

GERÇEK Mİ, KURGU MU? YENİ MEDYADA POST-TRUTH ÇAĞI VE DEZENFORMASYON: GRAND KARTAL OTEL YANGINI HABERLERİ ÜZERİNE BİR VAKA İNCELEMESİ

Esra BAŞER

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Türkiye

24281012@stu.omu.edu.tr

<https://orcid.org/0009-0003-5629-7464>

Atıf	BAŞER, E. (2026). GERÇEK Mİ, KURGU MU? YENİ MEDYADA POST-TRUTH ÇAĞI VE DEZENFORMASYON: GRAND KARTAL OTEL YANGINI HABERLERİ ÜZERİNE BİR VAKA İNCELEMESİ. <i>İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 18(3), 535-577.
------	--

ÖZ

Post-truth çağında yeni medya, bilgiye erişimi kolaylaştırırken aynı zamanda dezenformasyonun hızla yayılmasına ve kurgu ile gerçek arasındaki sınırların belirsizleşmesine zemin hazırlamaktadır. Bu süreç, özellikle kriz dönemlerinde üretilen haber içeriklerinin doğruluğu ve güvenilirliğinin sorgulanmasına yol açmaktadır. Bu çalışma, post-truth çağında yeni medyada dezenformasyon ve kurgu-gerçek ilişkisinin haber üretim ve tüketim süreçlerine olan etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, Ocak 2025'te Bolu'da yaşanan Grand Kartal Otel Yangını örnek olay olarak seçilmiş, farklı siyasi ve ideolojik çizgilere sahip 12 dijital haber sitesinden toplam 12 haber metni ve görseli, nitel içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Analiz kapsamında, haberlerin çerçeveleme stratejileri, duygusal anlatı ve dramatizasyon kullanımları, dezenformasyon unsurları ile kaynak kullanımına odaklanılmıştır. Araştırma, haberlerde olayın nasıl sunulduğu, suçlu ve sorumluluk dağılımı, dramatizasyon ve doğrulanmamış bilgilerin varlığı gibi unsurların, yeni medya ortamında bilgi kirliliği ve gerçeklik algısı üzerindeki etkilerini ortaya koymayı hedeflemektedir. Ayrıca, görsel ve başlıkların manipülasyon işlevlerinin olup olmadığı da değerlendirilmiştir. Çalışmanın temel araştırma sorusu, post-truth çağında dezenformasyon ve kurgu-gerçek ilişkisinin haber içeriklerine ve tüketicilerin algılarına nasıl yansıdığıdır. Bu bağlamda

çalışma, yeni medya ortamında bilgi kirliliğinin ve gerçeklik algısının nasıl şekillendiğini açıklamayı ve dezenformasyonun medya tüketicileri üzerindeki olası etkilerini değerlendirmeyi hedeflemektedir. Sonuçlar, post-truth çağında yeni medya haberlerinin gerçeklik algısının şekillenmesinde önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgular, medya içeriklerinde etik sorumluluğun önemini de vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Post-Truth, Dezenformasyon, Yeni Medya, Grand Kartal Otel Yangını, Çerçeveleme Kuramı.*

REAL OR FICTION? THE POST-TRUTH ERA AND DISINFORMATION IN NEW MEDIA: A CASE STUDY OF NEWS ON THE GRAND KARTAL HOTEL FIRE

ABSTRACT

In the post-truth era, new media not only facilitates access to information but also creates an environment that enables the rapid dissemination of disinformation and blurs the boundaries between fiction and reality. This process has led to increasing scrutiny regarding the accuracy and reliability of news content, particularly during times of crisis. This study aims to examine the effects of disinformation and the fiction–reality relationship in new media during the post-truth era on news production and consumption processes. The Grand Kartal Hotel Fire, which occurred in Bolu in January 2025, was selected as the case study. A total of 12 news texts and accompanying visuals from 12 digital news websites representing different political and ideological orientations were analyzed using qualitative content analysis. The analysis focused on news framing strategies, the use of emotional narratives and dramatization, elements of disinformation, and source use. The study seeks to reveal how factors such as the presentation of the event, the attribution of blame and responsibility, dramatization, and the presence of unverified information influence information disorder and perceptions of reality in the new media environment. In addition, the study examines whether headlines and visuals serve manipulative functions. The main research question is how disinformation and the fiction–reality relationship in the post-truth era are reflected in news content and media audiences' perceptions. In this context, the study aims to explain how information disorder and perceptions of reality are shaped in the new media environment and to evaluate the potential effects of disinformation

on media audiences. The findings indicate that news content in the new media environment plays a significant role in shaping perceptions of reality in the post-truth era. Furthermore, the findings highlight the importance of ethical responsibility in the production and presentation of media content.

Keywords: *Post-Truth, Disinformation, New Media, Grand Kartal Hotel Fire, Framing Theory.*

GİRİŞ

Dijital teknolojilerdeki gelişmelerle birlikte medya ortamları köklü bir dönüşüm geçirmektedir. Geleneksel haber üretim ve tüketim pratikleri yerini hızlı, etkileşimli ve çoğu zaman doğruluk süzgecinden geçirilmemiş içerik akışlarına bırakmıştır. Bu dönüşüm, bireylerin bilgiye erişimini kolaylaştırmakla birlikte, bilginin güvenilirliğinin sorgulandığı yeni bir dönemi de beraberinde getirmiştir. Günümüzde bireyler yalnızca bilgiye ulaşmakla kalmamakta, aynı zamanda o bilgiyi yeniden üretmekte ve çoğu zaman duygusal, ideolojik ya da kişisel inançlarla harmanlayarak paylaşmaktadır. Böylece hakikat ile kurgu arasındaki sınırlar bulanıklaşmakta; özellikle kriz ve felaket anlarında medya içerikleri hem bilgi aktarma hem de toplumsal algıyı biçimlendirme gücüyle dikkat çekmektedir.

Post-truth (hakikat sonrası) çağ olarak tanımlanan bu dönemde, kamuoyunun nesnel gerçeklikten ziyade duygulara ve kişisel inançlara dayalı bilgilere yöneldiği bir medya atmosferi oluşmuştur. Dezenformasyon, misinformasyon ve malinformasyon gibi olgular da bu sürecin temel unsurları haline gelmiştir. Geleneksel gazetecilik ilkeleri yer yer geride kalmakta; özellikle sosyal medya ve dijital haber platformlarında doğruluk ilkesi yerine dikkat çekicilik, duygusal etki yaratma ve hız gibi kriterler öne çıkmaktadır.

Araştırmada, post-truth çağında yeni medyada dezenformasyon ve kurgu-gerçek ilişkisinin haber üretim ve tüketim süreçlerine etkileri incelenmektedir. Çalışmada, 20 Ocak 2025 tarihinde Bolu'nun Kartalkaya bölgesinde yaşanan ve 78 kişinin yaşamını yitirdiği Grand Kartal Otel yangını örnek olay olarak ele alınmıştır. Bu tür kriz durumlarında medya yalnızca olayın gelişimini aktarmakla kalmamakta; aynı zamanda toplumsal hafızayı şekillendiren, sorumluluk dağılımını etkileyen ve kamuoyunun tepkilerini yönlendiren bir araç haline gelmektedir. Bu kapsamda çalışmanın temel araştırma sorusu şu şekildedir: Post-truth

çağında yeni medyada dezenformasyon ve kurgu-gerçek ilişkisinin haber üretim ve tüketim süreçlerine etkisi nedir? Bu soruya yanıt aramak amacıyla, farklı ideolojik ve politik yönelimlere sahip 12 dijital haber sitesinden seçilen toplam 12 haber metni, nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sürecinde çerçeveleme (*framing*), duygusal anlatı ve kurgu öğeleri, dezenformasyon/belirsizlik, kaynak kullanımı ile görsel ve başlık analizi olmak üzere beş temel analiz kodu kullanılmıştır.

Çalışma, yeni medya ortamında haberlerin nasıl yapılandırıldığını, aynı olayın farklı söylemsel biçimlerle nasıl sunulabildiğini ve bu sunumların okur üzerindeki olası etkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Böylece kriz anlarında medya içeriklerinin yalnızca bilgi verme değil, aynı zamanda yönlendirme ve algı oluşturma işlevini nasıl üstlendiği daha iyi anlaşılacaktır. Bu doğrultuda alanyazın bölümünde öncelikle post-truth kavramı ele alınmış; ardından dezenformasyon, misinformasyon ve malinformasyon terimleri açıklanarak aralarındaki farklara değinilmiştir. Daha sonra medya okuryazarlığı ve algoritmaların yeni medya üzerindeki etkisi ele alınmış; haberlerde kurgu ile gerçeğin nasıl iç içe sunulabileceği üzerinde durulmuştur. Son olarak, haberlerin nasıl sunulduğunu anlamaya yardımcı olan çerçeveleme kuramı açıklanmış ve tüm bu bilgiler ışığında Grand Kartal Otel yangını olayı üzerinden yapılan örnek olay incelemesine ve bulgular bölümüne geçilmiştir.

“POST-TRUTH (HAKİKAT SONRASI)” NEDİR?

“Gerçek, ayakkabılarını giymeden yalan dünyanın yarısını dolaşır.” (Anonim). Post-truth kavramına ilişkin dikkat çekici ilk nokta, kavramın bir iletişim biçimi mi, bir zihniyet biçimi mi, bir duygu durumu mu, bir politika mı, bir strateji mi ya da bir mekanizma mı olduğu konusundaki belirsizliktir (Altun, 2022). Kavramın ilk defa kullanımı 1992 yılında Sırp-Amerikan oyun yazarı Steve Tesich’e atfedilmekle birlikte (Özkaya, 2020), post-truth kavramı ilk kez 2004 yılında R. Keyes tarafından *The Post-Truth Era* adlı kitapta kullanılmıştır. Keyes (2017), post-truth’u, “nesnel bir gerçeklik karşısında halk kitlelerinin kişisel duygularının ve çeşitli çıkarlarının ağırlık kazanmasıyla nesnel gerçekliğin silikleştirilmesi ve kamuoyunun etkilenmesi” olarak tanımlamaktadır. Oxford Sözlüğü ise 2016 yılında “yılın sözü” olarak seçtiği post-truth kavramını, “duyguların ve kişisel inanışların kamuoyunu şekillendirmede nesnel gerçeklere galebe çalması durumu” şeklinde açıklamıştır (Dirik, 2022). Bu kavramın özellikle siyasal söylem, medya ve kamusal iletişim alanlarında yaygın

biçimde ele alındığı görülmektedir. Son yıllarda post-truth kavramına ilişkin çalışmaların yalnızca siyasal iletişimle sınırlı kalmadığı; yeni medya, dijital habercilik, sosyal medya ve dijital bilgi dolaşımı bağlamında da çeşitlendiği görülmektedir. Web 2.0 teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte kullanıcıların yalnızca bilgi tüketen değil, aynı zamanda içerik üreten aktörlere dönüşmesi, haber üretim ve dolaşım süreçlerini değiştirmiş; yanlış ve doğrulanmamış bilgilerin dijital ortamda daha hızlı yayılmasına zemin hazırlamıştır (Karagöz, 2018). Yeni medya araçları ve sosyal medya platformları, içeriklerin kısa sürede geniş kitlelere ulaşmasına olanak sağlayarak yanlış bilgi, dezenformasyon ve manipülatif içeriklerin dolaşımını kolaylaştırmaktadır (Yıldız, 2023). Bu nedenle güncel çalışmalar, post-truth olgusunu yalnızca kavramsal bir tartışma olarak değil, yeni medya ekosisteminin yapısal dönüşümüyle birlikte ele alınması gereken çok boyutlu bir iletişim olgusu olarak değerlendirmektedir (Waisbord, 2018).

