

# HİTİT SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Hitit Journal of Social Sciences

e-ISSN: 2757-7949

Cilt | Volume: 19 • Sayı | Number: 1

Nisan | April 2026

## Görsel Yalanlar, Sayısal Gerçekler: Türkiye'de Dijital Habercilikte İnfografik Yoluyla Veri Manipülasyonuna Eleştirel Bir Bakış

Visual Lies, Digital Truths: A Critical Look at Data Manipulation Through  
Infographics in Digital Journalism in Türkiye

**Ayşen YALMAN**

Corresponding Author | Sorumlu Yazar

Dr. | Dr.

Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Antalya, Türkiye  
Akdeniz University, Faculty of Communication, Department of Journalism, Antalya, Türkiye

[aysenyalman@akdeniz.edu.tr](mailto:aysenyalman@akdeniz.edu.tr)

<https://orcid.org/0000-0003-2280-2824>

<https://ror.org/01m59r132>

### Makale Bilgisi | Article Information

Makale Türü | Article Type: Araştırma Makalesi | Research Article

Geliş Tarihi | Received: 01.06.2025

Kabul Tarihi | Accepted: 28.01.2026

Yayın Tarihi | Published: 30.04.2026

### Atıf | Cite As

Yalman, A. (2026). Görsel yalanlar, sayısal gerçekler: Türkiye'de dijital habercilikte infografik yoluyla veri manipülasyonuna eleştirel bir bakış. *Hitit Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 27-52. <https://doi.org/10.17218/hititsbd.1711692>

**Değerlendirme:** Bu makalenin ön incelemesi iki iç hakem (editörler-yayın kurulu üyeleri) içerik incelemesi ise iki dış hakem tarafından çift taraflı kör hakemlik modeliyle incelendi. Benzerlik taraması yapılarak (Turnitin) intihal içermediği teyit edildi.

**Etik Beyan:** Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.

**Etik Bildirim:** [husbededitor@hitit.edu.tr](mailto:husbededitor@hitit.edu.tr) - <https://dergipark.org.tr/tr/pub/hititsbd>

**Çıkar Çatışması:** Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.

**Finansman:** Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.

**Telif Hakkı & Lisans:** Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

**Review:** Single anonymized-Two Internal (Editorial board members) and Double anonymized - Two External Double-blind Peer Review

It was confirmed that it did not contain plagiarism by similarity scanning (Turnitin).

**Ethical Statement:** It is declared that scientific and ethical principles have been followed while conducting and writing this study and that all the sources used have been properly cited.

**Complaints:** [husbededitor@hitit.edu.tr](mailto:husbededitor@hitit.edu.tr) - <https://dergipark.org.tr/tr/pub/hititsbd>

**Conflicts of Interest:** The author(s) has no conflict of interest to declare.

**Grant Support:** The author(s) acknowledge that they received no external funding to support this research.

**Copyright & License:** Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0.

## Visual lies, digital truths: a critical look at data manipulation through infographics in digital journalism in Türkiye

### Abstract

This study investigates how infographic content, which has become increasingly prevalent in digital journalism, functions as a potential vehicle for data-driven manipulation and ideological framing. In the contemporary media landscape, infographics are no longer merely tools for conveying information; rather, they operate as discursive instruments that shape, direct, and, in some cases, distort the construction of meaning. The theoretical framework of this research is grounded in Pinto’s (2017) criteria for ethical and structural standards in infographic journalism, Cairo’s (2016) typology of manipulation techniques through data visualization, Kress and van Leeuwen’s (2020) multimodal discourse analysis model of visual narratives, and Wainer’s (2016) theory of “strategies of visual lies. Employing a qualitative research design, the study systematically examines infographic news content published between April 1 and April 30, 2025, on two major digital news platforms in Türkiye: TRT Haber and Habertürk. Using descriptive analysis, the research identifies several manipulative strategies embedded within the infographics, including decontextualization, axis and scale distortion, selective data presentation, and visual hierarchy. These strategies reveal that infographic structures—despite their appearance of objectivity—are capable of subtly guiding audience perception in ideologically laden ways. The findings suggest that the foundational principles of data journalism—particularly objectivity and impartiality—can be discursively undermined through the visual representation of data. As such, this study underscores the need to critically assess infographic content not only in terms of technical accuracy but also with regard to the ideological and discursive frameworks it conveys. Infographics, therefore, should be understood as active agents in the construction of media discourse rather than as neutral representations of factual data.

**Keywords:** Infographic journalism, manipulation, new media, data journalism, digital journalism

## Görsel yalanlar, sayısal gerçekler: Türkiye’de dijital habercilikte infografik yoluyla veri manipülasyonuna eleştirel bir bakış

### Öz

Bu çalışma, dijital habercilik bağlamında giderek daha görünür hale gelen infografik içeriklerin, veri temelli manipülasyon biçimleri aracılığıyla söylemsel yönlendirme potansiyelini nasıl taşıdığına odaklanmaktadır. Günümüzde infografikler yalnızca haberin görselleştirilmiş sunumları değil; aynı zamanda anlam üretim süreçlerinde yönlendirici, çerçeveleyici ve çoğu zaman ideolojik yeniden üretim aracı olarak konumlanmaktadır. Araştırmanın kuramsal zemini, Pinto’nun (2017) infografik haberciliğin taşıması gereken etik ve yapısal niteliklerine ilişkin yaklaşımı; Cairo’nun (2016) veri görselleştirme yoluyla gerçekleştirilen manipülasyon pratiklerine dair tipolojisi; Kress ve van Leeuwen’in (2020) görsel anlatıların ideolojik kurgusunu açıklayan göstergibilimsel söylem çözümlemesi ile Wainer’in (2016) “görsel yalan stratejileri” kuramı ekseninde yapılandırılmıştır. Nitel araştırma deseni kapsamında gerçekleştirilen çalışmada, TRT Haber ve Habertürk dijital haber platformlarında 1–30 Nisan 2025 tarihleri arasında yayımlanan infografik haber içerikleri, betimsel analiz yöntemiyle sistematik biçimde incelenmiştir. Verilerin çözümlemesi, infografiklerde bağlamsızlaştırma, görsel ölçek ve eksen manipülasyonu, seçici veri sunumu ve hiyerarşik kompozisyon gibi görsel stratejiler yoluyla haberin ideolojik biçimde yeniden kurgulandığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda infografikler, nesnellik iddiası taşıyan veri temelli içeriklerin, görsel biçimlendirme yoluyla alımlayıcıyı belli bir bakış açısına yönlendirme potansiyeline sahip araçlara dönüştüğünü göstermektedir. Sonuç olarak bu çalışma, veri gazeteciliğinin merkezinde yer alan nesnellik ve tarafsızlık ilkelerinin, infografik temsiller aracılığıyla söylemsel düzeyde kırılabildiğini ve bu görsel içeriklerin medya söyleminin ideolojik inşasında aktif bir rol üstlenebileceğini ortaya koymaktadır. Bu bulgular, infografik içeriklerin yalnızca teknik doğruluklarıyla değil, aynı zamanda taşıdıkları söylemsel niyet ve bağlamla birlikte ele alınması gerektiğini göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** İnfografik habercilik, manipülasyon, yeni medya, veri gazeteciliği, dijital habercilik

## Giriş

Dijital çağda, görsel iletişimin hızla dönüşmesiyle birlikte, haber sunumunda yalnızca metinsel içeriklerin değil, grafikler, tablolar ve infografikler gibi görsel öğelerin de giderek daha fazla kullanıldığı gözlemlenmektedir. Bu gelişme, haberin yalnızca yazılı metinlerle iletilmesinin ötesine geçerek, görsel araçlar aracılığıyla daha dinamik ve anlaşılır bir hale gelmesine olanak tanımaktadır. İnfografikler, özellikle veri gazeteciliği bağlamında önemli bir rol üstlenmekte, karmaşık verilerin görselleştirilmesi sayesinde okuyuculara daha erişilebilir, sadeleştirilmiş ve etkili bir bilgi sunumunu mümkün kılmaktadır. Yeni medya ortamında haber üretiminin çoğul yapısına ve kullanıcı temelli içerik katılımına odaklanan Ergün (2022), dijital habercilikte profesyonel normların esnediğini ve görsel anlatıların giderek merkezileştiğini belirtmektedir. Bu süreç, bilgilerin daha hızlı bir şekilde kavranmasını sağlarken, aynı zamanda bilgiyi daha kapsamlı bir şekilde iletebilmek için görsel öğelerin sunduğu olanaklardan faydalanmaktadır. Ancak, veri görselleştirmenin yalnızca bilgi aktarımını değil, aynı zamanda izleyicinin algısını biçimlendirme gücüne sahip bir araç olarak da işlev gördüğü gerçeği, infografiklerin medya içeriklerinde manipülasyon potansiyeli taşıyan öğelere dönüşmesine yol açmaktadır. Binark ve Bayraktutan (2013), yeni medya anlatılarının yalnızca teknolojik bir dönüşüm değil, aynı zamanda habercilik pratiklerinde yapısal bir değişim yarattığını ve bu dönüşümün izleyici algısını doğrudan etkilediğini belirtmektedir. Saka (2019), veri gazeteciliğinin yalnızca teknik bir beceri alanı olmadığını, aynı zamanda dijital medya aktivizmiyle kesişen bir pratik olduğunu ve görsel veri sunumlarının söylemsel etkiler taşıdığını vurgulamaktadır. Veri görselleştirme süreçleri, özellikle veri setlerinin seçimi, grafik türlerinin belirlenmesi, görsel anlatım tekniklerinin uygulanışı ve estetik biçimlendirme tercihleri, okuyucunun bilgiye yönelik algısında belirleyici bir rol oynamaktadır. Görsel temsiller, yalnızca bilgiyi aktaran araçlar olmanın ötesinde, haberin anlamını yeniden üreten ve okuyucunun algısını yönlendiren güçlü birer iletişim aracına dönüşmektedir (Cairo, 2016; Tufte, 1983). Bu bağlamda, infografiklerin sunduğu içerik, metni tamamlayıcı bir unsur olmanın ötesinde, kimi zaman metinsel içeriğin önüne geçerek onu dönüştüren bir işleve sahip olmaktadır (Friendly, 2008). Veri görselleştirme sürecinde yapılan her tercih –renk kullanımı, zaman aralıklarının seçimi, grafiksel hiyerarşi, tipografi ve ikonografi gibi öğeler– okuyucunun dikkatini belirli yönlere çekerek düşünsel süreçlerini biçimlendirme kapasitesine sahiptir. Yeni medya ortamında yurttaşlık pratiklerinin ve dijital içeriklerin kültürel kodlarla iç içe geçtiğini ifade eden Binark ve Bayraktutan (2013), medya politikalarının görsel temsiller üzerinde belirleyici rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, infografikler yalnızca karmaşık bilgileri sadeleştiren değil, aynı zamanda belirli çıkarımlar yapılmasını yönlendiren anlatılar üretmektedir. Dolayısıyla, veri gazeteciliğinde infografikler sıklıkla bilgi aktarma ve hikaye kurma işlevleri arasında bir gerilim hattında konumlanmakta; bu durum ise gazeteciliğin temel ilkelerinden biri olan nesnellik ilkesini tartışmalı hale getirmektedir. Bu nedenle Dijital çağda haberciliğin, söylemsel düzlemde ideolojik çerçevelerle yeniden üretildiğine dikkat çekilerek, görsel anlatıların eleştirel bir bağlamda incelenmesi gerektiği savunmaktadır (Çelenk, 2008).

