

## Sosyal Medya Çağının Salgını Bilgi Dezenformasyonu: Twitter Üzerinden 6 Şubat Kahramanmaraş Depremi Hakkında Bir Değerlendirme

 Esin SERİN\*

\* Doktora Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
esin0225@yahoo.com.tr  
ORCID: 0000-0002-7118-0702

\*\* Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi,  
simgeunlu@sakarya.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-0137-4210

**Gönderilme/ Received**

27.07.2023

**Kabul Tarihi/ Accepted**

21.11.2023

**Yayın Tarihi/Published**

31.03.2024

 Simge ÜNLÜ\*\*

### Öz

Bu çalışma, 6 Şubat 2023'te Kahramanmaraş (Türkiye) merkezli meydana gelen ve Adana, Hatay, Malatya, Osmaniye, Gaziantep, Şanlıurfa, Diyarbakır, Kilis, Adıyaman ve Elâzığ illerini de kapsayarak toplamda 11 ilde yıkıcı sonuçlar doğuran 7,7 ve 7,6 şiddetindeki iki büyük deprem sonrası Twitter'da meydana gelen bilgi dezenformasyonu konusunu içerik ve kapsamına göre incelemektedir. Bu çalışmanın temel amacı doğal afet gibi zamana karşı yarışın hayati önem taşıdığı bir olayda sosyal medya platformlarından birisi olan Twitter'da meydana gelen bilgi dezenformasyonunun neden olduğu sonuçları ortaya koymaktır. Bu çalışmada yöntem olarak nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmış ve 6-11 Şubat tarihleri arasında Twitter üzerinden çekilen 20.000 tweet MAXQDA analiz programı kullanılarak incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Bu çalışmadan elde edilen bulgular, sosyal medya platformlarında dolaşan doğrulanmamış ve yanlış bilgilerin kitleler üzerindeki etkilerine dair yeni bir bakış açısı sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya, Twitter, İçerik Analizi, Dezenformasyon

\*Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

\*\*Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

\*\*\* Yazarların çalışmadaki katkı oranları; birinci yazar %70, ikinci yazar %30,

Contribution rates of the authors in the study; first author 70%, second author 30%.

\*\*\*\*Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

**Kaynak gösterme / To cite this article:** Serin, E., & Ünlü, S. (2024). Sosyal Medya Çağının Salgını Bilgi Dezenformasyonu: Twitter Üzerinden 6 Şubat Kahramanmaraş Depremi Hakkında Bir Değerlendirme. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 1-16. doi: 10.59534/jcss.1333439



## Information Disinformation, the Epidemic of the Social Media Age: An Evaluation on February 6 Kahramanmaraş Earthquake on Twitter

 Esin SERİN\*

 Simgе ÜNLÜ\*\*

\* PhD Student, Sakarya University Institute of Social Sciences,  
esin0225@yahoo.com.tr  
ORCID: 0000-0002-7118-0702

\*\* Assoc. Prof. Dr., Sakarya University, Faculty of Communication,  
simgeunlu@sakarya.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-0137-4210

**Gönderilme/ Received**

27.07.2023

**Kabul Tarihi/ Accepted**

21.11.2023

**Yayın Tarihi/Published**

31.03.2024

### Abstract

This study examines the content and scope of information disinformation on Twitter after two major earthquakes with a magnitude of 7.7 and 7.6, which occurred on 6 February 2023 in Kahramanmaraş (Turkey) and had devastating consequences in Adana, Hatay, Malatya, Osmaniye, Gaziantep, Şanlıurfa, Diyarbakır, Kilis, Adıyaman and Elazığ provinces. The main purpose of this study is to reveal the consequences of information disinformation on Twitter, one of the social media platforms, in events such as natural disasters where the race against time is vital. Content analysis, one of the qualitative research methods, was used in the study in which 20.000 tweets taken from Twitter between 6-11 February were analysed and evaluated using MAXQDA software. The findings of this study offer a new perspective on the effects of unverified and false information circulating on social media platforms on the masses.

**Keywords:** Social Media, Twitter, Content Analysis, Disinformation

## Giriş

Bilgi çağı, teknoloji çağı, sosyal medya çağı içerisinde yaşadığımız 21. yüzyıl birçok farklı isimle anılmıştır. Yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte dijital teknolojiler değişime ve dönüşüme uğramıştır. Medya araçları başta olmak üzere dijital teknolojilerde yaşanan gelişmeler bu alana dair uygun bir bakış açısına nasıl sahip olunacağına dair tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Dijitalleşme çok yeni bir olgu olmamasına rağmen fayda ve zararları sürekli değişmektedir (Almeida, v.d., 2020). 21. Yüzyıl siber-fiziksel teknolojilere dayalı üretim ve tüketimin yapılabildiği, otonom etkileşim ve dijitalleşmenin neredeyse her sektöre uygulanabildiği çok farklı bir sanayi devrimine de sahne olmaktadır. Endüstri 4.0 olarak adlandırılan bu sürecin içerisine sosyal ağlar ve veri bilimi de eklendiğinde dijitalleşmenin sınırları oldukça genişlemiştir. Bu durum ise dijital dönüşüme ait tartışmaların odak noktasının; Web 4.0, Endüstri 4.0, Yapay Zeka (AI) ve sosyal ağlar odaklı bir eksene kaymasına neden olmuştur (Pflaum ve Gölzer, 2018).

Dijitalleşme ve teknoloji çağı olarak nitelendirilen içerisinde yaşadığımız çağda, bilişim ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, kişilerarası iletişimi; sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda yeniden şekillendirmektedir. Gelişen iletişim teknolojileri bireylere, duygu, düşünce ve gündelik yaşamlarını paylaşacakları alanlar olan sosyal medya platformlarını sunmaktadır. Her geçen gün kullanıcı sayısı ve etkisi artarak devam eden bu sosyal medya platformları aracılığıyla insanlar zaman ve mekan üstü bir iletişime sahip olabilmektedirler. Sosyal medya kavram olarak incelendiğinde “Kullanıcıların internet teknolojileri aracılığıyla iletişim ve etkileşimini sağlayan araç, servis ve uygulamalar bütünü” şeklinde ifade edilebilir (Shin ve Lwin, 2022). Bireylerin internet tabanlı platformlar üzerinden birbirleri ile gerçekleştirdikleri paylaşımlar, etkileşimler ve diyaloglar sosyal medyanın temeli oluşturmaktadır. YouTube, LinkedIn, Facebook, Tiktok, Twitter ve Instagram bu sosyal medya platformlarından bazılarıdır. Literatürde yapılan bazı araştırmalarda sosyal medya platformlarının kullanım amacı olarak; aile, arkadaş veya yeni kişilerle iletişim kurma (Boyd ve Ellison, 2007). Bilgiye ulaşma (Park ve Kim, 2013). Ve eğlenme (Lin, Hoffman ve Borongasser, 2013). Olduğu sonucuna varılmıştır.