Türkiye’de gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde, post-truth olgusunun ağırlıklı olarak medya okuryazarlığı, dijital habercilik, sosyal medya, yalan haber ve dezenformasyon ekseninde ele alındığı görülmektedir. Baytimur ve Çalışkan (2019), post-truth olgusunu medya, yalan haber ve yanlış bilgi üretimi bağlamında değerlendirirken; Sarıoğlu (2020), geleneksel medyadan dijital medyaya dönüşüm sürecinde yalan haberlerin dolaşımını incelemiştir. Açıkalın ve Canbey (2022) ise sosyal medya platformlarının doğrulanmamış bilgilerin yayılımındaki rolüne dikkat çekerek, bu ortamların post-truth olgusunun görünürlüğünü artıran önemli unsurlardan biri olduğunu belirtmektedir. Kobak ve Soğukdere (2021) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ise kriz dönemlerinde sosyal medya üzerinden dolaşıma giren yanlış içerikler incelenmiş ve yeni medya ortamlarının dezenformasyon süreçlerindeki rolü ele alınmıştır. Bu çalışmalar, Türkiye’de post-truth araştırmalarının büyük ölçüde dijital bilgi dolaşımı, sosyal medya, yanlış bilgi ve dezenformasyon bağlamında yoğunlaştığını göstermektedir. Bununla birlikte kriz dönemlerinde üretilen haber içeriklerinin post-truth, dezenformasyon ve haber çerçeveleme perspektiflerinin birlikte değerlendirildiği çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir.

Post-truth sözcüğüne Türkçede “hakikat sonrası”, “hakikat ötesi”, “post-hakikat”, “gerçeklik sonrası” ve “doğruluk sonrası” gibi farklı karşılıklar önerilmiştir (Terzi, 2020). Kavramın farklı biçimlerde karşılanması, post-

truth olgusunun yalnızca dilsel bir mesele olmadığını; aynı zamanda gerçeklik algısının dönüşümüne işaret eden toplumsal ve kültürel bir süreç olduğunu göstermektedir.

Post-truth çağında gerçekliğin bulanıklaştığı, nesnel olguların geri planda kaldığı ve duyguların kitleleri etkilemede daha belirleyici hâle geldiği bir medya ortamı oluşmuştur. Bu süreçte bireyler yalnızca bilgi tüketen aktörler olmaktan çıkmış, aynı zamanda içerik üreten ve dolaşıma sokan kullanıcılar hâline gelmiştir (Tiryaki, 2023). Böylece bilgiye erişim kolaylaşırken, ulaşılan bilginin doğruluğunun, kaynağının ve üretim amacının sorgulanması daha önemli bir hâle gelmiştir.

Post-truth çağında bireylerin bilgiye erişiminde doğruluktan çok duyguların ve inançların belirleyici olması, bilgi manipülasyonuna zemin hazırlamıştır. Gerçeğin yerini duyguların aldığı bu dönemde yalnızca bilgiye ulaşmak değil, ulaşılan bilginin doğruluğu, eksikliği ya da kasıtlı biçimde çarpıtılıp çarpıtılmadığı da sorgulanır hale gelmiştir. Bu bağlamda üç temel kavram öne çıkmaktadır: dezenformasyon, misinformasyon ve malinformasyon. Her biri bilginin içeriği, niyeti ve yayılma biçimi açısından farklılıklar taşısa da ortak özellikleri, kamuoyunun algısını yönlendirme ve gerçeği gölgede bırakma işlevi taşımalarıdır. Post-truth ikliminde bu kavramlar, bilginin nasıl üretildiğini, nasıl çarpıtıldığını ve kitlelere nasıl sunulduğunu anlamak açısından kritik öneme sahiptir. Bu nedenle post-truth yaklaşımı, bu araştırmada incelenen haber içeriklerinde gerçek ile kurgu arasındaki ilişkinin, dezenformasyon unsurlarının ve haberlerin sunuluş biçiminin değerlendirilmesine kuramsal bir çerçeve sunmaktadır.

DEZENFORMASYON - MİSİNFORMASYON - MALİNFORMASYON NEDİR?

Günümüz dijital iletişim çağında bilgi hızla yayılırken, bu bilginin doğruluğu ve kaynağı konusunda ciddi sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, dezenformasyon, misinformasyon ve malinformasyon kavramları, bilgi kirliliğinin türlerini ve bu kirliliğin toplum üzerindeki etkilerini anlamada önemli ayrımlar sunmaktadır. Özellikle sosyal medya, sahte haberlerin yayımlanması ve yayılması açısından etkin olarak kullanılan bir araç konumuna gelmiş ve dezenformasyon için elverişli bir ortam oluşturmuştur (Aydın, 2023). Bu durum, yanlış ve doğrulanmamış bilgilerin kısa sürede geniş kitlelere ulaşmasını kolaylaştırarak bilgi kirliliğinin artmasına neden olmaktadır. “Dezenformasyon” terimi, köken olarak Fransızca “désinformation” sözcüğünden türetilmiş olup, özellikle

Sovyetler Birliği döneminde kasıtlı olarak yanlış bilgi yayma stratejileri kapsamında kullanılmaya başlanmıştır (Ateş, 2022).

Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde “dezenformasyon” kelimesi “bilgi çarpıtma” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu [TDK], t.y.). Uluslararası sözlüklerden Cambridge Dictionary ise dezenformasyonu “insanları aldatmak amacıyla yayılan yanlış bilgi” olarak tanımlar (Cambridge Dictionary, n.d.). Bu bağlamda dezenformasyon, kişi, kurum ya da topluma zarar vermek amacıyla yanıltıcı ve yanlış bilgilerin kasıtlı biçimde yayılması olarak tanımlanabilmektedir (İlgın, 2021). Dolayısıyla dezenformasyonda belirleyici unsur yalnızca bilginin yanlış olması değil, aynı zamanda bu yanlışlığın belirli bir amaç doğrultusunda üretilmesi ve dolaşıma sokulmasıdır. Misinformasyon ise Cambridge Dictionary’de “yanlış bilgi veya insanların yanlış bilgilendirilmesi” olarak tanımlanmaktadır (Cambridge Dictionary, n.d.). Misinformasyon, kasıtlı olmasa da yanlış veya eksik bilgi paylaşımıdır. Bu tür bilgi, doğruluğu olmayan veya yanıltıcı olabilir ve genellikle bilgilendirme amacıyla yayılır ancak gönderen kişinin amacı zarar vermek ya da aldatmak değildir. Buna rağmen misinformasyon, bilgi kirliliğine yol açarak bireylerin ve toplumun doğru kararlar almasını engelleyebilir. Bu yönüyle misinformasyon, özellikle doğrulama yapılmadan paylaşılan haber içeriklerinde sıkça görülebilen bir bilgi bozulması biçimidir.

Dezenformasyon, “bir kişiye, sosyal gruba, kuruluşa veya ülkeye zarar vermek için kasıtlı olarak yaratılan ve yanlış olan bilgiler” olarak tanımlanmakta (Ülgen & Balkan, 2023) ve dijital ortamlarda kolay fark edilebilmektedir (Bahar, 2020). Malinformasyon ise “bir kişiye, kuruluşa veya ülkeye zarar vermek için kullanılan, gerçeğe dayanan bilgilerdir” (Ülgen & Balkan, 2023). Bu çerçevede dezenformasyonu yanlış bilgidan ayıran temel kriter, bilginin yayılmasının ardındaki niyettir. Yanlış bilginin yayılması sürecinde, aktör bilgiyi zarar verme amacıyla paylaşmazken, dezenformasyonda bu eylem kasıtlı biçimde gerçekleşmektedir. Önemli olan, bu ayrımın bilginin yayılmasıyla ortaya çıkan etkiden bağımsız olmasıdır. Her iki tür bilgi de toplumsal kutuplaşma, manipülasyon ve çeşitli olumsuz sonuçlara yol açabilse de, ayırt edici dinamik dezenformasyonun kasıtlı olarak üretilmesi ve zarar verme amacı taşımasıdır (Ülgen & Balkan, 2023). Bu nedenle post-truth çağında haber içeriklerini değerlendirirken yalnızca bilginin doğruluğunu değil, bilginin hangi amaçla üretildiğini ve nasıl sunulduğunu da dikkate almak gerekmektedir.

Dezenformasyon, misinformasyon ve malinformasyon kavramları, bilgi kirliliğinin farklı boyutlarını ifade ederken aralarındaki temel fark niyet ve içeriğe dayanmaktadır. Dezenformasyon, kasıtlı olarak zarar verme amacıyla yayılan yanlış bilgiyi tanımlarken; misinformasyon, yanlış ya da eksik bilgi olmasına rağmen kötü niyet taşımayan ve genellikle yanlış bilinçten kaynaklanan bilgiyi ifade eder. Malinformasyon ise gerçek bilginin zarar verme amacıyla kasıtlı olarak paylaşılmasıdır. Bu üç kavram, günümüz bilgi ortamında birbirinden farklı etkiler yaratmakta olup, doğru ve bilinçli bilgi tüketimi için ayırt edilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu farklılıkların anlaşılması, bilgi çağında bireylerin ve toplumların bilgi kirliliğine karşı daha bilinçli yaklaşmasını, medya okuryazarlığının güçlendirilmesini ve etkili stratejiler geliştirilmesini mümkün kılmaktadır. Sonuç olarak, dezenformasyon, misinformasyon ve malinformasyon arasındaki ayrımın doğru biçimde yapılması, dijital haber içeriklerinin güvenilirliğinin değerlendirilmesi ve bilgi kirliliğinin anlaşılması açısından önem taşımaktadır.

MEDYA OKURYAZARLIĞI VE ALGORİTMALAR

Küresel ölçekte gelişen enformasyon teknolojileriyle birlikte iletişim alanına olan ilgi her geçen gün artmaktadır. Dijitalleşmeyle enformasyona ulaşım kolaylaşırken, elde edilen bilgilerin doğruluğu tartışmalı bir konu haline gelmiştir (Sayar, 2022). Bu bağlamda bireylerin medya içeriklerini sorgulama ve değerlendirme becerileri önem kazanmış, bu süreçte medya okuryazarlığı kavramı gelişmiştir.

Medya okuryazarı; medyada yeniden kurgulanan iletileri ayırt edebilen ve algılayabilen, yorumlayabilmek için ayrı bir beceri, altyapı bilgisi ve eğitsel bir süreç gerektiren medya yetkinliğine sahip kişiyi betimleyen bir terim olarak değerlendirilebilir (Taşkiran, 2007, s. 7). Türk Dil Kurumu Sözlüğü'nde ise medya okuryazarlığı, “radyo, televizyon, gazete, dergi gibi elektronik veya yazılı basın organlarıyla video, sinema, reklam vb. görsel yayınlara ulaşma, bunları eleştirel olarak okuma, çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği” olarak tanımlanmaktadır (TDK, t.y.).