Bu çalışma, infografiklerin veri gazeteciliği bağlamındaki rolünü derinlemesine inceleyerek, sayıların ve verilerin görsel anlatılar aracılığıyla nasıl yeniden kurgulanabileceğini, hangi görsel anlatı teknikleri ile izleyici algısının yönlendirilebileceğini ve bu bağlamda haberin nesnellüğünün ne ölçüde korunduğunu sorgulamayı amaçlamaktadır. Türkiye'nin en çok ziyaret edilen dijital haber platformlarında yayımlanan infografik içerikleri üzerinde gerçekleştirilecek bir analizle, infografiklerin bilgi aktarımındaki rolünü, kullanılan biçimsel ve içeriksel teknikleri

eleştirel bir perspektiften değerlendirmektedir. Bu bağlamda, veri görselleştirmenin etik sınırları, manipülasyon tekniklerinin izleyici üzerindeki etkileri ve veri gazeteciliğinin sorumlulukları tartışılmaktadır. Bu araştırma, dijital habercilik bağlamında infografiklerin bilgi sunumu süreçlerindeki manipülasyon potansiyelini, bu manipülasyonların işleyiş biçimlerini ve tüm bu süreçlerin medya etiği açısından taşıdığı riskleri analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda çalışma, infografiklerin dijital medya içeriklerinde daha şeffaf, bilinçli ve etik ilkelere uygun biçimde kullanılması için gerekli kuramsal ve uygulamaya dönük ölçütlerin belirlenmesine katkı sunmayı hedeflemektedir. Bu araştırmanın özgünlüğü, infografik haberciliği yalnızca teknik doğruluk düzleminde değil, aynı zamanda etik, söylemsel ve ideolojik katmanlarıyla birlikte değerlendiren çok boyutlu bir çözümleme modeli geliştirmesinde temellenmektedir. Çalışmada, Pinto’nun (2017) infografik haberciliğe ilişkin etik ölçütleri, Cairo’nun (2016) veri görselleştirme manipülasyonlarına yönelik tipolojisi, Kress ve van Leeuwen’in (2020) görsel söylem çözümleme modeli ile Wainer’ın (2016) “görsel yalan stratejileri” kuramsal olarak bir araya getirilmiştir. Bu bütüncül yaklaşım, infografiklerdeki manipülasyon biçimlerini yalnızca biçimsel düzeyde değil, aynı zamanda anlam üretim süreçleri ve ideolojik temsiller bağlamında da inceleme olanağı sunmaktadır. Böylelikle çalışma, Türkiye’de dijital habercilikte infografiklerin söylemsel ve ideolojik işlevlerini çok disiplinli bir kuramsal çerçeve üzerinden sistematik biçimde analiz eden nadir araştırmalardan biri olarak literatürde özgün bir konum edinmektedir.

### **1. Dijitalleşen Habercilikte Veri Gazeteciliğinin Kavramsal İnşası**

Dijital habercilikte infografikler, karmaşık veri kümelerinin okuyucuya daha anlaşılır, sade ve görsel açıdan etkili bir biçimde sunulmasını mümkün kılan araçlar olarak ön plana çıkmaktadır. Ancak bu araçların taşıdığı görsel ve biçimsel avantajlar kadar, manipülasyona açık yapıları da dikkate değer bir eleştirel incelemeyi gerekli kılmaktadır. Görsel ve sayısal verilerin birleşiminden doğan infografikler, okuyucu algısını yönlendirme potansiyeline sahip olduklarından, bu temsil biçimlerinin içerdiği yapısal ve görsel stratejiler, haberin nesnelligi ve etik sunumu açısından yeniden değerlendirilmeyi gerektirmektedir (Cairo, 2012). İletişim teknolojilerindeki baş döndürücü gelişmeler, haber üretimi, dağıtımı ve tüketimi süreçlerinde köklü dönüşümlere neden olmuştur. Dijitalleşmenin beraberinde getirdiği bilgi yoğunluğu yalnızca içerik bolluğuna değil, aynı zamanda daha fazla sayısal veriye erişim olanağına da işaret etmektedir. Bu gelişmeler, gazetecilerin yalnızca olup biteni aktaran gözlemciler olmaktan çıkararak, veriyi analiz eden, bağlama yerleştiren ve toplumsal anlamlar üreten aktörlere dönüşmesini gerekli kılmaktadır (Deuze, 2008). Bu bağlamda “veri gazeteciliği” (data journalism), gazetecilik mesleğinin yeni bir boyutu olarak yükselişe geçmekte; şeffaflık, hesap verebilirlik ve bilgiye dayalı kamusal tartışmanın geliştirilmesi gibi demokratik değerlerle doğrudan ilişkili bir uygulama alanı olarak tanımlanmaktadır (Bounegru vd., 2012). Veri gazeteciliği, kamuya açık ya da özel kaynaklardan elde edilen verilerin toplanması, işlenmesi, analiz edilmesi ve görselleştirilmesi yoluyla haber üretilmesini kapsayan bir habercilik yaklaşımıdır. Sayılar, tablolar, metinler, görseller veya ses kayıtları gibi farklı formatlardaki veriler, doğru analiz ve bağlamlandırma süreçleriyle anlamlı bilgilere dönüştürülmektedir. Bu sayede karmaşık bilgi kümeleri sadeleştirilir ve kamuoyuna anlaşılır bir şekilde sunulabilmektedir.

Türk Dil Kurumu (2025) veriyi “iletişim, yorum ve işlem için elverişli gösterimler” olarak tanımlamaktadır. Ancak veri, tek başına anlamlı bir içerik oluşturmaz; bağlamından kopuk, işlenmemiş veri sadece bir ham madde niteliğindedir. Bu bağlamda veri, bir bağlama

oturtulduğunda anlam kazanmakta ve haber üretiminde etkili hale gelmektedir. Nitekim Meyer (1991) ve Bradshaw (2017), verinin gazeteciliğe kattığı bu nesnellik potansiyelinin kamu denetimi açısından büyük önem taşıdığını ifade etmektedir. Howard (2014), veri gazeteciliğini dört temel aşamada tanımlamaktadır; verinin toplanması, işlenmesi, analiz edilmesi ve görselleştirilmesi. Bounegru vd. (2012) ise bu süreci daha ayrıntılı şekilde altı aşamaya ayırmaktadır: veri toplama, temizleme, bağlamlandırma, analiz, hikayeleştirme ve görselleştirme. Veri toplama, gazetecinin birincil (röportaj, gözlem) ya da ikincil (raporlar, kamu verileri) kaynaklardan verileri elde etmesiyle başlamaktadır. Temizleme süreci, hatalı veya eksik verilerin ayıklanarak analiz için uygun hale getirilmesini sağlamaktadır. Ardından veriler bağlamsallaştırılmaktadır. Bu yorumlama süreci, haberin temel anlatı yapısını oluşturur ve veriye dayalı bir hikaye kurgulanmasını sağlamaktadır. Son aşamada ise bu hikaye, okuyucunun kolayca anlayabileceği biçimlerde grafik, harita, tablo veya infografiklerle görselleştirilmektedir. Tong ve Zuo (2021), veri gazeteciliğinin nesnellik iddiasına rağmen, veri kaynaklarına erişimdeki eşitsizlik, algoritmaların filtreleme gücü ve gazetecilerin teknik sınırlılıkları gibi nedenlerle bu nesnellüğün her zaman sağlanamayacağını belirtmektedir. Veri gazeteciliğinin başlangıç noktasını kesin olarak belirlemek zor olsa da bu alandaki yaklaşımlar iki ana görüş etrafında toplanmaktadır. Bir görüş, veri gazeteciliğini, bilgisayar destekli gazeteciliğin doğal bir devamı olarak görmektedir. Bu yaklaşıma göre, özellikle dijital veri analiz araçlarının gazetecilik pratiklerine entegre edilmesiyle veri gazeteciliği bugünkü yapısına kavuşmuştur.

## 2. Veri Gazeteciliğinin Gelişimi ve Türkiye'deki Uygulamaları

Veri gazeteciliği, 2008 yılında *The Guardian*'ın "Datablog" platformunu oluşturmasıyla kurumsal bir kimlik kazanmaya başlamıştır. Simon Rogers (2009), bu yeni habercilik biçimini, verilerin işlenerek interaktif haritalar ve grafiklerle sunulmasını sağlayan bir yöntem olarak tanımlamaktadır. *The New York Times* ise 2009 yılında yayımladığı işsizlik haberi ile bu alana adım atmış, 2014 yılında ise "Upshot" adlı platformla veri gazeteciliği faaliyetlerini sistemleştirmiştir. Veri gazeteciliği, Wikileaks belgeleri gibi büyük veri setlerinin analiz edilmesiyle daha da görünür hale gelmiş, özellikle savaşlar ve kamu güvenliği gibi konularda gazetecilerin ham verileri anlamlı içeriklere dönüştürmesiyle dikkat çekmiştir. Bu çabaların önemli örneklerinden biri, Simon Rogers tarafından hazırlanan "Irak Savaşı'nda Ölen Siviller Haritası"dır (Dağ, 2020). Günümüzde *The Guardian*, *The New York Times*, *BBC*, *The Wall Street Journal* ve *The Washington Post* gibi prestijli medya kuruluşları, veri gazeteciliğini haber üretiminde etkin biçimde kullanmaktadır. Veri görselleştirmeleri bu süreçte kritik rol oynamakta; interaktif haritalar, infografikler ve grafikler aracılığıyla karmaşık bilgiler sadeleştirilmektedir. Örneğin, *The Guardian*'ın ABD'deki eşcinsel haklarına ilişkin haberi ve *The Wall Street Journal*'ın aşılardan etkilerini gösteren interaktif ısı haritaları, bu türün başarılı örnekleri arasında yer almaktadır. BBC'nin "Hangi Spor Dalına Uygunsunuz?", Arjantin'de *La Nacion*'un kamu görevlilerine dair mal beyanı haberi ve Fransa'da *Le Post*'un parlamento üyelerine dair interaktif sıralaması, veri gazeteciliği uygulamalarının çeşitliliğini göstermektedir. 2014'te Nate Silver'ın kurduğu *FiveThirtyEight* ise bu alandaki sistematik yayıncılığın bir örneği olarak öne çıkmıştır (Dağ, 2020).

Türkiye'de veri gazeteciliği, sınırlı örneklerle temsil edilse de gelişim göstermektedir. *Dağ Medya*, *Verigazeteciliği.com* ve *AVVG Derneği* gibi oluşumlar bu alanda öncü faaliyetlerde bulunmaktadır. Türkiye'deki haber merkezleri, veri gazeteciliği konusunda çeşitli yaklaşımlar benimsemektedir. Bazı medya organları, haberlerinin görsel açıdan zenginleştirilmesi

amacıyla veri tabloları, grafikler veya infografikler gibi görsel unsurları kullanarak içeriklerini daha anlaşılır ve çekici hale getirmektedir. Bu tür medya kuruluşları, verinin görsel temsili, haberin ana mesajını destekleyen bir araç olarak görmektedir. Anadolu Ajansı, Sol.org, TRT Haber, Habertürk, Birgün, Al Jazeera Türk ve Dağ Medya gibi kuruluşlar, web siteleri ve bloglarında sıklıkla etkileşimli infografikler ve görselleştirilmiş veri setleri yayımlayarak veri odaklı habercilik anlayışını öne çıkarmaktadır. Bu haber merkezleri, dijital platformların sağladığı olanakları kullanarak, veriyi sadece bir bilgi kaynağı değil, aynı zamanda haber anlatımının temel bir bileşeni olarak görmektedir. Diğer yandan, BBC Türkçe, Evrensel, 140 Journos gibi bazı haber organları, veriyi genellikle araştırma ve raporlama süreçlerinde daha çok destekleyici bir araç olarak kullanmaktadır. Bu haber merkezleri, veri toplama aşamasına girmeksizin, daha çok mevcut veri küme ve istatistikleri analiz ederek, toplumsal olayları, ekonomik gelişmeleri veya siyasal değişimleri derinlemesine incelemekte ve bu verilerden elde ettikleri bilgileri raporlama süreçlerinde kullanmaktadırlar. Bu yaklaşımda, verinin rolü daha çok bağlam sağlamak ve olayları derinlemesine anlamlandırmak şeklinde şekillenmektedir. Veri gazeteciliği, bu haber merkezleri arasında farklı biçimlerde uygulanmakla birlikte, her birinin veriyi işleme ve sunma stratejileri, Türkiye'deki medya anlayışının çeşitliliğini yansıtmaktadır. Bu farklı yaklaşımlar, aynı zamanda haberin doğasına ve haber tüketicisinin ihtiyaçlarına göre şekillenen bir medya üretim anlayışını ortaya koymaktadır. İnteraktif grafiklerle desteklenen veri odaklı içerikler, okuyuculara daha erişilebilir ve görsel açıdan anlaşılır bilgi sunarken, raporlama ve analiz odaklı veri kullanımı, haberlerin derinlikli bir biçimde tartışılmasını sağlamaktadır. Böylece, veri gazeteciliği, her bir haber merkezinin genel gazetecilik pratiğiyle uyumlu şekilde evrilmekte ve her bir medya organının veri ile ilişkisinin farklı yönleri vurgulanmaktadır. Ancak genel olarak Türkiye’de veri temelli araştırmacı gazetecilik uygulamaları sınırlı düzeydedir (Anderson, 2018).

### Şekil 1. Cumhuriyet Gazetesi Örneği



Türkiye'de veri gazeteciliğinin tarihsel kökenlerine dair incelendiğinde, erken dönem gazetecilik uygulamalarının da veri kullanımına dayalı önemli örnekler sunduğu görülmektedir. Bu bağlamda, 1930 yılında Cumhuriyet gazetesinin verem hastalığına dair yayımladığı haber, Türkiye'de veri gazeteciliğinin ilk izlerini taşıyan önemli bir örnek olarak öne çıkmaktadır. Bu haber, sağlıkla ilgili verilerin sistematik bir şekilde toplanıp sunulmasıyla, toplumu bilgilendirme amacını güden bir uygulama olarak dikkat çekmektedir. Verem hastalığının yayılma oranlarının, coğrafi ve demografik dağılımlarının görselleştirilmesi, hem

haberi anlamlandıran hem de halk sağlığına dair önemli bilgiler sunan bir yaklaşım olarak değerlendirilmiştir. Cumhuriyet gazetesinin bu pratiği, veri gazeteciliğinin erken dönem örneklerinden biri olarak, verinin toplumsal sorumluluk ve kamu bilinci oluşturma aracı olarak kullanılmasını sağlamıştır (Dağ, 2020).

