinde doğrulanmış siyaset kategorisinde yer alan beş örnek haber metni ve bu haberlere yönelik sosyal medya ağında yer alan en fazla etkileşime sahip yorumlar analiz edilmiştir. Sonuçta ise dezenformasyona konu olan haber ve sosyal medya yorumlarının paralellik gösterdiği bu noktada söz konusu haberlerin ideolojik kümelenmeye sebep olduğuna yönelik bir durum tespiti ortaya çıkmıştır.

## I. MEDYA- SİYASET İLİŞKİSİNDE DİJİTALLEŞME VE İDEOLOJİK KÜMELENME

Dijitalleşmenin medya konusunda siyaset ile kesiştiği iki noktadan bahsedilebilir. Öncelikle, sürekli olarak güç ve meşruiyet kaynağı arayan siyasi aktörlerin (politikacılar, STK’lar, medya kuruluşları, baskı grupları, vs.) siyasal iletişimde yer bulma ve otorite elde etme çabalarıdır. Dijitalleşme ile kitle iletişim imkanlarının artması ve iletişimde yarattığı dönüşüm (artık insanların önemli bir kısmı haberleri ve siyasi aktörlerin söylevlerini/paylaşımlarını sosyal medyalar üzerinden takip eder), bu aktörlerin daha geniş kesimlere ulaşmalarına imkân sağladığı için sosyal medya platformları büyük rağbet görmekte, ayrıca bir siyasal araç olarak değerlendirilebilmektedir (Ayhan ve Erken, 2018: 209; Önen, 2019: 21-22). İkinci olarak, sosyal medyadaki siyaset içerikli paylaşımlardan ya da etkileşimde bulunduğu diğer bireylerden etkilenen kişilerin psikolojik olarak etkilenebileceği ya da yönlendirilebileceği söylenebilir (Macafee, 2013: 2766). Bu anlamda sosyal medya platformları, siyasi dilin ve söylemin belirlenmesi ve kitlelerin gruplaşması ve yönlendirilmesi için güçlü bir araç haline alır. Özellikle sosyal medya üzerinden gerçekleşen bu ideolojik kümelenmeler yankı odaları (*echo chambers*) olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya platformları hem yoğun bilgi aktarım ağları olarak hem de kendi etkileşim sayılarını artırmak için ideolojik kutuplaşmayı ve siyasal çatışmayı artırmaktadırlar (Eslen-Ziya, 2022: 3; Anderson & Becker, 2018: 525–526). Bu hususta diğer sosyal medya platformlarından farklı olarak birbirlerinin hesaplarını takip etmeyen kullanıcıların da birbirlerinin paylaşımlarını görmelerine izin vererek sosyal ağ etkileşimini sıkılaştıran ve bu nedenle sosyal medya sitesinden çok bir enformasyon ağı olarak nitelendirilebilen Twitter (Cataldi ve ark., 2010; Lee ve ark., 2010: 1137; Çaycı ve ark., 2021: 127), ideolojik kümelenmenin ve kutuplaşmanın en yoğun olduğu sosyal medya platformu olarak karşımıza çıkar.

Bir diğer önemli husus ise daha önce değinildiği gibi toplumun medya araçlarına bakışı ve güveni konusunda yeni medyanın konumudur. Geleneksel medya zamanla güç kazanmanın yanında siyasi ortaklıkları ve ideolojik taraflılıkları nedeniyle halk nezdinde itibar kaybetmiş, ekonomik çıkar temelli ticari atılımlarla birlikte ise küçük grupların denetimi altına girmesiyle güvenlerini

kaybetmişlerdir (Evers, 2010: 51). Bazı çalışmalar, internetin geleneksel medyaya ve elitlerine karşı demokratikleşme sürecinde katkı sunacağını (Meyer, 2002: 118–119) ve sosyal medya platformlarına olan ilginin medya kurumlarına olan güvensizlikten dolayı arttığını göstermektedir (Vosoughi ve ark., 2018; Bennett, 2016: 23–24). Bu bağlamda kurumsal medya şirketlerinin sorumluluklarını ve zorunluluklarını (editöryal düzenlemeler, yasal sorumluluklar, marka prestiji, vs.) taşımayan ve kişi-merkezli haber üretimi yapan sosyal medya güven konusunda dezavantajlı gözükse de sosyal medyanın haber alma konusunda kamuoyunda geleneksel medya kadar güven kazanabildiğini gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Castillo ve ark., 2011). Yine de, Türkiye ölçeğinde genel olarak medyaya güven düşük seviyede olmakla birlikte (Güz ve Yanık, 2020) sosyal medya haberlerine olan güven birçok farklı faktöre bağlı olarak (örneğin haberi paylaşan kişinin okuyucuya yakınlığı, ideolojik yakınlık, inanç ve düşünce benzerlikleri, vs.) değişebilmekte (Turcotte ve ark., 2015: 523–524; Metzger ve ark., 2010) ve özellikle Türkiye ölçeğinde kurumsal medya haberlerine sosyal medya kullanıcıları tarafından paylaşılan haberlerden daha fazla güven duyulduğu görülmektedir (Çömlekçi ve Başol, 2019). Bunun temelinde, sosyal medya platformlarının erişim kolaylığı sağlaması ve haber ajansları tekelini kırması sebebiyle demokratikleşme sürecine avantaj sağlamanın yanında bireysel paylaşım çokluğunun neden olduğu yanlış bilgilerin ya da dezenformasyonun filtrelenememesi yatmaktadır (Önen, 2019: 20–21). Dahası, sosyal medya kullanıcılarının ve internet haberciliğinin etkileşim sayısını artırmak için haber içeriğini yansıtmayan başlıklar ve görsellerle ilgi çekmeye çalışmaları bu durumu keskinleştirmektedir (İlgin, 2021: 306).

## II. YENİ MEDYA VE DEZENFORMASYON

Yanlış bilgi, literatürde kullanım ve yayılma amacına göre üç farklı isim altında incelenmektedir. İlk olarak *misinformation*, kelimenin tam çevirisine uygun olarak yanlış bilgi anlamına gelir ve bu bilgilerin kasıtsız olarak paylaşılmasını ifade eder. İkinci olarak *disinformation* ya da dezenformasyon, yanlış bilgilerin zarar vermek maksadıyla bilinçli olarak paylaşılmasıdır. Son olarak *malinformation*, belirli bir kişiye, gruba ya da organizasyona zarar vermek için üretilen bilgilerin paylaşılmasıdır (Wardle & Derakshsan, 2017: 20). Dezenformasyon, en basit tanımıyla, belirli amaçlar doğrultusunda kasıtlı olarak yanlış veya yanıltıcı bilgi yaymaktır. Bununla hedeflenen siyasi ya da ekonomik çıkarlar doğrultusunda kitleleri manipüle etme, kitlesel hareketler başlatma, belirlenen bir konuda kamuoyu oluşturma, bir kişiyi veya grubu hedef gösterme olabilir (Donovan, 2020: 18). Dezenformasyonun birçok farklı şekil ve yollarla üretilebileceği gerçeği, yapılan çalışmalarda kullanım sıklığına göre dezenformasyonun türlere göre sınıflandırmasını gerekli kılmıştır. Örneğin Tandoc Jr. ve ark. (2017) hiciv, parodi, uydurma, manipülasyon, reklam ve propaganda olarak 6 tür belirlemişlerdir. Yine konu hakkında ayrıntılı bir rapor hazırlayan Wardle ve Derakshan (2017), kullanım sıklıklarına göre yedi dezenformasyon çeşidini sıralamışlardır. Bunlar zarar vermektен ziyade alay etme amacı taşıyan hiciv ya da parodi; bir kişiye ya da gruba karşı yanlış izlenim bıraktırmayı amaçlayan, iftira niteliğindeki yanıltıcı içerik; özgün içeriklerin taklidiyle oluşturulan sahte içerik; tamamen kandırmak ve zarar vermek amacıyla üretilen uydurma içerik; başlık ve görseller ile içerik arasında uyumsuzluk bulunan sahte bağlantı; özgün içeriğin yanlış bir bağlamdaki metinsel bilgilerle paylaşıldığı yanlış bağlam; son olarak özgün bilgilerin veya görsellerin aldatmak amacıyla manipüle edildiği içerikleri ifade eden manipüle edilmiş içeriktir (Wardle & Derakshan, 2017: 17).