Sosyal medya platformlarının iletişim, eğlence ve vakit geçirme aracı olarak kullanımı dışında en fazla tartışılan ve etkileri üzerine en fazla araştırılan alanı sosyal medya platformları aracılığıyla bilgi edinme konusudur. Kitle iletişim araçları sayesinde zaman ve mekandan bağımsız olarak hızla yayılabilen bilgilerin güvenilirliği ve doğruluğu en büyük tartışma konularının başında gelmektedir (Frangonikolopoulos ve Poulakidakos, 2018). Günümüzde bireyler artık devletin veya haber kanallarının sunduğu bilgilerle yetinmemekte ve sosyal medya araçlarıyla dolaşıma giren bilgilerden de faydalanmaktadırlar. Bilginin büyük bir güç olduğunun farkına varıldığı 21. Yüzyılda objektif ve doğru bilgiye her zamankinden daha çok ihtiyaç vardır. Çünkü günümüz dünyasında bilgi üzerinde dezenformasyon, seçicilik ve manipülasyon çok daha kolay uygulanabilir bir hale gelmiştir (Kiraz, 2019). Kamuoyunun sosyal medya araçları üzerinde gezinen bilgiler aracılığıyla manipüle edilmesi, dijital toplumun karşı karşıya olduğu ciddi bir salgın olarak görülmektedir (Bradshaw ve Howard, 2018). Sosyal

medya aracılığıyla yayılan bu salgın sonrasında gerçek ötesi/ post-truth, fake news (yalan haber), eco chamber (yankı odaları), bot haber, bot hesap, troll, filter bubbles (filtre balonları) vb. gibi bir çok yeni kavram alan yazına eklenmiştir. Sosyal medya içerisinde dolaşıma giren yalan haberlerle etkileşim halinde olan her birey ile birlikte bu haberler yayılmakta, değişmekte ve bambaşka yeni bir gerçeklik inşa etmektedir (Schindler, 2020, s. 16; Cesarino, 2020, s. 2; Yıldırım, 2017, s. 109).

Nitekim bu bağlamda Türkiye’de 6 Şubat’ta yaşanan ve yıkıcı etkisi 11 şehirden hissedilen iki büyük depremde de çok sayıda dezenformasyon olayı meydana gelmiştir. Dezenformasyonun ne olduğu ve neden kullanıldığı ile ilgili olarak literatürdeki benzer çalışmalar incelendiğinde dezenformasyon kavramının daha çok politika ve sosyal medya ile birlikte çalışıldığı görülmektedir. Shu vd. (2020), “Combating disinformation in a social media age” başlıklı çalışmalarında dezenformasyon çeşitlerini açıklayarak, dezenformasyon ve uydurma içeriğin sosyal medyada yaratılmasının, yayılmasının ve tüketilmesinin bu kaynaklara erişimin bu kadar kolay olduğu bu çağda endişe verici bir hale geldiğini iddia etmişlerdir. Tucker v.d. (2018), “Social media, political polarization, and political disinformation: a review of the scientific literature” başlıklı çalışmalarında siyaset ile uğraşan bireylerce siyasi kutuplaşma; ve politik dezenformasyonun, internet aracılığı ile siyaset yapmak amacıyla kasıtlı olarak kullanıldığını ileri sürmüştür. Gottlieb ve Dyer (2020), Covid-19 döneminde sosyal medya üzerinden yayılan dezenformasyon olaylarını inceledikleri “Information and disinformation: social media in the covid-19 crisis” başlıklı çalışmalarında hem internet sağlayıcılarının hem de internet kullanıcılarının halkın sosyal medyanın doğru kullanılması hakkında bilgilendirmesi gerektiğini savunmuşlardır.

Sosyal medyada yayılan dezenformasyonlarla ilgili incelenen çalışmaların geneline bakıldığında görülmüştür ki; yapılan çalışmaların büyük çoğunluğunda sosyal medya platformları bir bütün halinde incelemiştir. Bu çalışmanın konusu olan 6 Şubat Türkiye depremlerinde olduğu gibi spesifik bir sosyal medya platformunu ve olayı içeren dezenformasyon çalışmaları çok fazla incelenmemiştir. Bu çalışmanın önemi; belirli bir tarih aralığındaki, spesifik bir olayı tek bir sosyal medya platformu üzerinden inceleyerek doğal afet gibi doğru bilginin hayati önem taşıdığı bir anda yayılan dezenformasyon haberlerinin etkisinin incelenmesidir.

Türkiye’de 6 Şubat 2023 tarihinde birincisi Kahramanmaraş ili Pazarcık ilçesi merkezli, ikincisi ise Elbistan merkezli 7,7 ve 7,6 şiddetinde iki büyük deprem meydana gelmiştir. Deprem etkileri; Kahramanmaraş başta olmak üzere, Adana, Osmaniye, Hatay, Diyarbakır, Elazığ, Gaziantep, Malatya, Kilis, Şanlıurfa ve Adıyaman’ın da dahil olduğu 11 şehirde hissedilmiştir. Depremlerin hemen sonrasında Türkiye Cumhuriyeti 4. Sınıf deprem alarmı (Uluslararası yardımların kabul edileceği üst düzey bir deprem felaketi) vermiştir (CNN Türk, 2023). Depremlerin ardından Afet ve Acil Durum Yönetim Başkanlığı (AFAD) tarafından yayınlanan basın bültenine göre; bu araştırmanın zaman kapsamı içerisinde yer alan 6-11 Şubat tarihleri arasında; 5 ve üzeri şiddette olanlarda dahil olmak üzere 1.891 artçı deprem meydana gelmiş, 20.665 kişi vefat etmiş,

80.088 kişi yaralanmış, 92.697 afetzede afet bölgesinden güvenli diğer illere nakledilmiş, 236.410 binada 1.290.576 bağımsız birim hasar görmüştür (AFAD, 2023).

4. seviye deprem alarının verilmesiyle uluslararası yardımlar gelmeye başlamıştır. 6-11 Şubat 2023 tarihleri arasında 99 ülkeden yardım teklifi ve taziye telefonları gelmiş, içerisinde Çin, Japonya, Meksika ve İspanya'nın da bulunduğu toplam 75 ülkeden 9.677 yabancı personelin deprem bölgesinde arama kurtarma ve sağlık çalışmalarına katılmıştır (T.C İçişleri Bakanlığı, 2023). Arama kurtarma çalışmaları devam ederken ulusal ve uluslararası alanda yardım kampanyaları başlatılmış aynı, nakdi ve teçhizat desteği sağlanmaya çalışılarak can kayıplarının en aza indirgenmesine uğraşmıştır.