Medya okuryazarlığı, medya metinlerinin oluşturulması ve dağıtılmasıyla izleyiciye sunulan içeriği değerlendirebilen ve yorumlayabilen analitik bir düşünme biçimini de geliştirir. Medya okuryazarlığı olan birey yalnızca metin üretmekle yetinmez; aynı zamanda sosyal, kültürel ve politik boyutların algı, analiz ve değerlendirilmesinde farkındalık kazanır ve

medyanın bilgi aktarımına ilişkin kod ve özelliklerine aşına hale gelir (Huseynova, 2024). Bir başka deyişle medya okuryazarı olmak, medyayı etkili biçimde kullanmayı, farklı kaynaklardan gelen bilginin doğruluğunu değerlendirmeyi ve medyanın bireyler ile toplum üzerindeki etkisinin bilincinde olmayı gerektirir (İlhan, 2015).

Ancak medya içeriklerinin nasıl oluşturulduğu ve kullanıcıya nasıl sunulduğu yalnızca bireyin okuryazarlık düzeyi ile sınırlı değildir. Günümüzde bu süreçler büyük ölçüde dijital platformların arkasındaki algoritmalar tarafından şekillendirilmektedir. Sosyal medya, sağlık, finans ve güvenlik gibi pek çok alanda algoritmalar aktif biçimde rol oynamaktadır. Algoritmalar yalnızca çevrimiçi içerikleri sıralamakla kalmaz; aynı zamanda kullanıcıların karşılaştığı bilgileri filtreler, kişisel tercihlere göre içerik sunar ve karar alma süreçlerini otomatikleştirir. Bu durum, “algoritma toplumu” kavramını gündeme getirmekte ve bireylerin algoritmalarla şekillenen dijital ortamları anlayabilmeleri için algoritma okuryazarlığına sahip olmalarını gerekli kılmaktadır. Algoritma okuryazarlığı, dijital platformlarda eleştirel düşünme, bilgi değerlendirme ve bilinçli karar verebilme becerisi açısından önemli bir yetkinliktir (Dilmen & Aytekin, 2023).

Algoritmalar, dijital yaşamı kolaylaştıran araçlar olmakla birlikte, kullanıcıları benzer içeriklerle sürekli karşılaştırarak bilgi baloncuğu ve yankı odası etkisine neden olabilmektedir. Bu durum, karşıt görüşlere erişimi zorlaştırmakta, farklı bakış açılarını görünmez hale getirerek bireyleri dar bir düşünce alanına hapsedebilmektedir. Sonuç olarak toplumda kutuplaşma, radikalleşme ve iletişim kopukluğu artabilmektedir (Dede, 2024). Tüm bu gelişmeler, bireylerin dijital mecralarda karşılaştıkları bilgilerin doğruluğunu sorgulama ihtiyacını artırmaktadır. Özellikle haber içeriklerinde kurgu ve gerçek arasındaki sınırın belirsizleşmesi, algoritmaların etkisiyle daha da karmaşık bir hâl almıştır. Bu noktada haberin kurmaca ile karışması olgusu, yeni medya ortamlarında bilgiye duyulan güvenin sorgulanmasına yol açmaktadır. Bu nedenle dijital medya ortamında bireylerin yalnızca bilgiye erişimleri değil, karşılaştıkları içerikleri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirebilmeleri de giderek daha önemli hâle gelmektedir.

HABERİN KURMACA İLE KARIŞMASI (KURGU-GERÇEK İLİŞKİSİ)

Gerçek; ideal, koşullu, potansiyel ya da olanaklı olana karşıt olarak aktüel, somut, olgusal ve zihinden bağımsız bir varoluşa sahip olan şey için kullanılan geniş kapasiteli bir sıfat olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda gerçek; kurgusal, yanıltıcı, gerçek olmayan, yapay, fantezi ya da imgesel olana karşıt olarak tözsel ya da nesnel bir varoluşa sahip olan şeyin özelliği olarak da ele alınmaktadır (Cevizci, 1996). Bu tanım bağlamında gerçek olanı kurgudan ayırt edebilmek, yalnızca bilginin içeriğini değil; bu bilginin hangi koşullarda, nasıl üretildiğini ve ne şekilde sunulduğunu kavrayabilmekle yakından ilişkilidir. Kurmaca kavramı ise Türk Dil Kurumu Sözlüğü’nde “olmadığı hâlde varmış gibi tasarlanmış, kurgulanmış olay” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, t.y.).

Günümüzde dijital medya ortamlarında gerçek ve kurmaca arasındaki sınırlar giderek bulanıklaşmakta, bu durum özellikle haber içeriklerinde belirginleşmektedir. Gerçeklik yalnızca nesnel olayların aktarımıyla değil; olayların nasıl sunulduğu, hangi unsurların vurgulandığı ya da görmezden gelindiğiyle de şekillenmektedir. Özellikle sosyal medya gibi hızlı akan ve kullanıcı temelli platformlarda haber içerikleri çoğu zaman duygusal etkilerle kurgulanmakta; böylece bilgi ile duygu, gerçek ile kurgu iç içe geçmektedir. Bu noktada yalnızca içerikte yer alan doğrular değil, bu doğruların hangi amaçla ve hangi bağlam içinde sunulduğu da kritik hâle gelmektedir. Bu nedenle, medyada gerçekliğin nasıl çerçevelendiğini ve bu çerçevelerin izleyici algısını nasıl şekillendirdiğini anlamak, çerçeveleme kuramı perspektifinden önemli bir zemin sunmaktadır. Bu bağlamda kurgu-gerçek ilişkisi, haber içeriklerinde gerçek olayların hangi anlatı ve sunum biçimleriyle aktarıldığını değerlendirmeye imkân sağlamaktadır. Haberlerin gerçek olayı sunuş biçimi; çerçeveleme, duygusal anlatı ile başlık ve görseller üzerinden ele alınarak kurgu ile gerçek arasındaki ilişkinin değerlendirilmesine katkı sunmaktadır.

HABERDE ÇERÇEVELEME (FRAMING) KURAMI

Çerçeveleme kuramı, kökenini psikoloji ve sosyoloji olmak üzere iki ayrı disiplinden almaktadır (Pan & Kosicki, 1993). Psikoloji geleneğinde Kahneman ve Tversky'nin (1984) çalışmaları başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir. Kahneman ve Tversky, yeni bir bilginin kazanç ya da kayıp çerçevesi içinde değerlendirilmesine bağlı olarak farklı biçimlerde yorumlanabileceğini öne süren beklenti (prospect) teorisini

geliştirmişlerdir. Bu teoriye dayanan araştırmaların genellikle mikro süreçlere odaklandığı ifade edilmektedir (De Vreese & Lecheler, 2015).

İletişim biliminde çerçeveleme; sağlık iletişimi, haber ve gazetecilik araştırmaları ile özellikle siyasal iletişim çalışmalarında öne çıkmaktadır (De Vreese & Lecheler, 2015). Sosyoloji literatüründe ise Ervin Goffman (1974) tarafından kaleme alınan “*Deneyimin Organizasyonu Üzerine Bir Deneme: Çerçeve Analizi*” adlı eser, çerçeveleme konusunda ilk kapsamlı çalışma olarak kabul edilmektedir. Çerçevelemeye makro bakış açısıyla yaklaşan Goffman’a göre çerçeveler, gündelik hayatın karmaşıklığını azaltarak bireylerin dünyayı anlamlandırmasına yardımcı olan araçlardır (Erdem, 2022).

Goffman (1974) “Çerçeveleme Analizi” adlı eserinde günlük hayattaki durumları ve buradaki kişileri anlamlandırmada beklentilerin nasıl kullanıldığını sistematik bir şekilde gösterecek bir çerçeveleme analizi teorisi geliştirmiştir. Goffman, insanların doğal olarak algıladıkları bazı “birincil çerçevelerin” toplumsal olarak inşa edilmiş kavramlar-konseptler olduğunu belirtmektedir. Goffman’a göre birey, günlük yaşamda durumları, eylemleri, rolleri ve insanları tanımlayıp tasnif etmek için zihninde hazır bulunan beklentiler takımından yararlanır. Bu otomatik anlamlandırma mekanizması, Goffman’a göre bireyi çevreleyen toplumsal dünyada yer alan insanları, ilişkileri bir araya getirerek bireyin gerçeklik duygusunu oluşturur. Goffman sosyolojisine göre, günlük yaşam sahnelemesinde ve okunmasında bireylerin kullandıkları bu bilişsel takımlar medya tarafından yeniden kullanılmaktadır. Bu şekilde yaşam döngüsüne daha geniş bir çevrede devam etmekte, izleyici kitleye yeni anlamlarla geri dönmektedir (Goffman, 1974).

Çerçeveleme kavramını medya çalışmalarında yoğun biçimde kullanan Entman’ın tanımına göre çerçeveleme, “algılanan bir gerçekliğin bazı yönlerini seçip onları bir iletişim metninde daha önemli hale getirerek belli bir problem tanımını, neden-sonuç yorumunu, ahlaki yargıyı ve/veya çözüm önerisini destekleyecek biçimde kullanmak” anlamına gelmektedir. Bu tanıma göre çerçevelemenin temel unsurları, seçim ve öne çıkarma yoluyla önem atfetmektir. Entman’a göre çerçeveler sorunu tanımlar, nedenini teşhis eder, çözüm önerileri sunar ve çerçeveniş biçimine göre farklı etkiler doğurabilir (Entman, 1993).

Çerçeveleme kuramının temel özelliklerini Huang, medyanın gerçekliği nasıl yansıttığı, anlamın nasıl inşa edildiği ve bu anlamın metin ya da söylem aracılığıyla nasıl somutlaştırıldığı üzerinden açıklamaktadır. Bu yaklaşım, çerçeveleme kuramının yalnızca metnin iç yapısına değil, aynı zamanda üretim sürecini belirleyen bağlamlara ve dış çevreyle olan ilişkilere de odaklandığını göstermektedir (Abdulmecid, 2022).

Genel hatlarıyla çerçeveleme, iletişim sürecinde aktarılan bilgi ve anlamın belirli yönlerinin ön plana çıkarılması ve diğerlerinin geri planda bırakılmasıyla ilişkilidir. Bu nedenle çerçeveleme kuramı, iletişim bilimlerinde ve özellikle haber metinlerinin analizinde yol gösterici bir teori haline gelmektedir (Erdem, 2022). Medyanın haberlerdeki olayları hangi şekilde tanımlayıp ele aldığı, olayla ilgili olarak haberde nelerin içeriğe alınıp nelerin kapsam dışı bırakılarak anlam inşa edildiği konusu medyadaki çerçeveleme yaklaşımı olarak karşımıza çıkmaktadır (Saraç, 2018).