## Şekil 2. Milliyet Gazetesi Örneği



Bir diğer örnek ise, 1970 yılında Milliyet gazetesinde yayımlanan zam haberinde kullanılan görselleştirmelerdir. Ekonomik değişimlerin toplumsal etkilerine dair yapılan bu haber, sayısal verilerin görsel araçlarla desteklendiği bir çalışma olarak öne çıkmaktadır. Bu tür grafik ve tablolara yer verilmesi, haberde yer alan verilerin daha anlaşılır ve erişilebilir kılınmasına olanak sağlamıştır. Milliyet gazetesi, bu yöntemle, veri gazeteciliği açısından erken bir adım atarak, ekonomik verilerin toplumla etkili bir şekilde paylaşılmasını mümkün kılmayı amaçlamıştır. Ekonomik verilerin görselleştirilmesi, dönemin medya pratiğinde, kamuoyunun bilinçlendirilmesine ve toplumsal sorumluluğun yerine getirilmesine hizmet eden önemli bir aracın devreye girdiğini göstermektedir (Dağ, 2020). Bu tarihsel örnekler, Türkiye'deki veri gazeteciliği pratiğinin erken dönemlere dayandığını ve gazetecilik alanında verilerin nasıl stratejik bir araç olarak kullanıldığını ortaya koymaktadır. Cumhuriyet gazetesinin sağlık verileriyle kamuoyu bilgilendirme çabası ve Milliyet gazetesinin ekonomik verilerle toplumsal sorumluluk taşıyan habercilik anlayışı, veri gazeteciliğinin hem toplumsal hem de etik anlamda ne denli kritik bir araç haline geldiğini işaret etmektedir. Bu noktada, verilerin toplumsal sorumlulukla ilişkilendirilmesi ve doğru bir şekilde sunulması, veri gazeteciliğinin gelişimi açısından temel bir etken olmaktadır (Dağ, 2020).

### 3. Veri Görselleştirme ve Gazetecilik: Dijital Medyanın Yeni Anlatı Aracı

Veri görselleştirme, günümüzde büyük veri setlerinin anlaşılabilir, erişilebilir ve anlamlı bir biçimde sunulmasında kullanılan kritik bir tekniktir. Bu yöntem, verilerin karmaşıklığını sadeleştirerek, kullanıcıların veriyle etkileşimde bulunmalarına, veriler üzerinde analiz yapmalarına ve bu verilerden çıkarımlar elde etmelerine olanak tanımaktadır. Temelde, veri görselleştirme, sayısal bilgilerin görsel araçlarla, örneğin grafikler, haritalar, diyagramlar ve etkileşimli platformlar aracılığıyla sunulmasını içerir. Bu bağlamda, görselleştirme yalnızca bir bilgi iletimi aracı değil, aynı zamanda anlam inşa etme ve hikâye anlatımında önemli bir rol oynamaktadır. Görselleştirme, izleyicilere yalnızca veriyi değil, bu verinin bağlamını ve ilişkili dinamiklerini anlamaları için bir fırsat sunmaktadır (Few, 2009). Gazeteciler, veri

görselleştirme tekniklerini kullanarak, okurlarına daha anlamlı ve etkili bir şekilde bilgi sunma yolunda önemli bir adım atmaktadırlar (Tuft, 1983). Veri görselleştirmenin gazetecilikteki önemi, yalnızca bilgilerin sunulmasında değil, aynı zamanda bu bilgilerin izleyici tarafından doğru bir biçimde anlaşılmasını sağlamada yatmaktadır. Görsel temsiller, verilerin daha anlaşılır hâle gelmesine, karmaşık verilerin daha net bir şekilde iletilmesine ve izleyicilerin veriler hakkında derinlemesine düşünmelerine olanak tanımaktadır. Bununla birlikte, veri görselleştirmenin başarılı olabilmesi için görsellerin doğru bir biçimde tasarlanması, izleyicinin dikkatini verilerin bağlamına ve anlamına yönlendirecek şekilde sunulması gerekmektedir. Aksi takdirde, yanıltıcı veya yanlış bir görselleştirme, veri okuryazarlığı seviyesini düşürebilir ve izleyicilerin hatalı çıkarımlar yapmalarına yol açabilmektedir (Kirk, 2019). Bu görselleştirme araçları, sadece bilgiyi sunmakla kalmaz, aynı zamanda izleyicinin veriye yönelik düşünme biçimini de şekillendirir. Böylece, veri görselleştirme gazetecilik pratiğinde daha etkileşimli ve anlamlı bir deneyim yaratılmasına katkı sağlamaktadır. Dijital gazetecilik bağlamında, veri görselleştirme, okuyucunun bilgiyi daha hızlı ve etkili bir şekilde almasını sağlamakla birlikte, aynı zamanda verilerin anlamını ve önemini vurgulayarak hikayenin derinliğine de katkıda bulunmaktadır. Bu hikaye anlatımı, okuyucuyu manipülasyona açık hale getirebilmektedir.

#### **4. Veri Görselleştirmede Manipülasyon ve Türleri**

Veri görselleştirme, karmaşık bilgi kümelerini sadeleştirerek hedef kitleye daha hızlı ve etkili bir biçimde sunmayı amaçlayan bir anlatım biçimidir. Ancak bu görselleştirme sürecinde kullanılan yöntemlerin, verilerin taşıdığı anlamı nasıl şekillendirdiği ve hatta değiştirdiği de göz ardı edilmemelidir. Özellikle dijital çağda, bilgiye erişimin hızlandığı ancak aynı oranda dezenformasyonun da arttığı bir ortamda, görselleştirme araçları yalnızca bilgilendirme değil, aynı zamanda ikna ve yönlendirme aracı olarak da kullanılmaktadır. Bu bağlamda, veri manipülasyonu, sunulan bilginin görsel, istatistiksel ya da yapısal biçimde kasıtlı olarak çarpıtılmasıdır ve medya etiği açısından son derece sorunlu bir uygulamadır (Cairo, 2016; Knaflic, 2015). Veri manipülasyonu, çoğu zaman izleyicinin doğrudan fark edemeyeceği biçimde uygulanabilmektedir. Özellikle grafikler, tablolar ve infografikler gibi görsel içerikler aracılığıyla yapılan manipülasyonlar, verinin özüne doğrudan müdahale edilmeksizin, izleyicinin algısı üzerinde yanıltıcı etkiler yaratmaktadır. Bu da "göstererek gizleme" (showing while hiding) olarak tanımlanabilecek bir iletişim stratejisine dönüşmektedir. Medyada kullanılan manipülatif görselleştirme teknikleri, yalnızca bilgiyi çarpıtmakla kalmaz, aynı zamanda bireylerin konuya ilişkin tutumlarını, kararlarını ve hatta davranışlarını etkileme potansiyeline sahiptir (Tuft, 1983). Medya içeriklerinde veri manipülasyonu çeşitli yöntemler aracılığıyla gerçekleştirilebilmektedir. Bu manipülasyon teknikleri, gazetecilikte bilgi sunumunun tarafsızlığı ve doğruluğu açısından önemli riskler barındırmaktadır. Söz konusu teknikler aşağıdaki başlıklarda toplanmaktadır (Cairo, 2016);

***Seçici Veri Sunumu:*** Haber metinlerinde yalnızca belirli verilerin öne çıkarılması ve diğer önemli verilerin göz ardı edilmesi, okuyucunun bütüncül bir perspektif geliştirmesini engelleyerek bilgi eksikliği yaratmaktadır.

***Grafiksel Temsilde Yönlendirme:*** Veri sunumunda kullanılan grafiklerin biçimsel tercihleri, verinin algılanışını doğrudan etkilemektedir. Özellikle grafik eksenlerinin ölçeklendirilmesi, zaman aralıklarının seçilerek kullanılması gibi uygulamalar, okuyucunun veriyi yanıltıcı biçimde yorumlamasına neden olabilmektedir.

**Başlık ve Alt Başlıklarda Anlam Saptırması:** Haberde kullanılan başlıklar ile alt başlıklar, içerikte sunulan verilerin anlamını çarpıtacak biçimde kurgulanabilmektedir.

**Bağsuz Veri Sunumu:** Verilerin üretildiği koşullar, toplandığı yöntemler ve analiz süreçleri belirtilmeden yapılan sunumlar, okuyucunun veriye ilişkin sağlıklı bir değerlendirme yapmasını engellemektedir.

**Karmaşık ve Teknik Dil Kullanımı:** Bilginin teknik terimler ve karmaşık dil kalıpları ile sunulması, okuyucunun içeriği tam anlamıyla kavrayamamasına neden olabilmekte, böylece bilgiye erişim süreci manipülatif bir biçim kazanabilmektedir.

**Güvenilir Olmayan Veri Kaynakları:** Haberde kullanılan verilerin bilimsel geçerliliği bulunmayan veya taraflı kaynaklardan elde edilmesi, içerikte sunulan bilgilerin doğruluğunu ve güvenilirliğini zedelemektedir.

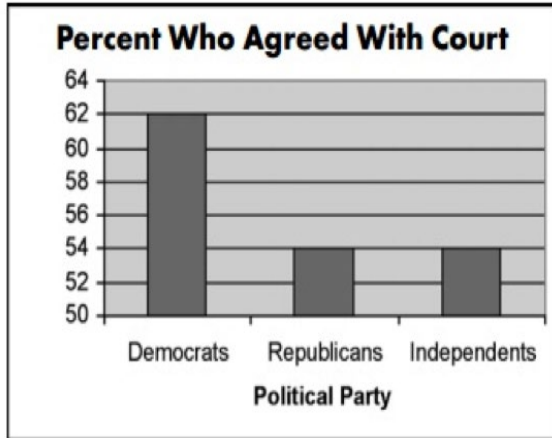
Belirtilen bu manipülasyon türleri, okuyucunun olayları nesnel biçimde değerlendirmesini engellemekte ve medya içeriklerinin güvenilirliğini tartışmalı hâle getirmektedir.

Bu bağlamda, görsel içerikler aracılığıyla gerçekleştirilen başlıca veri manipülasyonu türleri ve bu çalışmanın temel inceleme alanını oluşturan örüntüler aşağıda ayrıntılı biçimde açıklanmaktadır.

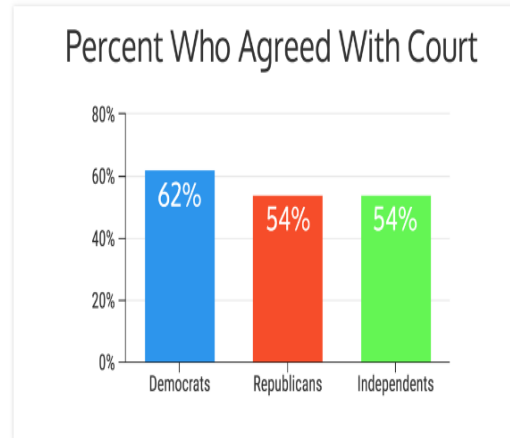
#### 4.1.Taban Çizgisini Atlatmak

Bar grafiklerinde sıklıkla başvurulan bu yöntem, y ekseninin sıfır noktasından başlatılmamasıyla gerçekleştirilir. Böylece veriler arasındaki fark olduğundan daha büyük gösterilir (Tufté, 1983).

