

DEZENFORMASYONLA MÜCADELEDE KAMUSAL STRATEJİLER: İLETİŞİM BAŞKANLIĞI BÜLTENLERİ ÜZERİNDEN NİTEL BİR ANALİZ

Public Strategies for Combating Disinformation: A Qualitative Analysis of the Directorate of Communications' Bulletins

Gökhan DEMİREL¹

¹Muş Alparslan Üniversitesi, e-mail: g.demirel@alparslan.edu.tr

ORCID ID: GD: 0000-0002-6252-8383

DOI: 10.69999/emedi.1796987

E-ISSN: 3023-4115

MAKALE BİLGİLERİ	ÖZET
Makale Bilgisi Makale Türü: Araştırma Makalesi Geliş Tarihi: 04.10.2025 Kabul Tarihi: 13.10.2025 Yayın Tarihi: 26.12.2025 Anahtar Kelimeler: Medya, Dezenformasyon, Kitle İletişimi, İletişim Başkanlığı, Dezenformasyon Bülteni	Gazeteciliğin temel işlevi doğru, güvenilir ve objektif bilgi akışını sağlamak olmakla birlikte günümüzde özellikle haber iletiminde bu ilkenin ihlal edilebildiği gözlemlenmektedir. Yanlış ve yanıltıcı bilgilerin bilinçli şekilde yayılması dezenformasyona yol açmakta ve bu durum bireylerin doğru bilgiye erişimini engelleyerek toplumsal algıları yönlendirmektedir. Dijital çağın getirdiği hız, dezenformasyonun üretim, yayılım ve etki gücünü önemli ölçüde artırmıştır. Bu durum bilgiye erişim hakkını tehdit etmekte ve demokratik toplum düzeninin sürdürülebilirliğini riske atmaktadır. Dezenformasyonun toplum üzerindeki etkileri ve bu etkilerle mücadele stratejileri giderek daha kritik hâle gelmektedir. Bu çalışmada, Türkiye İletişim Başkanlığı tarafından kurulan ve devlet nezdinde resmîyeti kabul edilen Dezenformasyonla Mücadele Merkezi'nin yayınladığı "Dezenformasyonla Mücadele Rehberi" baz alınmıştır. Çalışma, haberlerin teyit veya onaylanmasına değil, mevcut haberlerin dezenformasyon kategorilerine göre sistematize edilmesine ve dezenformasyonun en fazla yapıldığı kategorinin ortaya konmasına odaklanmaktadır. Rehberde yer alan dezenformasyon türleri doğrultusunda, Türkiye'de 1 Ocak 2025-30 Haziran 2025 tarihleri arasında yayımlanmış dezenformasyon bültenleri incelenmektedir. Araştırmada nitel içerik analizi ve söylem çözümlemesi karma yöntem olarak birlikte kullanılmıştır. Bültenlerde yer alan tüm dezenformasyon içerikleri tür ve tematik dağılımlarına göre kodlanmış; ardından örnek haberler amaçlı örneklem seçim yöntemiyle söylem çözümlemesine tabi tutulmuştur. Elde edilen bulgular, dezenformasyonun kitleler üzerindeki etkilerini ortaya koymanın yanı sıra mevcut mücadele stratejilerinin işlevselliğini değerlendirmeyi ve medya okuryazarlığını güçlendirmeye katkı sunmayı amaçlamaktadır.

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Article Information Article Type: Research Article Received: 04.10.2025 Accepted: 13.10.2025 Published: 26.12.2025 Keywords: Media, Disinformation, Mass Communication, Directorate of Communications, Disinformation Bulletin	While the fundamental function of journalism is to provide an accurate, reliable, and objective flow of information, it is observed that this principle is frequently compromised in contemporary contexts, particularly in the dissemination of news. The intentional dissemination of false or misleading information leads to disinformation, which hinders individuals' access to accurate information and manipulates public perceptions. The speed of the digital age has significantly amplified the production, circulation, and impact power of disinformation. This situation threatens the right to access information and jeopardizes the sustainability of democratic society. The effects of disinformation on society and the strategies developed to counter these effects are becoming increasingly critical. This study is based on the Disinformation Combat Guide published by the Disinformation Combat Center, which was established by Turkey's Directorate of Communications and formally recognized at the state level. Rather than focusing on the verification or approval of news, the study concentrates on systematizing existing news according to disinformation categories and identifying the category in which disinformation occurs most frequently. In line with the disinformation types outlined in the guide, disinformation bulletins published in Turkey between January 1, 2025, and June 30, 2025, were examined. The research employs a mixed-method approach, combining qualitative content analysis with discourse analysis. All disinformation content in the bulletins was coded according to type and thematic distribution; subsequently, sample news items were subjected to discourse analysis through random sampling. The findings aim not only to reveal the effects of disinformation on the masses but also to evaluate the effectiveness of current counter-strategies and to contribute to strengthening media literacy.

GİRİŞ

Kitle iletişim araçları, kamuoyunu bilgilendirmekle yükümlü teknolojik aygıtlardır. Bu aygıtlar, yapıları gereği geniş ve farklı kitlelere yayın yapabilme özelliğine sahiptir. Bu yayınların temel içeriğini bilgi, haber ve eğlence oluşturur. Bilgi, sosyal bir varlık olan insan için oldukça önemlidir. Gündelik yaşamın akışı ve geleceğe yönelik planlamalar büyük ölçüde bu bilgi üzerinden şekillenir. Örneğin, hava durumu bültenleri sayesinde bireyler günlerini planlayabilmektedir. Bu, kitle iletişim araçlarının sunduğu haberlerde doğruluk ilkesinin büyük bir önem taşıdığını göstermektedir. Başka bir ifadeyle, bu araçlar tarafından aktarılan bilgilerin toplumda güven duygusunu zedelemeyecek ölçüde doğru ve güvenilir olması beklenmektedir. Böylece, kitle iletişim araçlarının hem misyonlarını hem de etik ilkelere bağlılıklarını ortaya koyduğu söylenebilir.

Bu akışın bozumu ise dezenformasyonu ortaya çıkartmaktadır. Özellikle dijitalleşmeyle birlikte medyanın merkezîyetçiliğinin değişmesi, haber veya içerik üretiminin birey bazlı bir forma dönüşmüş olması, bilginin doğruluk bağlamında akışkanlığını bozmaya başlamış ve dezenformasyonun hızla yayılma ortamını yaratmıştır. Dezenformasyonu gerçek dışı olan ve bir kişiye, toplumsal gruba, kuruma veya ülkeye zarar vermek amacıyla kasıtlı olarak üretilen bilgi olarak tanımlayan Wardle ve Derakhshan (2017, s. 20)'e göre yalan haber üzerine üç kavram birbiriyle karıştırılmaktadır. Bunlar; gerçek dışı olan ancak zarar verme amacı taşımadan yayılan bilgi ile gerçeklere dayanan ancak bir kişiye, kuruma veya ülkeye zarar vermek amacıyla kullanılan bilgidir. Bu üç bilgi bozumu arasındaki farkın ise bilinç, doğruluk ve niyet faktörlerinde yattığı ifade edilebilir. Ancak yine de bilgi çarpıtılması veya düzensizliği mevcuttur.

Yanıltıcı, uyduruk bağlamından koparılmış; temelinde ayrımcılık ve nefret söylemi olan de-

zenformasyon ve türlerinin hem bireyin hem de kitlenin karar verme süreçlerini etkilediği ifade edilebilir. Toplumsal bağlamda büyük bir zarar ortaya koyan manipülatif ve özellikle de provakatif içerikler, kitlesel kriz anlarında, kolektif hassasiyetin olduğu dönemlerde daha fazla etkili olmaktadır. Öyle ki bu içerikler özellikle kişi veya kurumları itibarsızlaştırmak, zarar vermek veya yanıltmak amacıyla yapılmaktadır. Bennett vd.'lerine (2018, s. 125) göre itibarsızlaştırma stratejileri büyük oranda sosyal medya üzerinden yürütülmekte ve yayılmaktadır. Hatta içerikleri bazen belgelenmiş olaylarla karıştırılarak gerçeklik algısı güçlendirilmeye çalışılmaktadır.

Dijital medyanın, geleneksel medya kodlarını, yöntemlerini ve gazetecilik pratiklerini devre dışı bırakarak hızlı bir biçimde işlemeye olanak tanınması, dezenformasyonun geniş kitlelere yayılmasında etkili bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, medya ve kurumlara duyulan güvenin zedelenmesi, dezenformasyonun en önemli olumsuz sonuçlarından biri olarak ifade edilebilir. Bunu engellemek adına çeşitli teyit/doğrulama/önleme mekanizmalar inşa edilebilir. Cumhurbaşkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Başkanlığı [DMM]¹ dezenformasyonun olumsuz etkilerine karşı alınabilecek önlemlere karşı kurulan bir birim olarak önemli çalışmalar yapmaktadır. Türkiye'de kamuoyunun büyük bir kesimini ilgilendiren, gündem olan veya kriz yaratan haberlerin belgelerle doğrulanmış biçimlerini düzenli aralıklarla oluşturduğu bültenlerle ortaya oyan DMM' dezenformasyona karşı etkin bir mücadele ortaya koymaktadır.

Bu çalışma kapsamında dezenformasyonun kitlesel etkileri ortaya konulmakta; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi [DMB] tarafından yayımlanan "Dezenformasyonla Mücadele Rehberi"nin 1 Ocak–30 Haziran tarihleri arasındaki sayıları analiz edilerek dezenformasyonun nasıl çerçe-

[1] "Cumhurbaşkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Başkanlığı" ifadesi bundan sonra metinde DMM olarak geçecektir.

velendiği ve hangi temalar etrafında yoğunlaştığı incelenmektedir. Özellikle ekonomik, politik veya toplumsal kriz dönemlerinde yaygın biçimde görülen bu tür içeriklerin, doğru bilgiye erişimi kısıtladığı ve zorlaştırdığı dikkate alındığında, çalışmanın medya uzmanları, akademisyenler, kamu yetkilileri, bürokratlar ve politika yapımcılar için bir rehber niteliğinde olması ve dezenformasyonla mücadelede etkili stratejiler geliştirilmesine yardımcı olunması amaçlanmaktadır.