Tüm bu olaylar yaşanırken deprem ve yoğunluk nedeniyle telefon iletişimi aksamış ve insanlar bir sosyal medya platformu olan Twitter üzerinden birbirleri ile iletişime geçmeye çalışmıştır. Depremler nedeniyle göçük altında kalan insanlar, aile üyelerine ve tanıdıklarına ulaşmaya çalışan insanlar, yardım kampanyası düzenleyen birey, kurum ve kuruluşlar iletişimlerini Twitter platformu üzerinden gerçekleştirmişlerdir. Depremin ilk anlarından itibaren yüzbinlerce Tweet atılmış ve birçok kişi Twitter aracılığıyla depremde göçük altında kaldığı yeri yetkililere ulaştırmış, insanlar aile yakınları ve sevdikleriyle iletişime geçmiş, yardım kampanyaları düzenlenmiştir. Fakat atılan yüzbinlerce Tweet arasında bilgi dezenformasyonuna neden olarak; kaos ve korku ortamı yaratan, çalışmaların aksamasına neden olan bilgilerde dolaşıma girmiştir.

Bu çalışmanın konusunu 6-11 Şubat tarihleri arasında Twitter üzerinden bilgi dezenformasyonuna neden olarak; insanları korku ve paniğe sürükleyen ve arama kurtarma çalışmalarının aksamasına sebep olan iki olay hakkında atılan toplam 20.000 Tweet'in MAXQDA programında analiz edilerek incelenmesi oluşturmaktadır.

### **Sosyal Medya Çağının Salgını Bilgi Dezenformasyonu**

Stalinist bilgi kontrol politikalarının sonucu olarak gelişen ve etimolojik kökeni Rusçaya dayanan disinformation (dezenformasyon) kavramı 1949'da literatüre geçmiştir (Karlova ve Fisher, 2013). Dezenformasyon; kötü niyetli ve bilinçli bir şekilde bilgilerin hedef kitle ile yanlış paylaşılmasıdır. Bilgilerin yanlışlıkla hatalı paylaşılması anlamına gelen misenformasyon kavramından farkı ise bilinçli bir şekilde bilgiler üzerinde oynanmasıdır (Kırık ve Yılmaz, 2018). Dezenformasyonun en fazla kullanıldığı alanların başında siyaset bilimi, siyasi karakterlerin propaganda çalışmaları ve birçok sosyal medya kullanıcısının paylaşımları gelmektedir. Dezenformasyon da birey, kurum veya kuruluşlar bilginin ulaşacağı hedef kitleyi yanıltabilmek için bilginini kendisini işler, değiştirir ve dönüştürür. Bir tür kara propaganda aleti olarak da kullanılan dezenformasyon hedef kitlelere yanlış bilgileri sunarak; düşünce ve tutumlarını değiştirme, kaos ve korku ortamı yaratma, rakipleri zayıflatma, dikkat çekme vb. gibi etkilere neden olduğu görülmektedir. Dezenformasyon ile işlenen bilgiler düzenli ve sistematik olarak yanıltıcı ve inandırıcı olmaları nedeniyle hedef kitleleri etkileyebilmektedir (Fallis, 2014).

Geleneksel medya olarak adlandırdığımız televizyon, gazete, radyo vb. alanlarda dezenformasyon bir kişi, kuruluş veya organizasyon tarafından üretilmiş olsa da bazı gazete ve haber kanalları tarafından araştırılmadan veya kasıtlı olarak referans alınarak paylaşılan yanlış bilgiler hedef kitleler üzerinde oldukça ciddi sonuçlar verebilmekteydi. Fakat artık içerisinde yaşadığımız enformasyon/bilgi çağına, iletişim alanındaki teknolojik gelişmelerde eklenince bilgi dezenformasyonun yayılma hızı ve etkileri çok daha ciddi boyutlara ulaşabilmektedir (Spector, 2020; Erdoğan Tarakçı ve Baş, 2018). İster geleneksel medya araçlar isterse dijital medya araçları olsun burada bu kitle iletişim araçlarının hiçbirini dezenformasyonun kaynağı olarak adlandıramamaktayız bu kitle iletişim araçları sadece dezenformasyonu taşıyan ve hedef kitle geneline yayma görevi gören araçlardan ibarettir.

Bu noktada yeni medya veya dijital medya araçları içerisinde yer alan sosyal medya platformları, din, dil, etnisite, zaman veya mekan farkı gözetmeksizin dünyanın her köşesinden insanların birbirleriyle iletişime girebildikleri, fikir, düşünce ve bilgilerini paylaşabildikleri bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sosyal medya platformları içerisinde yer alan Facebook ve Instagram yapıları gereği görece daha komün yapılarla iletişime geçmeye fırsat verse de (yankı odası echo chamber olarak ta adlandırılan; sadece kullanıcının tanıdığı ve profilini görmesine izin verdiği kullanıcıları içermesi nedeniyle), Twitter, YouTube, Tiktok vb. gibi diğer platformlar devlet yetkilileri ve uluslararası kuruluşlarda dahil olmak üzere kullanıcılarının seslerini istedikleri hedef kitleye ulaştırabilecekleri bir alan oluşturmaktadır (Özkan, 2019; Eroğlu ve Çakmak, 2020). Bu sosyal medya platformlarının başkalarıyla hızlı bir şekilde iletişim kurmaya izin veren yapısı gereği, dezenformasyonun çok daha hızlı bir şekilde dolaşıma girmesine ve etkisinin artmasına neden olmuş, böylece sosyal medya platformları aracılığı ile yapılan dezenformasyon yeni bir boyut kazanarak sosyal medya çağının henüz bir çözüm bulamadığı bir salgın hastalığa dönüşmüştür (Ulaş, 2020; Çömlekçi ve Başol, 2019).

Bütün bu açıklamalardan yola çıkarak sosyal medya kullanımının dezenformasyonu neden ve nasıl artırdığı şu başlıklarla özetlenebilmektedir; *Kaynak ve Doğruluk Sorunu*: Sosyal medya platformları, tüm kullanıcılarına içerik üretebilecekleri bir alan sunmaktadır. Bu durum, güvenilir olmayan kaynakların yanıltıcı bilgileri kolayca yaymasına olanak tanımaktadır. Birçok dezenformasyon örneği, kaynakların ve iddiaların doğrulanmamış veya güvenilir olmayan kişilerden geldiği durumları içermektedir. *Algoritma Etkisi*: Sosyal medya platformları, kullanıcıların ilgilerine göre içerikleri sıralamak için karmaşık algoritmalar kullanmaktadır. Bu algoritmalar, kullanıcıları daha fazla etkileşim (beğeni, paylaşım, yorum vb.) sağlayan içeriklere yönlendirmeyi amaçlamaktadır. Sonuç olarak, çarpıcı başlıklar veya yanıltıcı içerikler, daha fazla dikkat çekme eğilimindedir. *Hızlı Yayılma*: Sosyal medya, özünde yer alan zaman ve mekan üstünlük özelliği ile bilgilerin hızla yayılmasını sağlamaktadır. Yanlış bilgiler, yanıltıcı görüntüler veya komplo teorileri, kısa sürede geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Bu durum ise dezenformasyonun etkisinin büyümesine neden olabilmektedir. *Yetersiz Denetim*: Sosyal medya platformları, dezenformasyonu önlemek için denetim mekanizmaları oluşturmuş olsalarda, bu denetimler eksik veya yetersiz olabilmektedir. Otomatik filtreleme veya içerik



denetimi, yanlış pozitif veya yanlış negatif sonuçlara neden olabilmektedir. *Sosyal Kutuplaşma:* Dezenformasyon, toplulukları bölebimekte ve kutuplaştırabilmektedir. Dezenformasyon, insanları kendi inançlarına/doğru bildikleri düşüncelere daha fazla sarılmalarına veya düşmanca tavırlar takınmalarına neden olabilmektedir. *Bireysel Sorumluluk:* Sosyal medya kullanıcıları da dezenformasyonun yayılmasında rol oynamaktadır. Bilinçli ve eleştirel bir bakış açısına sahip olmak, dezenformasyona karşı daha dirençli olmayı sağlayabilmektedir (Kümpel, 2021).