İletişim çalışmalarında genellikle toplumun büyük kesimini ilgilendiren sorunların haberlerde nasıl sunulduğu incelenir. Salgın hastalıklar ve bu hastalıklara neden olan virüsler, kriz dönemleri olmaları ve ciddi sonuçlar doğurmaları sebebiyle gazetecilerin en çok odaklandığı konulardan biridir. Bu nedenle, çerçeveleme analizlerinde de sıkça ele alınır. Kriz dönemlerinde haberlerde öne çıkan çerçeveler genellikle strateji ve çatışma ile etik ve ahlak temalarıdır. Haberlerde çerçeveleme, haberin sunulmuş şekli, yayımlandığı alan, kullanılan başlık, ton, fotoğraf ve diğer görsel-ışitsel unsurlarla sağlanır (Kazaz vd., 2024).

ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın temel amacı, post-truth çağında yeni medyada dezenformasyonun ve kurgu-gerçek ilişkisinin haber üretim ve tüketim süreçlerine olan etkilerini incelemektir. Bu doğrultuda Ocak 2025'te Bolu'da meydana gelen Grand Kartal Otel Yangını örnek olay olarak ele alınmıştır. Farklı siyasi ve ideolojik eğilimlere sahip 12 dijital haber sitesinden seçilen toplam 12 haber metni; çerçeveleme, duygusal anlatı ve kurgu öğeleri, dezenformasyon unsurları ve kaynak kullanımı gibi analiz kodları doğrultusunda nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Bu kapsamda araştırmanın temel sorusu, post-truth çağında dezenformasyonun ve kurgu-gerçek ilişkisinin haber içeriklerine ve medya tüketicilerinin algılarına nasıl yansdığıdır. Çalışma, yeni medya ortamında

bilgi kirliliğinin ve gerçeklik algısının nasıl şekillendiğini ortaya koymayı, ayrıca dezenformasyonun medya tüketicileri üzerindeki olası etkilerini anlamayı hedeflemektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Veri toplama sürecinde amaçlı örneklem yöntemiyle seçilen haber metinleri, içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. İnceleme kapsamında, Grand Kartal Otel Yangını ile ilgili çeşitli dijital kaynaklardan derlenen haberler, önceden belirlenen analiz kodları doğrultusunda değerlendirilmiştir. Bu kodlar çerçevesinde haberlerde kullanılan çerçeveleme stratejileri, duygusal anlatı öğeleri, dezenformasyon unsurları, kaynak kullanımı ile görsel ve başlıkların işlevleri ayrı ayrı ele alınmıştır. Böylece haber metninin yapısal ve söylemsel yönleri derinlemesine ortaya konmuştur.

Analiz kodları, araştırmanın kuramsal çerçevesini oluşturan post-truth, dezenformasyon, medya okuryazarlığı ve çerçeveleme kuramı doğrultusunda belirlenmiştir. Kodların uygulanması sürecinde her haber metni aynı analiz ölçütleri esas alınarak sistematik biçimde incelenmiştir. Çerçeveleme analizinde olayın hangi bakış açısıyla sunulduğu, sorumluluğun nasıl dağıtıldığı ve hangi unsurların öne çıkarıldığı; duygusal anlatı analizinde dramatizasyon, kişiselleştirme ve duygusal çağrışım oluşturan anlatım biçimleri; dezenformasyon analizinde doğrulanmamış bilgi, belirsizlik ve spekülasyon ifadelerin varlığı; kaynak kullanımında ise haberde başvuru kişi, kurum ve resmî belgeler değerlendirilmiştir. Başlık ve görseller ise haber metniyle ilişkisi, dikkat çekicilik düzeyi ve haberin anlamını destekleme biçimi açısından incelenmiştir. Değerlendirmeler, her haber için hazırlanan analiz tabloları üzerinden aynı ölçütler esas alınarak gerçekleştirilmiş ve yorumlar doğrudan haber metninde yer alan içeriklere dayandırılmıştır.

ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evrenini, Türkiye’de faaliyet gösteren dijital haber platformlarında yayımlanan güncel haber içerikleri oluşturmaktadır. Örneklem ise Grand Kartal Otel yangını (20 Ocak 2025) hakkında haber yayımlayan, farklı siyasi ve ideolojik eğilimlere sahip *sol*, *merkez* ve *muhafazakâr çizgideki* dijital haber sitelerinden seçilen 12 platform üzerinden temin edilen toplam 12 haber metninden oluşmaktadır.

Araştırmada yer verilen haber platformları, amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilmiş olup Türkiye'deki dijital haber ekosisteminin siyasi ve ideolojik çeşitliliğini yansıtan temsili bir örneklem oluşturmak amacıyla belirlenmiştir. Seçilen siteler, dijital ortamda geniş kitlelere ulaşmaları, düzenli içerik üretmeleri ve yüksek etkileşim almaları nedeniyle medya söylem analizi açısından uygun bir zemin sunmaktadır. İncelenen haberler, olayın ardından ilk 7 gün içinde ve ilerleyen dönemlerde yayımlanan içerikler arasından seçilmiştir. Bu sayede, olayın sıcaklığı sürerken üretilen söylemler ile zamanla bu söylemlerde oluşan değişimler gözlemlenmiş ve post-truth izleri daha belirgin biçimde analiz edilmiştir.

Araştırmanın amacı, haber kuruluşlarının editoryal çizgilerini karşılaştırmak ya da her medya kuruluşunun yayın politikasını temsil etmekten ziyade, aynı kriz olayının farklı dijital haber ortamlarında nasıl sunulduğunu post-truth, dezenformasyon ve kurgu-gerçek ilişkisi bağlamında incelemektir. Bu nedenle her haber platformundan araştırmanın amacıyla uyumlu bir haber metni seçilmiş ve içerikler derinlemesine analiz edilmiştir.

ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Bu çalışma, belirli bir örnek olay üzerinden yürütüldüğü için elde edilen bulgular tüm dijital haber içeriklerine genellenebilir nitelikte değildir. İnceleme kapsamının tek bir olaya odaklanması, çalışmanın post-truth bağlamında dezenformasyon ve kurgu-gerçek ilişkisinin haber metinlerinde nasıl kurulduğunu daha ayrıntılı biçimde değerlendirebilmek amacıyla tercih edilmiştir.

Araştırmada yalnızca Türkiye'de yayın yapan dijital haber siteleri ve Türkçe içerikler incelenmiştir. Bu tercih, çalışmanın bağlamını Türkiye'deki dijital medya ekosistemiyle sınırlı tutmak ve analiz edilen söylemleri aynı toplumsal-kültürel bağlam içinde değerlendirebilmek amacıyla yapılmıştır. Bu nedenle farklı ülke örnekleri ve uluslararası karşılaştırmalar araştırmanın kapsamı dışında bırakılmıştır.

Örneklem sayısının sınırlı tutulması, nitel içerik analizinin doğası gereği her bir haber metninin ayrıntılı ve derinlemesine incelenebilmesini sağlamak amacıyla tercih edilmiştir. Bu nedenle araştırma, medya kuruluşlarının genel yayın politikalarını karşılaştırmayı değil, seçilen haber metinleri üzerinden post-truth, dezenformasyon ve kurgu-gerçek ilişkisinin haber söylemine nasıl yansıdığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Gelecek çalışmalarda aynı medya kuruluşuna ait farklı zamanlarda yayımlanan

birden fazla haberin incelenmesi, söylemsel sürekliliğin ve editoryal çerçevelerin daha kapsamlı biçimde değerlendirilmesine katkı sağlayabilir. Ayrıca araştırma haber metinleriyle sınırlı olduğundan, haber üreticilerinin editoryal karar süreçleri veya haber tüketicilerinin algı düzeyleri doğrudan ölçümlenmemiştir. Bu yönüyle çalışma, haber içeriklerinin söylemsel yapısına odaklanmakta; üretim süreçleri ve izleyici etkileri ise araştırmanın kapsamı dışında kalmaktadır. Son olarak, dijital medya ortamında içeriklerin hızla güncellenmesi, silinmesi veya yeniden düzenlenmesi gibi dinamikler nedeniyle analiz edilen içerikler belirli bir zaman aralığında erişilebilen haber metinleriyle sınırlı kalmıştır.

BULGULAR

Vaka İncelemesi: Grand Kartal Otel Yangını Haberlerinin Analizi

Tablo 1.

Analize Dahil Edilen Dijital Haber Platformları

<i>Eğilim</i>	<i>Haber Sitesi</i>	<i>Web Adresi</i>
<i>Muhalif / Sol ve Sosyal Demokrat</i>	BirGün	www.birgun.net
	Cumhuriyet	www.cumhuriyet.com.tr
	Gazete Duvar	www.gazeteduvar.com.tr
	T24	www.t24.com.tr
<i>Merkez / Liberal Muhafazakâr</i>	NTV	www.ntv.com.tr
	Habertürk	www.haberturk.com.tr
	Sözcü	www.sozcu.com.tr
<i>Hükümete Yakın / Muhafazakâr</i>	Hürriyet	www.hurriyet.com.tr
	Sabah	www.sabah.com.tr
	Yeni Şafak	www.yenisafak.com
	A Haber	www.ahaber.com.tr
	TRT Haber	www.trthaber.com

Şekil 1



(Kaynak: BirGün, 2025).

Tablo 2.

Birgün Gazetesi Haberinin Analizi

<i>Analiz Kodu</i>	<i>İnceleme Boyutu</i>	<i>Bulgular</i>
<i>Çerçeveleme</i>	Olay nasıl sunulmuş, suçlu kim, kahraman kim ve sorumluluk nasıl dağıtılmış?	Yangında ihmaller zinciri ve sorumluluk sahibi kurumların denetim eksiklikleri vurgulanmış. Suçlu olarak kurumlar ön plana çıkarılmıştır.
<i>Duygusal Anlatı / Kurgu</i>	Haberde dramatizasyon, kişiselleştirme, duygusal betimlemeler var mı?	78 can aldı ifadesi ve ihmaller zincirine yapılan vurgu, dramatik ve kişiselleştirici bir etki yaratmaktadır.
<i>Dezenformasyon / Belirsizlik</i>	Haberde doğrulanmamış bilgiler var mı, spekülasyonlar yapılmış mı?	Haber rapora dayandırıldığı için doğrulanmamış bilgi veya spekülasyon tespit edilmemiştir.
<i>Kaynak Kullanımı</i>	Haberde uzman, yetkili veya tanık görüşü ne kadar yer almış?	Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği'ne (TMMOB) bağlı meslek odalarının raporu temel kaynak olarak kullanılmıştır.

Görsel ve Başlık Analizi

Başlık manipülatif mi, görsellerin işlevi ne?

Başlıkta yer alan 78 can aldı ifadesi ile dikkat çekici ve duygusal bir bağlam oluşturulmuştur. Görsel olarak yanmış otelin dış cephesi kullanılmış, bu görsel olayın ciddiyetini vurgulamak amacıyla tercih edilmiştir.