Hem kurumsal hem de bireysel düzeyde medya okuryazarlığının teşvik edilmesi ve artırılması ile birlikte, sahte ve yanıltıcı bilgilere karşı toplumsal farkındalık ve bilinç düzeyinin yükseltilmesine yönelik yapılabilecek çalışmalara dikkat çekmek de bu çalışmanın hedefleri arasında yer almaktadır.

Kitle İletişiminde Gelenekselden Dijitale Dönüşüm

Kitle iletişim araçları, geleneksel yapılardan bugün çok başka bir boyuta evrilmişlerdir. Üretim, tüketim özellikle de hiyerarşik yapılar katmanlı ve karmaşık bir sistemden nispeten basit bir biçime evrilmişlerdir. Toplumun geniş bir kesimine hızlı ve etkili enformasyon (haber, bilgi ve eğlence) sağlayan bu araçlar radyo, televizyon ve gazete olarak kabul edilmişlerdir. Severin ve Tankard (2014, s. 18)'a göre kitle iletişim süreci, kamusal iletilerin geniş, heterojen ve anonim kitlelere eşzamanlı olarak aktarılması sürecidir. Bu süreç, genellikle, geleneksel anlamda, kurumsal yapılar aracılığıyla yürütülmektedir. Bu yapıların sağlıklı işleyişi, toplumsal fayda adına hayati önem taşımaktadır, zira yaş, kültür ve cinsiyet ayrımı olmadan genel bilgilendirme yapmak üzere işlev görürler. Demografik ayrımlar yapmadan genel hitap biçimi; kitle iletişim araçlarını, uzun yıllar boyunca insan duygusu, duyu ve düşüncelerini etkileyen, toplumsal yapıyı değiştiren araçlar olarak kullanılmalarının önünü açmıştır. McLuhan (2013), kitle iletişiminde aracın önemine vurgu yaparak, "araç mesajdır" ifadesini kullanmıştır. Bir iletişim aracının

etkisinin yalnızca taşıdığı mesajda değil, aynı zamanda insan ilişkileri ve toplumsal yapıları üzerindeki dönüştürücü gücüyle de ilişkili olduğu vurgulamıştır. Bu bağlamda McLuhan'ın yaklaşımı, dijital çağın dezenformasyon sorunlarını anlamada da önemlidir; zira günümüzde aracın kendisi, mesajın biçimini ve güvenilirliğini dönüştürmektedir. Sosyal medya mecralarında bilginin doğruluğundan ziyade dolaşım hızı öne çıkmakta, bu da McLuhan'ın aracın mesaj üzerindeki belirleyici etkisine yönelik tespitlerini çağdaş bir bağlama taşımaktadır. Diğer bir ifadeyle kitle iletişim araçlarının ilettikleri mesajın içeriği kadar, bu araçların bireylerin yaşamlarına kattığı etki ve dönüşüm de aynı ölçüde önemlidir.

Kitle iletişim araçlarının bu bağlamda, özelde bireyin genelde ise toplumun değişiminde öncü olduğu bugün en büyük araç, hiç şüphesiz dijital medya olmuştur. Dijital medya tüm geleneksel iletişim kodlarını değiştirmiş veya dönüştürmüştür. Baran (2013)'nın izleyicilerle paylaşımlı anlam oluşturma süreci olarak tanımladığı kitle iletişimi, dijital medya ile açıkça görülebilmektedir. İnternet temelli dijital medya, her ne kadar temelde geleneksel medya kod ve adımlarını kullanıyor olsa da ondan çok daha geniş, hızlı ve etkili bir süreç oluşturmıştır. Vivian (2014, s. 6) tarafından geniş, heterojen ve coğrafi olarak dağılmış kitlelere yöneltilen, geri bildirimin sınırlı olduğu, tek yönlü ve kurumsal bir iletişim süreci olarak tanımladığı kitle iletişim biçimi, geçerliliğini büyük oranda yitirmiştir. Hem geleneksel hem de dijital medyanın Vivian'ın da vurguladığı üzere en ortak özelliklerinden biri olan teknoloji, tüm iletişim sürecinde devrimsel nitelikler kazandırmıştır. Kitle iletişimi, öncelikle merkezîyetçilikten ve kurumsal bir yapıdan bağımsız da yapılabilir hale gelmiştir. İletişim sürecinde mesajın muhatabı alıcı, gönderici karşısında oldukça etkin bir konuma gelmiştir. Dijital medyanın geleneksel medyadan bir diğer önemli farkı heterojen bilgi aktarımı zorunluluğunun ortadan kalkmış olmasıdır. Artık dijital medya aracılığıyla

la bireysel düzeyde yayınlar yapılabilen ve bu yayınlar, niş hedef kitlelere doğrudan ulaşabilecek şekilde seçilebilmektedir. Bu noktada, eleştirel söylem çalışmalarında vurgulanan (van Dijk, 2008; Fairclough, 1995) güç ve ideoloji ilişkileri, dijital mecralarda da kendini yeniden üretmektedir. Bilginin üretim ve dolaşımında dilin iktidarla kurduğu ilişki, dezenformasyonun yalnızca teknik bir iletişim sorunu değil, aynı zamanda söylemsel bir inşaa süreci olduğunu göstermektedir.

Geleneksel kitle iletişim modeli uzun süre geçerliliğini korumuş olsa da internetin yaygınlaşmasıyla birlikte bireylerin içerik üreticisine dönüştüğü, azdan çoğa iletişimin mümkün olduğu yeni bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu dönüşümü Castells (2009, s. 55), "kitlevi öz-iletişim" kavramı olarak tanımlamaktadır. Burada bireyin hem mesaj üreticisi hem de alıcısını belirleyen aktör olduğu, buna rağmen küresel erişim sağlayabildiği bir iletişim biçimine işaret edilmektedir. Ancak Castells'in bu kavramsallaştırması, dezenformasyonun bireysel üretim düzeyinde meşruiyet kazanabileceği yeni bir iletişim ortamına da işaret etmektedir. Katılımcı yapının demokratik potansiyeli kadar, yanlış bilginin yayılımını hızlandıran bir boyutu da vardır. Tüketici olarak birey, üretici karşısında haberin içeriğine, değiştirilmesine geribildirimlerle anında müdahale ederek aktif bir konuma gelmiştir. Bu yeni iletişim biçimi, dijital medyanın geleneksel medyadan ayrıştığı temel özelliklerden biri olarak dikkat çekerken, dönüşüm; doğal olarak bilginin üretim ve yayılım sürecinde yer alan gazetecilik pratiklerini de etkilemiştir. Haber, özellikle hız ve erişim açısından yüksek bir ivme kazanmış; bu durum, manipülatif ve provokatif içeriklerin yayılma dinamiklerini yeniden şekillendirmeye başlamıştır. Habercilikte dijitalleşme, doğruluk, sorumluluk ve etik bağlamında yeni tartışmaların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu bağlamda, çalışmanın literatürdeki konumu; dijitalleşmenin katılımcı yapısının, aynı zamanda dezenformasyonun yayılımını kolaylaştıran bir

ekosistem yarattığı yönündeki eleştirel perspektife dayanmaktadır.

Haber ve Dezenformasyon Üretiminde Dijitalleşmenin Etkisi

Haber, kitlesel bir bilgi akışı olarak, bireyin toplumsal konumunu belirtmek, sosyal olarak kimliğini inşa etmek üzere zorunlu olduğu bir veri sistemidir. Yüksel ve Gürçan (2005, s. 4), haberin bireyin yaşadığı, tanık olduğu veya merak ettiği bilgi, duygu ve düşünceleri başkalarına aktarma ihtiyacından doğduğunu iddia etmektedir. Dijitalleşme, insani bu ihtiyacı sınırsız, zamansız ve denetimsiz bir alana taşımıştır. Kitlenin büyük bir kısmını doğrudan etkileyen ve olağanının dışında gerçekleşen olaylara dair bilgi veren habercilik eylemi, diğer ifadeyle gazetecilik, aynı zamanda tepki oluşturmak ve duygusal olarak etkilemek amacıyla da yapılmaktadır.

Haber üretiminde ve yayılımında, gazeteciler tarafından salt bu amacın merkeze alınması, "gerçeklik" kavramıyla ilgili tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Zira dijitalleşmenin sağladığı olanaklar yalan, yanlış ve teyide muhtaç içeriklerin dolaşımını arttırmıştır. Yalan haberler; izleyicilerin ilgilerini çekmek, duygusal tepki uyandırmak veya onları yanıltmak amacıyla gerçek habermiş gibi sunulan kasıtlı yanlış bilgiler içeren içerikler (Weedon ve diğerleri, 2017, s. 5) olarak kabul edilirler. Dezenformasyon olarak nitelendirilebilecek bu tür bilgiler, günümüzde ciddi sorunlara ve krizlere yol açmakta; toplumsal panik ve güvensizlik ortamı yaratmaktadır. Dolayısıyla ister sosyal medya ister geleneksel medya aracılığıyla olsun, haber üretimi ve aktarımı süreci, etik ilkelere ve sorumluluklara bağlı kalmak zorundadır. Birçok mesleğin aksine gazetecilik, yasal bir lisans gerektirmese de kamuoyunun güvenine en fazla ihtiyaç duyan mesleklerden biri olduğu ifade edilebilir. Güven ise ancak ve ancak gazetecilerin etik ilkelere bağlı kalması koşuluyla sürdürülebilirdir (Dugan, 2016, s. 801). Haber ve bilgi kamuoyunu ilgilendiren olaylarla doğrudan ilişkili olduğu için bu

içeriklerin doğru, açık ve tarafsız olması, kitlenin güvenini zedelemeyecek olması büyük önem taşımaktadır. Özellikle de kamu yararının gazeteciler tarafından gözetilmesi oldukça önemlidir. Zira gazetecilik, yasama yürütme ve yargıdan sonra denetleme vazifesiyle dördüncü kuvvet olarak kabul edilmektedir.