Nitekim sosyal medya çağının salgını olarak nitelendirdiğimiz dezenformasyon Türkiye’de 6 Şubat 2023 tarihinde yaşanan iki büyük deprem sonrası da kendini göstermiştir. On binlerce kişinin öldüğü, yüz binlerce kişinin yaralandığı çok büyük bir afet sırasında insanlar canları kurtarmaya çalışırken Twitter üzerinden yayılan dezenformasyon yetkililerin ve kanaat önderlerinin bütün uyarılarına rağmen devam etmiş ve insanları korku ve panik ortamına sürüklerken; arama kurtarma ekiplerinin ve yetkililerin çalışmalarında zaman, ekipman ve insan gücünün parçalanmasına neden olmuştur. Bu dezenformasyonların içerisinde yanlış ihbarlar, yeni deprem haberleri, insanların deprem haklarından mahrum kalacaklarına dair söylentiler vb. gibi haberler en sık rastlanan olayların başında gelmektedir. Fakat bu dezenformasyonların içerisinde 10 Şubat 2023 tarihinde gerçekleşen Hatay Yarseli Barajının patladığına dair haber en çok dikkat çekenler arasındadır. 10 Şubat 2023 tarihinde akşam saatlerinde Twitter Türkiye trend topik (TT) listesine giren ve depremden sağ kurtulan bölge halkını korku ve kaos ortamına sürükleyen bu bilgi dezenformasyonu neticesinde; bölge halkı baraj sularının altında kalmamak için panik haliyle şehri terk etmeye çalışmış ve bir izdiham ortamı oluşturmuşlardır (NTV, 2023). Asayiş ve arama kurtarma çalışmaları yapan asker halkı sakinleştirmeye çalışmış; barajda herhangi bir sorun olmadığını ve patlama tehlikesinin bile bulunmadığını söyleyerek halkı yatıştırmaya çalışmış olsa da gece boyunca süren panik ve kaos ortamı arama kurtarma çalışmalarının aksamasına ve bölgedeki asayiş ortamının bozulmasına neden olmuştur. Yetkililer öncelikle “baraj patladı” haberinin gerçek olmadığını televizyon ve sosyal medya platformlarından açıklayarak halkı sakinleştirmeye çalışmışlar, bu açıklamaların ardından da barajın olduğu bölgeye yetkili ekipler göndererek barajı kontrol ettirmişlerdir (T.C. İç İşleri Bakanlığı).

Yaşanan bir diğer ciddi dezenformasyon ise “baraj patladı” haberinden bir gün sonra 11 Şubat 2023 tarihinde Kahramanmaraş’ta meydana gelmiştir. 11 Şubat 2023 tarihinde öğle saatlerinde Kahramanmaraş Göksun Kuşkayası Dağı olduğu iddia edilen dağdan aşağıya doğru siyah sıvıya benzer bir maddenin aktığını gösteren video Twitter üzerinden hızla yayılarak; yanardağ patlaması olduğu ve bölgede yeni bir afetin yaşandığına dair iddiaları da beraberinde getirmiş ve bölge halkını korku ve panik ortamına sürüklemiştir (NTV, 2023). Bu dezenformasyon sonrasında yer bilimci Prof. Dr. Naci Görür Kuşkayası Dağı olarak bilinen bölgede bir yanardağın olmadığını ve insanların endişe etmesini gerektirecek bir durum olmadığını belirten açıklamalar yapmış olsa da bölge halkı tamamen sakinleştirilememiş bunu üzerine dağa karayolu ile ulaşılması mümkün olmaması nedeniyle askeri helikopterle AFAD ve uzman ekipler dağda

incelemeler yaparak bu durumun lav patlaması değil basit bir kütle hareketi olduğu kamuoyu ile paylaşılmışlardır (SHOW Haber, 2023).

## 2.Yöntem

Bu çalışma, içerik analizi yöntemini kullanan nitel bir araştırmadır. Türkiye tarihinde; son yüz yılın en büyük felaketi olarak adlandırılan ve 6 Şubat 2023 tarihinde meydana gelen 7,7 ve 7,6 şiddetinde iki büyük deprem sonrası sosyal medya platformlarından Twitter üzerinden yayılan ve arama kurtarma çalışmaları sırasında zaman, ekipman ve insan gücünün bölünmesine neden olan iki farklı dezenformasyon haberinin süreçlerini derinlemesine anlamak için nitel bir araştırma yöntemi kullanılmasının bu çalışma için uygun olacağı düşünülmüştür. Bu nedenle, bu çalışmada 6-11 Şubat tarihleri arasında Twitter üzerinden yayılan ve insanları korku/panik ortamına sürükleyen 2 dezenformasyon örneği analiz edilerek incelenmiştir. Bu inceleme esnasında Twitter üzerinden konu ile alakalı olarak belirlenen etiketler (hashtagler) yardımı ile 20.000 tweet bir içerik analizi yöntemi olan MAXQDA programı ile analiz edilmiştir (Cresswell, 2013). Bu çalışmada kullanılan 20.000 tweet MAXQDA programı içerisinde bulunan Twitter bağlantısı aracılığı ile çekilmiş ve bu 20.000 tweet kullanıcı hesapları üzerinden değil belirlenen etiketler üzerinden örnekleme dahil edilmiştir. Bu çalışmanın evreni için iki farklı dezenformasyon olayı seçilmiş ve bu dezenformasyon olaylarının yaşandığı tarihler doğrultusunda 6-11 Şubat tarihleri bu araştırmanın zaman sınırı olarak belirlenmiştir. Bu süreç içerisinde Twitter Türkiye’de depremler çok uzun süre birbirinden farklı etiketler ile gündem olmuştur. Araştırmanın sonuçlarının objektif olması için araştırma örnekleminde yer alan iki dezenformasyon haberi doğrultusunda etiketler belirlenmiş ve belirlenen etiketlerden bir kodlama cetveli oluşturularak analize dahil edilecek tweetler çekilmiştir. Bu çalışmada öncelikle araştırmanın konusu belirlenmiş ve veriler toplanmıştır. Daha sonra veriler anlamlandırılmaya ve bütünün anlamı yakalanmaya çalışılmıştır. Düzenleme aşamasında belirlenen kodlara göre veriler kategorize edilmiş ve analiz sürecine geçilmiştir. Elde edilen sonuçlar ve veriler arasındaki anlamlı bağlantılar ortaya çıkarılmıştır. Bu yöntem 6 Şubat depremleri sonrası Twitter üzerinden yaşanan dezenformasyon süreçlerini anlamlandırmak ve özetlemek için sistematik bir yöntem olarak kullanılmıştır (Mayring, 2007, s. 7-13).