Örnek Haber Analizi: BirGün Gazetesi – TMMOB'den Grand Kartal Otel'deki yangın faciasına ilişkin kapsamlı rapor: İhmaller zinciri 78 can aldı

Tarih: 21 Şubat 2025

BirGün gazetesine ait haber, Bolu'da gerçekleşen Grand Kartal Otel yangınına ilişkin TMMOB tarafından hazırlanan kapsamlı raporu temel almaktadır. Haber metni ve görseller, olayın sorumluluğunu ihmal ve denetim eksiklikleri üzerinden çerçevelemektedir. Ayrıca başlıkta yer alan *78 can aldı* ifadesi, okuyucuda güçlü bir duygusal etki yaratacak biçimde dramatik bir anlatı kurmaktadır. Haberde doğrulanmamış bilgi veya spekülasyon bulunmaması, içerik güvenilirliğini desteklemektedir. Rapora dayalı bilgi kullanımı, haberin daha somut ve kanıta dayalı biçimde sunulmasına katkı sağlamaktadır. Görsel ve başlık unsurları ise olayın trajik boyutunu vurgulayarak haberin etkisini artırmaktadır.

Şekil 2.



(Kaynak: Cumhuriyet, 2025).

Tablo 3.

Cumhuriyet Gazetesi Haberinin Analizi

<i>Analiz Kodu</i>	<i>İnceleme Boyutu</i>	<i>Bulgular</i>
<i>Çerçeveleme</i>	Olay nasıl sunulmuş, suçlu kim, kahraman kim ve sorumluluk nasıl dağıtılmış?	Olay, resmi ve hukuki süreçler çerçevesinde sunulmuştur. Sorumluluk daha çok resmi kurumlara ve rapor bulgularına atfedilmiştir. Haberde belirgin bir suçlu veya kahraman vurgusu bulunmamaktadır.
<i>Duygusal Anlatı / Kurgu</i>	Haberde dramtizasyon, kişiselleştirme, duygusal betimlemeler var mı?	Duygusal anlatı sınırlıdır. Haber, ağırlıklı olarak teknik ve resmi bilgilere dayanmaktadır.
<i>Dezenformasyon / Belirsizlik</i>	Haberde doğrulanmamış bilgiler var mı, spekülasyonlar yapılmış mı?	Doğrulanmamış bilgi ve spekülasyon bulunmamaktadır. Haber, resmi raporlar üzerinden aktarılmıştır.
<i>Kaynak Kullanımı</i>	Haberde uzman, yetkili veya tanık görüşü ne kadar yer almış?	Bakanlık raporları ve akademisyen görüşlerine yer verilmiştir. Kaynak kullanımı güçlüdür.
<i>Görsel ve Başlık Analizi</i>	Başlık manipülatif mi, görsellerin işlevi ne?	Başlık, olayın resmi ve hukuki boyutunu yansıtmaktadır, manipülatif bir dil kullanılmamıştır. Görsel, teknik rapor ve hasar odaklıdır.

Örnek Haber Analizi: Cumhuriyet – Kartalkaya’daki yangın faciası: Bakanlık “hasar tespit raporu”nu başsavcılığa sundu

Yayın Tarihi: 31 Ocak 2025

Bu haber, Grand Kartal Otel yangını sonrası Bakanlık tarafından hazırlanan hasar tespit raporunun hukuki sürece aktarılmasını, daha çok resmi bilgi aktarımı çerçevesinde sunmaktadır. Haber, resmi kurumların raporlarına dayandığı için doğrulanmamış bilgi veya spekülasyon içermemektedir. Ayrıca metinde duygusal anlatı, dramtizasyon ve kişiselleştirme

barındırmamaktadır. Çerçevelemede sorumluluk vurgusu, hukuki süreç ve resmi raporlar üzerinden kurulmuştur. Haberde suçlu veya kahraman tanımlaması yapılmamıştır. Başlık ve görseller ise olayın teknik ve hasar boyutunu yansıtmakta olup, manipülatif bir dil kullanılmamıştır.

Şekil 3.



(Kaynak: Gazete Duvar, 2025).

Tablo 4.

Gazete Duvar Haberinin Analizi

Analiz Kodu	İnceleme Boyutu	Bulgular
Çerçeveleme	Olay nasıl sunulmuş, suçlu kim, kahraman kim ve sorumluluk nasıl dağıtılmış?	Olay otel çalışanlarının ifadeleri üzerinden aktarılmış, ihmal ve güvenlik eksiklikleri ön plana çıkarılmıştır. Sorumluluk, otel yönetimi ve denetim eksikliği üzerinden kurulmuştur.
Duygusal Anlatı / Kurgu	Haberde dramatisasyon, kişiselleştirme, duygusal betimlemeler var mı?	Duygusal ve dramatik anlatı belirgindir. Kurtarma çabaları, çaresizlik ve kayıplar kişisel ifadelerle aktarılmıştır.
Dezenformasyon / Belirsizlik	Haberde doğrulanmamış bilgiler var mı, spekülasyonlar yapılmış mı?	İddialar otel çalışanlarının doğrudan ifadelerine dayandığı için spekülasyondan çok tanıklık niteliğinde, ancak resmi doğrulama yoktur.

<i>Kaynak Kullanımı</i>	Haberde uzman, yetkili veya tanık görüşü ne kadar yer almış?	Haber ağırlıklı olarak otel çalışanlarının ifadelerine dayanmakta, resmi kaynaklara yer verilmemektedir.
<i>Görsel ve Başlık Analizi</i>	Başlık manipülatif mi, görsellerin işlevi ne?	Başlık, ihmaller sonucu can kaybı olduğu vurgusuyla dikkat çekmektedir. Görseller ise dramatik bir etki yaratacak şekilde yangın sonrası sahneler üzerinden kurulmuştur.

Örnek Haber Analizi: Gazete Duvar – Grand Kartal Otel çalışanları anlattı: Yangın alarmı olsa bu kadar insan ölmezdi

Yayın Tarihi: 22 Ocak 2025

Bu haber, Grand Kartal Otel yangın faciasında yaşananları otel çalışanlarının anlatımları üzerinden aktarmaktadır. Haber, çalışanların tanıklıklarına dayanarak yangın güvenliği önlemlerinin yetersizliğini ve bunun can kaybına etkisini ön plana çıkarmaktadır. Bu anlatım, okuyucuda empati ve tepki oluşturabilecek dramatik bir etki yaratmaktadır. Ayrıca haberde resmi kurumların görüşüne veya doğrulamasına yer verilmemesi, olayın daha çok tanıklıklar üzerinden aktarılmasına neden olmuştur. Buna rağmen haber, sorumluluk ve ihmal vurgusunu güçlü biçimde kurmaktadır. Başlık da bu ihmali doğrudan öne çıkardığı için daha dikkat çekici ve yönlendirici bir etki yaratabilmektedir.

Şekil 4.



(Kaynak: T24, 2025).

Tablo 5.
T24 Gazetesi Haberinin Analizi

<i>Analiz Kodu</i>	<i>İnceleme Boyutu</i>	<i>Bulgular</i>
<i>Çerçeveleme</i>	Olay nasıl sunulmuş, suçlu kim, kahraman kim ve sorumluluk nasıl dağıtılmış?	Haber, mağdur yakınının ifadeleri üzerinden itfaiyeyi doğrudan sorumlu göstererek birincil sorumlu olarak konumlandırmaktadır. Bunun yanında otel yönetimi ve kamu görevlileri de dolaylı biçimde eleştirilmiştir. Mağdurun yaşadığı acı ve adalet arayışı haberin merkezinde yer almaktadır. Sorumluluk açık şekilde devlet ve özel sektör kurumlarına yüklenmiştir.
<i>Duygusal Anlatı / Kurgu</i>	Haberde dramatizasyon, kişiselleştirme, duygusal betimlemeler var mı?	Evet. <i>Abi gel, bizim ölümlümüzü al.</i> gibi ifadelerle yüksek duygusal yoğunluk oluşturulmuştur. Mağdurun yaşadığı travma detaylı biçimde aktarılmış, kişisel acı anlatısı ön planda tutulmuştur. Haberde dramatik anlatı unsurları belirgin biçimde kullanılmıştır.
<i>Dezenformasyon / Belirsizlik</i>	Haberde doğrulanmamış bilgiler var mı, spekülasyonlar yapılmış mı?	Haberde geçen <i>itfaiye su deposunu dolduramamış</i> gibi ifadeler teyitsizdir; doğrudan itfaiyenin açıklamasına yer verilmemiştir. Bu ifade, doğrulanmadığı için belirsizlik taşıyan bir bilgi olarak yer almaktadır. Ancak haberin genel tonu, kişisel anlatı aktarımı şeklindedir.
<i>Kaynak Kullanımı</i>	Haberde uzman, yetkili veya tanık görüşü ne kadar yer almış?	Haberde mağdur yakınının ve onun avukatının görüşlerine yer verilmiştir. Yetkili kurumlardan doğrudan bir açıklama bulunmamaktadır. Haber, büyük ölçüde tanık anlatısına dayanmaktadır.
<i>Görsel ve Başlık Analizi</i>	Başlık manipülatif mi, görsellerin işlevi ne?	Başlık, mağduriyet ve adalet talebini merkeze alan duygusal bir çerçeve içermektedir. Kullanılan görsellerden biri yangın anına ait iç mekânı (<i>duman ve kaos vurgusu</i>), diğeri ise dış çekimle olay sonrası tahribatı göstermektedir.

Örnek Haber Analizi: T24 – Kartalkaya mağdurları sorumluların en ağır cezayı almasını istiyor

Yayın Tarihi: 23 Mayıs 2025

Haber, yangında yakınlarını kaybeden kişilerin anlatılarına dayanmaktadır. Başlıkta kullanılan *mağdurlar* ve *en ağır ceza* ifadeleri dramatik bir ton yaratmaktadır. Görseller, yangın sonrası çekilmiş ve itfaiyecilerin müdahale anlarını göstermektedir. Bu görseller, olayın ciddiyetini izleyiciye görsel olarak hissettirir ve haberin duygusal etkisini artırır. Başlık ve görseller ise, olayın kişisel ve toplumsal etkisini vurgulayan bir çerçeveleme stratejisi olarak değerlendirilebilir. Haber, medya içeriklerinde duygu temelli çerçevelemenin ve dramatizasyonun nasıl etkili biçimde kullanıldığını göstermektedir.

Şekil 5.



(Kaynak: NTV, 2025).

Tablo 6.
NTV Gazetesi Haberinin Analizi

<i>Analiz Kodu</i>	<i>İnceleme Boyutu</i>	<i>Bulgular</i>
<i>Çerçeveleme</i>	Olay nasıl sunulmuş, suçlu kim, kahraman kim ve sorumluluk nasıl dağıtılmış?	Sorumluluk net olarak otel yöneticilerine yüklenmiş. <i>Hayali müdür, damat kontenjanı, kaçan yönetici</i> ifadeleriyle yöneticiler alaya alınmış. Kamu denetim sistemi de dolaylı bir şekilde eleştirilerek, suçlular belirgin biçimde yöneticiler olarak nitelenmiştir.
<i>Duygusal Anlatı / Kurgu</i>	Haberde dramatizasyon, kişiselleştirme, duygusal betimlemeler var mı?	Dramatik olay aktarımı var, ancak mizahi ve eleştirel bir tonla sunulmuş. <i>Damat kontenjanı, resmiyette resepsiyon</i> gibi ifadeler dikkat çekici ve tepki uyandırıcı bir etki yaratıyor.
<i>Dezenformasyon / Belirsizlik</i>	Haberde doğrulanmamış bilgiler var mı, spekülasyonlar yapılmış mı?	İfadeler savcılık ifadesi gibi kaynaklara dayanıyor, ancak bazı detaylar (<i>kaçış şekli</i>) net değil. Müdürün <i>gayri resmi</i> rolü çelişkili olabilir.
<i>Kaynak Kullanımı</i>	Haberde uzman, yetkili veya tanık görüşü ne kadar yer almış?	Haber müdür ve genel müdürün ifadelerine dayanıyor; doğrudan tanıklıklar ve resmi belgelerden alınan bilgilerle desteklenmiş. Uzman veya bağımsız değerlendirme yok.
<i>Görsel ve Başlık Analizi</i>	Başlık manipülatif mi, görsellerin işlevi ne?	Başlık sansasyonel: <i>hayali müdür</i> ifadesi alaycı ve çarpıcı bir dil içeriyor. Görsel olarak otel kullanılmış, olayın ciddiyetini ve eleştirel çerçeveyi güçlendiriyor.