Denetim vazifesi, gazeteciliğin kamu yararı- nı ve toplumsal faydayı korumasını, gerektiğin- de kamu kurum ve kuruluşları gerçek, tarafsız bir yaklaşımla yine kamu yararı adına denet- lemesini gerektirmektedir. Bu yaklaşım, hem toplumsal olarak gazeteciler üzerinden oluşan beklentinin hem de gazetecilerin ve gazeteci- liğin etik ilkelere göre davranmasının önemini ortaya koymaktadır. Zira Baydar (2011, s. 66)'a göre gazetecilik yalnızca bilgi aktarmakla sınırlı olmayan; kamu yararını gözetken, güçlü kişi ve kurumları sorgulama, toplumu bilgilendirme ve hesap verebilirliği sağlama sorumluluğunu da taşıyan bir görevdir. Her ne kadar medya ticari bir yapı içinde faaliyet gösterse de gazetecilerin asıl meşruiyeti, topladıkları bilgileri doğru, adil ve sorumlu bir biçimde kamuoyuna sunmaları; kamu adına denetim işlevi görmeleri ve top- lumsal saydamlığı sağlamalarıyla mümkündür. Özellikle kamusal yayıncılık alanında sağlıklı bil- gi akışı, gündelik yaşamın düzeni açısından kritik bir rol oynar. Bunun tam aksi yönde etik ilkele- rin ihlali ise hem meslek itibarını hem de güveni zedeler. Ne var ki dijital medya ile birlikte artan haber içeriği üreten kullanıcı sayısı ve bununla ilişkili geniş paylaşım ortamı, gazetecilik etik ilke ve sorumluluklarının, birçok kişi tarafından göz ardı edilmesine ya da kendilerini gazetecilik pra- tiklerinden bağımsız saymalarına yol açmakta- dır. Craig (2015, s. 19), bloglar, gazetecilik yayın- ları, sosyal medya ve diğer çevrimiçi platformlar aracılığıyla her gün gazetecilik ile ilgili bilgi ve deneyim paylaşımları yapıldığını belirtmektedir. Özellikle sosyal medya ve geniş kitlelere hitap eden internet siteleri, gazetecilik sorumluluk- larının kamuoyuna açık biçimde tartışılmasına zemin hazırlamaktadır. Zira gazetecilerin, üst-

lendikleri görevin temel amaç ve misyonuna göre, kamuoyuna karşı görev sorumlulukları bulunmaktadır. Hiç şüphesiz doğru, tarafsız ve objektif bilgi aktarımı bu kapsama girmektedir.

Dezenformasyon, insanları etkilemek mev- cut toplumsal çatışmaları körüklemek, genel bir kafa karışıklığı ve bilgi felci ortamı yaratmak gibi hedefler barındırmaktadır (Bennett ve Livingst- on, 2021, s. 3). Dijitalleşme, dezenformasyo- nun geleneksel gazetecilik denetim, kontrol ve pratiklerinden sıyrılarak geniş çapta yayılma olanağı bulmuştu. Bu durum aynı zamanda de- zenformasyonun sosyal medyada hızla yayıl- masına neden olmaktadır. Üstelik bu içerikler, doğruluğu teyit edilmeden birçok kullanıcı ta- rafından paylaşıldığında, kartopu etkisiyle daha geniş kitlelere doğru bilgiymiş gibi ulaşabilmek- tedir. Arslan (2022, s. 110) bu durumu duygus- al gerçeklik ile ilişkilendirmektedir. Ona göre sosyal medyada bir bilginin çok sayıda kişi ta- rafından paylaşılması, bireylerde "bu kadar çok paylaşıldıysa doğrudur" algısını oluşturmakta ve bilgi, doğruluğu sorgulanmadan yayılmaya baş- lamaktadır. Bu durum, dezenformasyonun yay- gınlaşmasında kamu sorumluluğu bilinci ve etik ilkelerin ne denli belirleyici olduğunu açıkça or- taya koymaktadır. Gazetecilerin gazetecilik fa- aliyetleri kapsamında ürettikleri haberlere karşı sorumluluklarının bilincinde olmaları, dezenfor- masyonun üretilmesi ve yayılmasında dikkatli davranmaları gerektiği anlaşılmaktadır.

Medya ve iletişim teknolojileri, günümüzde bilginin kolay erişilebilir olmasına zemin hazırla- mıştır. Birey temelli içerik üretimi yaygınlaşmış ve her internet kullanıcısı potansiyel bir haber üreticisine dönüşmüştür. Starr'a (2021, s. 68) göre, bilgiye erişimin hem genişlemesi hem de hız kazanması, ifade özgürlüğü ile kamusal tar- tışma için daha geniş imkânlar sunmuştur. Bi- rey, kişisel aygıtlar ve internet erişimi sayesinde sınırsız bilgiye ulaşabilmiş ve daha önce benzeri görülmemiş düzeyde bir hesaplama ve iletişim gücüne sahip olabilmiştir. Bireysel kullanıcıla-

rın içeriklerinin ulusal sınırları aşacak genişliğe ulaşması, bu içeriklerin aynı zamanda geleneksel medyaya kıyasla denetlenmesini de oldukça zor hale getirmektedir. Özellikle bireysel içerik üreticilerinin gazetecilik pratiklerinden ve etik ilkelerden yoksun biçimde hareket etmeleri ile bu konudaki bilgi eksiklikleri bu sorunu derinleştirmektedir. Bennett ve Livingston'a (2018, s. 124) ile Öztürk'e (2022, s. 503) göre dezenformasyon yalnızca kasıtlı, yanıltıcı ve manipülatif haberlerden ibaret değildir; stratejik aldatmacalar yoluyla güvenilir bilgi akışında meydana gelen sistematik bozulmaları da ifade etmektedir. Dezenformasyon, yalnızca hukuki bir mesele değil; bilgiye şeffaf erişim ve gazetecilik mesleğinin gelişimiyle de doğrudan ilişkilidir. Gazetecilik sorumluluğundan kopuk, teyitsiz, eksik veya yanlış bilgilerin sırf sosyal medyada daha fazla etkileşim almak amacıyla üretilip yayılması, bireyin gerçeklik algısını doğrudan etkileyerek, kamusal söylemin bozulmasına, toplumsal düzeyde dezenformasyonun yayılmasına, manipülasyona ve kutuplaşmanın derinleşmesine yol açtığı (Yıldırım ve Yolcu, 2022, s. 65) ifade edilebilir. Bu durum, özellikle toplumun gündelik hayatın olağan akışının dışına çıkan olaylar karşısında duygusal, gergin, panik, tedirgin ve endişeli olduğu dönemlerde daha da belirgin hâle gelmektedir.

Dezenformasyonla mücadelede en büyük etken, gazetecilik mesleğinde sorumluluk bilincinin varlığıdır. Ancak bugün medyanın kamu yararını gözetme, kurumları şeffaflık adına denetleme, dezenformasyonu engelleme sorumluluğundan bütünüyle koptuğu ve bizzat dezenformasyonu üreten ve yayan bir aktöre dönüştüğü görülmektedir. Dolayısıyla dezenformasyonla mücadele yalnızca haber ve haber-ciler bağlamıyla değil; aynı zamanda buna dair politikaların, demokratik yaklaşımların, kültür oluşumu ve mücadele tekniklerinin geliştirilmesiyle de ele alınmalıdır.

İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Bültenleri

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi tarafından 05.08.2022 tarihinde kuruluşu duyurulan Dezenformasyonla Mücadele Merkezi, İletişim Başkanı Fahrettin Altun'a göre "Ülkemize karşı yürütülen sistematik dezenformasyon kampanyalarına karşı" oluşturulmuştur (İletişim Başkanlığı, 2022).

Dezenformasyonla Mücadele Merkezi'nin resmi internet sitesinde (<https://dbis.iletisim.gov.tr>) güncel dezenformasyon haberleri ile bunların doğrulanmış ya da yalanlanmış halleri yer almakta; ayrıca İletişim Başkanlığı web sayfasında (<https://www.iletisim.gov.tr/turkce/dezenformasyon-bulteni>) merkezin yayımladığı günlük dezenformasyon bültenlerine ulaşılabilir. Belli aralıklarla ve düzenli olarak yayımlanan bu bültenler, PDF formatında olup herkes tarafından okunabilir, incelenebilir ve indirilebilir niteliktedir. Web sitesinde yapılan açıklamaya göre, Dezenformasyon Bildirim Sistemi'ne (DBS) gelen bildirimler ve uzman değerlendirmeleri sonucunda doğruluğu tespit edilen pek çok yalan haber, yayımlanan dezenformasyon bültenleri ile İletişim Başkanlığı ve Dezenformasyonla Mücadele Merkezi'nin sosyal medya hesapları üzerinden kamuoyuyla paylaşılmaktadır.

Kamu otoritelerine, toplumsal yapılara ve bireysel sosyal sağlığa ciddi zarar verme potansiyeli taşıyan dezenformasyon içerikleriyle etkin biçimde mücadele etmek amacıyla kurulan Dezenformasyonla Mücadele Merkezi ve yayımlanan bültenler; kamu kurumları ve devletlerin dezenformasyonla mücadeleye verdiği önemi göstermekte ve kamusal fayda ile toplumsal işleyiş açısından doğru bilginin önemini vurgulamaktadır.

Yalnızca yalan, çarpıtılmış ve teyitsiz bilgi akışını durdurmakla kalmayıp, aynı zamanda bu tür içeriklerin üretilmesini önlemeyi de amaç-

layan bu merkezler, kamu yararını gözeten kamusal iletişim süreçlerinde rol üstlenen yapılar olarak faaliyet göstermektedir.

Bu bağlamda dezenformasyonla mücadelenin yalnızca bilginin doğrulanması ile sınırlı olmadığı, aynı zamanda bu bilginin kurumsal güvenceyle de desteklenerek, toplumsal bilinçle korunması gerektiği ortaya konmuştur. Bu amaçla yürütülen çalışmaların, demokrasinin gereği olarak bilginin korunması ve güçlendirilmesi açısından dikkate değer olduğu söylenebilir.