### 2.1. Veri Toplama

Bu çalışma 6 Şubat 2023 tarihinde Türkiye’de meydana gelen iki büyük depremden sonra Twitter Türkiye üzerinden yayılan dezenformasyon olaylarını inceleyerek bu dezenformasyon olayları içerisinde panik ve korku ortamının yaratılmasına neden olarak arama kurtarma çalışmalarını; zaman, ekipman ve insan gücünün bölünmesi bakımından en ciddi boyutlarda etkileyen iki konu üzerine odaklanmıştır. Bu iki konu ile ilgili Twitter Türkiye üzerinden MAXQDA programı aracılığı ile 20.000 tweetten oluşan veri seti elde edilmiştir. Elde edilen veriler alt kategorilere ve kodlara göre seçilmiştir (Lune ve Berg, 2017; Merriam, 2009). Bu 20.000 tweetten elde edilen veriler araştırma öncesinde belirlenen kod ve kategorilere göre sınıflandırılmış ve incelenmiştir (Corbin ve Strauss, 1990). Bu kodlar seçilen dezenformasyon haberleri doğrultusunda en çok bahsedilen etiketler yardımı ile belirlenmiştir. (Hatayda baraj patladı, yarseli barajı,



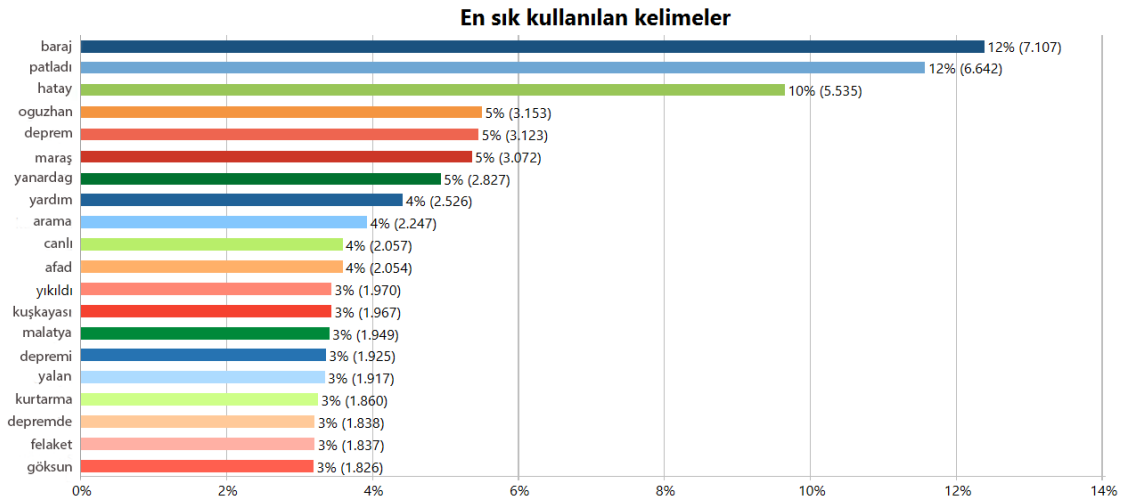
yanardağ vb.) Veri toplama süreci; verilerin belirlenen kodlara göre Twitter Türkiye üzerinden alınması, analiz edilmesi ve yorumlanmasından oluşmaktadır.

## 2.2. Veri Analizi

Verilerin analiz süreci, araştırma için belirlenen 6-11 Şubat tarihleri arasında depremlerden sonra ortaya çıkan dezenformasyon haberleri ile ilgili belirlenen kodlara göre tanımlanmasını ve kategorize edilmesini içermektedir (Corbin ve Strauss, 2014, s. 235-236). MAXQDA programı "veri odaklı analiz sürecinde ampirik tiplerin oluşturulmasına olanak sağladığı" için tercih edilmiştir (Kuckartz, 2014, s. 8). Nitel veri analizini daha geçerli kılmak için kodlama süreci MAXQDA aracılığıyla sistematik hale getirilmiştir. Twitter üzerinden elde edilen veriler, veri tabanında anlamlı bir bütün oluşturan alt kategorilere göre kodlanmıştır. Kodlara açıklamalar eklenerek hiyerarşik bağlantıları görselleştirilmiştir (Weitzman ve Miles, 1995, s. 95).

## 2.3. Bulgular

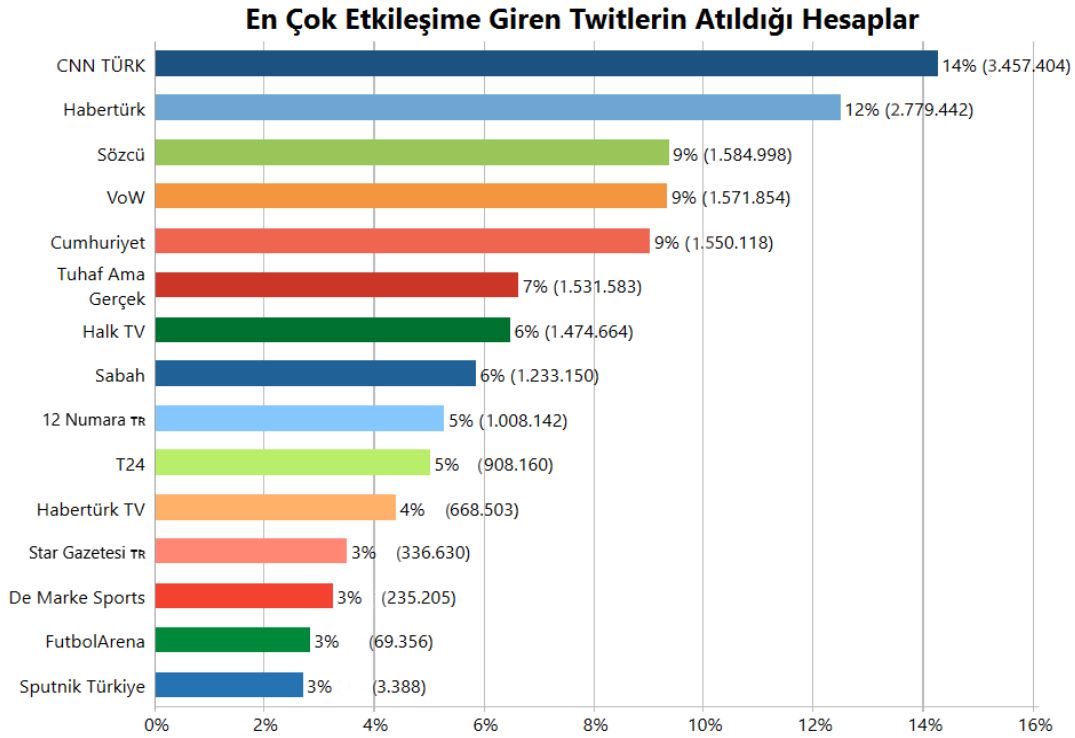
6 Şubat 2023 tarihinde Türkiye’de Kahramanmaraş merkezli iki büyük depremin ardından 6-11 Şubat 2023 tarihlerinde Twitter Türkiye üzerinden yayılan ve geniş kitleleri etkileyen iki büyük dezenformasyon olayına ait 20.000 tweet MAXQDA programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Analiz edilen 20.000 tweet toplamda 2.800.108 kelime içermektedir. Daha önce bahsedildiği gibi depremlerden sonra yaşanan tüm dezenformasyonlar bu iki olayla sınırlı kalmamış ve çok fazla dezenformasyon haberleri çıkmıştır. Fakat en çok etki yaratan ve geniş kitlelere ulaşan dezenformasyon Hatay’da “baraj patladı” ve Kahramanmaraş’ta “yanardağ patladı” haberleri olmuştur.