**Şekil 3.** Manipülasyon Olan Grafik



**Şekil 4.** Manipülasyon Olmayan Grafik



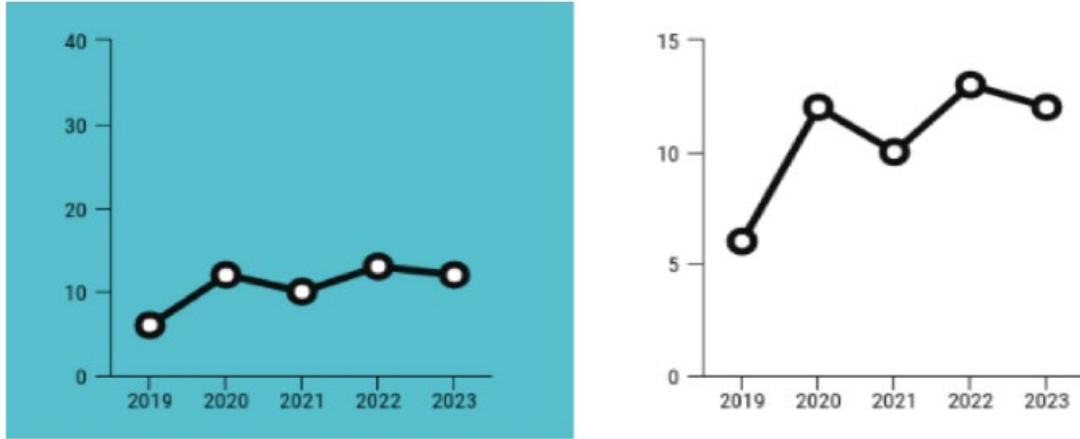
Şekil 4'deki grafiğe bakıldığında Amerika'da seçim döneminde Demokratların diğerlerine kıyasla neredeyse üç kat daha fazla olduğu anlaşılabilir. Ancak bu grafik dikkatlice incelendiğinde, farkın gerçekte sadece %14 civarında olduğu anlaşılabilir. Oysa grafik incelendiğinde, x eksenini atlatma yöntemi yapıldığı anlaşılabilir. Çünkü, x ekseninin başlangıç noktası sıfır yerine 50'den başlatılmıştır. Bu görsel manipülasyon, gruplar arasındaki farkın olduğundan daha büyük algılanmasına neden olmaktadır. Aynı veri setiyle oluşturulmuş, ölçekte bu tür bir çarpıtma içermeyen doğru grafik temsili ise Şekil 5'de sunulmaktadır. Kıyaslama yapıldığında manipülasyonun ne derece olduğu anlaşılabilir. Bu

durum, söz konusu görselleştirmenin belirli bir grup hakkında yanıltıcı bir algı oluşturmak amacıyla tasarlandığını açıkça göstermektedir (Cairo, 2016).

#### 4.2. Y Eksenini Değiştirmek

Y ekseninde oynama yapılması, veriler arasında algısal bir sapma yaratır. Grafiklerde minimum ve maksimum değerler bilinçli biçimde daraltıldığında, küçük değişimler büyük sıçramalar gibi görünebilmektedir (Cairo, 2016).

Şekil 5. Y eksenini değiştirilmiş örnek



Şekil 5’te belirtilen soldaki grafikte yıllar içerisindeki değişime bakıldığında artışın önemsizmiş gibi görüldüğü düşünülmektedir. Oysa grafik aynı verilerle doğru görselleştirildiğinde sağdaki grafikteki gibi görünmektedir. Solda değerler 10 birim olarak artarken, sağda 5 birim olarak artmaktadır. Dolayısıyla ölçek beşerli olduğunda değişim oranının çok daha büyük olduğu görülmektedir. Y eksenini üzerindeki atlatma yapılarak veri görselleştirme yoluyla manipülasyon mümkün görünmektedir.

#### 4.3. Kiraz Toplama (Cherry-Picking)

Kiraz toplama olarak bilinen bu teknikte, verinin yalnızca belirli bir bölümü seçilerek sunulur ve genellemeye uygun olmayan bulgular genellenmiş gibi gösterilmektedir.

Şekil 6. Manipüle edilmiş veri görselleştirme örneği

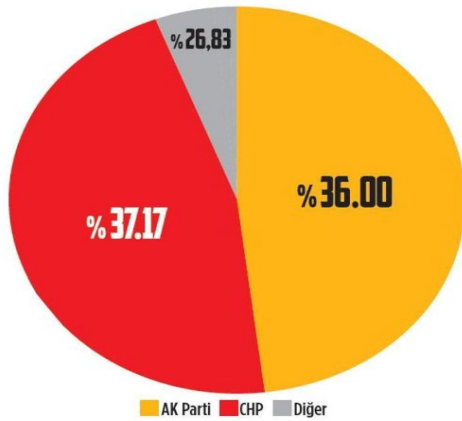


NBCNEWS haber bülteninde yayımlanan Şekil 6'daki veri görselleştirme örneğinde, "kiraz toplama" (cherry-picking) olarak bilinen yöntem kullanılmıştır. Görsele ilk bakıldığında, ABD Başkanı Donald Trump'ın oy oranının oldukça yüksek olduğu izlenimi oluşmaktadır. Grafik, teknik açıdan gerçek verilere dayansa da, sunum biçimi itibarıyla yanıltıcıdır. Çünkü infografikte yalnızca seçilmiş bir veri kümesi yer almakta; izleyiciyi bütün resmi görmeye yönlendirecek diğer önemli bilgiler görselleştirmeye dahil edilmemektedir. Daha dikkatli incelendiğinde ise, grafikte yalnızca Trump'ın kendi partisinden adayların verilerine yer verildiği, diğer parti mensuplarının ise bilinçli olarak dışarda bırakıldığı anlaşılmaktadır. Trump'a yakınlığı ile bilinen medya kanallarının sıklıkla başvurduğu bu manipülasyon türünde, veriler seçici biçimde kullanılarak, izleyicide eksik ya da çarpıtılmış bir algı oluşturulmasına neden olmaktadır.

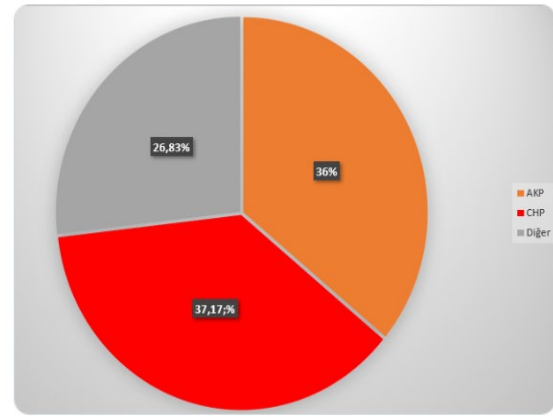
#### 4.4. Tek Boyutlu Alan Ölçeklemesi

Veri görselleştirmede sıklıkla yapılan hatalardan biri, tek boyutlu verilerin iki ya da üç boyutlu grafik öğeleriyle temsil edilmesidir. Özellikle daire grafiklerde ya da simge haritalarda (icon maps) sayıların temsil edilmesinde kullanılan şekillerin alanlarının doğru orantılı olmaması, izleyicide yanıltıcı bir algı oluşturmaktadır (Cairo, 2016; Tufte, 1983).

Şekil 7. Manipülasyon örneği



Şekil 8. Manipülasyon olmayan örnek



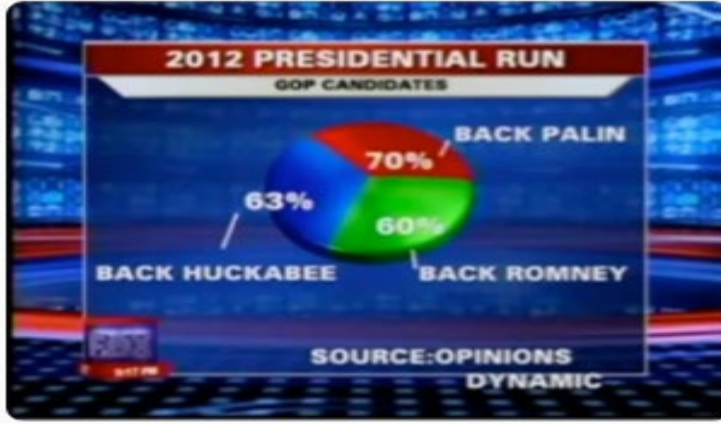
Şekil 7'de, Haberbıyotik.com adlı haber sitesinde 2024 Yerel Seçimleri sonrasında Türkiye genelindeki oy dağılımını yansıtan bir haber infografik yer almaktadır. Görsel incelendiğinde, sarı ve kırmızı renklerle temsil edilen alanlar arasındaki fark dikkat çekmektedir. Ayrıca, gri alan ile diğer renkli alanlar arasında ilk bakışta oldukça belirgin bir fark varmış gibi görünmektedir. Ancak, grafik üzerindeki sayısal veriler incelendiğinde, bu görsel farkın, gerçek oranları tam olarak yansıtmadığı anlaşılmaktadır. Bu durum, grafiksel temsilde orantısız ölçeklendirme nedeniyle izleyiciyi yanıltabilecek bir görselleştirme biçimine işaret etmektedir. Şekil 8'de ise aynı veri seti kullanılarak daha doğru ve dengeli bir şekilde tasarlanmış alternatif grafik sunulmuştur. Aradaki fark belirgin şekilde görülmektedir.

#### 4.5. Tutmayan Toplam

Özellikle pasta grafikleri ve yığılmış çubuk grafiklerde karşılaşılan bu manipülasyon türü, alt bileşenlerin oranlarının toplamının %100'ü geçmesi veya altında kalması durumudur. Görselleştirilen verinin oranlarının toplamının gerçek veriyi yansıtmaması, bilinçli ya da bilinçsiz şekilde grafiksel hata olarak ortaya çıkabilir. Ancak kasıtlı yapıldığında bu durum, veri çarpıtmanın açık bir örneğidir (Few, 2009).

Şekil 9’da, Fox News televizyonu tarafından yayımlanan bir infografik haber görseli yer almaktadır. 2012 yılı ABD başkanlık seçim sürecine ilişkin hazırlanan bu grafikte, manipülasyon unsurları dikkat çekmektedir. Grafikte sunulan oy oranları toplandığında, toplamın 100 yerine 193 çıktığı görülmektedir. Bu durum, verilerin yanlış hesaplandığını ya da kasıtlı olarak orantısız bir şekilde sunulduğunu göstermekte; izleyicide seçim sonuçlarına dair hatalı bir algı oluşturma riskini beraberinde getirmektedir.

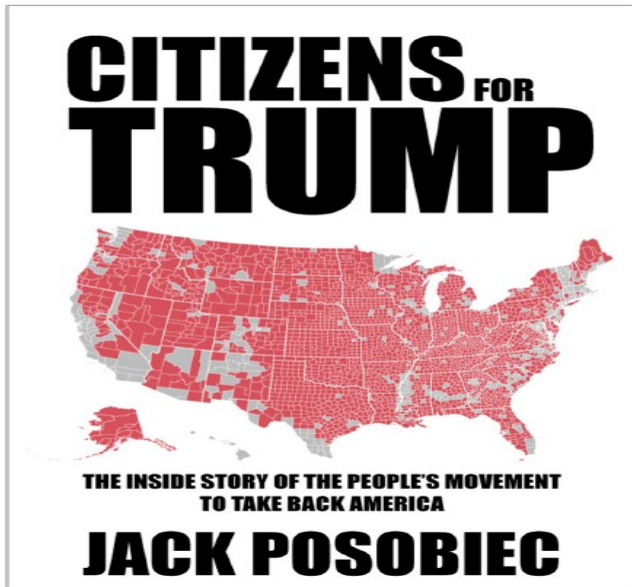
**Şekil 9.** Manipülasyon örneği



#### **4.6.Genel Kabulün Dışına Çıkmak (Yanlış Haritalandırma)**

Coğrafi veri temsili içeren haritalar, bilgi sunumunda güçlü araçlar olmakla birlikte, uygun ölçek kullanılmadığında veya sınırlar kasıtlı olarak değiştirilerek sunulduğunda manipülasyon riskini de beraberinde getirir. “Yanlış haritalandırma” (misleading mapping), verilerin politik, ekonomik ya da sosyal olarak anlamlı olmayan şekillerde sunulmasıdır. Örneğin, nüfus yoğunluğuna göre renklendirilmesi gereken bir haritada yalnızca yüzölçümü baz alınarak renk skalası kullanılması, bilgi çarpıtmasına neden olabilir. Benzer şekilde, idari sınırların keyfi biçimde değiştirilmesi ya da veri katmanlarının kasıtlı olarak eksik sunulması da bu tür manipülasyonlara örnektir (Few, 2009).

**Şekil 10.** Manipülasyon Örneği



Şekil 10'da ABD'de Fox News Televizyonu, Breitbart ve Infowars gibi iktidar yanlısı medya kuruluşlarında yayımlanmış bir haber infografiği yer almaktadır. Bu görselde kullanılan harita, standart veri görselleştirme kurallarına aykırı olarak, yoğunluğu göstermek amacıyla renk tonları arasında bir geçiş (örneğin koyudan açığa) sunmamaktadır. Cairo'nun (2016) da belirttiği üzere, kırmızı renk Cumhuriyetçileri, gri renk ise Demokratları temsil etmektedir. Ancak haritaya yüzeysel bir bakışla, Donald Trump'ın seçimleri büyük bir farkla kazandığı izlenimi edinilmektedir. Oysa söz konusu infografikte, ABD seçim sistemine özgü delegelik yapısı göz ardı edilerek, eyaletlerin nüfus yoğunlukları ile delege oylarının temsili bir arada ve yanıltıcı biçimde sunulmuştur (Cairo, 2012).