Çalışmanın Amacı ve Yöntemi

Bu çalışma, dijitalleşmenin hızlandırdığı bilgi dolaşımının dezenformasyonun üretim ve yayılım süreçleri üzerindeki etkilerini analiz etmeyi ve bu süreçlerin bireyler, toplum ve kurumlar üzerindeki yansımalarını çok katmanlı bir yaklaşımla değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Çok katmanlı yaklaşım ile dijital dezenformasyonun hem yapısal (haber içeriklerinin biçimsel özellikleri) hem söylemsel (dil, vurgu, temsil biçimleri) hem de toplumsal (kurumsal ve ideolojik bağlamlar) düzeylerde incelenmesi hedeflenmiştir. Böylece çalışma, tek bir analitik boyuta indirgenmeyen, birbirini tamamlayan üç düzlemde değerlendirilmiş olacaktır. Kitle iletişim araçlarının gündelik yaşamın örgütlenmesindeki belirleyici rolünden hareketle, bu mecralar üzerinden yayılan yanlış ya da yanıltıcı bilgilerin toplumsal algılar üzerindeki etkileri, sadece sayısal yoğunluklarıyla değil, aynı zamanda ideolojik söylem stratejileri üzerinden de incelenmiştir.

Araştırmanın kuramsal çerçevesi, medya söylemlerinin toplumsal güç ilişkileriyle iç içe geçtiğini savunan eleştirel söylem çözümlemesi yaklaşımına dayanmaktadır. Özellikle van Dijk (2008, s. 55) ve Fairclough'un söylem-güç-ideoloji ilişkisini açıklayan kuramlarından yararlanılmıştır. Söylemin sadece dilsel bir yapı değil, aynı zamanda toplumsal normları, kimlikleri ve otoriteyi inşa eden bir pratik olduğu kabul edil-

miştir. Söylem çözümlemesi kapsamında analiz, kelime seçimi, vurgu, metafor kullanımı, aktör temsilleri ve söylemsel stratejiler düzeyinde gerçekleştirilmiştir. Böylece medya metninin ideolojik alt yapısının dilsel araçlar üzerinden nasıl kurulduğu ortaya konmuştur.

Yöntemsel olarak araştırma, nitel bir paradigma içinde tasarlanmış ve iki tamamlayıcı yöntem birlikte kullanılmıştır: nitel içerik analizi ve eleştirel söylem çözümlemesi. İçerik analizi, dezenformasyon bültenlerinde yer alan içeriklerin türlerine, tematik alanlarına ve sıklıklarına göre sistematik biçimde kodlanarak örüntülerin betimlenmesine olanak sağlamıştır. Bu analiz Krippendorff'un (2004, s. 18) içerik çözümlemesi yaklaşımı doğrultusunda yürütülmüş, verilerin geçerli ve tekrarlanabilir biçimde sınıflandırılması hedeflenmiştir. Krippendorff'un yaklaşımının temelde nicel yönelimli olması, bu çalışmada yöntemin betimsel sistematığının nitel analize sürecine uyarlanmıştır. Böylece içeriklerin tematik örüntüleri ve anlam kümeleri öncelikli olarak değerlendirilmiştir.

Bununla birlikte, seçilen örnek içerikler üzerinden gerçekleştirilen söylem çözümlemesi, medya metninin arkasında yatan ideolojik çerçeveyi, haber metnlerinde tercih edilen dilsel stratejileri ve temsil biçimlerini ortaya koymayı hedeflemiştir. Söylem çözümlemesi, nitel içerik analizinden elde edilen örüntülerin anlam haritasını derinleştirmek ve içeriklerin toplumsal bağlam içindeki etkilerini görünür kılmak için kullanılmıştır. Bu iki yöntemin birlikte kullanımı, birinin nicel betimleyici gücünü, diğeri nitel yorumlayıcı kapasitesiyle tamamlamak üzere kurgulanmıştır.

Araştırma verisi olarak, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'na bağlı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (DMM) tarafından yayımlanan dezenformasyon bültenleri esas alınmıştır. Bu bültenlerde yer alan haber içerikleri, öncelikle nitel içerik analizi ile kategorize edilmiş, ardından her kategoriden amaçlı seçilen bir örnek

söylem çözümlemesine tabi tutulmuştur. Toplamda 208 haber incelenmiş, bunlar arasından araştırmacı tarafından, DMM bültenlerinde yer alan içeriklerden hareketle belirlenen dezenformasyon kategorilerinin her birini temsilen altı örnek seçilmiştir. Dolayısıyla her bir örnek, belirli bir dezenformasyon türünü temsil etmektedir. Bu sınırlı örneklem, araştırmacının nitel doğası gereği derinlemesine çözümlemeye imkân tanımakta; ancak bulguların genellenebilirliğinin sınırlı olduğu kabul edilmektedir. Bu bağlamda örnekleme yöntemi, “amaçlı örnekleme” yaklaşımına dayanmaktadır.

Bu araştırmanın temel amacı, sadece dezenformasyonun türsel sınıflandırmasını yapmak değil, aynı zamanda bu içeriklerin nasıl bir söylemle sunulduğunu, hangi aktörleri hedef aldığını ve hangi toplumsal algıları yeniden ürettiğini anlamaktır. Araştırma, elde edilen bulgular üzerinden medya okuryazarlığı ve stratejik iletişim politikaları bağlamında çıkarımlar yapılabilecek bir çerçeve sunmaktadır; ancak bu çıkarımlar politika önerisi niteliği taşımamakta, betimleyici ve analitik bir düzlem sunmaktadır. Elde edilen sonuçların, dezenformasyonun medya söyleminde nasıl inşa edildiğine dair literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini, 1 Ocak 2025 ile 30 Haziran 2025 tarihleri arasında Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından yayımlanan dezenformasyonla mücadele bültenleri oluşturmaktadır. Söz konusu tarih aralığı, çalışmanın güncelliğini koruması ve analiz edilen içeriklerin kamuoyu tarafından hatırlanabilirliğini artırması açısından tercih edilmiştir. Bu dönemde toplam 21 adet dezenformasyon bülteni yayımlanmış olup, bu bültenlerde toplam 208 farklı dezenformasyon haberi yer almıştır.

Araştırmada, bültenlerde yer alan dezenformasyon içerikleri, haberin yapısı, amacı ve etkisi dikkate alınarak araştırmacı tarafından belirle-

nen altı tematik kategori altında sınıflandırılmıştır. Bu çerçevede, her bir kategori için amaçlı örneklem yöntemiyle birer haber seçilmiş ve böylece toplam altı haber üzerinden derinlemesine nitel çözümleme gerçekleştirilmiştir. Örneklem seçiminde hem içerik çeşitliliği hem de temsil gücü gözetilmiş, her bir örneğin ilgili kategoriyle anlamlı bir ilişki kurmasına özen gösterilmiştir. Bu yöntem, çalışmanın sınırlılıkları kapsamında temsiliyetin sağlanmasına olanak tanımış ve söylem çözümlemesi ile nitel içerik analizinin tutarlılıkla yürütülmesini mümkün kılmıştır.

Araştırma Bulguları ve Analizler

Dezenformasyon; temelde bilgi ya da haber olarak değerlendirilebilecek, kitle iletişim araçları aracılığıyla yayılan her türlü enformasyonun, kamuoyunu yanıltmak ve yönlendirmek amacıyla bilinçli biçimde çarpıtılarak sunulmasıdır. Bu süreçte söz konusu içerikler, sahte görseller ya da belgelerle desteklenmekte; resmî kurum açıklamaları bağlamından koparılarak veya değiştirilerek dolaşıma sokulmaktadır.

Dezenformasyonun temel amacı, kamuoyunu etkilemek, inandırıcılığı artırmak ve yaratılmak istenen etkinin boyutunu genişletmektir. Bu doğrultuda hedef kitleye yönelik manipülasyon biçimleri ve kullanılan yöntemler farklılaşabilmektedir. Bu bağlamda, verilerin aşağıda belirtilen dezenformasyon türlerine göre sınıflandırılması ve analizlerin sistematik biçimde gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır.

Manipülatif Haberler: Haber içeriklerinin bilinçli ve kasıtlı bir biçimde asıl bağlamından kopararak, eksiltilecek veya çarpıtılarak; dikkat çekmek, kriz çıkartmak veya bir tepki oluşturmak amacıyla kullanıldığı haberleri kapsamaktadır.

Kurgu Haberler: Sosyal medyada, özellikle gerçekleştirmemiş olayların olmuş gibi gösterilerek anonim biçimde paylaşıldığı haberleri kapsamaktadır.

Yanılıcı İçerikler/Haberler: Doğru ve yanlış bilgilerin bir arada verilerek çarpıtmaların ve gizlemelerin yapıldığı; detaylar aracılığıyla asıl gerçeğin saklandığı ya da çarpıtıldığı haberleri kapsamaktadır.

Sahte Belgeler ve Görsellerle Desteklenen Haberler: Uydurulmuş veya manipüle edilmiş görsellerin, çarpıtılmış içerikleri desteklemek amacıyla kullanıldığı haberleri kapsamaktadır.

Uluslararası Medya Kaynaklı Yanlış Bilgilendirme Haberleri: Yabancı basında Türkiye ile ilgili olarak, Türkiye'nin imajını zedelemek amacıyla ve Türkiye'de dolaşıma sokulan, taraflı ve kasıtlı haberleri kapsamaktadır.

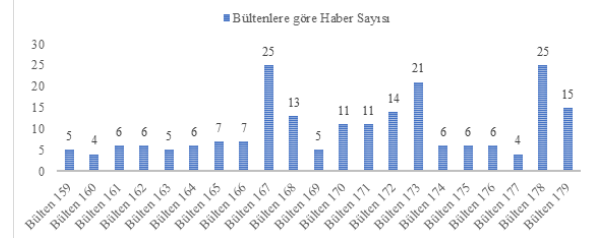
Resmî Açıklamalardan Bağımsız Üretilen İddialar/Haberler: Yetkili kurum veya kişilerden gelen haberlerin bağlamından kopartılarak hazırlanmış ya da yetkililerden gelmiş gibi üretilen içerikleri kapsamaktadır.