Örnek Haber Analizi: NTV– Kartalkaya otel yangını: Otelin müdürü de “hayali” çıktı

Yayın Tarihi: 29 Ocak 2025

Haberde otel yönetiminin ihmalleri ve sorumluluktan kaçma girişimleri ön plana çıkarılmış. Müdür olduğunu iddia eden kişinin aslında resmiyette sadece resepsiyon görevlisi olduğunu iddia etmesi, genel müdürün *damat kontenjanından* göreve gelmiş olması gibi detaylar, kurumsal ciddiyetsizlik ve ihmali açıkça gösteriyor. Bu durum hem otel yönetimini hem de denetim mekanizmalarını sorguluyor. Başlık dikkat çekici ve eleştirel bir ton taşıyor, görsel ise olayın ciddiyetini pekiştiriyor. Haberde doğrudan duygusal anlatı bulunmamakta, daha çok çarpıcı ifadeler ve gerçeklere dayalı bir eleştiri dili kullanılmış.

Şekil 6.



(Kaynak: Habertürk, 2025).

Tablo 7.

Habertürk Gazetesi Haberinin Analizi

Analiz Kodu	İnceleme Boyutu	Bulgular
Çerçeveleme	Olay nasıl sunulmuş, suçlu kim, kahraman kim ve sorumluluk nasıl dağıtılmış?	Olay, tatilcilerin tepkisizliği ve vicdansızlığı üzerinden sunulmuş. Suçlu doğrudan belirtilmemiş, dolaylı olarak tatilcilere ahlaki sorumluluk yüklenmiş.

<i>Duygusal Anlatı / Kurgu</i>	Haberde drammatizasyon, kişiselleştirme, duygusal betimlemeler var mı?	<i>Pes dedirten görüntü, hiç mi vicdan kalmadı</i> gibi ifadelerle duygusal tepki yaratılmak istenmiş. Görseller bu etkiyi güçlendiriyor.
<i>Dezenformasyon / Belirsizlik</i>	Haberde doğrulanmamış bilgiler var mı, spekülasyonlar yapılmış mı?	Haber genelinde yorum ağırlıklı ifadeler var. Objektif bilgiyle yorum karışmış durumda.
<i>Kaynak Kullanımı</i>	Haberde uzman, yetkili veya tanık görüşü ne kadar yer almış?	Görüntüler İHA'dan alınmış; resmi veya uzman görüşü yer almıyor. Haberin temeli kamuoyu tepkisine dayanıyor.
<i>Görsel ve Başlık Analizi</i>	Başlık manipülatif mi, görsellerin işlevi ne?	Başlık sansasyonel ve manipülatif, ahlaki tepki uyandırma amacı taşıyor. Görsellerde duman ve kayak yapanlar aynı karede; olayın çarpıcı ve duygusal boyutu vurgulanmış.

Örnek Haber Analizi: Habertürk – Pes dedirten görüntü: Grand Kartal Otel'den dumanlar yükselirken, kaymaya devam ettiler

Yayın Tarihi: 22 Ocak 2025

Bu haberde trajedinin yaşandığı otelin hemen yanında kayak yapmaya devam eden tatilciler üzerinden ahlaki bir tepki yaratılıyor. Başlık ve görsellerin kullanımı da bu duygusal tepkiyi destekliyor. Ancak haber, bilgi vermekten çok kamu vicdanına seslenmeye çalışıyor. Bu yönüyle post-truth dönemde duygulara dayalı haber sunumuna örnek gösterilebilir.

Şekil 7.



(Kaynak: Sözcü, 2025).

Tablo 8.

Sözcü Gazetesi Haberinin Analizi

<i>Analiz Kodu</i>	<i>İnceleme Boyutu</i>	<i>Bulgular</i>
<i>Çerçeveleme</i>	Olay nasıl sunulmuş, suçlu kim, kahraman kim ve sorumluluk nasıl dağıtılmış?	Haber, devletin yargı sürecini duyurma çerçevesinde sunulmuş. Sorumluluk, bilirkişi raporuna dayandırılarak somut kişilere yöneltilmiş. Adalet süreci öne çıkarılmış.
<i>Duygusal Anlatı / Kurgu</i>	Haberde dramtizasyon, kişiselleştirme, duygusal betimlemeler var mı?	Dramatizasyon ve duygusal dil çok sınırlı. Bakanın taziye mesajı dışında duygusal çağrışım düşük. Haberde bilgilendirici bir dil kullanılıyor.
<i>Dezenformasyon / Belirsizlik</i>	Haberde doğrulanmamış bilgiler var mı, spekülasyonlar yapılmış mı?	Haberde verilen bilgiler resmi açıklamalara dayanıyor. Doğrulanmamış bilgi veya spekülasyon bulunmuyor.
<i>Kaynak Kullanımı</i>	Haberde uzman, yetkili veya tanık görüşü ne kadar yer almış?	Kaynak doğrudan Adalet Bakanı'nın Twitter açıklamaları. Ayrıca bilirkişi raporuna ve savcılığa atıf var. Kaynak kullanımı güvenilir ve somut.

Görsel ve Başlık Analizi

Başlık manipülatif mi, görsellerin işlevi ne?

Başlık bilgilendirici ve resmi bir dille yazılmış. Görselde yangın sonrası binadan yükselen dumanlar yer alıyor, olayın ciddiyetini ve gerçekliğini yansıtıyor. Manipülatif değil.

Örnek Haber Analizi: Sözcü – Bakan Tunç açıkladı: Kartalkaya'daki yangın faciasında 6 tutuklama!

Yayın Tarihi: 27 Mart 2025

Bu haber, olayın yargı sürecine odaklanarak resmi bir bilgilendirme dili kullanıyor. Adalet Bakanı Yılmaz Tunç'un açıklamaları temel alınmış, dolayısıyla haber duygusal anlatımdan çok bilgi vermeye yöneliyor. Sorumlular, bilirkişi raporuna dayanarak net biçimde gösterilmiş; bu durum okuyucuda *adalet yerini buluyor* düşüncesi oluşturuyor. Görselde binadan yükselen dumanlar yer alıyor; olayın gerçekliğini vurguluyor ve dramatizasyona kaçmadan etkili bir atmosfer yaratıyor. Haber spekülasyon veya belirsiz bilgi içermiyor, tamamen doğrulanmış resmi kaynaklara dayanıyor. Bu yönüyle hem kamuoyunu bilgilendirme işlevi güçlü hem de güven verici bir dil kullanılmış.

Şekil 8.



(Kaynak: Hürriyet, 2025).

Tablo 9.

Hürriyet Gazetesi Haberinin Analizi

<i>Analiz Kodu</i>	<i>İnceleme Boyutu</i>	<i>Bulgular</i>
<i>Çerçeveleme</i>	Olay nasıl sunulmuş, suçlu kim, kahraman kim ve sorumluluk nasıl dağıtılmış?	Haber Meclis Komisyonu görüşmeleri üzerinden yangınla ilgili bürokratik süreci aktarıyor. <i>Kral dairesi</i> vurgusu dikkat çekici bir başlık unsuru olmuş. Ayrıca Beypiliç kamyonu ile ilgili açıklamalar yerel yönetimlerin karar alma süreçlerini sorguluyor. Olayın sorumluları doğrudan suçlanmıyor, dolaylı sistem eleştirisi hissediliyor.
<i>Duygusal Anlatı / Kurgu</i>	Haberde dramtizasyon, kişiselleştirme, duygusal betimlemeler var mı?	Doğrudan dramatik anlatım yok. Milletvekillerinin <i>hiç kalmadık</i> gibi ifadeleri habere ironik ve gündelik bir ton katıyor. Kamyon detayı trajedinin boyutunu hatırlatıyor.
<i>Dezenformasyon / Belirsizlik</i>	Haberde doğrulanmamış bilgiler var mı, spekülasyonlar yapılmış mı?	Haberde spekülasyon yok, açıklamalar resmi ve net. Valinin beyanları net aktarılmış, dolayısıyla doğrulanmamış bilgi ya da yönlendirme yok gibi. Ama olayın tam şeffaflığı konusunda okuyucuda soru işareti oluşabilmektedir.
<i>Kaynak Kullanımı</i>	Haberde uzman, yetkili veya tanık görüşü ne kadar yer almış?	Haber Bolu Valisi'nin Meclis Komisyonu'ndaki açıklamalarına ve milletvekillerinin ifadelerine dayanıyor. Resmi ve birinci elden kaynaklar kullanılmış.
<i>Görsel ve Başlık Analizi</i>	Başlık manipülatif mi, görsellerin işlevi ne?	Başlık <i>Meclis 'kral dairesi'ni konuştu</i> ile dikkat çekici hale getirilmiş. Görselde yanan otelin dumanlar içindeki hali var, olayın ciddiyetini gösteriyor. Manipülatif değil.

Örnek Haber Analizi: Hürriyet – Kartalkaya faciasında Meclis ‘kral dairesi’ni konuştu

Yayın Tarihi: 16 Mayıs 2025

Haber, yangın sonrası siyasi ve idari süreci ön plana çıkarıyor. Komisyon görüşmeleri sırasında geçen *kral dairesi* vurgusu haberin odak noktası yapılmış. Trajediden çok bürokratik detaylara dikkat çekiliyor. Beypiliç kamyonu olayıyla ilgili açıklamalar da yer alıyor; bu detay, kriz anındaki kararların kamuoyundaki algısını gösteriyor. Görsel ve başlık yangının büyüklüğünü aktarıyor, başlık biraz ironik bir tona sahip. Genel olarak haber, olayın siyasi ve yönetsel boyutlarına odaklanıyor.

Şekil 9.



(Kaynak: Sabah, 2025).

Tablo 10.