## 5. Metodoloji

Bu araştırmanın temel amacı, dijital habercilik ortamında yaygın biçimde kullanılan infografik haber içeriklerini, veri manipülasyonu potansiyeli bağlamında sistematik olarak incelemektir. Özellikle sayısal verilerin görsel biçimlerde sunulması yoluyla oluşturulan haber infografikleri, okuyuculara karmaşık bilgileri daha anlaşılır kılma işlevi görmekle birlikte, belirli görsel stratejiler aracılığıyla anlamın yönlendirilmesine de imkan tanımaktadır. Bu çerçevede çalışmanın odak noktası, infografik haberlerde yer alan grafiksel ve metinsel unsurların hangi görsel söylem stratejileriyle yapılandırıldığını, bu yapılandırma sürecinde hangi manipülasyon tekniklerinin kullanıldığını ve bunların okuyucu algısı üzerindeki potansiyel etkilerini ortaya koymaktır. Araştırmanın önemi, infografik habercilik pratiklerini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirerek, dijital medyada artan görsel içerik üretimiyle birlikte ortaya çıkan etik, epistemolojik ve iletişimsel sorun alanlarını görünür kılması bakımından öne çıkmaktadır. Veri görselleştirmelerinin sunduğu temsili gücün, yalnızca bilgi iletimine değil, aynı zamanda ideolojik konumlanmalara ve toplumsal algıların biçimlenmesine hizmet edebileceği varsayımı, bu araştırmanın gerekçesini oluşturmaktadır. Araştırmanın metodolojik çerçevesi, infografik habercilikte veri manipülasyonunu ortaya koyabilmek amacıyla betimsel analiz yöntemi üzerine inşa edilmiştir. Betimsel analiz, verilerin sistematik bir şekilde tanımlanması, işlenmesi ve yorumlanması süreçlerini kapsayan dört ana aşamadan oluşmaktadır: çerçeve kurma, verilerin tematik çerçeveye uygun biçimde işlenmesi, bulguların tanımlanması ve bu bulguların yorumlanması (Altunışık ve diğerleri, 2010). Bu süreçte temel amaç, toplanan verileri açıklayıcı kavramlar ve anlamlı ilişkiler bağlamında yorumlayarak, incelenen olguyu daha anlaşılır hale getirmektir. Bu çerçevede, infografik habercilik ve veri manipülasyonu konusundaki literatürde öne çıkan akademik çalışmalara dayanarak bir soru havuzu oluşturulmuştur. Söz konusu soru havuzu, araştırmanın problematiğiyle doğrudan ilişkili kuramsal çerçeveler ve kavramsal yaklaşımlar temel alınarak yapılandırılmıştır.

### 5.1. Veri Toplama Süreci

Araştırmanın veri toplama süreci, Türkiye'de dijital habercilik alanında infografik kullanımının yaygın olduğu çevrim içi haber platformlarının sistematik biçimde taranmasına dayanmaktadır. Bu bağlamda, amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak, infografik içerik üretiminde süreklilik gösteren ve haberlerinde infografik kullanımına özel bir kategori açan iki haber sitesi örneklem olarak belirlenmiştir: Habertürk.com (aylık ortalama 40 milyon ziyaretçi) ve Trthaber.com (aylık ortalama 11 milyon ziyaretçi) (Similarweb, 2025). Bu platformların seçilmesindeki temel kriterler; yüksek kullanıcı erişimine sahip olmaları, infografik içeriklere düzenli olarak yer vermeleri ve web sayfalarında bu içeriklere özel sekmeler aracılığıyla kullanıcıya sunmalarıdır. Veri toplama süreci, 1 Nisan 2025 ile 30 Nisan 2025 tarihleri arasında gerçekleştirilen bir tarama ile yürütülmüştür. Çalışma, belirlenen

zaman aralığı ile sınırlandırılarak, ilgili haber sitelerinde yayımlanan haber infografik içerikler incelenmiş ve yalnızca grafiksel öğelerle bütünleşik, bilgilendirme amacı güden ve veri temelli görsel sunum içeren haberler çalışmaya dahil edilmiştir. Görsel ya da tablo içerse de infografik formuna sahip olmayan, yalnızca dekoratif veya estetik görsellerle sınırlı kalan haber içerikleri örneklem dışı bırakılmıştır. Toplanan infografik haberler, önceden yapılandırılan analiz matrisi ve bu matrise bağlı olarak geliştirilen soru havuzu temel alınarak değerlendirilmek üzere veri setine dahil edilmiştir. Böylece araştırmanın veri seti, kuramsal çerçeveye uyumlu, içerik açısından temsili ve sistematik analiz yapılabilir nitelikteki infografik haberlerden oluşmuştur.

## 5.2. Veri Analiz Süreci

Araştırma, infografik habercilikteki manipülasyon unsurlarını ortaya koyabilmek amacıyla belirli kuramsal temellere dayanarak bir analiz çerçevesi oluşturmuştur. İlk olarak, Pinto’nun (2017) infografik haberlerde bulunması gereken sekiz temel nitelik seti, infografiğin işlevselliği, doğruluğu ve okuyucuya sağladığı bilgilendirici değerin belirlenmesinde yol gösterici olmuştur. Bu modelde açıklık, doğruluk, bütünlük, nesnellik, bağlamsallık, estetik değer, etkileşim ve kaynak belirtme gibi ölçütler öne çıkmaktadır. İkinci olarak, Kress ve van Leeuwen’in (2020) görsel anlatıların anlam üretiminde nasıl yapılandığını açıklayan göstergebilimsel modeli kullanılmıştır. Bu model, görsel öğelerin konumlandırılması, vurgulanan özneler ve bakış yönleri üzerinden metinsel hiyerarşi ve ideolojik mesajların nasıl üretildiğini anlamayı mümkün kılmaktadır. Kress ve van Leeuwen’in (2020) geliştirdiği görsel anlatı çözümleme modeli, görsellerin dilsel bir sistem gibi işlediği varsayımına dayanmaktadır. Bu modele göre her görsel, üç temel metafonksiyon aracılığıyla anlam üretir: temsili (ne gösterildiği), etkileşimsel (izleyiciyle kurulan ilişki) ve kompozisyonel (görselin düzenleniş biçimi). Bu üç düzlem, infografiklerde kullanılan semboller, renkler, yön okları ve ölçeklendirme biçimleriyle ideolojik anlamlar üretmektedir. Dolayısıyla bu model, infografiklerin yalnızca bilgi iletimi değil, aynı zamanda söylemsel ve ideolojik anlam inşası aracı olarak nasıl işlediğini çözümlemeye olanak sağlamaktadır. Üçüncü olarak, Cairo’nun (2016) veri görselleştirme bağlamında sıkça karşılaşılan manipülasyon türlerini sınıflandırdığı yaklaşım, bu çalışmada analiz edilen infografiklerin teknik olarak hangi yollarla yanıltıcı hale getirildiğini ortaya koymak açısından temel alınmıştır. Cairo’nun sınıflandırmasında; taban çizgisinin sıfırdan başlatılmaması, eksenlerin bilinçli olarak çarpıtılması, örneklem seçiminin yanlı yapılması (kiraz toplama), yanlış grafik türü kullanımı ve harita renklerinin yanıltıcı biçimde kullanılması gibi uygulamalar yer almaktadır. Son olarak, Wainer’ın (2016) "Görsel Yalanlar Stratejisi" adını verdiği model, özellikle haber grafiklerinde rastlanan görsel tuzakların sistematik biçimde nasıl kurulduğunu analiz etmeye olanak tanımaktadır. Bu kuramsal çerçeveler, çalışmada oluşturulan analiz matrisinin temelini oluşturarak infografik haberlerdeki olası manipülasyonları değerlendirmede bütüncül bir yaklaşım sağlamıştır. Belirtilen kuramsal çerçeveler doğrultusunda, infografik haber içeriklerinin incelenbilmesine olanak sağlayacak bir analiz matrisi geliştirilmiştir. Bu çerçevede, belirlenen infografikler, oluşturulan temalar ve soru havuzunda yer alan maddeler esas alınarak sistematik biçimde betimsel olarak analiz edilmiştir. Soru havuzunun oluşturulma süreci, konuya ilişkin kapsamlı bir alanyazın taraması doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Böylece, analizde kullanılan soruların hem bilimsel dayanaklara hem de uygulamaya yönelik geçerliliğe sahip olması hedeflenmiştir.

**Tablo 1.** Kuramsal Çerçeve Doğrultusunda Geliştirilen Analiz Matrisi

Tema	Değerlendirme Kriteri	Kuramsal Kaynak	Soru Örneği / İnceleme Alanı
Doğruluk ve Nesnellik	Bilgiler doğru mu, eksik ya da yanıltıcı veri var mı?	Pinto (2017), Cairo (2016)	Veriler kaynakla desteklenmiş mi? Eksen çarpıtması var mı?
Bağlamsallık	Görselleştirilen veri bağlamından koparılmış mı?	Pinto (2017), Cairo (2016)	Sunulan verinin hangi tarihe, konuma veya örnekleme dayandığı belirtilmiş mi?
Görsel Manipülasyon	Grafik türü uygun mu? Görsel sunum yönlendirici mi?	Cairo (2016), Wainer (2016)	Taban çizgisi sıfırdan başlıyor mu? Yanıltıcı renk veya sembol kullanımı mevcut mu?
Estetik ve Etkileşim	Tasarım unsurları bilgilendirici mi, yoksa dikkat dağıtıcı mı?	Pinto (2017)	Görsel öğeler hiyerarşik olarak düzenlenmiş mi? Etkileşim öğeleri (ikonlar, yönlendirmeler) var mı?
Kaynak Belirtme	Veriler hangi kaynaktan alınmış? Bu kaynak açıkça gösterilmiş mi?	Pinto (2017)	Verinin geldiği kurum, yıl vb. bilgisi yer alıyor mu?
İdeolojik Anlatı	Görsel anlatı belirli bir bakış açısını ön plana çıkarıyor mu?	Kress & van Leeuwen (2020)	Öne çıkarılan figürler, simgeler veya bakış yönleri belirli bir görüşü yüceltiyor mu?
Yanıltıcı Yorumlama	Grafik, görsel ya da metin izleyiciyi bilinçli olarak yanlış yönlendiriyor mu?	Cairo (2016), Wainer (2016)	Aynı veri daha tarafsız sunulabilir miydi? Alternatif grafik kullanımında sonuç değişir miydi?

Matris, veri görselleştirme ve medya temsilleri literatüründe öne çıkan manipülasyon biçimleriyle ilgili kuramsal yaklaşımların sentezlenmesi yoluyla yapılandırılmıştır. Bu kapsamda; görsel ölçekleme, veri seçimi ve dışlama, grafik türü kullanımı, bağlamdan koparma, renk ve sembol manipülasyonu gibi başlıca kategoriler belirlenmiş; her kategori altında gözlemlenebilir kriterler tanımlanmıştır. Söz konusu matris, infografiklerin içeriksel ve görsel açıdan betimsel olarak incelenmesine olanak tanırken, aynı zamanda nicel olmayan ancak sistematik bir çözümleme süreci için analitik bir çerçeve işlevi görmektedir. Böylece, analiz sürecinde öznel yorumun sınırlandırılması ve elde edilen bulguların kuramsal temellere dayalı olarak değerlendirilebilmesi hedeflenmiştir. Bu sayede, haber infografiklerinde yer alan görsel ve metinsel bileşenlerin ne ölçüde manipülatif unsurlar taşıdığı sistematik bir biçimde ortaya konmuş ve infografiklerin haber dilindeki rolü ile manipülasyon teknikleri arasındaki ilişki detaylı bir şekilde değerlendirilmiştir.