Dezenformasyon niteliğindeki haber ve bilgilerin sosyal medyada geleneksel medyaya nazaran daha yoğun olduğu daha önce de belirtilen nedenlerle ortaya çıkmaktadır. Genel olarak dezenformasyonun nedenleri olarak ise radikalliğe varan ideolojik taraflılık (ki okuyucunun da sosyal ağlarda ideolojik taraflılık nedeniyle tercihlerini belirlediği göz önünde tutulursa dezenformasyonun bu şekliyle etki alanı ve inandırıcılığı ortaya çıkmaktadır), ekonomik çıkarlar veya statü ve ilgi arayışı gösterilebilir (Marwick & Lewis, 2017: 27–32). Dezenformasyon sosyal medya ağlarında farklı ve çeşitli kaynaklardan duygusal sebeplerle (belirsizlik, tedirginlik, inançlar ya da kontrolsüzlük gibi)

insanları inandırarak hızla yayılabilmektedir (Shu ve ark., 2020: 6-8). Bunun yanında sosyal medya şirketlerinin dezenformasyonun önüne geçme çabaları ise oldukça yetersiz kalmaktadır (İlgın, 2021: 307-308). Okuyucu perspektifinden bakılacak olursa, her ne kadar internet çağında doğrulama imkânı belirli oranlarda artmış olsa da her haber için okuyucuların doğrulama imkânı bulunmamaktadır. Diğer yandan Türkiye’de ise dezenformasyon medya içerisinde önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Reuters Enstitüsü’nün 2018 yılında yayımladığı Dijital Haber Raporu’na göre 37 ülke arasında dezenformasyonun en fazla görüldüğü ülke Türkiye’dir ve katılımcıların yüzde 40’ı medyaya güvenmemektedir (Digital News Report, 2018). Aynı enstitünün 2022 yılı raporuna göre ise genel olarak dünyada medyaya karşı güven zedelenmiş, Türkiye’de medyaya güven oyu 2018’e göre yüzde 38’den 36’ya düşerken medyanın siyasi baskı ya da ilişkilerden bağımsız olduğunu düşünenlerin oranı %23, ticari baskılardan ya da kaygılardan bağımsız olduğunu düşünenlerin oranı ise %24’tür (Digital News Report, 2022). Dolayısıyla Türkiye’de toplum nezdinde medya güvenilirliğinin tartışmalı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Bunun yanında, özellikle dijitalleşme sonrasında küresel olarak dezenformasyona karşı bir mücadele başlatılmış ve bu vesileyle bilgi doğrulama platformları oluşturulmuştur. Yüzyılın başında Amerika’da ve sonrasında Avrupa’da kurulan bu platformlar son on yılda yaygınlaşmış ve Google gibi bazı büyük firmalar da bu sürece dahil olarak bilgi doğrulaması gerçekleştirmektedirler (Erkan ve Ayhan, 2018: 210-211; Foça, 2016). Türkiye’de de dezenformasyona karşı süreç başlatılmış, bu doğrultuda Teyit.org, Malumatfuruş ve Doğrulukpayı gibi girişimler ortaya çıkmıştır.

### III. YÖNTEM

Çalışmanın yöntemi olan eleştirel söylem analizinden önce, söylemin modern sosyopolitik yapıdaki konumunun açıklanması gerekmektedir. Kısaca bahsedecek olursak Foucault’ya göre bilgi, bir yorum ya da keşif değil insan ifadelerine ya da daha belirgin olarak söyleme dayanan üretilmiştir. Çeşitli insanların fiili ve somut ifadelerinden oluşan söylem, bu sebeple idealizmi reddederek pratiklere vurgu yapar. Modern anlamda ise iktidar ve kurumlar tarafından üretilen söylem, kullanılan ifadeleri sınırlandırarak ve standart “normaller” belirleyerek baskıya dayalı bir disiplin dayatır (Schnek, 1987; Demir-Güneş, 2013). Bu anlamda söylemin dışındaki bir ifadeden bahsedilemeyeceği için söylemin yarattığı alan, insanların tüm bilebileceği ve tartışabileceği sınırları ifade eder (Miller, 1990). Dolayısıyla Foucault için söylem, disipline odaklı modern otorite bağlamında siyaset için kritik bir rolde/ilişki ağında olmakla birlikte “yalnızca kavgaları veya baskı sistemlerini açıklayan şey değil, ama onun için, onun vasıtasıyla mücadele edilen şey, ele geçirilmek istenen erktir” (Foucault, 1993: 11). Söylem ve iktidar arasındaki ilişkiyi ele alan Foucault, bu bakış açısı ile eleştirel söylem analizinin kökenini oluşturmuştur (Oğuz, 2008: 54). Söylemin siyasetle olan doğrudan ilişkisi, Foucault’nun ortaya attığı söylem olgusunun (yeniden) üretiminin ve tahakküme karşı çıkışının incelenmesini hedefleyen eleştirel söylem analizini (Van Dijk, 1993: 249) politik, ideolojik ve toplumsal bir sorunu çözümlenmeye yönelik çalışmalarda en uygun yöntem olarak karşımıza çıkarmaktadır (Çelik & Ekşi, 2008: 110). Keza Teun van Dijk, gücü elinde bulunduran ve bunu eşitsizliği sürdürmek üzere kullanan veya daha keskin bir ifadeyle sahip oldukları gücü istismar eden gruplarla söylem arasındaki ilişkiyi eleştirel söylem analizinin nesnesi olarak belirlemiştir (Van Dijk, 1993: 250–252). Buna dayanarak çalışmada eleştirel söylem analizi yöntemi kullanılmıştır. Söylem, söylemde bulunan kişinin yazılı veya sesli olabildiği gibi görsel olarak da ifade etmeye çalıştığı hayat görüşü olarak değerlendirildiğinde ideolojik bir içeriğe sahiptir. Bu içerikle sadece sözler değil jest, mimik (Doyuran, 2018: 307) ve hatta sessizlik (Sözen, 1999: 14) bile söylem olarak ifade bulabilir.

Eleştirel söylem analizi dört aşamada gerçekleşmektedir. İlk aşamada araştırma problemi belirlenmektedir. Araştırma probleminde amaç kesin cevaplar aramaktan ziyade araştırma içinde belirlenen söylemlerin sosyal bir bağlamda ele alınmasıdır (Çelik & Ekşi, 2008: 110). Bu bağlamda araştırma sorusu “haber kanallarında yer alan dezenformasyon niteliğindeki haberlerin ideolojik tutumunun kitlelerdeki ideolojik kümelenmeyi nasıl etkilediği sorusudur.

Eleştirel söylem analizinin ikinci aşamasında örneklem belirlenmesidir. Bu aşamada çalışmada beş örnek haber metni ve bu haberlere yapılan Twitter yorumları örneklem olarak belirlenmiştir. Haber metinleri belirlenirken yakın zamanda yer alan, Twitter sosyal ağında TT (*Top Trending*) listesine girmiş ve haber doğrulama sitelerinde teyit edilen siyaset kategorisindeki haberler ele alınmıştır.

Eleştirel söylem analizinin üçüncü aşaması veri toplama aşamasıdır. Dezenformasyonun artmasıyla yeni bir platform olarak haber doğrulama kaynakları dezenformasyona konu olan haberleri incelemektedir. Bu noktada çalışmada teyit.org ve malumatfrus.org web sayfalarından faydalanılmıştır. İlgili web sayfalarında siyaset kategorisinde yer alan haberler içinden dijital ortamda haber üreten ve yayımlayan haber kanallarında yer alan haberler belirlenmiştir. Haber kanallarında haberlerin içeriklerine yönelik doğrulamadan sonra ilgili haberler dijital ortamda kaldırılmaktadır. Bu nedenle yakın zamanda yer alan ve henüz kaldırılmamış haberler çalışmaya konu olarak seçilmiştir. Söylem analizinin makro düzeyde analizi için haberler belirlenirken mikro düzeyde analizi için ise sosyal medya ağı olan Twitter da ilgili haberlere konu olan yorumlar belirlenmiştir. Bu yorumlar belirlenirken ise etkileşim sayısı en yüksek olan yorumlar analize örneklem olarak seçilmiştir.

Eleştirel söylem analizinin son aşaması ise verilerin analiz edilmesidir. Bu aşamada verilerin analizinde mekanik bir süreçten ziyade kelime, cümle ve bunlar arasındaki ilişkinin yorumlanması sürecidir. Söylem analizine yönelik olarak farklı yaklaşımlar yer almaktadır. Bu çalışmada Teun van Dijk’in eleştirel söylem analizi yaklaşımından faydalanılacaktır. Van Dijk’in ele aldığı bu yöntemin odağında özellikle baskın gruplar ve ideolojileri yer almaktadır (Van Dijk, 2006: 132). Van Dijk’a göre haberler toplumsal yapıdaki güçlü iktidar ilişkilerinden ayrı düşünülemediğinden, haberlerde bir söylem olarak ele alınmalıdır (Toruk & Sine, 2012: 358).

Van Dijk’in eleştirel söylem analizi makro ve mikro düzeyde gerçekleşmektedir. Makro düzey yapısal bir analizi içermekte ve tematik ve şematik olmak üzere iki boyutta gerçekleştirilmektedir. Tematik analizde, başlıklar, haber girişi ve spotlar incelenmektedir. Şematik analiz kısmında ise, durum tanımını içeren olayın arka plan, bağlamsal yapı ile olayın siyasi ve sosyal boyutu ortaya konmaya çalışılmaktadır. Haber metinlerinin mikro yapısal çözümlemesi ise, öncelikle sentaktik yapıyı içeren cümle ya da kelime seçimleri ile ikna biçimi yani retorik şeklinde bir analizi içermektedir (Van Dijk, 1988, 2007).