Grafik 1 ve Grafik 2, araştırmada elde edilen verilerin görsel dağılımını göstermektedir. Grafikler, sayısal yoğunlukları ve kategorik oranları açık biçimde sunmak üzere Microsoft Excel programı kullanılarak hazırlanmış, eksen ve yüzde etiketleri eklenmiştir. İletişim Başkanlığı tarafından yayımlanan verilere göre, 01.01.2025-30.06.2025 tarihleri arasında Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından toplam 21 (159-179) adet dezenformasyon bülteni kamuoyuyla paylaşılmıştır. Araştırmanın örneklemini oluşturan 01.01.2025-30.06.2025 tarih aralığına ait bültenlerin her biri, bültenin içinde yer alan haberlerin tarihleri esas alınarak belirlenmiştir.

Bu doğrultuda, 158 numaralı bültenin son haberinin 30 Aralık 2024 tarihli olduğu, 159 numaralı bültenin ilk haberinin ise 9 Ocak 2025 tarihli olduğu tespit edilmiştir. Aynı şekilde, 179 numaralı bültenin içeriğinde yer alan son haberin 24 Haziran 2025 tarihini taşıması nedeniyle bu bülten, ilgili tarih aralığının son sayısı olarak kabul edilmiştir. Böylece araştırmaya dâhil

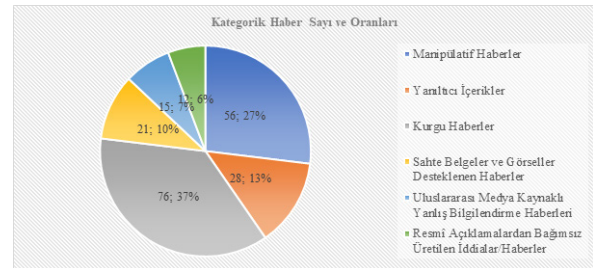
edilen bülten sayısı 21 olarak ortaya çıkmıştır. Bültenlerde tespit edilen toplam 208 adet dezenformasyon haberi ise belirlenen kategorilere göre ayrılmıştır.

Dezenformasyon haberlerinin bültenlere göre sayı dağılımları Grafik 1'de yer almaktadır.



Grafik 1: Bültenlere Göre Dezenformasyonlu Haber Sayısı

Grafik 1'de 21 bültenin içerdiği dezenformasyon haber sayılarına bakıldığında, artışın düzenli bir seyir izlemediği görülmektedir. Dezenformasyon ortaya çıkışındaki yoğunluğun ülke gündemi ile olan doğrudan ilişkisi göz önüne alındığında, grafikteki dalgalanmaların nedeni ortaya çıkmaktadır. Nitekim bülten 167, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun gözaltına alındığı döneme, bülten 178'in İsrail ile İran arasındaki çatışmalara denk geldiği görülmektedir. Dolayısıyla toplumsal hassasiyetin yoğun olduğu dönemlerde, dezenformasyon içeriklerinin ortaya çıkma oranının, etki yaratmak veya krizi derinleştirmek üzere, arttığı gözlemlenerek, bu gözlem aynı zamanda verilerle desteklenmiştir.



Grafik 2: Kategorilere Göre Dezenformasyon Sayıları ve Genele Oranları

Dezenformasyon haberlerinin altı kategoriye göre dağılım ve oranlarının gösterildiği grafik 2'ye göre, en yüksek yoğunluk 76 haberle kurgu

haberler ve 56 haberle manipülatif haberler kategorilerinde tespit edilmiştir. Bu iki kategoride yoğunluğun fazla olmasının muhtemel nedeni, dezenformasyon içeriklerinin üretim sürecindeki görece kolaylıktır. Manipülatif haberlerde ise dezenformasyonun temel unsuru olan içeriğin çeşitli biçimlerde değiştirilerek sunulması nedeniyle bu alanda da yüksek yoğunluk olduğu ifade edilebilir.

Grafikte dikkat çeken bir diğer veri ise, 12 haberle %6 oranında kalan resmî açıklamalardan bağımsız üretilen haberler kategorisinde gözlemlenmiştir. Resmî kurumların haberlerinin çarpıtılmasının nispeten daha zor olması, çarpıtılan haberlerin doğruluğunun daha kolay teyit edilebilmesi ve bireylerin dijitalleşme sayesinde resmî kurum veya yetkili kişilerin açıklamalarına doğrudan ulaşabilme imkânlarının artması, bu kategorideki dezenformasyon yoğunluğunu azaltan muhtemel etkenler olarak değerlendirilebilir.

Tablo 1: Kategorik Veri Analiz Tablosu Özeti

Bülten No	Haber Başlığı	Haber İçeriği (Kısa Özeti)	Neden Dezenformasyon?	Kategori
159	"Bakan Şimşek'in Talimatıyla Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan Habersiz Aile Destek Programı Kapsamında Yapılan Yardımlar Kesiildi" İddiası	Hazine ve Maliye Bakanı Mehmet Şimşek'in, Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan habersiz bir şekilde Aile Destek Programı'nı sonlandırdığı iddia edilmiştir.	Program, 2022'de geçici süreli olarak başlatılmış ve planlanan sürenin sonunda, özel bir talimata gerek kalmadan otomatik olarak sona ermiştir. Programın sonlanması siyasi bir karardan ziyade, programın kendi takvimi gereğidir.	Manipülatif Haberler
160	"SGK, Erkeklerin de Artık Dul Maaşı Alabileceğini Duyurdu" İddiası	Sosyal Güvenlik Kurumu'nun yeni bir düzenleme ile artık erkeklerin de dul maaşı alabileceğini duyurduğu iddia edilmiştir.	Bu hak yeni bir düzenleme değildir. Mevcut mevzuatta, 2008 öncesinden beri belirli şartları sağlayan dul eşe (kadın veya erkek ayrımı olmaksızın) bu maaş zaten bağlanabilmektedir. Eski bir bilgi yeniymiş gibi sunulmuştur.	Yanıltıcı İçerik
163	"2008'deki Düzenleme ile Birlikte Ölüm Aylığı Alan Kız Çocuklarının 18-25 Yaşından Sonra Aylığı Kesilecek" İddiası	2008 sonrası düzenlemelerle, ölüm aylığı alan kız çocuklarının maaşlarının 18-25 yaş aralığına gelince kesileceği iddia edilmiştir.	Ölüm aylığının kesilmesi yaşa değil; evlenme, sigortalı bir işe başlama gibi şartlara bağlıdır. Gerek 2008 öncesi gerek sonrası mevzuatta yaş şartına bağlı bir kesinti bulunmamaktadır.	Kurgu Haberler
165	"Suriye'de Alevi Bir Aile Türk Askerleri Tarafından Doğrudan Hedef Alındı" İddiasıyla Paylaşılan Görüntüler	Türk askerlerinin Suriye'de Alevi bir aileyi hedef aldığını gösterdiği iddia edilen görüntüler paylaşılmıştır.	Görüntülerin Suriye veya Türk askerleri ile ilgisi yoktur. Görüntüler, Lübnan'ın güneyinde İsrail askerlerinin bir eve ateş açtığı anları göstermektedir.	Sahte Belgeler ve Görseller
167	"Genç Bir Protestocu, Polis Tarafından Öldürüldü" İddiası	Uluslararası basında ve sosyal medyada, Türkiye'deki gösterilerde bir gencin polis tarafından öldürüldüğü iddia edildi.	İçişleri Bakanlığı açıklamasına göre, düzenlenen izinsiz gösterilerde herhangi bir can kaybı yaşanmamıştır. Bu iddia, uluslararası kamuoyunu yanıltma amacı taşıyan asılsız bir haberdir.	Uluslararası Medya Kaynaklı Yanlış Bilgilendirme
170	"MEB Bu Yıl Kurban Bayramı Nedeniyle Yaz Tatilini Erkene Çekmeye Hazırlanıyor" İddiası	Millî Eğitim Bakanlığı'nın (MEB) Kurban Bayramı'nı gerekçe göstererek okullardaki yaz tatilini öne çekeceği iddia edildi.	MEB, bu iddiayı yalanlamıştır. 2024-2025 Eğitim Öğretim Yılı Takvimi daha önce kamuoyuyla paylaşılmış olup, okulların planlandığı gibi 20 Haziran 2025'te kapanacağı belirtilmiştir.	Resmî Açıklamalardan Bağımsız Üretilen İddialar

Tablo 1, 21 bültenden elde edilen 208 adet dezenformasyon haberinin başlık, özet, iddia ve kategori bilgilerini içeren özet biçimini göstermektedir. Her tablo satırı, bülten numarası, haber başlığı, kısa içerik özeti, dezenformasyon gerekçesi ve ait olduğu kategori etiketleriyle yapılandırılmıştır. 208 haber, önce bülten numaralarına göre, ardından kategori dağılımlarına göre sınıflandırılmış; bu sınıflandırmadan elde edilen veriler Grafik 1 ve Grafik 2’de görselleştirilmiştir. Tabloda, her bir kategoriye ait bir örnek haber yer almakta olup, bu örnekler bütüncül veri yapısını temsil edecek şekilde seçilmiştir.

Çalışmada belirlenen kategorilere göre veri analizinde yapay zekâ destekli araçlardan da yararlanılmıştır. Bu doğrultuda, bültenlerdeki haberlerin belirlenen analiz kriterleri ve kategorilere göre sınıflandırılması, haber sayılarına ilişkin istatistiklerin çıkarılması ve içeriklerin ilgili tematik gruplara ayrıştırılması amacıyla ChatGPT, Google AI Studio ve NotebookLM araçları kullanılmıştır. Bu araçlara, her bülten için oluşturulan veri setleri (Prompt) yüklenmiş; kategorilere göre sınıflandırma, tematik yoğunluk ve içerik örüntülerinin tanımlanması gibi yönlendirmeler girilmiştir. Her üç uygulamaya benzer yönergeler verilmiş, sonuçlar karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiş ve manuel kontrolle karşılaştırıldığında sonuçların büyük oranda örtüştüğü gözlemlenmiştir. Veri güvenliği ayrıca tek tek manuel olarak kontrol edilerek, bilgilerin doğruluğu ve tutarlılığı teyit edilmiştir.