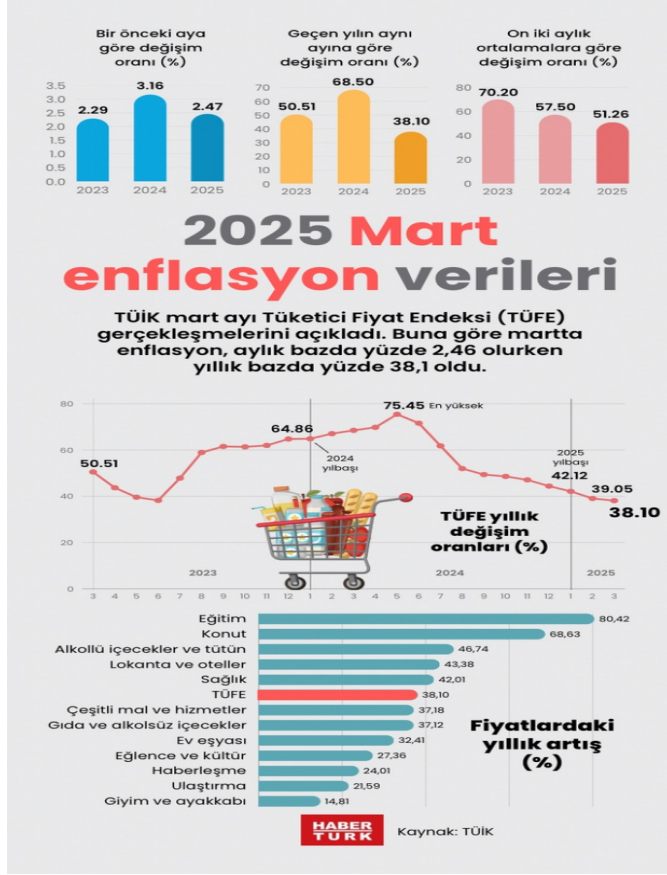
## 6. Bulgular

Bu çalışmada toplanan veriler, çeşitli görsel ve metinsel analiz yöntemleriyle incelenmiş; ulaşılan bulgular, veri görselleştirmelerinin doğruluğu, bağlamsallığı, görsel manipülasyon içeriği, estetik düzenlemesi ve ideolojik anlatı potansiyeli gibi boyutlarıyla değerlendirilmiştir.

### 6.1. Habertürk.com Analizi

Habertürk haber sitesinde yayımlanan toplam 20 infografik içerik incelenmiş; ancak görsel manipülasyonun belirli türlerine dair somut göstergeler taşıyan yalnızca 4 infografik detaylı analize dahil edilmiştir. Çalışmanın odak noktasını oluşturan nitelikli manipülasyon örneklerini ortaya koyabilmek adına kapsam, yalnızca 4 infografik üzerinden yürütülmüştür.

Şekil 11. 1 Nisan 2025 tarihinde yayınlanan haber infografik



Şekil 11’de gösterilen “2025 Mart Enflasyon Verileri” başlıklı bu infografik, yüzeyde teknik doğruluk ve görsel sadelik taşısa da, Cairo’nun (2016) veri görselleştirme manipülasyonları ve Pinto’nun (2017) infografik habercilik ilkeleri bağlamında değerlendirildiğinde, örtük biçimde yönlendirici bir yapıya sahiptir. TÜFE oranı olan %38,1 üç farklı grafikte tekrar edilerek görsel anlatının merkezine yerleştirilmiş, bu durum Cairo’nun tanımladığı “*görsel vurguyla algı yönlendirme*” biçimine karşılık gelmektedir. Aynı zamanda eğitim, konut ve alkol gibi daha yüksek fiyat artış oranlarına sahip kalemlerin alt sıralarda ve düşük görsel dikkatle sunulması, Pinto’nun “nesnellik” ve “bağlamsallık” ilkeleriyle çelişmektedir. Kress ve van Leeuwen’in (2020) göstergibilimsel modeline göre ise, renk kullanımı ve görsel yerleşim, dikkat odağını bilinçli biçimde TÜFE verisine yönlendirerek, diğer önemli bileşenlerin etkisini zayıflatmaktadır. Wainer’ın (2016) “*görsel yalanlar stratejisi*” kapsamında, aynı verinin çoklu sunumu, izleyicide güven ve doğruluk algısı oluşturarak daha sorunlu verilerin göz ardı edilmesine yol açmaktadır. Bu bağlamda, infografik yalnızca veri sunan bir araç değil, aynı zamanda ekonomik gerçekliği belirli bir çerçevede temsil eden yönlendirilmiş bir anlatı işlevi görmektedir.

Bu infografik, Türkiye’deki ikamet izni ile yaşayan yabancı nüfus verilerini sunduğu halde, sunum tarzı açısından belirli sorunlar barındırmaktadır ve bu durum Alberto Cairo’nun (2016) tartıştığı grafiksel manipülasyon biçimlerine karşılık gelir. Buna göre bir görselleştirme yalnızca doğru veri sunmakla değil, bu verileri bağlam içinde, dengeli ve şeffaf biçimde sunmakla yükümlüdür. Bu bağlamda, infografikte yalnızca belirli uyruklara (çoğunlukla Orta Asya, İran ve komşu ülkeler) yer verilmesi, yabancı nüfusun etnik ve coğrafi kompozisyonu

hakkında seçici bir algı yaratmakta ve diğer uyruklardan gelen göçmenlerin sayısal görünürlüğü bastırılmaktadır.

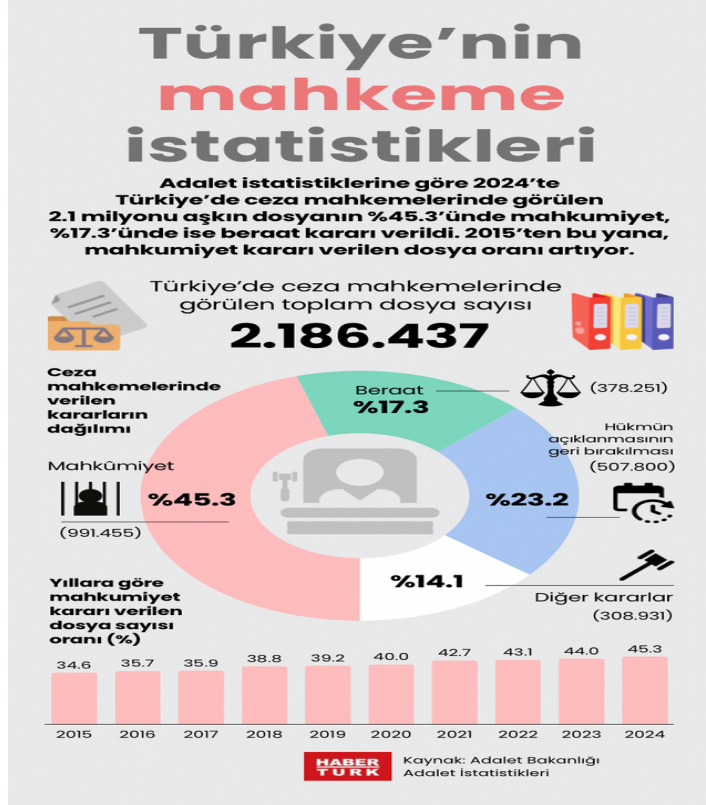
**Şekil 12.** 8 Nisan 2025 tarihinde yayınlanan haber infografik



Şekil 12’de yer alan “Türkiye’de ikamet eden yabancı sayısı” başlıklı infografik, metnin bağlamı açısından sorunludur. Renk ve kategori kullanımı açısından manipülasyon örneği olarak değerlendirilmektedir. Pinto’nun (2017) veri görselleştirmelerinde “çerçeveleme” (framing) etkisini incelediği çalışmalarında vurguladığı üzere, belirli kategorilerin öne çıkarılması ya da gizlenmesi, okuyucunun algısında belirli çıkarımları tetikleyebilir. Bu infografikte de hem renk kullanımı hem de kategori seçimi, bu etkiyi güçlendirmektedir. Ayrıca “Antalya’daki yabancı sayısı” grafiği bağlam açısından sorunludur. Her ne kadar zaman serisi sunulmuş olsa da, düşüşün nedeni açıklanmadığı için grafik Pinto’nun tanımladığı “bağlamdan kopukluk” problemine örnek teşkil eder. Pinto’nun çerçeveleme matrisine göre, bu görselleştirme, “*söylemsel çerçeveleme*” (discursive framing) yoluyla izleyicide belirli duygusal ve siyasi çağrışımlar yaratabilecek şekilde yapılandırılmıştır. Aynı zamanda, grafiksel sadelik izlenimi yaratılarak verinin yüzeyde kolay anlaşılır olduğu düşünülse de Cairo’nun uyardığı gibi, bu sadelik gerçekte karmaşık bağlamsal unsurların gizlenmesine neden olur; bu da “sade ama eksik anlatım” olarak değerlendirilir. Kress ve van Leeuwen’in (2020) modeline göre, renkler ve semboller yalnızca estetik öğeler değil, aynı zamanda kültürel ve ideolojik göstergelerdir. Grafiklerde kullanılan kırmızı, mavi veya gri tonları; sıcaklık, tehdit, güven veya tarafsızlık gibi çağrışımlarla izleyicide belirli duygusal tepkiler üretir. Bu durum, infografiklerin yüzeyde teknik doğruluk iddiası taşıırken, derin yapıda ideolojik konumlanmalar inşa etmesine olanak tanımaktadır. Dolayısıyla, bu infografik yalnızca bilgi sunma amacı taşımakla kalmayıp,

görsel yapılandırmalar ve veri seçimi üzerinden izleyicide belli bir göçmenlik algısı inşa etmeye katkı sağlayan bir manipülasyon örneğidir. Görselleştirmenin tarafsız sunumdan uzaklaştığı söylenebilmektedir.

**Şekil 13.** 15 Nisan 2025 tarihinde yayınlanan haber infografik



Şekil 13'te yer alan Habertürk tarafından yayımlanan "Türkiye'nin Mahkeme İstatistikleri" başlıklı infografik, 2024 yılına ait ceza mahkemesi kararlarına ilişkin sayısal verileri kamuoyuna sunarken, aynı zamanda grafiksel ve görsel düzenlemeler yoluyla belirli bir yargı söylemini yeniden üretmektedir. Bu bağlamda infografik, veri gazeteciliği kapsamında görsel temsilin nesnel veri aktarımının ötesine geçerek anlam inşasına hizmet ettiğini savunan temsil kuramları (Hall, 1997) ve medya söylem analizine dayanan kuramsal çerçevelerle okunabilir. Grafik, ceza mahkemelerinde görülen toplam 2.186.437 dosyanın %45,3'ünde mahkûmiyet kararı verildiğini ön plana çıkararak, bu oranı merkezde geniş bir renk bloğu (pembe) ile sunmakta ve görsel dikkat hiyerarşisini bu oranın lehine kurmaktadır. Buna karşılık beraat (%17,3) ve hükmün açıklanmasının geri bırakılması (%23,2) oranları daha düşük kontrastlı renklerle ve küçük tipografiyle verilmiş, böylece bu kararların algısal etkisi zayıflatılmıştır. Grafik, yıllara göre artan mahkûmiyet oranlarını görselleştirerek bu eğilimi dramatize etmekte; böylelikle yargı sisteminde giderek artan cezalandırıcı eğilimin kamusal bilinçte daha güçlü bir yer edinmesini amaçlamaktadır. Yıllara göre artan mahkûmiyet oranı ise bağlamsız şekilde verilerek sosyal, yasal veya kurumsal nedenler dışlanmış; "diğer kararlar" gibi açıklanmayan kategorilerle birlikte bu durum, verinin bütünlüğünü zedeleyen bir "gizleme" örneği oluşturmaktadır. Bu tür *seçici sunumlar*, kamuoyunun adalet sistemine ilişkin algısını yönlendirme potansiyeli taşıyan, dikkatli medya okuryazarlığı gerektiren manipülatif anlatılardır. Bu bağlamda infografikte *seçici veri sunumu*, *çerçeveleme (framing)*, *görsel baskınlık oluşturma* ve *renk temelli manipülasyon* gibi medya manipülasyon türlerinin izleri

sürülebilir. Dolayısıyla, görünürde teknik ve nesnel veri aktarımı izlenimi veren bu infografik, veri gazeteciliğinin sınırlarında yer almakta ve belirli bir söylemi görsel olarak inşa ederek okuyucunun algısını yönlendiren bir medya söylemine dönüşmektedir. Bu durum, izleyicinin adalet sistemine dair algısını sistematik biçimde yönlendirme potansiyeline sahiptir ve dolayısıyla infografik aracılığıyla gerçekleştirilen örtük bir manipülasyon biçimi olarak değerlendirilmelidir.