Çalışmada yukarıda belirtildiği üzere 5 haber makro düzeyde analize tabi tutulmuştur. Bu haberlere yönelik olarak Twitter sosyal ağlarında yapılan ve en çok etkileşime sahip yorumlar da mikro düzeyde analize tabi tutulmuştur.

#### IV. BULGULAR

Çalışmanın ilk örnek olayı “*Ormanda su arayan kadın temalı dans gösterisi*” ile servis edilen haberdur. Haber 17 Ağustos 2022 tarihinde yayınlanmıştır. Haber sitelerinde gösteriye ait videonun İzmir Büyükşehir Belediyesi tarafından düzenlendiği belirtilmiş ve vatandaşlar tarafından tepki çektiği iddia edilmiştir. Bu haber sosyal medya kullanıcıları tarafından da sıklıkla paylaşılmıştır. Habere konu olan dans gösterisi, PORTİZMİR4-İzmir Uluslararası Güncel Sanat Trienali kapsamında 2017’de düzenlendiği ortaya çıkmıştır (Teyit.org, 2022). Haberin makro düzeyde söylem analizi aşağıdaki tablodaki gibidir.

**Tablo 1. Haber Metninin Makro Düzeyde Söylem Analizi- 17 Ağustos 2022**

Tematik Analiz	
Haber Başlığı	“İzmir Büyükşehir Belediyesi'nden manidar etkinlik”
Alt Başlık	İzmir'de 'Ormanda su arayan kadın' temalı dans gösterisi düzenleyen belediye, günler boyunca su sıkıntısı çeken vatandaşların tepkisine neden oldu.
Haber Girişi	İzmir Büyükşehir Belediyesi, geçtiğimiz günlerde Dikili ilçesinde günler süren su kesintisi nedeniyle vatandaşları mağdur etmişti.
Spotlar	√ Habere ait video √ Su sıkıntısı ifadesi √ Şaşkınlık, manidar vurgusu √ Tepki çektiği iddiası
Şematik Analiz	
Durum Tanımı	Haber başlığında “manidar” ifadesi özellikle vurgulanmış ayrıca metin içinde de şaşkınlık yaratan etkinlik şeklinde ifade edilmiştir. Metin içinde haberin yapıldığı tarihlerde su kesintisi nedeni ile vatandaşların mağdur olduğu sıklıkla vurgulanarak bu vurguya bağlı olarak vatandaşların etkinliğe karşı tepkili olduğu iddia edilmiştir.

Aşağıda Tablo 2’de “ormanda su arayan kadın” etiketi ile yapılan aramalarda en çok beğeni alan üç tweet seçilmiştir. Söz konusu tweetler de haberde yer alan video kullanılmıştır.

**Tablo 2. Haber Yorumu Mikro Düzeyde Analizi- 17 Ağustos 2022**

Tweet	Sözcük Seçimi	Cümle Yapısı	Retorik
<i>Aslına bakarsanız komik bile değil.. İzmir susuzluktan kırılırken 'Ormanda Su Arayan Kadın' temalı bu garip şeye para harcıyor belediye.. (3.802 beğeni)</i>	Yapılan eylemi basitleştirmeyi ifade eden “komik” kelimesi bir karşılaştırmayı ifade eden “bile” kelimesi ile kullanılarak yapılan eylemi önemsizleştirmek hedeflenmiştir.	Sıralı ve birleşik cümle yapısı kullanılmıştır.	Dezenformasyon niteliğindeki habere yönelik olarak yapılan yorum içinde belediyeye yönelik eleştiri “susuzluktan kırılırken”, “para harcıyor” şeklinde ifadeler ile belirtilmiştir. Ayrıca yapıldığı iddia edilen etkinliğe yönelik de bir eleştirinin olduğu “komik bile değil” ve “garip şey” şeklindeki ifadelerde de görülmektedir.
<i>#İzmir Büyükşehir Belediyesi, "Ormanda Su Arayan Kadın" temalı dans gösterisi düzenledi. (2117 beğeni)</i>	Dezenformasyona konu olan haber metni olduğu gibi aktarılmış. Cümle kurulumunda kelime seçimi olarak İzmir büyükşehir belediyesi önce kullanılarak vurgu yapılmıştır.	Basit cümle yapısı	Dezenformasyona konu olan haber olduğu gibi aktarılmış. Herhangi bir yorum yapılmaya da haberin olduğu gibi aktarımı kabul edildiğini göstermektedir.
<i>İzmir Büyükşehir Belediyesi, "Ormanda Su Arayan Kadın" temalı dans gösterisi düzenledi. Bu kadının ne yaptığını anlayan var mı? (415)</i>	Dezenformasyona konu olan haber metni olduğu gibi aktaran kelimeler kullanılmış bunun yanı sıra bir soru cümlesi ile olaya ilişkin yorum yapılmıştır. Bu cümlede kullanılan kelimelerde dikkat çeken “kadın” ve “anlamak” kelimeleri seçilerek faaliyetin önemsizleştirilmesine yönelik bir algı	Basit, soru ve sıralı cümle yapısı	Söz konusu habere ilişkin yorum bir soru cümlesi ile ifade edilmiştir. Olaya ilişkin tepkiyi gösteren soru cümlesi yönlendirici nitelikte olup tepkiye yönelik destekçi toplamayı hedeflemektedir.

	oluşturulmuştur.		
--	------------------	--	--

Yukarıda yer alan haber değerlendirildiğinde haberin yanlış ilişkilendirme sonucu yapıldığı görülmektedir. Daha önce yapılan bir etkinliğin kentlinin su sıkıntısı yaşadığı bir zamanda paylaşılarak söz konusu belediyeye yönelik bir eleştiri yapılmıştır. Bu eleştiri haber başlığına da yansıtılmıştır. Bu eleştiriye istinaden sosyal medya kullanıcılarından alınan yorum da benzer bir içeriğe sahiptir. Bu noktada söz konusu haber ve yorum dezenformasyonun kitleleri manipüle etme ve belirli bir kişi ya da grubu hedef gösterme amacını taşıdığı görülmektedir. Haberde kullanılan kelimeler ve haberin sunuluşu belirli bir görüşün aktarımı şeklindedir. Bu aktarımı aynı şekilde söz konusu habere yönelik sosyal medyada yer alan yorumlarda da görülmektedir. “Manidar etkinlik” şeklinde sunulan haber yorumda “garip şey” şeklinde ifadesini bulurken haber girişinin su sıkıntısını öncelikle belirtmesi ise yorumda “susuzluktan kırılırken” şeklinde ifadesini bulmuştur. Aynı şekilde “anlayan var mı” ifadesinin de yapılan etkinliğin sanatsal yönünün önemsizleştirilmesini hedef almaktadır. Yapılan haber yanlış ilişkilendirme sonucu oluşturulan zarar verme amacı taşıyan dezenformasyon türüdür. Karlson’e göre (2017, s. 258) “insanlar önceden var olan görüşlerini pekiştiren bilgileri tercih etme eğilimindedir”. Bu durum dezenformasyonun ideolojik bir kümelenmeyi ortaya çıkardığını göstermektedir.

Tablo 3’te yer alan bir diğer örnek olay ise KPSS sınavının iptaline neden olan olayla bağlantılı bir haber içeriğidir. KPSS sınavındaki bazı soruların Yediiklim yayınevi tarafından daha önceden yayınlandığına dair iddialar üzerinde soruşturma başlatılmış ve bunun üzerine 31 Temmuz 2022 tarihinde yapılan KPSS sınavı iptal edilmiştir (cnnturk.com, 2022). Bu olaylar yaşanırken hem haber sitelerinde hem de sosyal medyada adı geçen yayınevini İçişleri Bakanı Süleyman Soylu tarafından ziyaret edildiğine dair görseller yayılmıştır. Haber incelendiğinde İçişleri bakanının adı geçen yayınevini ziyaret ettiğine dair bir bilgi olmadığı ve kullanılan görselin 105. Dönem Kaymakam Adayları Uyum Kursu’nda çekildiği ve yayınevinin de bu görseli afişinde kullandığı ortaya çıkmıştır (teyit.org, 2022). Haber ve bu haber içeriğine yönelik tweet analizi aşağıdadır.