Sabah Gazetesi Haberinin Analizi

<i>Analiz Kodu</i>	<i>İnceleme Boyutu</i>	<i>Bulgular</i>
<i>Çerçeveleme</i>	Olay nasıl sunulmuş, suçlu kim, kahraman kim ve sorumluluk nasıl dağıtılmış?	Yangın faciası resmi açıklamalar üzerinden aktarılmış. Ölü ve yaralı sayısı, soruşturma süreci ve ulusal yas vurgulanmış. Suçlu veya kahraman öne çıkarılmamış; ağırlık resmi bilgilere verilmiş.
<i>Duygusal Anlatı / Kurgu</i>	Haberde dramatizasyon, kişiselleştirme, duygusal betimlemeler var mı?	İçişleri, Sağlık, Çalışma, Turizm Bakanları ve Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın açıklamaları ön planda. Duygusal betimlemeler sınırlı tutulmuş, haber bilgilendirici bir ton kullanıyor.
<i>Dezenformasyon / Belirsizlik</i>	Haberde doğrulanmamış bilgiler var mı, spekülasyonlar yapılmış mı?	1 günlük milli yas, Putin'in taziye mesajı ve <i>başımız sağ olsun</i> ifadeleriyle toplumsal duyarlılık aktarılmış. Spekülasyonlara yer verilmemiş.
<i>Kaynak Kullanımı</i>	Haberde uzman, yetkili veya tanık görüşü ne kadar yer almış?	76 ölü, 51 yaralı, müdahale süresi, görevli ekip sayısı, soruşturma kapsamı gibi detaylar açık ve kapsamlı verilmiş.
<i>Görsel ve Başlık Analizi</i>	Başlık manipülatif mi, görsellerin işlevi ne?	Başlık bilgi verici ve ciddi; manipülatif değil. Görseller, olayın ciddiyetini ve boyutunu destekleyecek şekilde seçilmiş.

Örnek Haber Analizi: Sabah – Bolu Kartalkaya'daki Grand Kartal Otel'de yangın faciası! Bakan Yerlikaya ölü sayısını açıkladı

Yayın Tarihi: 21 Ocak 2025

Haber, Bolu Kartalkaya'daki Grand Kartal Otel yangınını resmi açıklamalar çerçevesinde aktarıyor. İçişleri Bakanı, diğer bakanlar ve Cumhurbaşkanı'nın açıklamalarına dayanarak güvenilir ve ciddi bir içerik sunulmuş. Ölü ve yaralı sayısı, olayın saatleri, müdahale detayları ve kullanılan ekip sayısı gibi somut bilgiler verilmiş. Ayrıca milli yas ve uluslararası taziye mesajları ile duyarlılık aktarılmış. Soruşturma ve gözaltılarla ilgili bilgiler de sunularak sorumluluk arayışı haberin içinde

yer almış. Duygusal vurgular ölçülü tutulmuş, haber daha çok resmi bilgilere ve olayın sürecine odaklanmış. Bu yaklaşım, haberin güvenilir ve bilgi verici olmasını sağlamıştır.

Şekil 10.



(Kaynak: Yeni Şafak, 2025).

Tablo 11.
Yeni Şafak Gazetesi Haberinin Analizi

<i>Analiz Kodu</i>	<i>İnceleme Boyutu</i>	<i>Bulgular</i>
<i>Çerçeveleme</i>	Olay nasıl sunulmuş, suçlu kim, kahraman kim ve sorumluluk nasıl dağıtılmış?	Yangın faciası geniş kapsamda aktarılmış; suçlu olarak soruşturma kapsamında gözaltına alınan 11 kişi belirtilmiş. Yetkili kişiler ve otel çalışanları sorumluluk kapsamında. Otel mühürlenmiş, resmi işlemler devam ediyor.
<i>Duygusal Anlatı / Kurgu</i>	Haberde drammatizasyon, kişiselleştirme, duygusal betimlemeler var mı?	Duygusal vurgu sınırlı; <i>hepimizi derinden üzen</i> ifadesi dışında dramatik anlatım yok. Haber resmi açıklamalara dayanıyor.

<i>Dezenformasyon / Belirsizlik</i>	Haberde doğrulanmamış bilgiler var mı, spekülasyonlar yapılmış mı?	Haber tamamen resmi açıklamalara ve adli soruşturma detaylarına dayanıyor; spekülasyon veya belirsizlik yok.
<i>Kaynak Kullanımı</i>	Haberde uzman, yetkili veya tanık görüşü ne kadar yer almış?	Adalet Bakanlığı ve Bolu Cumhuriyet Başsavcılığı yetkililerinin açıklamalarına yer verilmiş, 7 kişilik bilirkişi heyeti incelemeleri vurgulanmıştır.
<i>Görsel ve Başlık Analizi</i>	Başlık manipülatif mi, görsellerin işlevi ne?	Başlık bilgi verici ve ciddi. Görselde mühürlenmiş otel ve yangın sonrası durumu gösteriliyor; dramatik veya manipülatif değil.

Örnek Haber Analizi: Yeni Şafak – Kartalkaya’da 78 kişiye mezar olan Grand Kartal Otel hakkında karar verildi

Yayın Tarihi: 23 Ocak 2025

Yeni Şafak gazetesi haberi, yangın faciasını ciddi ve resmi bir dille ele alıyor. Olay sonrası hukuki süreçler ve soruşturmalar ön planda verilmiş. Otel yönetimi ve ilgili yetkililerin gözaltına alınması net biçimde vurgulanmış. Dramatik ve duygusal betimlemeler sınırlı; haber, yetkili mercilerin açıklamaları ve soruşturma ayrıntılarına odaklanıyor. Spekülasyon ve doğrulanmamış iddialara yer verilmemiş, bu da güvenilirliği artırıyor. Başlık bilgi verici ve olayın ciddiyetini yansıtıyor, manipülatif değil. Genel olarak, haber hukuki boyut ve resmi açıklamalar çerçevesinde, bilgilendirici ve ölçülü bir dil kullanıyor.

Şekil 11.



(Kaynak: A Haber, 2025).

Tablo 12.

A Haber Gazetesi Haberinin Analizi

<i>Analiz Kodu</i>	<i>İnceleme Boyutu</i>	<i>Bulgular</i>
<i>Çerçeveleme</i>	Olay nasıl sunulmuş, suçlu kim, kahraman kim ve sorumluluk nasıl dağıtılmış?	Yangının ihmaller zinciriyle büyüdüğü vurgulanmış. Otelin eski ve bakımsız olması ile yangın merdivenlerinin yetersizliği ön plana çıkarılmış. Sorumluluk işletme ve denetim eksikliklerine verilmiş.
<i>Duygusal Anlatı / Kurgu</i>	Haberde dramatisasyon, kişiselleştirme, duygusal betimlemeler var mı?	Kurtulan personelin tanıklıkları ve yaşadığı korku, çaresizlik dramatik biçimde aktarılmış. <i>Tam bir cehennemdi</i> gibi ifadeler kullanılmış.
<i>Dezenformasyon / Belirsizlik</i>	Haberde doğrulanmamış bilgiler var mı, spekülasyonlar yapılmış mı?	İlk ihbarın <i>küçük çaplı</i> olarak yapıldığı ve itfaiye müdahalesinin yetersiz kaldığı bilgisi kaynak gösterilmeden verilmiş. Spekülasyon yok.
<i>Kaynak Kullanımı</i>	Haberde uzman, yetkili veya tanık görüşü ne kadar yer almış?	Yoğun olarak otel personelinin tanıklıklarına ve görgü anlatımlarına yer verilmiş. Resmi kaynak kullanılmamış ve duygusal anlatım öne planda.

<i>Görsel ve Başlık Analizi</i>	Başlık manipülatif mi, görsellerin işlevi ne?	Başlık dikkat çekici ve dramatik, kişisel perspektife uygun. Görsel başlıkla uyumlu ve haberin duygusal yoğunluğunu destekliyor.
---------------------------------	---	--

Örnek Haber Analizi: A Haber – Bolu’daki faciada yeni detaylar! “Ufak yangın var” diyerek personel odalarını boşaltmışlar | Otel personeli dehşeti anlattı

Yayın Tarihi: 29 Ocak 2025

Haber, otel personelinin tanıklıkları üzerinden ihmal, altyapı eksikliği ve yetersiz müdahaleyi ön plana çıkarıyor. Duygusal anlatım güçlü; *cehennemdi, itfaiye yoktu* gibi ifadeler trajediyi vurguluyor. Resmî kaynak kullanılmamış, içerik personel ifadelerine dayanıyor. Başlık ve içerik dramatik ve dikkat çekici biçimde hazırlanmış, okuyucuda güçlü bir etki bırakıyor.

Şekil 12.



(Kaynak: TRT Haber, 2025).

Tablo 13.*TRT Haber Gazetesi Haberinin Analizi*

<i>Analiz Kodu</i>	<i>İnceleme Boyutu</i>	<i>Bulgular</i>
<i>Çerçeveleme</i>	Olay nasıl sunulmuş, suçlu kim, kahraman kim ve sorumluluk nasıl dağıtılmış?	Haberde suçlu veya kahraman öne çıkarılmamış, teknik inceleme ve resmi süreçlere odaklanılmış. Olay nesnel biçimde aktarılmış.
<i>Duygusal Anlatı / Kurgu</i>	Haberde dramtizasyon, kişiselleştirme, duygusal betimlemeler var mı?	Duygusal anlatım yok, teknik ve resmi dil kullanılmış. Akademik heyet ve resmi süreçler ön planda.
<i>Dezenformasyon / Belirsizlik</i>	Haberde doğrulanmamış bilgiler var mı, spekülasyonlar yapılmış mı?	Tüm bilgiler doğrulanmış ve resmi açıklamalara dayanıyor. Belirsiz veya spekülatif ifadeye yer verilmemiş.
<i>Kaynak Kullanımı</i>	Haberde uzman, yetkili veya tanık görüşü ne kadar yer almış?	Bakanlık ve akademik heyetin teknik raporuna dayalı açıklamalara yer verilmiş, uzmanlık temelli bilgi sunulmuş.
<i>Görsel ve Başlık Analizi</i>	Başlık manipülatif mi, görsellerin işlevi ne?	Başlık sade ve bilgi verici, görsel kullanımı nötr ve olayın ciddiyetini destekliyor.

Örnek Haber Analizi: TRT Haber – Kartalkaya’daki yangının ayrıntılı hasar tespit raporu savcılığa sunuldu

Yayın Tarihi: 31 Ocak 2025

TRT’nin haberi, Grand Kartal Otel yangınıyla ilgili hasar tespit sürecini teknik ve resmi bir dille aktarmaktadır. Haberde duygusal dil ya da suçlayıcı ifadeler yer almazken, sadece Bakanlık ve uzman heyet raporlarına dayalı bilgiler sunulmuştur. Objektiflik ve kurumsal açıklamalar ön plandadır.

SONUÇ

Bu çalışma, post-truth çağında medyanın haber üretim ve tüketim süreçlerinde kurgu ile gerçek arasındaki sınırların giderek muğlaklaştığını, dezenformasyonun farklı biçimlerde ortaya çıktığını ve olayların çeşitli çerçevelerle sunulabildiğini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bolu’da

gerçekleşen Grand Kartal Otel yangını örneği üzerinden yapılan analizler, aynı olayın farklı medya kuruluşları tarafından farklı perspektiflerle aktarıldığını göstermiştir. Çalışmada, farklı ideolojik ve editoryal çizgilere sahip 12 dijital haber platformundan seçilen haber içerikleri, önceden belirlenen analiz kodları doğrultusunda nitel içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Haberler, olayları sunarken uyguladıkları çerçeveleme stratejileri, kaynak kullanımı, başlık ve görsel tercihleri açısından belirgin farklılıklar göstermiştir. Bazı gazeteler olaya suçlu arayışıyla yaklaşırken, diğerleri trajediyi insani ve duygusal boyutuyla ele almış; bazıları ise resmi süreçlere ve bürokratik tepkilere odaklanmıştır. Bu çeşitlilik, haber dilindeki farklılıklarla, seçilen başlık ve görsellerin etkisiyle desteklenmiş, okuyucunun olaydan edineceği anlam ve tutumların değişkenlik göstermesine yol açmıştır.