**Şekil 1: En Sık Kullanılan Kelimeler**

Şekil 1’de görüleceği üzere incelenen 20.000 tweet içerisinde en sık kullanılan ilk on sözcük baraj, patladı, Hatay, Oğuzhan, deprem, Maraş, yanardağ, yardım, arama ve canlıdır. Şekilde en çok kullanılan 20 sözcük yer almaktadır. Alakasız sözcükler ile “depremlerde”, “doğal afet” ve “ölüm” sözcükleri analize dahil edilmemiştir. “baraj” ve “patladı” sözcükleri toplamda 13.947, “yanardağ” ve “Maraş” sözcükleri toplamda 6.599 defa kullanılmıştır. “Oğuzhan” sözcüğünün 3.153 defa kullanılarak analizde 3. Sırada yer alması şaşırtıcı değildir. Zira bir

kesim insanlar Türk influencer Oğuzhan Uğur'u Hatay'da baraj patladı haberi ile ilgili tweet attığı için dezenformasyonunun kaynağı olarak görmüş ve suçlamıştır.



**Şekil 2: En Çok Etkileşime Giren Tweetlerin Atıldığı Hesaplar**

Şekil 2 incelendiğinde en çok etkileşime giren tweetlerin atıldığı hesapların büyük çoğunlukla televizyon ve gazete sektöründe yer alan ve habercilik yapan hesaplardan atıldığı görülmektedir. Burada bahsi geçen etkileşim oranları bu hesaplardan atılan tweetlerin beğeni ve retweet sayıları dikkate alınarak hesaplanmıştır. En çok etkileşime giren ilk 3 hesap CNN Türk (3.457.404), Habertürk (2.779.424) ve Sözcü (1.584.998) dür. Ayrıca Twitter kullanıcılarının Vow (1.571.854), Tuhaf Ama Gerçek (1.531.583) gibi mizah hesaplarından da bilgi edinmeye çalışmaları dikkat çekicidir. Şekilde tweetleri en çok etkileşime giren 15 Twitter hesabı listelenmiştir. Bu 15 hesabın 1 tanesi Fenerbahçe Spor Kulübünün resmi taraftar hesabı (12 Numara TR), 3 tanesi mizah hesabı (Vow, Tuhaf Ama Gerçek ve Sputnik Türkiye), geriye kalan 11 tanesi ise farklı televizyon ve gazetelere ait Twitter hesaplarıdır.

Bu hesapların tweetlerinin çok fazla etkileşime girmesinde;

- i. Yaşanan iki büyük depremden sonra deprem bölgesinde yaşanan telekomünikasyon ve elektrik sorunları ile doğrudan bağlantılı olarak bölgenin neredeyse dış dünya ile bağlantısının kesilmesi,
- ii. Televizyon ve gazete çalışanlarının (muhabir, kameraman) deprem bölgesine geçerek bilgi toplaması,
- iii. Ve insanların yaşanan afet ile ilgili daha fazla bilgi edinmek istemesi gibi nedenlerin etkili olduğu düşünülmektedir.



yaşanan depremler sadece Türk vatandaşlarını değil aynı zamanda bölgede yaşayan, çalışan ve turist olarak deprem anında deprem bölgesinde olan birçok farklı ülkeden insanı da etkilemiştir. Hatayspor'da forma giyen Ganalı futbolcu Christian Atsu (fotoMaç, 2023), ve Adıyaman'a voleybol turnuvası için gelen Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti kafilesinden 48 kişi depremlerde hayatını kaybetmiştir (BBC, 2023). Bu örneklerden de görüleceği üzere 6 Şubat depremlerinin etkisi ulusal kayıp ve acı boyutunu aşarak uluslararası bir boyuta ulaşmıştır.

Yaşanan depremlerin ardından 4. Seviye deprem alarmı verilmiş ve hemen deprem bölgelerine müdahale edilmiş olsa da depremlerin çok geniş bir alanı etkilemiş olması ve bölgede yaşanan elektrik kesintileri ile telekomünikasyon sorunları bölgede haberleşmeyi zorlaştırmıştır. Tüm bu gelişmeler sonucunda devreye dijital iletişim platformları girmiş, Twitter ve diğer sosyal medya platformları insanların birbirleri ile sürekli bilgi paylaştıkları çok geniş bir deprem haberleşme ağı haline gelmiştir (The Nielsen Total Audience Report, 2018). Depremin ilk saatlerinde adeta bir haber veya gazete yayıncılığı misyonu edinen Twitter aracılığıyla insanlar; depremler ve depremzedeler ile ilgili bildikleri, duydukları, gördükleri şeyleri paylaşarak haberleşme ağına dahil olmuşlardır. Depremlerin ilerleyen saatlerinde ise enkaz altında kalan insanlar yerlerini Twitter hesaplarından yetkililere duyurmaya çalışmış veya depremzedeler için yardım kampanyaları yine Twitter üzerinden başlatılmıştır. Deyim yerindeyse bir “deprem haberleşme ve yardımlaşma platformuna” evrilen Twitter'da milyonlarca tweet atılmış ve çok yoğun bir bilgi akışı meydana gelmiştir. Bu yoğunlukta bir bilgi akışının arasında ise hangi bilginin gerçek hangi bilginin yalan olduğunun anlaşılması zaman almıştır.