**Tablo 3. Haber Metninin Makro Düzeyde Analizi- 4 Ağustos 2022**

<b>Tematik Analiz</b>	
Haber Başlığı	Soylu'nun, KPSS skandalının odağındaki Yediiklim Yayınevi ile fotoğrafı gündem oldu
Alt Başlık	Fotoğraf, Bursa şubesinde tanıtım amaçlı kullanılıyor
Haber Girişi	KPSS'deki sınav sorularının sızdırıldığı iddiasının odağındaki Yediiklim Yayınları'nın, tanıtım afişlerinde İçişleri Bakanı Süleyman Soylu'nun ziyaretinden fotoğrafları kullandığı görüldü.
Spotlar	√ Haberde iddia edilen ziyaret fotoğrafı √ Haberde yer alan afiş √ Haberin geçmişine yönelik olarak “ne olmuştu” başlığı
<b>Şematik Analiz</b>	
Durum Tanımı	Haber başlığında tanıtım afişinde şeklinde sunulmuştur. Haber aslında bu hali ile doğru bir haberdir. Ancak haberin içeriği incelendiğinde “Süleyman Soylu'nun ziyaretinden” bir fotoğrafın kullanıldığı belirtilmiştir. Ayrıca “sosyal medyanın gündemine oturdu” ifadeleri ile haber aktarılmıştır.

Söz konusu haberi konu alan Süleyman Soylu yediiklim şeklinde Twitter’den atıldığında en çok beğeni alan tweetler aşağıdaki tabloda mikro düzeyde analiz edilmiştir. Dezenformasyona konu olan tweetler sırasıyla 3.310, 2048 ve 5735 beğeni almıştır.



**Tablo 4. Okur Yorumu Mikro Düzeyde Analizi- 17 Ağustos 2022**

Tweet	Sözcük Seçimi	Cümle Yapısı	Retorik
<i>Yalanlarının ve iftiralarının sınırları yok! Yediiklim Yayınları afişinden Süleyman Soylu' çıktı diye paylaştıkları fotoğraf 2017 yılında 105. dönem Kaymakam Adaylarına ait. Haberi silecekler mi? Elbette hayır. Çünkü amaçları gazetecilik değil algı operasyonu...! (3.310 beğeni)</i>	Tweette “yalan”, “iftira” “algı” gibi dezenformasyon bilginin amacını ifade eden sözcükler seçilmiştir.	Sıralı, Soru ve birleşik yapıda cümleler yer almaktadır.	Tweette ilk cümlede kullanılan ünlem aslında dezenformasyona konu olan habere tepkiye yönelik bir söylemi ifade etmektedir. Ayrıca “gazetecilik değil algı” ifadesi de mesleğe yönelik bir genel bir eleştiriyi de vurgulamaktadır.
<i>Sayın içişleri bakanımız Süleyman Soylu'nun Yediiklim dershanesinin tanıtım afişinde fotosu çıktı. (2048 beğeni)</i>	Dezenformasyona konu olan habere yönelik tweette sadece bilgi içeren kelimeler “sayın” ve “çıktı” gibi örtülü bir anlam içeren kelimelerle sunulmuştur.	Basit cümle yapısı	“Sayın” ifadesi ve “bakanımız” ifadesi ile yaratılan saygı ve bizlik duygusu üzerinden örtülü bir eleştiri yapılmaktadır. Dezenformasyona yönelik haberin kabul edilmiş olması çıktı şeklinde sunulularak gizlenmiş olanın açığa çıkması şeklinde yorumlanabilir.
<i>KPSS skandalının odağındaki Yediiklim Yayınları'nın afişinden Süleyman Soylu çıktı (5735)</i>	Dezenformasyona konu olan habere yönelik tweette “skandal” kelimesi ile söz konusu yayınevine dair bir tanımlama yapılmış; “çıktı” kelimesi ile gizlenmiş olanın açığa çıkarılmasına yönelik bir yorum hedeflenmiştir	Basit cümle yapısı	Basit bir cümle yapısı ile tanıtım afişinde yer aldığı belirtilse de yayınevinin tanımlanması noktasında bir gönderme içermektedir. Yayınevinin KPSS skandalı ile ilişkilendirilmesi “afişinden çıktı” ifadesi gizliliği açığa çıkararak bir suçlama içermektedir

Genel itibari ile haber incelendiğinde *malinformation*, diye ifade edilen bir kişiye, organizasyona veya ülkeye zarar vermek için kullanılan gerçekliğe dayanan bilgilerin paylaşılması şeklinde yorumlanabilir. Çünkü haber başlığı İçişleri bakanının adı geçen yayınevine ait afişte yer aldığı bilgisini vermektedir. Haber bu hali ile doğrudur. Ancak haber içinde “ziyaretinden” ifadesi yer almaktadır. Bu durum *disinformation* yani yanlış bilginin kasıtlı olarak paylaşılması şeklinde ifade edilebilir. Dolayısı ile haber dezenformasyonun hatalı ilişkilendirme ve çarpıtma kategorisi içinde değerlendirilebilir. Haber spotunda ne olmuştu şeklinde bir sunumun da yer alması “ziyaret” ifadesini desteklemek ve asıl verilmek istenen mesajı kuvvetlendirmenin bir ifadesi olarak okunabilir. Habere yönelik olarak paylaşılan tweetlerden ilkinde dezenformasyona yönelik bir tepkiyi dile getirmektedir. Ancak yorumda haberin doğru olan kısmı yani afişte yer alması kısmına yönelik bir tepki dile getirilirken de bir dezenformasyon oluşturmaktadır. Çünkü afişte yer alması haberi doğru ancak yayınevini ziyaretinde yer alan fotoğraf olması yanlıştır. Bu durum aslında çalışmanın haberlerde yer alan dezenformasyonun ideolojik kümelenmeye yol açtığı iddiasına ters gibi görense de tweette de yer alan dezenformasyon bir kümelenmeye işaret etmektedir. Mikro düzeyde yer alan tweet analizinde haberciliğe yönelik bir eleştiri de yer almaktadır. Haber ve tweet bu perspektifle değerlendirildiğinde siyasetin medyaya bakışı kitle iletişimini kullanabilecek bir araçken, toplumun medyadan beklentisi

ise siyasi etkilerden bağımsız kalarak güvenilir ve objektif bilgi aktarımını sağlamasıdır. Diğer iki tweet ise genel itibarı ile gizliğin ortaya çıkarılmasını hedef alan bir bakış açısı ile yorumlanabilir. Hem yayınevinin tanımlamasında hem de “çıkı” şeklinde ifadelerde dezenformasyona konu olan haberin bir gizliliği ortaya çıkarması şeklinde ön kabul olarak sunulmuştur.

Tablo 5 de yer alan örnek olay ise göçmen karşıtlığına yönelik bir haberdir. Haber İstanbul’da bir gölette yer alan kazların Suriyeli vatandaşlar tarafından çalındığını iddia etmektedir. Haberin kaynağı ise gölet gönüllüleri adındaki sivil toplum kuruluşunun attığı tweettir. Ancak haber incelendiğinde göletteki kazların videoda yer alan kişilere ait olduğu anlaşılmıştır (malumatfurus.org, 2022).

**Tablo 5. Haber Metninin Makro Düzeyde Analizi- 17 Temmuz 2022**

Tematik Analiz	
Haber Başlığı	Sonunda bu da oldu. Suriyeliler göletteki kazları çaldı
Alt Başlık	İstanbul’un en büyük suni göletindeki kazlar Suriyeli olduğu öne sürülen kişiler tarafından çalındı.
Haber Girişi	İstanbul’un ilk ve en büyük suni göleti olan Bahçeşehir Göleti’ndeki kazları Suriyeli olduğu iddia edilen kişiler çaldı.
Spotlar	√ Habere ait video görüntüsü √ Habere ait görselde “sonunda bu da oldu” vurgusu √ Bahçeşehir Gölet Gönüllüleri tweet görüntüsü
Şematik Analiz	
Durum Tanımı	Haber başlığı “sonunda bu da oldu” şeklinde bir ifade ile sunulmuş, metin içerisinde haber kaynağına sıkça gönderme yapılmış ve haber kaynağının tweetine yer verilmiştir. Haber özellikle habere konu olan kişilerin Suriyeli olduğu vurgusu yapılarak aktarılmıştır.

Haberi konu olarak sosyal medya üzerinden yapılan yorumlar aratıldığında aşağıdaki yorumlar çalışmada örnek olarak incelenmiştir.