Dezenformasyon Haber Analizleri

Tablo 1’de sunulan örnek haberlerden hareketle, dezenformasyonun söylemsel, tematik ve bağlamsal örüntülerine ilişkin ayrıntılı çözümlemeler sunulmaktadır. Her bir haber hem içeriğinde kullanılan dilsel stratejiler hem de haberin ideolojik çerçevesi bakımından ele alınmıştır. Analizlerde sözcük seçimi, vurgu, metafor, aktör temsilleri, söylemsel yönlendirme ve haber kurgusu gibi unsurlar temel alınmış; bu unsurların kamuoyu algısı üzerindeki etkileri eleştirel

söylem çözümlemesi yaklaşımı doğrultusunda değerlendirilmiştir.

Bu analizlerle amaçlanan, dezenformasyon içeriklerinin yalnızca doğruluk açısından değil, nasıl bir söylem örgüsü içinde üretildiği ve hangi toplumsal anlam alanlarını yeniden ürettiği bakımından da görünür kılınmasıdır. Böylece, dezenformasyonun medya dilindeki ideolojik işleyiş biçimleri somut örnekler üzerinden tartışılmaktadır. Buna göre;

Manipülatif Haber Örneği: *“Binlerce Kişiyi Dolandırdığı Gerekçesiyle 11 Bin 462 Yıla Kadar Hapsi İstenen Fatih Özer Tahliye Edildi”* (161)

Bülten 161’de yer alan söz konusu haberin hem basın yayın organlarında hem de dijital mecralarda geniş bir şekilde paylaşıldığı anlaşılmaktadır. İddianın dezenformasyon içerdiği, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (DMM) tarafından açıkça belirtilmiştir. Habere konu olan kişi, Türkiye kamuoyunda tanınan ve sanal para dolandırıcılığıyla ilişkilendirilen Thodex kurucusu Fatih Özer’dir. İddiaların ortaya atıldığı dönemde mağdur sayısının fazlalığı ve Özer’in yurtdışına kaçışı, konunun uzun süre kamu gündeminde kalmasına neden olmuştur. Bu durum, haberin kamuoyunu etkileme potansiyelini artırdığı ve dezenformasyon için uygun bir zemin sunduğunu ortaya koymaktadır.

Haber başlığının biçimsel yapısı incelendiğinde, kısa ve çarpıcı bir ifade tercih edildiği görülmektedir. Özellikle “binler”, “dolandırma” ve “tahliye” kelimelerinin birlikte kullanılması, kamuoyunda adalet sistemine yönelik bir güvensizlik hissi yaratma amacı taşıdığı izlenimini vermektedir. Haberde geçen isim olan Fatih Özer’in vurgulanmasının, mağdurların dikkatini çekmeye yönelik bilinçli bir strateji olduğu değerlendirilmiştir. Ayrıca, konu toplumun duygusal açıdan hassas olduğu bir olayla ilgili olduğu için, abartılı bir dil ve dikkat çekici görsellerin kullanımıyla dezenformasyonun etkisinin ve inandırıcılığının artırılmaya çalışıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Haberin içeriği analiz edildiğinde ise Fatih Özer'in dolandırıcılık suçundan değil, örgüt suçuna ilişkin bir tahliye kararı aldığı; ancak bu karar sonrası tekrar cezaevine gönderildiği bilgisine ulaşılmıştır. Bu bağlamda haberin yalnızca belirli bir kısmının ön plana çıkarıldığı ve bütünün gizlenerek gerçeğin manipüle edilmeye çalışıldığı görülmektedir. "Tahliye edildi" ifadesinin, "serbest bırakıldı" anlamını çağrıştıracak biçimde, kasıtlı olarak yanıltıcı bir şekilde kullanıldığı anlaşılmaktadır.

Haberdeki söylemin, yargı ve adalet kurumlarına yönelik güvensizliği artırma amacı taşıdığı; "cezasızlık" algısını güçlendirecek biçimde kurgulandığı gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, suçluların cezasız kaldığına dair toplumsal inancı pekiştirmeye yönelik bir söylemsel yapı ortaya çıkmaktadır. Haberde kullanılan dilin, devlet ile vatandaş arasındaki ilişkiyi olumsuz bir çerçeveye yerleştirdiği ve kurban-fail ikiliğini belirginleştirerek ideolojik bir temsil oluşturduğu görülmüştür. Suç, ceza ve adalet kavramlarının özellikle vurgulanması, haberin toplumsal etkisinin artırılmak istendiğini ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, parçalanmış ve çarpıtılmış bir gerçeğin kötü niyetle yeniden yapılandırıldığı; bu yapılandırmanın da mağdur kitlenin duygusal tepkisini tetikleyerek toplumsal güvensizlik oluşturmaya yönelik bir dezenformasyon stratejisi olduğu belirlenmiştir.

Yanıltıcı Haber Örneği: *"Kasım 2024 İşsizlik Verilerinde TÜİK ve Bakan Işıkhan'ın Açıklamaları Birbiriyle Çelişti"* (159)

Habere konu olan iddianın hem basın yayın organlarında hem de sosyal medya hesaplarında paylaşıldığı görülmektedir. Dijitalleşmenin sunduğu olanaklar doğrultusunda, dezenformasyonun yayılım alanının genişlediği ifade edilebilir. Tek cümlelik iddia içeriği incelendiğinde "TÜİK" ve "Bakan" ifadelerinin öne çıktığı anlaşılmaktadır. Bu iki kavramın, devlet temsili açısından güçlü bir sembolik değere sahip olduğu görülmektedir. Her iki temsilin, olumsuz

bir anlam yaratan "çelişmek" ifadesiyle birlikte kullanılması dikkat çekicidir. Bu yapı içinde, ideolojik bağlamda devlet temsilleri ve kamu kurumlarının güvenilirliğine yönelik aldatıcı bir çerçeve oluşturulduğu ve söz konusu iddianın, Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (DMM) tarafından yalanlandığı anlaşılmaktadır.

DMM bültenine göre, haberde yer verilen verilerin, aynı yılın farklı dönemlerini karşılaştırdığı; dolayısıyla TÜİK verileriyle herhangi bir çelişki oluşturmadığı ortaya konmuştur. Haberde Bakan tarafından yapılan açıklamada, 2024 yılı Kasım ayında istihdam edilen kişi sayısının, Eylül ayına göre daha düşük ancak 2023 yılı Kasım ayına göre daha yüksek olduğu belirtilmektedir. Bu çerçevede, veriler arasında herhangi bir uyumsuzluk bulunmamakta; aksine açıklanan bilgiler TÜİK verileriyle örtüşmektedir. Bu durum, iddianın veriler arasındaki bağlamı görmezden gelerek, kamuoyunu bilerek yanıltma amacıyla hazırlandığını ortaya koymaktadır. Haber metninde çerçevenin daraltıldığı ve iki önemli kamu kurumunun, olumsuz bir bağlam içerisinde yan yana getirilerek bilinçli biçimde algı yönlendirmesi yapıldığı anlaşılmaktadır.

İddiada yer alan söylem analiz edildiğinde, politik ve toplumsal bir bağlam içerdiği görülmektedir. İdeolojik düzlemde güç, iktidar, devlet ve vatandaş arasındaki ilişkileri ve algıları hedef aldığı anlaşılmaktadır. "Uyumsuzluk" vurgusunun, kamuoyunda temsil kabiliyeti yüksek olan TÜİK ve Bakan gibi ifadelerle birlikte kullanılması, söylemin ideolojik çerçevede kurumlara yönelik güvensizlik üretmeye çalıştığını ortaya koymaktadır. Bu iddianın, kurumları hedef almak amacıyla art niyetle ortaya atıldığı ve özellikle iş ve işsizlik gibi toplumun geniş kesimlerini ilgilendiren bir konu üzerinden toplumsal tepki yaratmayı amaçladığı görülmektedir. Sonuç olarak, toplumsal hassasiyetin yüksek olduğu bir dönemde yayımlanan bu haberin, işsizlik olgusunu kamuoyuna çarpıtılmış biçimde sunarak dezenformasyon stratejileri doğrultusunda kurgulandığı anlaşılmaktadır.

Kurgu Haber Örneği: *"Türk Vatandaşı Hastalardan Sonra Gelmelerine Rağmen, Geçici Koruma Statüsündeki Suriyelilere Hastanelerde Öncelik Veriliyor"* (160)

Türkiye’de hastanelerde Suriyeli sığınmacıların Türk vatandaşlarına kıyasla öncelikli muamele gördüğüne ilişkin iddiaların doğru olmadığı, Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (DMM) tarafından açıklanmıştır. Haber metninin analizinde kelimelerin kullanım biçimi, sıralaması ve sıklığı, anlam ve söylemin inşasında belirleyici olmaktadır. İlgili metinde "Suriyeli", "göçmen", "Türk vatandaşı" ve "ayrıcılık" gibi kavramların birlikte kullanıldığı ve bu şekilde olumsuz bir yargı üretilmeye çalışıldığı anlaşılmaktadır. Söz konusu haberin, göçmen karşıtlığıyla bilinen bir siyasi parti liderinin açıklamalarıyla desteklenerek inandırıcılığının ve güvenilirliğinin artırılmaya çalışıldığı gözlemlenmiştir.

İddialara karşılık olarak DMM tarafından yayımlanan bültende, Sağlık Bakanlığı’nın açıklamalarına yer verilmiş ve herhangi bir etnik grup ya da bireyin sağlık hizmetlerinde öncelikli olmadığı ifade edilmiştir. Bakanlık açıklamasına göre, sağlık kurumlarında poliklinik hizmetlerinde öncelik sırası; acil hastalar, yaşlılar, hamileler ve engelli bireyler gibi etnisite ve cinsiyet gözetmeksizin belirli kriterlere dayalı olarak oluşturulmaktadır. Dolayısıyla haberde, mevcut olmayan bir durum çarpıtılarak dezenformasyon içeriği üretildiği ortaya çıkmaktadır.