Bu durum ise birçok dezenformasyon olayının yaşanmasına adeta zemin hazırlamıştır. Depremler ve deprem sonrasında yaşananlarla ilgili bilgi almak isteyen insanların da Twitter'da paylaşılan gönderiler ile sürekli etkileşime geçmesi sonucu dezenformasyon haberleri bir salgın gibi yayılmaya başlamıştır. Deprem olmayan farklı bölgelerde deprem olduğuna dair haberler, deprem bölgesine giden iş makinelerinin engellendiğine dair haberler, deprem bölgesinden ayrılan depremzedelerin yasal haklarının ellerinden alınacağına dair haberler bu dezenformasyon haberlerinin bazılarıdır (T.C. İletişim Başkanlığı, 2023). Depremlerin sonrasında yayılan binlerce dezenformasyon haberi içerisinde iki tanesinin etkisi diğerlerine göre çok daha geniş etki uyandırmış ve sonuçları zaman, insan ve ekipman kaybına neden olmuştur. Bu iki dezenformasyon haberi bu çalışmanın da örneğini oluşturan 10 Şubat 2023 tarihli Hatay Yarseli Barajının patladığına dair ve 11 Şubat 2023 tarihli Kahramanmaraş Kuşkayası'nda yanardağ patladığına dair dezenformasyon haberleridir. İki dezenformasyon haberinin de ortaya çıktığı ilk saatlerde olayların yaşandığı bölgede ikamet edenler ile ülkenin birçok bölgesinden yüzbinlerce insan AFAD ve yetkililerden yardım talepleri içeren tweetler atmış, olayların yaşandığı düşünülen şehirlerdeki insanları korumalarını istemişlerdir. Haberlerin gerçek değil dezenformasyon olduğu anlaşıldıktan sonra ise yine aynı şekilde bu haberlerin gerçek olmadığı, bazı insanların bölgede daha rahat hırsızlık ve yağma yapmak için veya korku ve panik ortamı oluşturmak istedikleri için bu haberleri yaydıklarını iddia etmişlerdir. Sonuç olarak depremden sonra yaşanan bu iki

dezenformasyon olayı ile mücadele edilirken bile bu olaylarla bağlantılı yeni dezenformasyon haberleri meydana gelmiştir. (Birilerinin daha Rahat hırsızlık yapabilmek için Hatay’da baraj patladı haberlerini yaydığı vb. Gibi)

Yetkililer, kanaat önderleri, bilim insanları ve haber sunucuları televizyon ve sosyal medya aracılığı ile vatandaşları dezenformasyon haberlerine karşı duyarlı olmaları hakkında uyarılmış olsa da dezenformasyon haberlerinin önüne geçilememiştir. Dezenformasyon haberlerinin engellenmesi için 8 Şubat 2023 tarihinde resmi makamlarca Twitter’ın Türkiye’deki kullanımına kısıtlama getirilmiştir. Fakat deprem bölgesinde devam eden elektrik ve telekomünikasyon sorunları nedeniyle; Sivil Toplum Kuruluşları, gönüllüler ve depremden etkilenen insanlar arasında iletişim sağlanamamış ve Twitter kısıtlama kararı kaldırılmak zorunda kalmıştır.

Sonuç olarak uzman ve yetkililer tarafından “yüzyılın felaketi” olarak adlandırılan ve her saniyenin insan hayatı için önemli olduğu böylesine büyük bir afetin ardından meydana gelen dezenformasyonlar engellenememiş; birçok insanın korku ve panik ortamına sürüklenmesine, endişelerin artmasına, zaman, ekipman ve insan gücünün gereksiz kullanılmasına neden olmuştur. Tüm bu sonuçlara ek olarak bu kadar fazla dezenformasyon haberlerine rağmen insanların Twitter kullanımlarındaki artış dikkat çekmektedir. Bu duruma bakıldığında ise insanların geleneksel medya ve yetkililerden gelen bilgilere tam olarak güvenemedikleri için Twitter gibi sosyal medya platformlarından bilgi edinmeye çalıştıkları çıkarımını yapmamızın çok da yanlış bir çıkarım olmayacağı ortadadır. Sosyal medya platformlarının ve Twitter’ın oldukça aktif bir şekilde kullanıldığı Ülkemizde, bu tür dezenformasyon olaylarının önüne geçilebilmesi için genç ve yetişkin vatandaşlara uzmanlar tarafından yeni medya ve güvenli internet kullanımı eğitimlerinin verilmesinin uygun olacağı düşünülmektedir. Bu eğitimlerin yanı sıra birtakım halkla ilişkiler, reklam ve imaj yenileme uygulamaları ile gücü elinde bulunduran yetkili makamlar ile vatandaşlar arasında güvene dayalı bir iletişim kanalı kurulmasının da bu tarz felekat anlarında vatandaşların dezenformasyon haberlerine itimat etmemesine ve yetkililerden gelen açıklamaları beklemesine yardımcı olacağı düşünülmektedir.

### **Kaynakça**

- Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı, (AFAD) (2023). Kahramanmaraş’ta Meydana Gelen Depremler Hakkında Basın Bülteni. <https://www.afad.gov.tr/Kahramanmarasta-Meydana-Gelen-Depremler-Hk-Basin-Bulteni-26> (Erişim Tarihi: 11.02.2023).
- Almeida, F., Santos, J. D., ve Monteiro, A. J. (2020). *The Challenges and Opportunities in the Digitalization of Companies in a Post-COVID-19 World*. IEEE Engineering Management Review 48(3):92-103.
- BBC, (2023). Adıyaman’daki Otel Enkazında Kuzey Kıbrıslı Voleybol Takımı Kafilesinden 35 Kişinin Cansız Bedenine Ulaşıldı. <https://www.bbc.com/turkce/articles/clm4kpg27k7o#:~:text=Kuzey%20Kıbrıs%20Başbakanlığı%20Adıyaman%20Atatürk,yedi%20katlı%20otel%2C%20depremde%20çöktü.> (Erişimtarihi: 12 Şubat 2023).



- Boyd, D. M., ve Ellison, N. B. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Journal of Computer-mediated Communication 13(1): 210-230.
- Bradshaw, S. ve Howard, P. N. (2018). *The Global Organization of Social Media Disinformation Campaigns*. Journal of International Affairs 71 (15): 23-32.
- Cesarino, L. (2020). *What the Brazilian 2018 Elections Tell Us about Post-Truth in the Neoliberal-Digital Era*. Hot Spots, Fieldsights, <https://culanth.org/fieldsights/what-the-brazilian-2018-elections-tell-us-about-post-truth-in-the-neoliberal-digital-era>.
- CNN Türk, (2023). Deprem Seviyeleri! 4. Seviye Alarm Nedir? Deprem Sonrası Dördüncü Seviye Alarm Ne Anlama Geliyor? <https://www.cnnturk.com/turkiye/deprem-seviyeleri-4-seviye-alarm-ne-dir-deprem-sonrasi-dorduncu-seviye-alarm-ne-anlama-geliyor?page=1> (Erişim Tarihi: 11.02.2023).
- Çömlekçi, M.F. ve Başol, O. (2019). *Sosyal Medya Haberlerine Güven ve Kullanıcı Teyit Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme*, İletişim, 56-77.
- Corbin, J. ve Strauss, A. (2014). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. The Modern Language Journal 77(2):235–236.
- Cresswell. J. W. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th Edition, London: SAGE Publications, Inc.
- Erdoğan Tarakçı, İ. ve Baş, M. (2018). *Post-Truth Medya ve Tüketici Davranışlarına Etkisi: “Genç Yetişkinler” Üzerine Keşifsel Bir Araştırma*, İşletme Araştırmaları Dergisi, 10 (4), 1110-1122.
- Eroğlu, Ş. ve Çakmak, T. (2020). *Post-Truth Dönemini Anlamak: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Yeni Medya Araçları Kapsamında Bilgi Bozuklukları ve Doğrulama Algularının Değerlendirilmesi*. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 39, 307-325.
- Fallis, D. (2014). *The Varieties of Disinformation*. Springer Science and Business Media B.V.
- FotoMaç, (2023). Depremde Hayatını Kaybeden Atsu'nun Hikayesi Yürekleri Dağladı! Son Golü... <https://www.fotomac.com.tr/hatayspor/2023/02/18/depremdede-hayatini-kaybeden-atsunun-hikayesi-yurekleri-dagladı-son-golu> (Erişim Tarihi: 12 Şubat 2023)
- Frangonikolopoulos, C. ve Poulakidakos, S. (2018). *Regimes of Truth in the Communication and Reporting of the European Union Post-Truth, Post-Propaganda or Just Propaganda?*. Journal Of Media Critiques (JMC) 3 (12):59-76.
- Gottlieb, M. ve Dyer, S. (2020). *Information and Disinformation: Social Media in the Covid-19 Crisis*. Acad Emerg Med, 27(7): 640–641.