**Tablo 6. Okur Yorumu Mikro Düzeyde Analizi- 17 Temmuz 2022**

Tweet	Sözcük Seçimi	Cümle Yapısı	Retorik
<i>İnanmak zor ancak oluyor bunlar. Uyum, birlikte yaşam, entegrasyon vs. Mümkün değil. (63.300 beğeni)</i>	Tweette aidiyeti simgeleyen ve sosyal yaşamın kurallarına vurgu yapan “uyum, entegrasyon ve birlikte yaşama” sözcükleri seçilmiştir.	Birleşik ve sıralı cümle yapısı tercih edilmiştir.	Tweet sosyal yaşamın kurallarına aykırılığa vurgu yapılarak, bu durumu göç eden toplumun aidiyeti üzerinden yorumlamıştır. Sosyal uyumun gerçekleşmesinin mümkün olmayacağına dikkat çekilmiştir.
<i>Bahçeşehir de gölette 2 kazı çantalarına atan Suriyeliler muhtemelen akşama pişirip yerler #YuhArtık #deprem bomba (3 beğeni)</i>	Dezenformasyona konu olan haberde “atmak” kelimesi çalmayı çağrıştıran anlamı ile kullanılmış. Ayrıca “pişirip yemek” kelimesi ile de yasa dışı gösterilen olayın olağandışı sonucu olarak sunulmuştur.	Basit cümle yapısı	Tweette gerçekleştiği düşünülen olayda etkin kimlik özellikle belirtilerek göç eden kesime yönelik yasadışı ile bir bağlantı kurulmuştur.
<i>Sonunda bu da oldu. Suriyeliler göletteki kazları çaldı (503 beğeni)</i>	“Sonunda” ve “Suriyeliler” kelimesi özellikle vurgulanarak olayın gerisine yönelik bir anlam yaratılmaya çalışılmıştır.	Basit cümle yapısı	Tweette dezenformasyona konu olan haber başlığı olduğu gibi kullanılmıştır. Dezenformasyon niteliği taşıyan haberde de olduğu gibi etnik kimlik üzerinden olumsuzluklara yönelik olaylar dizisinin son noktası gibi bir anlam yansıtılmıştır.

Haber başlığı itibari ile değerlendirildiğinde “sonunda bu da oldu” ifadesi haberin manipülatif yönünü göstermektedir. Bu ifade haberin sunumunda kitleleri yönlendirici bir etkiye sahiptir. Haber içeriği değerlendirildiğinde bir sivil toplum kuruluşunun haber kaynağına atıfla “iddia” kavramı yer alsa da haber bu hali ile dezenformasyonun malinformation yani yanlış bilginin kasıtlı olarak belirli bir grubu hedef göstermek amacıyla sunulması türü içinde değerlendirilebilir. Haberde video kaydının olması hatalı ilişkilendirme olarak değerlendirilse de haberin başlığı itibari ile çarpıtma kategorisinde değerlendirilebilir. Habere yönelik olarak sosyal medya da paylaşılan yorumlarda ise “Suriyeliler” “sonunda bu da oldu” vurgusuna paralel olarak “inanmak zor” ifadesi yer almıştır. Bu durumun gerekçesi olarak göçmenlerin buldukları ülkeye uyumuna yönelik bir analiz ile söz konusu iddia değerlendirilmiştir. Ayrıca yasadışı ya da toplumsal düzenin dışında davranışlar ile etnik kimlik ilişkilendirilmiştir. Söz konusu haber ve yorumlar değerlendirildiğinde göç eden grupların ötekileştirildiği görülmektedir. Bu ötekileştirme ise hedef kişi ve grupların toplumun gözünde ‘haksız’, ve ‘meşruiyet dışı’ davranışlarına vurgu yapan ötekileştirme süreci olduğu ve toplumsal kabul gören normatif sınırların dışında bırakılarak olumsuz bir şekilde işaretlenmesi (Bar-Tal, 1990) şeklinde yorumlanabilir. Dezenformasyona yönelik bu haber ve yorum benzer içeriklerle sunulduğundan ideolojik bir kümelenmeyi işaret etmektedir.

Tablo 7’de yer alan örnek haber ise NATO Genel Sekreteri Jens Stoltenberg’in yaptığı bir basın toplantısında FETÖ ifadesini kullandığına yönelik iddiadır. 5 Temmuz 2022’de NATO Genel Sekreteri Jens Stoltenberg, İsveç Dışişleri Bakanı Anne Linde ve Finlandiya Dışişleri Bakanı Pekka Haavisto, iki ülkenin NATO’ya katılım imzaları için bir araya gelerek ortak basın toplantısı düzenledi. Stoltenberg’in bu basın toplantısında “*FETÖ terörüne karşı birlikte mücadele etmek gerek*” ifadesini kullandığı iddia edildi. Ancak hem haberin videosu hem de NATO’nun resmî sitesinde FETÖ ifadesinin olmadığı anlaşılmıştır (teyit.org, 2022).

**Tablo 7. Haber Metninin Makro Düzeyde Analizi- 5 Temmuz 2022**

Tematik Analiz	
Haber Başlığı	NATO’dan FETÖ ile mücadele çağrısı
Alt Başlık	Türkiye’nin terörle mücadeledeki kararlılığı bir kez daha karşılığını buldu. NATO Genel Sekreteri Jens Stoltenberg, “FETÖ terörüne karşı birlikte mücadele etmek gerek” dedi
Haber Girişi	Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın NATO Liderler Zirvesi’nde yürüttüğü başarılı diplomasi karşılığını vermeye başladı.
Spotlar	Haberin sunumunda yer alan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile NATO Genel Sekreteri Jens Stoltenberg’in birlikte fotoğrafı İş birliği ve Teşekkür ifadelerinin vurgusu
Şematik Analiz	
Durum Tanımı	Haber başlığında diğer terör örgütleri de yer alsa da özellikle FETÖ vurgusu yer almıştır. Haber içinde dezenformasyon olarak nitelenen FETÖ ifadesi kullanılmışsa da metin içinde buna dair bir düzeltmenin yapıldığı ifade edilmiştir. “İşbirliği” vurgusu metin içinde sıklıkla tekrarlanmıştır.

NATO Genel Sekreteri Jens Stoltenberg’in söylediği iddia edilen habere yönelik sosyal medya yer alan tweetler içinden 282 beğeni alan tweet aşağıdaki Tablo 8’de analize tabi tutulmuştur.

**Tablo 8. Okur Yorumu Mikro Düzeyde Analizi- 5 Temmuz 2022**

<b>Tweet</b>	<b>Sözcük Seçimi</b>	<b>Cümle Yapısı</b>	<b>Retorik</b>
<i>Hem Rus saldırganlığı hem de FETÖ terörü gibi tüm güvenlik tehditlerine karşı birlikte duracağız. I-NATO Genel Sekreteri @jensstoltenberg Jens Stoltenberg-I Liderimiz CB Recep Tayyip Erdoğan sayesinde FETÖ artık global bir terör örgütü olarak nitelendiriliyor.</i>	Tweette FETÖ vurgusu ön plana çıkarılmış. “Sayesinde” ifadesi yorumda bir başarıya vurgu yapmaktadır.	Birleşik ve sıralı cümle	Tweet NATO genel sekreterinin iddia edilen ifadesini olduğu biri yazarak yoruma destek oluşturmuştur. Ayrıca bu ifadenin kullanılmasının uluslararası bir başarı olarak göstererek siyaset ve söylem arasındaki bağı vurgulamıştır.
<i>NATO, FETÖ'nün terör örgütü olduğunu kabul etti. NATO Genel Sekreteri Jens Stoltenberg: “Rus saldırganlığı ve elbette FETÖ terörüyle mücadele NATO ajandasının üst sıralarında bulunuyor.” 99 beğeni</i>	NATO genel sekreterinin söylediği iddia edilen cümle olduğu gibi aktarılırken yorum içeren cümlede “kabul etti” kelimesi dezenformasyona konu olan haberin onaylandığını göstermektedir.	Basit ve sıralı cümle yapısı	Tweette dezenformasyona konu olan haber sunulurken NATO önceliklendirilerek uluslararası alana vurgu yapılmıştır. FETÖ'nün terör örgütü olarak uluslararası alanda tanınması uluslararası örgütlerin devletler üzerindeki etkisinin ön kabulü olarak yorumlanabilir.
<i>Türkiye'nin diplomasi mücadelesi sonuç verdi! Stoltenberg "FETÖ terörü" ifadesini kullandı. NATO Genel Sekreteri Jens Stoltenberg: "Akılları ve kalpleri kazanmanın en iyi yolu hem daha agresif Rusya hem de FETÖ terörüne tehditlerine karşı birlikte durmaktır" 154 beğeni</i>	Dezenformasyona konu olan haber olduğu gibi aktarılırken sunumunda kullanılan kelimelerden “diplomasi” ve “mücadele” kelimeleri dikkat çekmektedir.	Basit ve sıralı cümle yapısı	Dezenformasyona konu olan haberin sunumunda Türkiye önceliklendirilerek konu diplomatik bir başarı olarak değerlendirilmiştir.

Haber değerlendirildiğinde yanıltıcı içerik ve yanlış bağlantı yapıldığı görülmektedir. Dolayısı ile disinformation türü olarak değerlendirilebilir. Haber en temelde ideolojik kutuplaşma yaratmaya yönelik bir haber değildir. Haberin sunumu ve sosyal medya paylaşımlarında içinde “başarı” vurgusu uluslararası alanda devletler arası diplomatik bir mücadele olarak okunabilir. FETÖ'nün uluslararası alanda bir terör örgütü olarak tanınması için diplomatik bir çaba sarf edildiği dönemde bu haber mevcut hükümetin diplomatik bir başarısı olarak yer bulmuştur. Dolayısı ile bir propaganda şekli olarak ifade edilebilir. FETÖ'nün NATO tarafından tanındığı iddiasına yönelik bu durum uluslararası ilişkilerde “yumuşak güç” olarak yer almaktadır. Yumuşak güç deyimi ilk kez Joseph S. Nye tarafından kullanılmış ve en basit şekliyle “kalpleri ve zihinleri kazanmak” olarak tanımlamıştır (Nye, 2004). Söz konusu haber dezenformasyonun çarpıtma kategorisi içinde değerlendirilerek yumuşak güç kullanımına aracılık ettiği görülmektedir.