Haber metninde politik, toplumsal ve kültürel bağlam, söylemin inşasında önemlidir. Haberde "Suriyeli", "göçmen" ve "mülteci" gibi kavramların belirli bir grup üzerinde etiketleyici ve dışlayıcı bir dil oluşturduğu anlaşılmaktadır. Bu söylemin, toplumda hâlihazırda var olan yabancı düşmanlığını arttırmaya yönelik olduğu ortaya çıkmaktadır. "Öncelik veriliyor" ifadesinin özellikle vurgulanmasıyla ayrıcalık algısı oluşturulmaya çalışıldığı; bu bağlamda etnik farklılıklara dayalı bir avantaj-dezavantaj durumu yaratıldığı anlaşılmaktadır. Haberde, "biz" ve "onlar" ikiliği

bilinçli biçimde inşa edilerek, devletin kendi vatandaşlarını ihmal ettiği ve adaletsizlik yaptığı yönünde bir algı yaratılmaya çalışıldığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, haberin söyleminin ideolojik bir çerçevede şekillendiği ve devlet-vatandaş, yerli-göçmen karşıtlığı üzerinden bir temsil alanı oluşturduğu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, hedef kitlenin genişliği nedeniyle bu iddianın toplumsal etkisinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Sahte Belge ve Görsel destekli Haber Örneği: *"Konya’da Sokak Köpekleri Arabaların Altında Ezilsin Diye Uğraşılıyor"* (166)

Söz konusu iddiada kullanılan ifadelerin, öldürme eyleminin kasti biçimde gerçekleştirildiğine dikkat çektiği anlaşılmaktadır. Haber başlığında "sokak köpeği" ifadesinin cümle başında kullanılması, konunun önemini vurgularken; "öldürme" gibi olumsuz ve duygusal yükü yüksek bir eylemle sonlandırılması, okuyucuda güçlü bir etki yaratma amacı taşıdığı görülmektedir. Her ne kadar olayın Türkiye’de (Konya) yaşandığı ileri sürülmüşse de Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (DMM) tarafından yapılan açıklamada, olayın geçmiş bir dönemde Özbekistan’da gerçekleştiği ve bu durumun belgelerle kanıtlandığı ifade edilmiştir. Buna rağmen, haber metninde Türkiye bağlantısının başlıkta öne çıkarılması, dikkat çekici ve provokatif bir söylem oluşturmuştur.

Metnin içeriğine bakıldığında, "savunmasız", "öldürme" ve "kasıt" gibi ifadelerin bilinçli şekilde bir arada kullanıldığı ve bu yolla vahşet vurgusunun güçlendirildiği anlaşılmaktadır. Kullanılan dilin duygusal yapısı, abartılı kelime seçimi ve görsel materyalle desteklenmiş anlatımın, söylemin oluşumunda etkili bir strateji olarak yer aldığı tespit edilmiştir. Coğrafi ve zamansal bağlamı farklı olan bir olayın Türkiye’de gerçekleşmiş gibi sunulması, sahte bir kanıt üretimi olarak değerlendirilmiştir. Özellikle görsel materyalin inandırıcılık gücünden yararlanılarak bağlamından koparılan bu içerikle, kamuoyunda

gerçek dışı bir algı yaratılmaya çalışıldığı ortaya çıkmaktadır.

Söylem düzeyinde yapılan değerlendirmede, haberin toplumun hassasiyet gösterdiği bir konu olan sokak hayvanları yasasının tartışıldığı dönemde dolaşıma sokulmasının dikkat çekici olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, toplumsal duyarlılık ve hassasiyetin dezenformasyonun yayılımını kolaylaştırdığı ve bu tür içeriklerin toplumsal kutuplaşmayı derinleştirme potansiyeli taşıdığı görülmektedir. Sahte belgelerle desteklenen bu söylemin, toplumda öfke ve ayrımcılığı körüklemeye yönelik olduğu açıkça anlaşılmaktadır. Şiddet içerikli, manipülatif haberlerin özellikle kamuoyunda infial yaratmak amacıyla üretildiği ve paylaşıldığı gözlemlenmiştir. Söylemin kurgulanmasında kullanılan "ezilmek", "uğraşmak" gibi yüklemelerin ve kiplerin de dramatik etkiyi güçlendirme amacı taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Uluslararası Medya Kaynaklı Yanlış Bilgilendirme Haber Örneği: *"Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Bosna Hersek'te, Hükümetin Kurulma Sürecine Müdahale Etti"* (163)

Bosna Hersek basın yayın organlarında paylaşılan söz konusu iddianın, Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (DMM) tarafından "doğru değildir" şeklinde açıklanarak yalanlandığı görülmektedir. Haber metni analiz edildiğinde, metinde yer alan kişi isimlerinin devlet temsilleriyle ilişkili olarak kullanıldığı, dolayısıyla söylemin politik bir çerçevede inşa edildiği anlaşılmaktadır. Özellikle "hükümet kurma" vurgusunun metin içerisinde öne çıkarılması, uluslararası siyasi bir krizin Türkiye'nin başka bir ülkenin iç işlerine müdahalesi bağlamında sunulmak istendiğini göstermektedir. Bu bağlamda, haber söyleminin taraflılık algısını güçlendirdiği, egemenlik ihlali, devlet kurumları ve seçim süreçlerine dair güveni zedelemeyi hedeflediği tespit edilmiştir.

DMM tarafından yapılan açıklamada ise Türkiye'nin, Bosna Hersek'in egemenliği ve çok

etnili yapısına saygı çerçevesinde hareket ettiği, ülkenin reform sürecine ve AB-NATO entegrasyonuna katkı sunduğu belirtilmiştir. Dolayısıyla söz konusu iddia, resmî açıklamalarla çürütülmüş ve dezenformasyon niteliği ortaya konulmuştur. Haber söylemi yalnızca metinle sınırlanmamalı aynı zamanda politik, tarihsel, ekonomik ve toplumsal bağlamlar içerisinde de değerlendirilmelidir. Haberde kullanılan yüklem ve kiplerin düşmanlaştırıcı bir dil oluşturduğu, özellikle "müdahale etti" ifadesinin hem suçlayıcı hem de ayrımcı bir nitelik taşıdığı anlaşılmaktadır. Söylemin ideolojik çerçevesinde, güç ilişkileri ve siyasi aktörlerin temsili ön plana çıkarılmış, "biz" ve "onlar" ikiliği üzerinden karşıtlik kurularak algı oluşturulmaya çalışılmıştır.

Bu bağlamda, Türkiye'nin diplomatik faaliyetlerinin "doğrudan müdahale" olarak nitelen-dirilmesi, kamuoyunda tepki ve öfke yaratma amacı taşıyan manipülatif bir çerçevede sunulmuştur. Söylemin, Türkiye'nin dış politikasını saldırgan ve yayılmacı bir eksende göstermek suretiyle uluslararası imajına zarar verme amacı güttüğü ve bölgedeki etkinliğini olumsuz göstermek üzere kurgulandığı anlaşılmaktadır. Uluslararası medya kaynaklı bir dezenformasyon örneği olan bu iddianın, politik gerilimlerin yoğun olduğu bir dönemde seçmenleri, siyasi partileri ve devlet kurumlarını hedef alarak geniş kitleler üzerinde olumsuz bir etki oluşturmaya amaçladığı anlaşılmaktadır.

Resmî Açıklamalardan Bağımsız Üretilen İddia/Haber Örneği: *"Bakan Şimşek, Tek Haneli Enflasyona Kadar Döviz Kurunun Desteklenmeyeceğini Söyledi"* (165)

Çeşitli basın yayın organlarında yer alan söz konusu iddianın, "Bakan", "enflasyon" ve "döviz kuru" ifadeleriyle olumsuz bir çerçevede anlam kazandığı anlaşılmaktadır. İddianın, Hazine ve Maliye Bakanı Mehmet Şimşek üzerinden kurgulandığı ve özellikle ekonomik zorlukların yaşandığı bir dönemde, toplumun tüm kesimlerini etkileyen bir bağlamda öne çıkarıldığı görülmek-

tedir. Haberde kullanılan "söyledi" yüklemine kesinlik bildirmesi ve devlet temsiliyetiyle birlikte kullanılması, haberin inandırıcılığını artırma stratejisine dayandığını ortaya koymaktadır.

Söz konusu iddia, Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (DMM) tarafından yalanlanmış; döviz piyasasının sağlıklı işleyişi için oynaklığı dengeleyici adımların atıldığı, enflasyon beklentileri gerçekleşinceye kadar aşırı dalgalanmalara izin verilmeyeceği belirtilmiştir. Bu bağlamda, iddianın içeriğinin politik ve ekonomik bağlamda çarpıtıldığı ve metnin bütünlüğünden kopararak kamuoyunu yanıltma amacı taşıdığı anlaşılmaktadır.

Haberin söylemine bakıldığında, iddianın doğrudan alıntı ve kesinlik izlenimi uyandıracak şekilde yapılandırıldığı görülmektedir. Ancak iddia edilen açıklamanın kapalı oturumda yapılmış olması, söylemi "kulis bilgisi", "gizli bilgi" ya da "sızdırılmış içerik" gibi kavramlarla destekleyerek, okura bilgiye erişim ayrıcalığı sunma çabası içinde olduğu anlaşılmaktadır. Yetkili kişi veya kurum tarafından doğrulanmamış ve resmî açıklama yapılmaksızın Bakan Şimşek'e atfedilen ifadelerin, bağlamından kopararak ve eksik bilgi sunularak çarpıtıldığı tespit edilmiştir.