**Şekil 14.** 22 Nisan 2025 tarihinde yayınlanan haber infografik



Habertürk'ün yayınladığı Şekil 14'te verilen bu infografik, 2013-2024 yılları arasında ülkelerin yapay zekâ yatırımlarını görselleştirirken veri sunumu yoluyla izleyici algısını yönlendiren çeşitli manipülasyon biçimleri içermektedir. Grafik, belirli ülkeleri öne çıkararak (özellikle ABD ve Çin), diğer pek çok ülkeyi dışarda bırakarak *seçici veri sunumu* yoluyla manipülasyon yapılmıştır. Bu da küresel yatırım dağılımı hakkında eksik ve yanıltıcı bir izlenim oluşturabilmektedir. Pasta grafik biçimindeki alan kullanımı, özellikle ABD'nin yatırımlarını abartılı biçimde vurgularken, renk seçimleri (ABD için mavi, Çin için kırmızı) izleyicide politik ve duygusal çağrışımlar uyandırabilecek şekilde düzenlenmiştir. Daire alanlarının görsel etkisi, sayısal değerlerden daha baskın hale gelerek orantısız bir güç algısı yaratabilir (örneğin, ABD'nin 471 milyar \$ yatırımı Çin'in 119 milyar dolar yatırımından daha büyük olsa da, grafiksel alan farkı aşırılaştırılmıştır). Ayrıca görseldeki yerleşim ve hiyerarşi, ABD'nin merkeze alınarak görsel üstünlük kazanmasına neden olurken, metinlerde kullanılan söylem de bu liderlik algısını pekiştirir. Kaynak olarak yalnızca "AI Index Report" ifadesine yer verilmesi ise bilginin şeffaflığı ve doğrulanabilirliği açısından yetersizdir. Tüm bu unsurlar, görselin yalnızca bilgi sunma amacı taşımadığını, aynı zamanda veri yoluyla ideolojik bir çerçeve kurduğunu ve izleyicide belirli bir dünya görüşünü yerleştirmeye çalıştığını göstermektedir. "Son 10 yılın yapay zeka yatırımları" ifadesi büyük puntolarla sunulmuş ve ABD'nin liderliği metinle de

desteklenmiştir. Bu tür anlatım, haberin görselleştirmeyi destekleyici şekilde retorik bir üstünlük çerçevesi kurmasına neden olabilmektedir. Bu infografik, bilgi aktarımı kadar algı yönlendirme potansiyeli taşıyan unsurlar içermektedir. Görselin dili ve kurgusu, veri temelli bir nesnellik iddiası taşısa da, seçimler yoluyla stratejik bir anlatı inşa edilmiştir. Dolayısıyla, infografik hem bilgi iletimi hem de ideolojik çerçeveleme işlevi görmektedir. Bu durum, medyadaki infografiklerin nesnellikten uzaklaştırılabileceğine ve izleyici üzerindeki algı gücünün yüksek olduğuna işaret etmektedir (Cairo, 2012; Tufte, 1983).

### **Trthaber.com Analizi**

TRT Haber’de belirtilen tarihler arasında toplamda 22 infografik haber yayınlanmıştır. Bu infografikler içeriksel ve görsel boyutlarıyla, yapılandırılmış bir analiz matrisine dayalı olarak incelenmiştir. İncelemeler sonucunda, infografiklerin büyük çoğunluğunun belirtilen ilkelerle büyük ölçüde örtüştüğü, ancak 2 örnekte manipülasyona işaret eden unsurların bulunduğu saptanmıştır. Tespit edilen bu sorunlu yapılar, kuramsal çerçeve ışığında ayrıntılı biçimde tartışılmıştır.

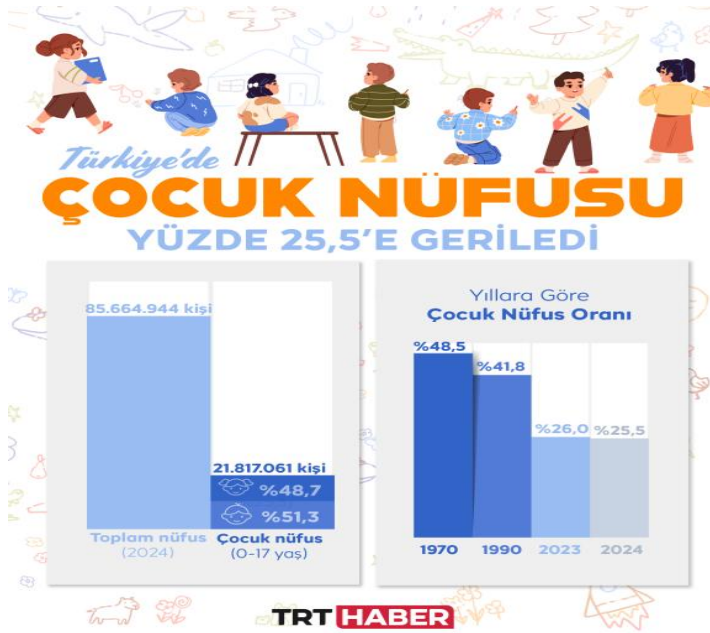
### **Şekil 15.** 5 Nisan 2025 tarihinde yayınlanan haber infografik



Şekil 15'te belirtilen TRT Haber'in "Tekstil Çöplükleri Oluşuyor" başlıklı infografiği, küresel tekstil atığına dikkat çekmek amacıyla hazırlanmış çevre temalı bir görselleştirme örneğidir. Cairo'nun tanımladığı "görselleştirme yoluyla yönlendirme" türlerinden biri olan "bağlamdan koparma" bu infografikte dikkat çekmektedir. Örneğin, Çin'in 22 milyon ton, ABD'nin 17 milyon ton, AB'nin 6,95 milyon ton tekstil atığı ürettiği verisi sunulmuş; ancak bu sayısal veriler görsel olarak ölçekli karşılaştırma içeren bir grafikte değil, yalnızca simgesel ikonlar ve bağlantı çizgileriyle aktarılmıştır. Bu sunum, sayısal farkların algısal büyüklüğünü bulanıklaştırmakta, okuyucunun ülkeler arasındaki farkı doğru değerlendirmesini zorlaştırmaktadır. Bu durum, Cairo'nun (2016) uyardığı gibi, verinin teknik olarak doğru olsa bile grafiksel sunumunun yanıltıcı bir algı oluşturabileceğini gösterir. Ayrıca Kress ve van Leeuwen'in (2020) görsel söylem çözümlemesi yaklaşımına göre, bir infografikteki unsurların yerleşimi, renk yoğunluğu ve bakış yönü, izleyicinin dikkati üzerinde belirleyici rol oynamaktadır. Görselde hangi unsurun merkezde, hangisinin çevrede konumlandığı; bilgiye yönelik algısal hiyerarşiyi ve dolayısıyla ideolojik yönlendirmeyi belirler. Bu bağlamda grafikte,

belirli bir veri grubunun ön plana çıkarılması veya geri planda bırakılması, temsili düzeyde bir anlam önceliği yaratmaktadır. Pinto (2017) infografiklerde doğruluk, bağlamsallık ve açıklık ilkelerini öne çıkarır. Bu infografikte 215 trilyon litre su kullanımı ve 15 bin kimyasal maddeden bahsedilmekte, fakat bu rakamların yıllık mı, sektör geneline mi yoksa sadece üretim aşamasına mı ait olduğu açıklanmamıştır. Yani bağlam eksikliği, verinin yorumlanmasını zorlaştırmaktadır. Aynı zamanda bu yüksek rakamların infografikte dikkat çekici ikonlarla sunulması, duygusal etkiyi artırarak algı yönetimi yaratmaktadır. Görsel hiyerarşide, atık kovasına atılan kıyafet ikonları ve büyük puntuyla yazılan "92 milyon ton" metni merkezi konuma yerleştirilmiştir. Bu yerleşim, dramatik bir çevre krizi imajı üretmekte, izleyiciyi görsel merkezdeki semboller üzerinden duygusal olarak etkilemektedir. Bu, görsel merkezin ideolojik mesaj üretme işleviyle örtüşmektedir. Sayısal verilerin harita üzerinde yerleştirilme biçimi, ölçekli bir grafik yerine simgesel sunum tercih edilerek verilmiştir. Örneğin Çin'in atığı ABD'den daha fazla, bunu gösteren görsel alan veya ölçek farkı bulunmamaktadır. Bu da Wainer'ın (2016) uyardığı "ölçek eksikliğiyle yanıltma" biçiminde tanımladığı görsel manipülasyon türüne örnektir.

**Şekil 16.** 19 Nisan 2025 tarihinde yayınlanan haber infografik



Şekil 16'da yer alan Trthaber.com sitesinde yayınlanan "Türkiye'de Çocuk Nüfusu Yüzde 25,5'e Geriledi" başlıklı haber infografik, ilk bakışta TÜİK verilerine dayalı istatistiksel bir sunum gibi görünmekle birlikte, yanıltıcı veri görselleştirme teknikleri, infografik haber ilkeleri, görsel göstergebilim modeli ve Görsel Yalanlar Stratejisi temelinde incelendiğinde çeşitli yönlendirme biçimleri içeren görsel çerçeveleme unsurları barındırmaktadır. İnfografikte sunulan grafiklerden biri, 2024 yılında toplam nüfusa oranla çocuk nüfusunun (0-17 yaş) mutlak sayısını ve oranını göstermektedir. Diğerleri ise çocuk nüfus oranının yıllara göre değişimini sunmaktadır. Ancak Cairo'nun uyardığı üzere, bu tarz görsellerde *eksensel çarpıtma* ve *bağlam eksikliği* riskleri oluşabilir. Gerçekten de grafiklerde çocuk nüfus oranının düştüğü vurgulanmakla birlikte, doğurganlık oranları, göç dinamikleri ya da yaşlı nüfusun artışına dair hiçbir bağlamsal açıklama yapılmamış, bu da Pinto'nun "bağlamsallık" ve "doğruluk" ilkeleriyle çelişmektedir. Yıllar arası azalış yüzdesel olarak dramatize edilse de

grafik eksenleri sıfırdan başlatılmadığı için düşünüş daha çarpıcı görünmektedir. Bu durum Cairo’nun tanımladığı “*görsel abartma*” (*visual exaggeration*) biçimine örnek teşkil eder. Görsel anlatı analizine göre, grafiklerin yerleşimi ve kullanılan renkler de anlam yönlendirmesine hizmet etmektedir. Özellikle 1970’teki %48,5 oranı koyu mavi ile verilmişken, 2024’teki %25,5 oranı soluk bir renk tonuyla sunulmuştur. Bu renk farklılığı, çocuk nüfus oranının “önemini yitirdiği” şeklinde görsel bir mesaj üretmektedir. Aynı zamanda başlıkta yer alan “Yüzde 25,5’e Geriledi” ifadesi büyük puntuyla sunularak izleyicide alarmist (kaygı uyandırıcı) bir algı oluşturulmakta, bu da Wainer’ın (2016) “duygusal etkili vurgular” stratejisiyle örtüşmektedir.

### **Sonuç ve Tartışma**

Bu araştırma, dijital habercilik bağlamında infografik temsillerin, haberin nesnel veri aktarımına hizmet eden araçlar olmanın ötesine geçerek, söylemsel anlam üretiminde aktif rol oynayan iletişimsel yapılar olduğunu ortaya koymuştur. Giriş bölümünde öne sürülen temel varsayım, infografiklerin yalnızca bilgiyi sadeleştiren araçlar olarak değil; aynı zamanda verinin seçimi, sunumu ve çerçevelenmesi yoluyla izleyici algısını yönlendiren potansiyel manipülasyon alanları olarak işlev gördüğüdür. Betimsel analizle desteklenen bulgular, bu varsayımı doğrular nitelikte olup, infografiklerin medya içeriklerinde tarafsızlık ve nesnellik ilkeleriyle çelişen biçimsel ve içeriksel stratejilerle üretildiğini göstermektedir. Araştırmanın örneğini, 1-30 Nisan 2025 tarihleri arasında TRT Haber ve Habertürk’ün dijital platformlarında yayımlanmış infografik içerikler oluşturmaktadır. Bu tarih aralığında toplamda 42 infografik haber analiz edilmiştir. Söz konusu içeriklerin 6’sında manipülasyon yapıldığı görülmektedir. Özellikle bağlamdan koparma, eksen ve ölçek çarpıtması, seçici veri sunumu ve görsel hiyerarşi yoluyla algı yönlendirme gibi yöntemlerin sistematik olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu tekniklerin yüzeyde nesnel veri sunumu izlenimi oluşturmalarına rağmen, özünde belirli bir anlatıyı ya da ideolojik pozisyonu destekleyecek biçimde tasarlandığı görülmüştür. Pinto’nun (2017)) infografik haberciliğe ilişkin öne sürdüğü “doğruluk, bağlamsallık, nesnellik, açıklık” gibi temel ölçütlerin sıklıkla ihlal edildiği bulgusu, infografiklerin çoğunlukla haberciliğin etik ilkelerinden uzak biçimde üretildiğine işaret etmektedir. Kress ve van Leeuwen’in (2020) görsel anlatının söylemsel yapısını çözümlen göstergebilimsel yaklaşımı çerçevesinde yapılan analizler, infografiklerde kullanılan renk paletleri, grafik düzenlemeleri, bakış yönleri ve figüratif tercihler gibi unsurların, yalnızca estetik tercihler değil; aynı zamanda anlam üretiminde stratejik rol oynayan göstergeler olduğunu ortaya koymuştur. Bulgular, Kress ve van Leeuwen’in (2020) çok modlu söylem çözümleme modelinde belirtildiği üzere, görsel temsillerin ideolojik anlam inşasında aktif bir rol oynadığını ortaya koymuştur. Bu sonuç, Kress’in (2010) çok modlu iletişim kuramı ve Machin’in (2014) görsel ideoloji analizleriyle de uyumlu biçimde, infografiklerin tarafsız bilgi aktarımından ziyade söylemsel bir yeniden üretim alanı olduğunu göstermektedir. Görsel temsillerin biçimsel sadelik ve teknik doğruluk perdesi arkasında, çoğu zaman örtük ideolojik yönlendirmeler barındırdığı saptanmıştır. Bu bağlamda Wainer’ın (2016) “görsel yalanlar stratejisi” kavramsallaştırması da, özellikle grafik tasarım yoluyla üretilen yanıltıcı algı biçimlerinin analizinde aydınlatıcı bir çerçeve sunmuş; verinin teknik olarak doğru fakat temsil açısından manipülatif kullanımı vakalarında açıklayıcı bir analitik araç işlevi görmüştür. Elde edilen bulgular, dijital habercilikte infografiklerin yalnızca veri sunumu aracı değil, aynı zamanda medya söyleminin yeniden üretildiği stratejik iletişim formları olduğunu göstermektedir. Özellikle ekonomik göstergeler, göç olgusu ya da adalet sistemi gibi politik