Tablo 9'daki örnek haberde ise İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener'in Nevşehir ziyaretinde bir esnafla kurduğu diyalog üzerine yapılmıştır. Haberde Meral Akşener'in kurduğu diyalogdan bir kesit alınmış bunun üzerine haber yapılmıştır. Haberin aslında tüm konuşma dinlendiğinde Akşener'in ‘geçmişte yaşanan bir polemige’ gönderme yaptığı görülmektedir (teyit.org, 2022).

**Tablo 9. Haber Metninin Makro Düzeyde Analizi- 11 Ağustos 2022**

Tematik Analiz	
Haber Başlığı	'Kadından imam olmaz' Meral Akşener kendi topuğuna sıkı
Alt Başlık	Esnafi gezen İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener, 2018 seçimlerindeki cumhurbaşkanlığı adaylığını unutarak kadından imam olmayacağını, bu nedenle cumhurbaşkanı adayı olmadığını söyledi.
Haber Girişi	İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener, Nevşehir kent merkezi ile Kozaklı ve Avanos ilçelerinde esnafi gezdi.
Spotlar	√ Haberde Meral Akşener'e ait görsel yer almış √ Söz tekrarı sıklıkla yapılmış √ Haber girişinde tek yorum "aday olduğunu unutarak" şeklinde ifadedir.
Şematik Analiz	
Durum Tanımı	Haber başlığı ve metin içinde sıklıkla Meral Akşener'in ifadesine yer verilmiş. Habere ait detaylar geri planda bırakılmıştır.

Meral Akşener'in söylediği sözlere yönelik sosyal medyada yer alan tweetler içinden 15 bin beğeni alan tweet aşağıdaki Tablo 9'da analize tabi tutulmuştur.

**Tablo 10. Okur Yorumu Mikro Düzeyde Analizi- 11 Ağustos 2022**

Tweet	Sözcük Seçimi	Cümle Yapısı	Retorik
<i>Ortağı Pervin Buldan'dan izin alamadığı için adaylıktan vazgeçen Meral Akşener, "Ben aday değilim. Kadından imam olmaz. Cumhurbaşkanı aynı zamanda imamlık yapmak durumunda olduğu için aday değilim." demiş. 2018'de cumhurbaşkanı adayı olan siz değil miydiniz? @meral_aksener</i>	Sözcük seçiminde "ortak", "izin almak" gibi kinayeli sözcüklerle söz konusu durum eleştirilmiştir.	Birleşik ve sıralı cümle	Tweetin giriş cümlesi Meral Akşener'e yönelik olarak eleştirel bir tanımlama ile başlanmış sonrasında ise Meral Akşener'in sözleri ile desteklenerek soru sorulmuştur. Ancak soru mahiyetindeki bu yorum da bir eleştiri barındırmaktadır.
<i>Meral Akşener: Ben CB adayı değilim. Kadından imam olmaz. Cumhurbaşkanı aynı zamanda imamlık yapmak durumunda olduğu için ben aday değilim. 2018'de CB adayı olduğunda müslüman değildim! Yer zaman mekana göre inanç ve ideoloji değişiminin insan üzerindeki dayanılmaz hafifliği (918 beğeni)</i>	"Müslüman değil miydi" "!" "değişim" ve "hafiflik" kelimeleri habere yönelik yorumlarda dikkat çeken kelimelerdir. Kelimeler bir tepkiyi içermekle birlikte insan ve değişimin olumsuzluk olarak nitelendirilmesini içermektedir.	Basit, birleşik ve sıralı cümle	Dezenformasyon niteliği taşıyan habere yönelik yorumda geçmişe yönelik bir gönderme üzerinden eleştiri yapılmıştır. Yorumda yer alan ünlemin ciddi bir tepkiyi içermesi, ideolojik değişimlerin aşağılanması öne çıkan retorik unsurlardır.
<i>Meral Akşener: "Ben cumhurbaşkanı adayı değilim. Kadından imam olmaz. Cumhurbaşkanı aynı zamanda imamlık yapmak durumunda olduğu için ben aday değilim" (602 beğeni)</i>	Tweette dezenformasyona yönelik haber söz konusu kişinin ifadeleri ile aktarılmıştır. "Meral Akşener:" ifadesi haberin gerçekliğini vurgulayan bir kelime olarak ön plana çıkmaktadır.	Basit ve birleşik cümle yapısı	Dezenformasyona uğrayan haber saf bilgi şeklinde sunulacak gerçeğine yönelik tartışmaları engellemeyi hedeflemiştir.

Haber değerlendirildiğinde haber başlığından itibaren gerçek bir bilginin zarar verme amacıyla kullanılması şeklinde değerlendirileceğinden *malinformation* olarak değerlendirilebilir. Çünkü haberde belirtilen sözler ilgili kişi tarafından söylenmiştir. Ancak bu sözler bağlamından koparılarak servis edildiğinden dezenformasyon halini almıştır. Söz konusu haber metni incelendiğinde haberde yer alan görselde Meral Akşener'in kürsüdeki kızgın ifadesi seçilmesi, başlıkta “topuğuna sıkı” deyiminin yer alması ve haber metninde sürekli bağlamından koparılan sözlerinin yer alması ve detayların geri planda bırakılması belirli bir ideolojik bakış açısı ile haberin yapıldığını göstermektedir. Habere yönelik olarak sosyal medyada yer alan tweetler ise kullanılan sözleri yineleyerek gerçekliğine yönelik tartışmaları engellemeyi hedefleyen bir şekilde eleştirel bir tutumla değerlendirmiştir. Ayrıca dezenformasyona konu olan haberin kabulü ile ideolojik değişimlere yönelik olumsuz bir tavır da dikkat çekmektedir. Söz konusu haber ve habere yönelik yapılan yorumlar genel olarak değerlendirildiğinde ideolojik bir bakış açısı çerçevesinde bağlamından koparılarak sunulması ideolojik bir kümelenmenin örneği olarak yer aldığını göstermektedir.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Yeni iletişim teknolojileri ile kitle iletişim araçlarında meydana gelen değişimler toplumsal ve siyasal hayatta gerçekleşen geleneksel pratiklerde köklü değişimleri beraberinde getirmiştir. Yöneten-yönetilen arasındaki iletişim zorluğunu ortadan kaldırdığı, medyada/bilgi paylaşımında eşitlikçiliği sağladığı, alternatif kamusal alanlar yarattığı ve siyasi katılım ve fikir beyanını kolaylaştırdığı gerekçesiyle devrim niteliğinde kabul edilen sosyal medya platformları, bu sebeplerle geniş bir kullanıcı kitlesi bulmuştur. Bu gelişmeler birtakım avantajların yanı sıra dezavantajları da barındırmaktadır. Bilginin kurum ve organizasyonların tekelinden çıkarak birey merkezli bir yapıda paylaşılması, beraberinde klasik medyanın sorumluluklarını oluşturan güvenilirlik ve doğruluk sorunlarını doğurmaktadır. Çalışmada bu tartışmalara referans verilerek konu hakkındaki en önemli sorunlardan birini teşkil eden dezenformasyona yönelik bir inceleme yapılmıştır. Yeni medya kanalları ile üretilen ve dezenformasyon niteliği taşıyan haberlerin okuyucuları ideolojik gruplaşmaya yönlendirerek yankı odaları oluşturduğunu ve bu yolla kutuplaşmayı artırdığını söylemek mümkündür. Çalışmanın sınırlılıkları çerçevesinde kamuoyu oluşumuna etki eden politik konularda yapılan haberlerin ideolojik kümelenmeleri ortaya çıkardığı ve yoğun negatif reaksiyonları tetiklediği görülmektedir.