Söylemde kullanılan "söyledi" ifadesi, haberin gerçeklik algısını pekiştirme yönünde stratejik bir tercih olarak değerlendirilmiştir. Ekonomiden sorumlu bir bakanın isminin doğrudan kullanılması ve haberin içeriden alınmış gibi sunulması, söyleme hem güvenilirlik hem de dikkat çekicilik kazandırmaya yönelik bir kurgunun izlerini taşımaktadır. İddianın oluşturduğu bu söylem çerçevesinde, güç, iktidar ve ekonomi ilişkileri bağlamında devlete ve onun kurumlarına yönelik güvensizlik duygusunu pekiştirmeye çalışan taraflı bir söylemin inşa edildiği anlaşılmaktadır.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Medya, meslek etiğinin gereğince kamuoyuna doğru bilgi sunma sorumluluğu taşımalıdır. Yalan haberin yaratacağı tehlikesinin farkında olarak ve kitlesel faydayı gözeterek gazeteci, sorumlu ve bilinçli davranmalı ve etik ihlallerde kaçınılmalıdır. Etiğin ihlali, gazetecilik mesleğinin itibarını zedeler. Yapılan her haberin sonuçlarına karşı sorumluluk almak ve etik ihlaller karşısında şeffaf davranmak, mesleki güvenin temel koşulunu oluşturmaktadır (Dugan, 2016, s. 802). Ancak bu koşulun dijital medya ile birlikte büyük ölçüde görmezden gelindiği anlaşılmaktadır. Çalışma kapsamına dahil edilen 6 aylık sürede toplam 208 adet haberin, dijital platformlar başta olmak üzere, paylaşılmış olması, gazetecilik pratiklerinde meydana gelen değişimi ortaya koymaktadır.

Günlük 1'in üzerinde dezenformasyona denk gelen bu oran, insanların her gün en az 1 adet dezenformasyona maruz kaldığını göstermektedir. Dezenformasyonun artan üretim ve yayılımında dijital medyanın etkisi büyük olmakla birlikte, içeriklerin yalnızca bu platformlarda değil; aynı zamanda geleneksel medyada ve bunların dijital kanallarında da yayıldığı anlaşılmıştır. Bu durum, dezenformasyonun yalnızca bireysel medya kullanıcıları tarafından değil, profesyonel gazeteciler tarafından da üretildiğini kanıtlamaktadır.

Dezenformasyon her ne kadar bilinçli bilgi çarpıtma, kamusal aldatma, krizleri büyütme ve mevcut sorunları körükleme olarak tanımlansa da temelinde ciddi bir zarar verme amacı ve potansiyeli barındırmaktadır. Toplumun duygusal olarak hassas olduğu dönem ve konularda daha yoğun biçimde üretilip dolaşıma giren bu içeriklerin, aktörler tarafından herhangi bir etik, ahlaki ya da kültürel sınır gözetilmeksizin, en yüksek etkiyi yaratacak şekilde planlı ve kasıtlı olarak üretildiği anlaşılmıştır. Elde edilen veriler dezenformasyonun krizleri büyütmeyi ve devlet kurumlarına olan güveni zayıflatmayı hedeflediği

anlaşılmaktadır. Doğru ve tarafsız bilgi edinme hakkının gaspı anlamına gelen bu durum, basın özgürlüğü, insan hakları ve hukukun üstünlüğü gibi demokratik değerler açısından da ciddi bir tehdit oluşturmaktadır.

Arsan (2022, s. 110), sosyal ağlarda paylaşılan içeriklerin dezenformasyona uğramasında medya kuruluşlarının, gazetecilerin ve yüksek takipçili hesapların bilinçli manipülasyonlarının etkili olduğunu; yurttaşların aktif katılımıyla da gazetecilik etik ilkelerinin sıklıkla ihlal edildiğini belirtmektedir. Araştırma bulguları da dijitalleşmenin dezenformasyonun üretim ve yayılımında güçlü bir etkisi olduğunu göstermektedir. Ancak dijitalleşmeye yalnızca dezenformasyonun üretimi ve yayılımı bağlamında yaklaşılması gerekmektedir. Dezenformasyon içerikleri dijitalleşmeyle kolayca üretilip yayılabilir de “Dezenformasyonla Mücadele Merkezi” de aynı şekilde dijitalleşme sayesinde içeriklere hızlı erişim, teyit ve düzeltme imkânı bulmaktadır. Bu nedenle dijitalleşmenin her iki yönlü etkisi dikkate alınarak incelenmelidir.

Bültenlerden elde edilen veriler, dezenformasyon içeriklerinin “Manipülatif Haberler”, “Kurgu Haberler” ve “Sahte Belge ve Görsellerle Desteklenen Haberler”de yoğunlaştığını göstermektedir. Gerçek bilgilerin yanlış unsurlarla harmanlanması ve dijital uygulamalarla görsel manipülasyonların kolaylaşması, yanıltıcı içeriklerin yaygınlaşmasını hızlandırmıştır. İletişim Başkanlığı “Dezenformasyonla Mücadele Merkezi”nin 6 aylık sürede yayımladığı 208 haberin teyidi, devlet ve kurumların dezenformasyonla etkin şekilde mücadele ettiğini göstermektedir. Dijitalleşme öncesinde resmi bilgilerin aktarıldığı medya kanallarının azlığı, kurumlara ve resmi bilgilere duyulan güveni yüksek kılmıştır. Yetkililerin ise çarpıtılmış anlatılara karşı denetimi daha etkili kılmıştır (Bennett ve Livingston, 2018, s. 128). Ancak günümüzde çok daha fazla içerik üretilmekte; hız, sosyal medya etkileşimi ve rekabet, dezenformasyonun yayılmasında

belirleyici olmaktadır. Hız ve etkileşim beklentisi de geleneksel medyanın editöryal süreçlerini devre dışı bırakarak, içeriklerin denetimsiz biçimde dolaşıma sokulmasına neden olmaktadır.

Dezenformasyonun olumsuz bağlamda sosyal, psikolojik, politik, yönetsel ve kitle-sel etkileri göz önüne alındığında mücadelenin yalnızca “Dezenformasyonla Mücadele Başkanlığı”nın sorumluluğunda olmadığı; aynı zamanda tüm devlet kurumları ve vatandaşların da sorumluluklarının bulunduğu anlaşılmıştır. Denetimsiz bir ortamda her gün üretilen sayısız dezenformasyon içeriği, kamuya, demokrasiye ve topluma zarar vermektedir. Verilen zararın boyutu, bu sorunla mücadele için sistematik bir çözüm gerekliliğini ortaya koymaktadır. Kurum ve kuruluşlarda, bireylerde medya okuryazarlığının, doğru bilgiye erişim kültürünün, kontrol mekanizmalarının güçlendirilmesi; anonim paylaşımların engellenmesi, sosyal medya denetimleri, yanlış bilgi paylaşımının sorumluluğunun tanımlanması ve etik ilkeler konusunda farkındalığın artırılması alınabilecek önlemlerin başında gelmelidir.

Sonuç olarak dezenformasyonun yarattığı olumsuz etkilerle kamusal bir sorun haline geldiği ve mücadelede tüm paydaşların iş birliğinin gerekli olduğu anlaşılmaktadır. Dezenformasyonla mücadelenin yalnızca yanlış bilginin doğrulanması ile değil; öncelikle üretiminin engellenmesiyle yapılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Arslan, Ş. (2022). Sosyal Medya ve Dezenformasyon Tehdidinde Gazetecilik. *Aksaray İletişim Dergisi*, 4(2), 107-134.
- Baran, S. J. (2013). *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture (8th ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Baydar, Y. (2011). Vicdan Misyoneri Rolündeki Yalnız Kovboy: Kamu Denetçisinin Rolü. P. G. Açmazlar içinde, *UNESCO. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü*.
- Bennett, W. L., ve Livingston, S. (2018). The Disinformation Order: Disruptive Communication And The Decline Of Democratic Institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122 –139.
- Bennett, W. L., ve Livingston, S. (2021). A Brief History of the Disinformation Age Information Wars and the Decline of Institutional Authority. W. L. Bennett, ve S. Livingston içinde, *The Disinformation Age Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States*. UK: Cambridge University Press.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. New York: Oxford University Press.
- Craig, D. (2015). Journalism Ethics And Best Practices. L. Z. Craig içinde, *Ethics For Digital Journalists, Emerging Best Practices* (s. 15-30). New York: Routledge.
- Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Power*. Houndmills: Palgrave Macmillan.
- Dugan, M. A. (2016). Journalism Ethics and the Independent Journalist. *McGeorge Law Review*, 39(3), 801-811.
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
- İletişim Başkanlığı. (2022, 08 05). [www.iletisim.gov.tr: https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskanligi-bunyesinde-dezenformasyonla-mucadele-merkezi-olusturuldu](https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskanligi-bunyesinde-dezenformasyonla-mucadele-merkezi-olusturuldu), E.T: 08.06 2025.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis(2nd. Ed.)*. USA: Sage Publication.
- McLuhan, M. (2013). *Understanding Media The Extensions of Man*. California: Gingko Press.
- Öztürk, E. (2022). Dezenformasyon Yasası” Ekseninde İnternet Paylaşımlarının Etki ve Sınırları. *Yeni Medya*(13), 501-503.
- Severin, W. J., ve Tankard, J. W. (2014). *Communication Theories Origins, Methods and Uses in Mass Media (5th.Ed.)*. USA: Pearson.
- Starr, P. (2021). The Flooded Zone How We Became More Vulnerable to Disinformation in the Digital Era. W. L. Bennet, ve S. Livingstone içinde, *The Disinformation Age Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States*. UK: Cambridge University Press.
- Vivian, J. (2014). *Media of Mass Communication(11th. Ed.)*. USA: Pearson.
- Wardle, C., ve Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe.
- Weedon, J., Nuland, W., ve Stamos, A. (2017). *Information Operations and Facebook*. Facebook Security.
- Yüksel, E., ve Gürcan, H. İ. (2005). *Haber Toplama ve Yazma*. Konya: Tablet Yayınları.
- Yıldırım, A., ve Yolcu, E. (2022). Sahte Ne Kadar Derin? Derin Sahte (Deepfake) Kavramının İzini, Youtube Üzerinden Sürmek . *Electronic Cumhuriyet Journal of Communication*, 4(1), 63-74.