- Karlova, N., A. ve Fisher, K. E. (2013). *Plz RT”: A Social Diffusion Model of Misinformation and Disinformation for Understanding Human Information Behaviour*. *Information Research* 18(1): 1-17.
- Kiraz, E. (2019). *Sosyal Medya ve Algı Yönetimi: İngiltere'nin Brexit Sürecinde Sosyal Medya Dezenformasyonu*. *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi* 15 (1): 1-18.
- Kırık, A., M. ve Yılmaz, B. T. (2018). *Türkiye’de Sosyal Medya Okuryazarlığı’nın Gerekliği Üzerine Bir Araştırma*. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* 79(6): 118-142.
- Kuckartz, U. (2014). *Qualitative Text Analysis: A Guide to Methods, Practice and Using Software*. SAGE.
- Kümpel, A. S. (2021). *Communication Theory, Social Media Information Environments and Their Implications for The Uses and Effects of News: The PINGS Framework*, Published by Oxford University Press.
- Lin, M. F., G, Hoffman, E. S. ve Borengasser, C. (2013). *Is Social Media too Social for Class? A Case Study Of Twitter Use*. *Techtrends* 57(2): 39-45.
- Lune, H. ve Berg, B. L. (2017). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences* (9th Ed.). Boston, MA: Pearson.
- Mayring, P. (2007). *Qualitative Content Analysis*. Basics and Techniques, 9th Ed. Weinheim: Beltz Verlag.
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative Research: A guide to Design and Implementation: Revised and Expanded from Qualitative Research and Case Study Applications in Education*. San Fransisco, USA: Jossey-Bass.
- NTV, (2023). Hatay’da ‘Patladı’ Denilen Yarseli Barajı'nın Son Durumu. <https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/hatayda-patladi-denilen-yarseli-barajinin-son-durumu,7gizsf00t0ytnjwxbvcpq> (Erişim Tarihi: 11.02.2023).
- NTV, (2023). Kahramanmaraş Kuşkayası Dağı'nda Deprem Sonrası Volkanik Hareketlilik İddiası. <https://www.ntv.com.tr/turkiye/kahramanmaras-kuskayasi-daginda-deprem-sonrasi-volkanik-hareketlilik-iddiasi,h1cfau-kc02afceWdh7Atg> (Erişim Tarihi: 11.02.2023).
- Özkan, Ö. (2019). *Hakikat Sonrası Çağda Medyada Gerçeklik: Maya Takvimi Söylentisinin Medyada Sunumu*. *Selçuk İletişim* 12 (1): 64-91.
- Park, C., H. ve Kim, Y. J. (2013). *Intensity of Social Network Use by Involvement: A Study of Young Chinese Users*. *International Journal Of Business And Management* 8(6): 22-33.
- Pflaum, A. ve Gölzer, P. (2018). *The Iot and Digital Transformation: Toward The Data-Driven Enterprise*. *IEEE Pervasive Comput* 17(1): 87-91.
- Schindler, S. (2020). *The Task f Critique i Times Of Post-Truth Politics*, *Review of International Studies*, 1-19.

- Shin, W. ve Lwin, M. O. (2022). *Parental Mediation of Children's Digital Media Use in High Digital Penetration Countries: Perspectives From Singapore and Australia*. *Asian Journal of Communication* 32(4): 309-326.
- Show Haber, (2023). Kuş kayası Dağından Korkutan Görüntüler. <https://www.youtube.com/watch?v=Ywrrmymaxju> (Erişim Tarihi: 11.02.2023).
- Shu, K. (2020). *Combating Disinformation in a Social Media Age*. *Wires Data Mining and Knowledge Discovery*, 10(6): 1-30.
- Spector, B. (2020). *Post-Truth Claims and the Wishing Away of Brute Facts*. *Leadership*, 16 (1): 9-24.
- The Nielsen Total Audience Report. (2018, August). Special Edition: Work-From-Home. <https://www.nielsen.com/insights/2020/the-nielsen-total-audience-report-august-2020/> (Erişim Tarihi: 08 Şubat 2023).
- Tucker, J., A. (2018). *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature*. *SSRN*, 18(3): 1-95.
- Türkiye Cumhuriyeti İç İşleri Bakanlığı, (2023). Türkiye'deki Deprem Sonrası Yurt Dışından Gelen Destek ve Yardım Teklifleri. <https://www.icisleri.gov.tr/bakandan-haberler> (Erişim Tarihi: 10.02.2023).
- Türkiye Cumhuriyeti İç İşleri Bakanlığı, (2023). Yarseli Barajı Hakkında Basın Bülteni. <https://www.icisleri.gov.tr/basin-aciklamalari-yeni> (Erişim Tarihi: 10.02.2023).
- Türkiye Cumhuriyeti İletişim Başkanlığı, (2023). Deprem Dezenformasyon Bülteni. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/deprem-dezenformasyon-bulteni-yayimlandi-11-02-2023> (Erişim Tarihi: 10.02.2023).
- Ulaş, S. (2020). *Marka İletişiminde Sosyal Medya ve Çevrimiçi Etkileşim (Online Engagement) İlişkisi: Limasol Türk Kooperatif Bankası Örneği*. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi* 9(1): 274-285.
- Weitzman, E. ve Miles, M. B. (1995). *Computer Programs for Qualitative Data Analysis: A Software Source Book*. CA: Sage.
- Yıldırım, Y. (2017). *Post-Truth Döneminde Epikuros'ta Mutluluk ve Dostluk Kavramlarını Yeniden Düşünmek*, *Fiscaoconomia*, 1(3) 108-125.