Çalışmada örneklem olarak belirlenen haberlere yönelik olarak sosyal medya yorumlarının haber söylemleri ile paralellik gösterdiği görüldüğünden yeni medyanın kutuplaşmayı arttırıcı rolünü örneklendirmiştir. Yeni medyanın çift taraflı iletişimi sağlamasından dolayı haber kanallarının ideolojik kümelenmedeki rolünün belirlenmesinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Çalışmada incelenen haberler ve haberlere yönelik olan sosyal medya ağı olan Twitter yorumları değerlendirildiğinde kullanıcıların haber metnlerinin doğruluğunu teyit etmeden kendi ideolojik bakış açısında değerlendirdiği görülmektedir. Bu anlamda bulguların gösterdiği gibi sosyal medyada kullanıcıların kendi düşüncelerine yakın olan haber paylaşımlarını takip etmesi ve bu yolla yapılan haber paylaşımlarının içerikleriyle ilgili yorumlarda bulunması yankı odalarının olduğunu ve kullanıcıların ideolojik tutumlarını yönlendirdiğini göstermektedir. Keza sosyal medyada yayılan dezenformatif bilgilerin bu kümelenmeler ve etkileşimler yoluyla oluşan kutuplaşma aracılığıyla inandırıcılık kazandığı, hızla yayıldığı ve kullanıcıları yönlendirdiği de gözlemler aracılığıyla söylenebilir. Bu anlamda örneklem içinde seçilen haberlerden sadece birine yapılan yorumun dezenformasyonu ortaya çıkarmaya yönelik olduğu görülmüştür. Ancak bu yorum da yine kendi içinde bir dezenformasyon oluşturmaktadır. Ortaya çıkan bir diğer tespit ise haberlerde destekleyici spotların yer almasıdır. Dezenformasyona konu olan haberler ve yorumlar genel itibari ile ikna ediciliği arttırmaya yönelik olarak görsel ve videolarla desteklenmiştir. Bu görseller ve videolar ile oluşturulan haberler ise dezenformasyonun oluşturulmasında yanlış ilişkilendirme ve çarpıtma

kategorisi içinde değerlendirilebilir. Yanlış ilişkilendirme ve çarpıtma kategorisi belirli bir ideolojik bakış açısını desteklemek ve kabul ettirmeyi hedeflemektedir.

Sonuç olarak değerlendirildiğinde çalışmanın kapsamı içerisinde dezenformasyon içeriğinde haber üretiminin temelinde ideolojik bir kaygının yattığı görülmektedir. Dezenformasyon bir propaganda aracı olarak kullanılmakta ve ideolojik bir kümelenme yaratmaktadır. Bu durumun ise doğrudan yalan haber üretiminden ziyade haberin çarpıtılarak, bağlamından koparılarak ve yanlış ilişkilendirilerek üretildiği ve bunun temel sebebinin ise ikna unsuru olduğu ortaya çıkmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Akdağ, M. (2014). *Medya ve Siyaset Üzerine*. Media@Ware Projesi Hayat Boyu Öğrenme Programı.
- Anderson, A. ve Becker, A. (2018). Not Just Funny After All: Sarcasm as a Catalyst for Public Engagement With Climate Change. *Science Communication*, 40(4), 524–540. <https://doi.org/10.1177/1075547018786560>
- Ayhan, A. ve Erken, G. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Kasım (30), 201-223.
- Bar-Tal, D. (1990). Causes and consequences of delegitimization: Models of conflict and ethnocentrism. *Journal of Social Issues*, 46(1), 65-81.
- Bennett, W. L. (2016). *News: The Politics of Illusion* (Tenth Edition). University of Chicago Press.
- Boyd, D. M. ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Castells, M. (2013). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Cilt I: Ağ Toplumunun Yükselişi* (E. Kılıç, Çev.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Castillo, C., Mendoza, M. ve Poblete, B. (2011). Information credibility on twitter. In *Proceedings of the 20th international conference on World wide web (WWW'11)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 675–684. <https://doi.org/10.1145/1963405.1963500>
- Cataldi, M., Di Caro, L. ve Schifanella, C. (2010). Emerging topic detection on Twitter based on temporal and social terms evaluation. *Proceedings of the Tenth International Workshop on Multimedia Data Mining - MDMKDD'10*. doi:10.1145/1814245.1814249
- Çaycı, A., Çaycı, B. ve Eken, İ. (2021). Gündemi twitlemek: Twitter'da enformasyon güvenilirliği üzerine bir araştırma. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 6(2), 124-140. DOI: 10.47107/inifedergi.886479
- Çebi, M. S. (2002). Günümüzde Siyasetin Medyada İnşası ve Sunumu Üzerine Bazı Dikkatler. *Gazi İletişim Dergisi*, Yaz/14, 1-35.
- Çelik, H., & Ekşi, H. (2008). Söylem Analizi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27(27), 99-117.
- Çömlekçi, M. F. ve Başol, O. (2019). Sosyal Medya Haberlerine Güven ve Kullanıcı Teyit Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (30), 55-77. DOI: 10.16878/gsuilet.518697
- Demir Güneş, C. (2013). Michel Foucault'da Söylem ve İktidar. *Kaygı. Bursa Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, (21), 55-69. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kaygi/issue/27372/288052>
- Donovan, J. (2020). Medya Manipülasyonunun Yaşam Döngüsü. C. Silverman, *Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu Üzerine Doğrulama El Kitabı* içinde, 16-21. European Journalism Center-Teyit.
- Doyuran, L. (2018). Medyatik Bir Çalışma Alanı Olarak Eleştirel Söylem çözümlemesi (Televizyon Dizileri Örneğinde). *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 301-323.
- Encabo, M. N. (1995). The Ethics of Journalism and Democracy. *European Journal of Communication*, 10(4), 513–526. doi:10.1177/0267323195010004006

- Erkan, G. ve Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi Özel Sayısı, 202-223. DOI: 10.31123/akil.458933
- Eslen-Ziya, H. (2022). Humour and sarcasm: expressions of global warming on Twitter. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9, 1-8. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01236-y>
- Evers, H. (2010). Medya Etiği. Televizyon Haberciliğinde Etik (B. Çaplı, Ed.) içinde, 45–59. Ankara Üniversitesi İLEF Yayınları.
- Foça, M. A. (2016). Avrupa’da fact-checking: doğrulama demokrasinin yeni bekçisi mi?. Teyit.org, 08.12.2016. Erişim Tarihi: 05.09.2022. URL: <https://teyit.org/avrupada-fact-checking-dogrulama-demokrasinin-yeni-bekcisi-mi>
- Foucault, M. (1993). *Ders özetleri (1972-1980)*. (S. Hilav, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Freeden, M. (2006). Ideology and Political Theory. *Journal of Political Ideologies*, 11(1), 3–22. <https://doi.org/10.1080/13569310500395834>
- Güz, N. (2005). *Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Güz, N. ve Yanık, H. (2020). Toplumsal Sorumluluk Yaklaşımı ve Güven Bağlamında Medya ve Kamuoyu Araştırmaları Arasındaki İlişki. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(1), 298-336. DOI: 10.19145/e-gifder.671286
- İlgin, H. Ö. (2021). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Halkla İlişkiler İlişkisi. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 303-322. DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd\_v07i2005
- Işık, M. (2014). İletişim Sistemleri-Siyasal Sistem İlişkileri Bağlamında İletişim Alanının Düzenlenmesi ve Medya-Devlet İlişkilerinin Değerlendirilmesi. *Selçuk İletişim*, 2(2), 23-34. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19004/200970>
- İrvan, S. (2005). Medya ve Etik. *Medya, Etik ve Hukuk* (S. Alankuş, Ed.) içinde, 61–108. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Karlsen, R., Steen-johnsen, K., Wollebök, D., Enjolras, B. (2017). Echo chamber and trench warfare dynamics in online debates. *European Journal of Communication* 2017, 32(3), 257–273. Erişim: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0267323117695734>. Erişim: 3 Aralık 2022.
- Lee, C., Kwak, H., Park, H. ve Moon, S. (2010). Finding influentials based on the temporal order of information adoption in Twitter. In Proceedings of the 19th international conference on World wide web (WWW’10). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 1137–1138. <https://doi.org/10.1145/1772690.177284>
- Macafee, T. (2013). Some of these things are not like the others: Examining motivations and political predispositions among political Facebook activity. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2766–2775. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.019>
- Marwick, A. ve Lewis, R. (2017). *Media manipulation and disinformation online*. New York: Data & Society Research Institute.
- Metzger, M. J., Flanagin, A. J. ve Medders, R. B. (2010). Social and Heuristic Approaches to Credibility Evaluation Online. *Journal of Communication*, 60(3), 413–439. doi:10.1111/j.1460-2466.2010.01488.x
- Meyer, T. (2002). Media Democracy: How the Media Colonized Politics. Polity.
- Miller, S. (1990). Foucault on Discourse and Power. *Theoria: A Journal of Social and Political Theory*, 76, 115–125. <http://www.jstor.org/stable/41801502>
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. ve Nielsen, R. (2018). Reuters Institute Digital News Report 2018. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C., Eddy, K. ve Nielsen, R. (2022). Reuters Institute Digital News Report 2022. URL: [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital\\_News-Report\\_2022.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf)
- Nye, Jr. J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
- Oğuz, M. C. (2008). Söylem Analizi. *Sosyoloji Notları*, 5, 52-57.
- Önen, A. (2020). İnternet, Dijital Demokrasi ve Dezenformasyon Ekseninde Yeni Medya: Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Değerlendirme. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 8(16), 13-35.