hassasiyet taşıyan temalarda, infografiklerin görünüşte tarafsız veri temsili sunarken, aslında seçici veri kullanımı ve görsel yönlendirme yoluyla belirli anlam rejimlerini yeniden ürettiği görülmüştür. Bu durum, girişte dile getirilen “veri temelli nesnellik” iddiasının, dijital habercilik pratiklerinde infografik temsiller aracılığıyla söylemsel olarak kırılabileceğine yönelik kuramsal sorgulamayı güçlendirmektedir. Buna bağlı olarak, dijital habercilik ortamında infografiklerin etik sorumluluk çerçevesinde yeniden ele alınması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Veri gazeteciliği, teknik beceri setinin ötesinde; bilgi üretimi, temsil ve dolaşımı süreçlerinde politik-ideolojik bağlamlara duyarlı olunmasını zorunlu kılan bir meslek pratiği olarak değerlendirilmelidir. Görselleştirme sürecinde yapılan tercihler yalnızca görsel estetiği değil, aynı zamanda izleyicinin algı çerçevesini biçimlendiren söylemsel araçlardır. Bu yönüyle, infografiklerin biçimsel olarak estetik, içeriksel olarak ise yönlendirici yapılar üretmesi, dijital habercilikte nesnellik ilkesinin sınırlarını ciddi biçimde tartışmaya açmaktadır. Yapılan çalışmalar da bu tartışmalara önemli katkılar sunmaktadır (Yalman, 2024). Çalışmanın bulguları, medya kullanıcılarının yalnızca temel medya okuryazarlığı ile değil; aynı zamanda görsel ve veri okuryazarlığı gibi daha ileri düzey okuryazarlık biçimleriyle donatılmasının gerekliliğine işaret etmektedir. Bu bağlamda, medya tüketicisinin eleştirel refleks geliştirmesi, dijital çağda dezenformasyonla mücadele ve demokratik bilgi dolaşımının sürdürülebilirliği açısından kritik önemdedir. Sonuç olarak, bu araştırma infografiklerin dijital medya ortamında yalnızca anlatı kolaylaştırıcı araçlar değil; aynı zamanda ideolojik anlam üreticileri olarak işlev gördüğünü ortaya koymakta; infografik habercilik pratiklerinin medya söyleminin yeniden üretiminde nasıl stratejik biçimde kullanıldığını göstermektedir. Bu durum, veri gazeteciliği alanında yalnızca teknik doğruluk değil, aynı zamanda etik temsiliyet, bağlamsal bütünlük ve söylemsel sorumluluk gibi ilkelerin merkezde olması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, bu manipülasyonların her zaman bilinçli ve kasıtlı bir yönlendirme amacı taşıdığı varsayılmamalıdır. Görselleştirme sürecinde görev alan gazeteciler ya da grafik tasarımcılar, çoğu zaman veri gazeteciliği ve görsel temsil konusunda özel bir eğitim almamış bireyler olabilmekte; dolayısıyla farkında olmadan, bilinçsiz biçimde yönlendirici infografikler üretebilmektedir. Özellikle zaman baskısı, görsel sadelik arzusu ya da estetik öncelikler gibi pratik gerekçelerle yapılan tercihler, etik ve söylemsel sonuçları yeterince değerlendirilmeden uygulanabilmektedir (Tufekci, 2018). Ancak bu durum, ortaya çıkan temsillerdeki yönlendirme etkisini ortadan kaldırmadığı gibi, görsel manipülasyonun haber içeriğine olan etkisini de hafifletmemektedir. Dolayısıyla, manipülasyonun kasti olup olmamasından bağımsız olarak, infografiklerin okuyucunun veriye dayalı gerçekliği algılama biçimini şekillendirdiği; kimi zaman yanıltıcı, bağlamdan kopuk ya da abartılı çıkarımlara zemin hazırladığı gerçeği değişmemektedir (Yalman, 2025). Bu nedenle infografik üretim sürecinin yalnızca teknik bir tasarım faaliyeti olarak değil; aynı zamanda etik, epistemolojik ve söylemsel sorumluluk taşıyan bir iletişim pratiği olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, infografik üretiminde görev alan medya profesyonellerinin veri okuryazarlığı, görsel okuryazarlık ve medya etiği konularında eğitilmesi büyük önem taşımaktadır. Aynı şekilde, medya kullanıcılarının da infografik içeriklere eleştirel bir gözle yaklaşabilmesi, bu tür görsel yönlendirmelerin etkisini sorgulayıp değerlendirebilmesi, demokratik ve şeffaf bilgi dolaşımı açısından temel bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır. Bilinçli ya da bilinçsiz biçimde üretilen görsel manipülasyonların etkisinin azaltılması, ancak üretici ve tüketici taraflarında eşzamanlı olarak geliştirilecek farkındalık süreçleriyle mümkün olacaktır (Yalman, 2025). Bu çalışmanın bulguları, medya kullanıcılarının yalnızca temel medya okuryazarlığına sahip

olmalarının yeterli olmadığını; aynı zamanda görsel okuryazarlık ve veri okuryazarlığı gibi daha ileri düzey okuryazarlık biçimleriyle donatılmasının zorunlu olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, infografiklerin üretiminde etik sorumluluklar göz ardı edilmemelidir. Görsel ve veri manipülasyonları, ister kasıtlı ister bilinçsiz olsun, izleyiciyi yanıltma riski taşımaktadır. Medya profesyonellerinin doğruluk, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkeleri doğrultusunda hareket etmeleri, haberin güvenilirliğini ve kamuoyunun doğru bilgiye erişimini sağlamada temel bir gerekliliktir. Ayrıca, medya kullanıcılarının eleştirel okuryazarlık becerileriyle bu tür manipülasyonları fark edebilmesi, etik ihlallerin etkisini azaltmada önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, hem üreticilerin hem de tüketicilerin etik farkındalıklarının artırılması, dijital haberciliğin kalitesini yükseltecek ve toplumun bilgiye olan güvenini güçlendirecektir.

## Kaynakça

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2010). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Anderson, A. S. M. (2018). Social Media Use in 2018. Erişim adresi: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>
- BİNARK, F., & Bayraktutan, G. (2013). Ayın karanlık yüzü yeni medya ve etik.
- Bounegru, L., Chambers, L., & Gray, J. (2012). The data journalism handbook. European Journalism Centre. Erişim adresi: <https://ejc.net/resources/the-data-journalism-handbook-1>
- Boyles, J. L. (2021). What Is Data Literacy? Journalism Research That Matters, 167. <https://doi.org/10.1093/oso/9780197538470.003.0009>
- Bradshaw, P. (2017). Data journalism. In The Online Journalism Handbook (pp. 250-280). Routledge.
- Cairo, A. (2012). The Functional Art: An introduction to information graphics and visualization. Berkeley, CA: New Riders.
- Cairo, A. (2016). The truthful art: Data, charts, and maps for communication. Berkeley, CA: New Riders.
- Çelenk, S. (2008). Başka bir iletişim mümkün. İstanbul: IPS Vakfı Yayınları.
- D'ignazio, C., & F. Klein, L. (2020). Seven intersectional feminist principles for equitable and actionable COVID-19 data. *Big data & society*, 7(2), 2053951720942544. <https://doi.org/10.1177/2053951720942544>
- Dağ, P. (2020). Dünyada ve Türkiye'de: veri gazeteciliği!. Erişim adresi: <https://medium.com/@pinardag/dunyada-ve-turkiyede-veri-gazetecili-i-4e2a4703d074>
- Deuze, M. (2008). The changing context of news work: Liquid journalism for a monitorial citizenry. *International journal of Communication*, 2, 18-18.
- Few, S. (2009). Now you see it: simple visualization techniques for quantitative analysis. Analytics Press.
- Friendly, M. (2008). The golden age of statistical graphics. *Statistical Science*, 502-535. <https://doi.org/10.1214/08-STS268>
- Geray, H., & Aydoğan, A. (2010). Yeni iletişim teknolojileri ve etik. Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel (der.), Televizyon Haberciliğinde Etik, Ankara: Fersa Matbaacılık, 305-321.
- Gynnild, A. (2019). Visual journalism. The international encyclopedia of journalism studies, 1-8. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0274>
- Hall, S. (1997). Other. Representation: Cultural representations and signifying practices, 2, 223.
- Harrower, M., & Brewer, C. A. (2003). ColorBrewer. org: an online tool for selecting colour schemes for maps. *The Cartographic Journal*, 40(1), 27-37. <https://doi.org/10.1179/000870403235002042>
- Howard, A. B. (2014). The art and science of data-driven journalism.
- Kayser-Bril, N., Valeeva, A., & Radchenko, I. (2016). Transformation of communication processes: Data journalism. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1605.01956>
- Kirk, A. (2019). Data visualisation: A handbook for data driven design.
- Knaflig, C. N. (2015). Storytelling with data: A data visualization guide for business professionals. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2020). Reading images: The grammar of visual design. Routledge.
- Meyer, A. D. (1991). Visual data in organizational research. *Organization science*, 2(2), 218-236. <https://doi.org/10.1287/orsc.2.2.218>
- Pangrazio, L., & Selwyn, N. (2018). "It's not like it's life or death or whatever": Young people's understandings of social media data. *Social Media+ Society*, 4(3). <https://doi.org/10.1177/2056305118787808>
- Pavlik, J. V. (2013). Innovation and the future of journalism. *Digital journalism*, 1(2), 181-193. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666>
- Pinto, J. C. (2017). The relevance of digital infographics in online newspapers. *European Scientific Journal*, Special edition, (ISSN 1857-7881), 428-434. <https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n10p%25p>

- Rogers, R. (2009). The end of the virtual: Digital methods (Vol. 339). Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.5117/9789056295936>
- Saka, E. (2019). Türkiye’de internet. Türkiye internet tarihi. İstanbul: Alternatif Bilisim Derneği, 4-71. Erişim adresi: <https://ekitap.alternatifbilisim.org/pdf/turkiye-internet-tarihi.pdf>
- Segel, E., & Heer, J. (2010). Narrative visualization: Telling stories with data. *IEEE transactions on visualization and computer graphics*, 16(6), 1139-1148. <https://doi.org/10.1109/TVCG.2010.179>
- Similarweb. (2025). Erişim adresi: <https://www.similarweb.com/tr/top-websites/turkey/>
- TDK. (2025). Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>
- Tong, J., & Zuo, L. (2021). The inapplicability of objectivity: Understanding the work of data journalism. *Journalism Practice*, 15(2), 153-169. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1698974>
- Tufekci, Z. (2018). It’s the (democracy-poisoning) golden age of free speech. *Wired*, 16(01), 2018. Erişim adresi: <https://www.wired.com/story/free-speech-issue-tech-turmoil-new-censorship/>
- Tufte, E. R. (1983). The visual display of. Quantitative Information, 13.
- Wainer, H. (2016). Truth or truthiness: distinguishing fact from fiction by learning to think like a data scientist. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781316424315>
- Yalman, A. (2024). Veri gazeteciliği ve veri manipülasyonu. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Yalman, A. (2025). Dijital çağda veri gazeteciliği: manipülasyon riskleri, güvenilirlik ve uygulamalı bir veri okuryazarlığı analizi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 20(1), 186-216. <https://doi.org/10.17550/akademikincelemeler.1589747>
- Zeller, F. (2022). The good, the bad, and the how-to of analysing. The SAGE Handbook of Social Media Research Methods, 363. Erişim adresi: <http://researchrepository.napier.ac.uk/Output/3088238>
- Zinderen, A. (2021). Veri gazeteciliğinde görsel hikâye anlatımı: Haberde görselleştirme ve infografik tasarım üzerine bir göz izleme çalışması. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(3), 1861-1877. <https://doi.org/10.33206/mjss.909606>