- Schneck, S. F. (1987). Michel Foucault on Power/Discourse, Theory and Practice. *Human Studies*, 10(1), 15–33. <http://www.jstor.org/stable/20008986>
- Shu, K., Bhattacharjee, A., Alatawi, F., Nazer, T., Ding, K., Karami, M. ve Liu, H. (2020). Combating disinformation in a social media age. *WIREs Data Mining and Knowledge Discovery*. doi:10.1002/widm.1385.
- Sözen, E. (1999). Söylem: Belirsizlik, Mübadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite. Paradigma Yayınları: İstanbul
- Tandoc, Jr., E. C, Lim, Z. W., ve Ling, R. (2017). Defining ‘Fake News’: A Typology of Scholarly Definitions. *Digital Journalism*, 5(7), 1-17. doi:10.1080/21670811.2017.1360143
- Timisi, N. (2005). Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Girişi. *İnternet, Toplum, Kültür* (M. Binark ve B. Kılıçbay, Der.) içinde, 89–106. Ankara: Epos Yayınları.
- Toruk, İ. & Sine, R. (2012). Haber Söylem Üretimindeki İdeolojik Etki: Wikileaks Haberleri. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (31), 351-378.
- Turcotte, J., York, C., Irving, J., Scholl, R. M. ve Pingree, R. J. (2015). News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(5), 520–535. doi:10.1111/jcc4.12127
- van Dijk, J. (2006). *The Network Society*. Sage Publications.
- van Dijk, T. A. (1988). *News as Discourse*. New Jersey: Lawrence Earlbaum Associates Publication.
- van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249-283.
- van Dijk, T. A. (2006). Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideologies*, (11)2, 115-140.
- van Dijk, T. A. (2007). Medya İçerikleri, Bir Söylem Olarak Haberin Disiplinlerarası Çözümlemesi. *Medya Metinlerini Çözümlemek* (G. Şendur Atabek ve Ü. Atabek, Der. ve Ü. Atabek, Çev.). Ankara: Siyasal Kitabevi Yayınları, 164-177.
- Vosoughi, S., Roy, D. ve Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. doi:10.1126/science.aap9559
- Wardle C., Derakhshan H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe. Erişim adresi: <https://firstdraftnews.com/wp-content/uploads/2017/11/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation-1.pdf?x56713>

## İNTERNET KAYNAKLARI

- Arslan, Y. [@yunus\_arslan\_ya]. (2022, 5 Temmuz). Hem Rus saldırganlığı hem de FETÖ terörü gibi tüm güvenlik tehditlerine karşı birlikte duracağız [Tweet; video ekli]. Twitter. Erişim Adresi: [https://twitter.com/yunus\\_arslan\\_ya/status/1544280339534716930](https://twitter.com/yunus_arslan_ya/status/1544280339534716930)
- Başaçek, C. (2022, 18 Ağustos). Videonun İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin düzenlediği “Ormanda Su Arayan Kadın” temalı dans gösterisinden olduğu iddiası. Teyit.org. Erişim Adresi: <https://teyit.org/analiz-videonun-izmir-buyuksehir-belediyesinin-duzenledigi-ormanda-su-arayan-kadin-temali-dans-gosterisini-gosterdigi-iddiasi>
- CNN Türk Haber (2022, 4 Ağustos). Son dakika... ÖSYM Başkanı duyurdu: KPSS iptal edildi. Erişim Adresi: <https://www.cnnturk.com/turkiye/son-dakika-osym-baskani-duyurdu-kpss-iptal-edildi>
- Dede, E. [@ersoydede]. (2022, 17 Ağustos). Aslına bakarsanız komik bile değil.. İzmir susuzluktan kırılırken ‘Ormanda Su Arayan Kadın’ temalı bu garip şeye para harcıyor belediye.. [Tweet; video ekli]. Twitter. Erişim Adresi: <https://twitter.com/ersoydede/status/1560001148244955139>
- E\_Ercis\_TR. [@e\_ercis]. (2022, 4 Ağustos). Yalanlarının ve iftiralarının sınırları yok! ‘Yediiklim Yayınları’ afişinden Süleyman Soylu’ çıktı diye paylaştıkları fotoğraf 2017 yılında 105. dönem Kaymakam Adaylarına ait. Haberi silecekler mi? Elbette hayır. Çünkü amaçları gazetecilik değil algı operasyonu...! [Tweet; fotoğraf ekli]. Twitter. Erişim Adresi: [https://twitter.com/e\\_ercis/status/1555175097979338753](https://twitter.com/e_ercis/status/1555175097979338753)
- Malumatfurus.org. Başakşehir’deki Göletten Kaz Çalan Suriyeli İddiası. Malumatfurus.org. Erişim Adresi: <https://www.malumatfurus.org/kaz-calan-suriyeli/>
- Milat Gazetesi (2022, 17 Ağustos). İzmir Büyükşehir Belediyesi’nden manidar etkinlik. Erişim Adresi: <https://www.milatgazetesi.com/haber/izmir-buyuksehir-belediyesinden-manidar-etkinlik-3127/>
- Özalan, A. [@alpazozalan35]. Ortağı Pervin Buldan’dan izin alamadığı için adaylıktan vazgeçen Meral Akşener, “Ben aday değilim. Kadından imam olmaz. Cumhurbaşkanı aynı zamanda imamlık yapmak durumunda

- olduğu için aday değilim.” demiş. 2018’de cumhurbaşkanı adayı olan siz değil miydiniz? [Tweet]. Twitter. Erişim Adresi: <https://twitter.com/alpayozalan35/status/1557764907508142081>
- Özdağ, Ü. [@umitozdag]. (2022, 17 Temmuz). İnanmak zor ancak oluyor bunlar. Uyum, birlikte yaşam, entegrasyon vs. Mümkün değil [Tweet; video ekli]. Twitter. Erişim Adresi: <https://twitter.com/umitozdag/status/1548684906150100994>
- Sabah Gazetesi (2022, 6 Temmuz). NATO’dan FETÖ ile mücadele çağrısı. Erişim Adresi: <https://www.sabah.com.tr/dunya/natodan-feto-ile-mucadele-cagrısı-6064347>
- T24 (2022, 4 Ağustos). Soylu’nun, KPSS skandalının odağındaki Yediiklim Yayınevi ile fotoğrafı gündem oldu. Erişim Adresi: <https://t24.com.tr/haber/soylu-nun-kpss-skandalinin-odagındaki-yediiklim-yayinevi-ile-fotografi-gundem-oldu,1050542>
- Toprak, E. (2022, 12 Ağustos). Meral Akşener’in ‘Kadından imam olmaz, o nedenle cumhurbaşkanı adayı değilim’ sözleri hakkındaki iddialar. Teyit.org. Erişim Adresi: <https://teyit.org/analiz-meral-aksenerin-kadından-imam-olmaz-o-nedenle-cumhurbaskani-adayi-degilim-sozleriyle-ilgili-iddialar>
- Toprak, E. (2022, 5 Ağustos). Süleyman Soylu’nun Yediiklim Yayınevi’ni ziyaret ettiği ve tanıtım afişinde yer aldığı iddiası. Teyit.org. Erişim Adresi: <https://teyit.org/analiz-suleyman-soylunun-yediiklim-yayinevini-ziyaret-ettigi-ve-tanitim-afisinde-yer-aldigi-iddiasi>
- Toprak, E. (2022, 6 Temmuz). NATO Genel Sekreteri Stoltenberg’in 5 Temmuz 2022 tarihli basın toplantısında FETÖ dediği iddiası. Teyit.org. Erişim Adresi: <https://teyit.org/analiz-nato-genel-sekreteri-stoltenbergin-5-temmuz-2022-tarihli-basin-toplantısında-feto-dedigi-iddiasi>
- Yeni Akit Gazetesi (2022, 11 Ağustos). ‘Kadından imam olmaz’ Meral Akşener kendi topuğuna sıktı. Erişim Adresi: <https://www.yeniakit.com.tr/haber/kadından-imam-olmaz-meral-aksener-kendi-topuguna-sikti-1681794.html>
- Yeniçağ Gazetesi (2022, 17 Temmuz). Sonunda bu da oldu. Suriyeliler göletteki kazları çaldı. Erişim Adresi: <https://www.yenicaggazetesi.com.tr/basaksehirde-suriyeliler-goletteki-kazlar-caldi-561808h.htm>

---

**Etik Beyanı** : Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara uyulduğunu yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde ÖHÜİBF Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazarlarına aittir.

*Bu çalışmada kullanılan veriler, herkesin kullanımına açık şekilde paylaşıldığından ve etik kurul izni gerektiren araştırmalar içerisinde bulunmadığından etik kurul izni alınmamıştır.*

**Yazar Katkıları** : Yazarlar eşit oranda katkı sunmuştur.

**Çıkar Beyanı** : Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

**Ethics Statement** : The authors declare that ethical rules are followed in all preparation processes of this study. In case of detection of a contrary situation, ÖHÜİBF Journal does not have any responsibility and all responsibility belongs to the authors of the study.

*Since the data used in this study is shared publicly and does not include research requiring ethics committee approval, ethics committee approval has not been obtained.*

**Author Contributions** : The authors contributed to the work equally.

**Conflict of Interest** : There is no conflict of interest between the authors.

---