Örneğin, NTV'nin haberi suçlu arayışına girerek yöneticileri hedef göstermekte ve çerçeveleme kuramı kapsamında *fail belirleme* işlevi görmektedir. Haberde kullanılan *hayali müdür* ve *damat kontenjanı* gibi ifadeler, alaycı ve eleştirel bir ton yaratarak, sistemsel sorumsuzluğu öne çıkarmaktadır. Böylece kamu otoritelerine duyulan güvensizlik ve denetim eksikliği ima edilerek izleyici yönlendirilmektedir. Cumhuriyet'in haberi ise olayı resmi ve hukuki süreçler çerçevesinde ele almış, suçlu ya da kahraman tanımı yapmadan sorumluluğu resmi kurumlara ve rapor sonuçlarına atfetmiştir. Haberde duygusal anlatım sınırlı, tarafsız ve teknik bilgiye dayalı bir dil kullanılmış, dezenformasyon içermeyen ve doğrulanmış kaynaklarla desteklenen bir haber sunumu yapılmıştır. Benzer şekilde, TRT Haber'in içeriği de teknik ve resmi çerçevede yapılandırılmış; doğrulanmış kaynaklara dayanan, nesnel ve tarafsız bir anlatım benimsenmiştir.

Habertürk ise haberi trajedinin ardından kayak yapmaya devam eden bireyler üzerinden kurgulayarak, toplumsal vicdan ve ahlaki sorumluluk çerçevesinde sunmuştur. *Pes dedirten görüntü* gibi başlıklar, duygusal anlatımı öne çıkararak okuyucunun algısını yönlendirebilecek niteliktedir. Hürriyet'in haberi, Meclis Komisyonu görüşmeleri üzerinden yapılandırılmış, doğrudan suçlama yerine bürokratik sürecin sorgulanmasını ön plana çıkarmıştır. *Kral dairesi* ve *kamyon* gibi detaylar, dramatik ton taşımadan sistem eleştirisini dolaylı biçimde aktarmıştır. BirGün gazetesi haberi, TMMOB tarafından hazırlanan kapsamlı rapora dayanarak, ihmaller zinciri ve sorumluluk sahibi kurumların denetim

eksikliklerini ön plana çıkarmıştır. *78 can aldı* ifadesi başlıkta yer alarak dramatik bir etki yaratmaktadır. Haberde doğrulanmamış bilgi veya spekülasyon bulunmamış, güvenilir ve kanıta dayalı bir sunum yapılmıştır. Yeni Şafak haberi ise yangın faciasını hukuki süreçler ve resmi açıklamalar çerçevesinde aktarmış; suçlu olarak soruşturma kapsamında gözaltına alınan kişiler belirtilmiş ve otel mühürlenmiş, resmi işlemler devam etmektedir. Duygusal vurgular sınırlı tutulmuş, spekülasyon ve doğrulanmamış iddialara yer verilmemiştir. Başlık bilgi verici ve olayın ciddiyetini yansıtmaktadır.

Bu örnekler, haberlerin yalnızca bilgi aktarmaktan öte, çerçeveleme yoluyla anlam üreten ve okuyucunun algısını yönlendiren araçlar hâline geldiğini göstermektedir. Analiz sürecinde kullanılan ortak değerlendirme ölçütleri, haberlerin çerçeveleme biçimleri, duygusal anlatı özellikleri, kaynak kullanımı, başlık ve görsel tercihleri ile olası dezenformasyon unsurlarının sistematik biçimde değerlendirilmesine olanak sağlamıştır. Post-truth çağında medya, özellikle kriz dönemlerinde, strateji, çatışma, etik ve ahlak temalarını öne çıkararak kamuoyunun duygusal yönlendirilme riskini artırmaktadır. Bu nedenle, haberlerin doğruluğu kadar, hangi çerçevede sunulduğu, duygusal yönlendirmelerin varlığı ve kullanılan kaynakların güvenilirliği de eleştirel bir bakışla değerlendirilmelidir.

Sonuç olarak, bu çalışma kapsamında incelenen haber içerikleri, post-truth çağında medya tüketicisinin eleştirel medya okuryazarlığına sahip olmasının önemini açıkça ortaya koymuştur. Aynı zamanda, medya üreticilerinin etik sorumluluklarını yerine getirerek haberleri şeffaf, kaynaklara dayalı ve spekülasyondan uzak biçimde sunmaları gerektiği vurgulanmıştır. Bulgular, aynı olayın farklı medya kuruluşları tarafından çeşitli çerçevelerle inşa edilebildiğini ve bunun okuyucunun algı ve tutumlarını doğrudan etkileyebileceğini göstermiştir. Bu durum, haber içeriklerinin yalnızca aktardıkları bilgi üzerinden değil; bilgiyi hangi anlatı ve sunum biçimleriyle yapılandırdıkları üzerinden de değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu çerçevede medya, yalnızca bilgi aktaran değil, aynı zamanda anlam üreten ve yönlendiren bir aktör hâline gelmektedir.

Gelecek çalışmalarda, aynı örnek olayın farklı zaman dilimlerinde yayımlanan haberlerinin ya da aynı medya kuruluşuna ait birden fazla haber metninin birlikte incelenmesi, çerçeveleme stratejilerindeki süreklilik ve

değişimlerin daha kapsamlı biçimde değerlendirilmesine katkı sağlayabilir. Bunun yanında farklı dijital platformların ve sosyal medya içeriklerinin araştırmalara dâhil edilmesi, post-truth çağındaki haber dolaşımının daha bütüncül biçimde anlaşılmasına katkı sunacaktır. Bu çalışma, Grand Kartal Otel yangını gibi bir kriz anının medya tarafından nasıl farklı biçimlerde çerçevelenip sunulduğunu göstererek, post-truth çağında medyanın söylemsel yapısını anlamaya yönelik önemli bir adım sunmaktadır.

KAYNAKÇA

Abdulgadir, M. (2023). Rusya-Ukrayna krizini çerçeveleme kuramı bağlamında *Global Times*'in Twitter'da sunumu özelinde inceleme. *Doğu Asya Araştırmaları Dergisi*, 6(11), 65–91.

Açıklan, Ş. N., & Canbey, M. (2022). Post-truth bağlamında sosyal medya. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (57), 1–11. <https://doi.org/10.47998/ikad.1026154>

A Haber. (2025, 29 Ocak). Bolu'daki faciada yeni detaylar: “Ufak yangın var” diyerek personel odalarını boşaltmışlar; otel personeli dehşeti anlattı. <https://www.ahaber.com.tr/viral/tikla/boludaki-faciada-yeni-detaylar-ufak-yanigin-var-diyerek-personel-odalarini-bosaltmislar-otel-personeli-dehseti-anlatti-6055329>

A Haber. (2025). <https://www.ahaber.com.tr> adresinden 12 Haziran 2025 tarihinde alınmıştır.

Altun, F. (2022). Sosyolojik teori bağlamında post-truth anlatısının eleştirisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 9(1), 249–267. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1038539>

Ateş, A. (2022). Dezenformasyonla mücadele: Kavramlar ve kurumlar. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3), 1574–1586. <https://doi.org/10.21547/jss.1066605>

Aydın, A. F. (2023). Sosyal medyada dezenformasyon ve manipülasyon: 2023 Kahramanmaraş depremi örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 12(5), 2603–2624. <https://doi.org/10.15869/itobiad.1283358>

Bahar, A. (2020). Polislik perspektifinden dijital misenformasyon ve dezenformasyon: Covid-19 örnek olayı bağlamında bir analiz. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(30), 2760–2794. <https://doi.org/10.26466/opus.783266>

Baytimur, T., & Çalışkan, S. (2019). Post-truth çağında gerçeklere sadık kalabilmek: Halkla ilişkiler için bir fırsat olarak medya ve bilgi okuryazarlığı. *Kurgu*, 27(4), 170–180. <https://izlik.org/JA94LT85CC>

BirGün. (2025, 21 Şubat). TMMOB'den Grand Kartal Otel'deki yangın faciasına ilişkin kapsamlı rapor: İhmaller zinciri 78 can aldı. <https://www.birgun.net/haber/tmmob-den-grand-kartal-otel-deki-yanigin-faciasina-iliskin-kapsamli-rapor-ihmaller-zinciri-78-can-aldi-601432>

BirGün. (2025). <https://www.birgun.net> adresinden 12 Haziran 2025 tarihinde alınmıştır.

Cambridge Dictionary. (n.d.). Disinformation. Retrieved June 7, 2025, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/disinformation>

Cevizci, A. (1996). *Felsefe sözlüğü*. Ekin Yayınları.

Cumhuriyet. (2025, 31 Ocak). Kartalkaya'daki yangın faciası: Bakanlık hasar tespit raporunu açıkladı. <https://www.cumhuriyet.com.tr/turkiye/kartalkayadaki-yanigin-faciasi-bakanlik-hasar-tespit-raporunu-2294851>

Cumhuriyet. (2025). <https://www.cumhuriyet.com.tr> adresinden 12 Haziran 2025 tarihinde alınmıştır.

Dede, M. B. (2024, Aralık). Sosyal medyada algoritma sancısı. *Yeni Dünya Dergisi*, 36–39.

De Vreese, C. H., & Lecheler, S. (2015). Framing theory. In G. Mazzoleni (Ed.), *The International Encyclopedia of Political Communication* (pp. 1–10). Wiley-Blackwell.

Dilmen, N. E., Aytekin, Ç. (Ed.). (2023). *Yapay zekâ ve iletişim* (1. baskı). Kriter Yayınevi.

Dirik, D. (2022, 6 Haziran). Post-truth (hakikat ötesi) çağa kim liderlik edecek? *HRdergi*. <https://hrdergi.com/post-truth-hakikat-otesi-caga-kim-liderlik-edecek>

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

Erdem, T. (2022). Çerçeveleme kuramı perspektifinden uluslararası basının Türk ekonomisine yaklaşımı: Al Jazeera ve BBC örneği. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 43–57. <https://izlik.org/JA32YJ27SC>

Gazete Duvar. (2025, 22 Ocak). Grand Kartal Otel çalışanları anlattı: Yangın alarmı olsa bu kadar insan ölmezdi. <https://www.gazeteduvar.com.tr/grand-kartal-otel-calisanlari-anlatti-yangin-alarmi-olsa-bu-kadar-insan-olmezdi-haber-1751460>

Gazete Duvar. (2025). <https://www.gazeteduvar.com.tr> adresinden 12 Haziran 2025 tarihinde alınmıştır.

Goffman, E. (1974). *Frame analysis*. Harper & Row.

Habertürk. (2025, 22 Ocak). Pes dedirten görüntü: Grand Kartal Otel'den dumanlar yükselirken kaymaya devam ettiler. <https://www.haberturk.com/video/haber/izle/pes-dedirten-goruntu-grand-kartal-otelden-dumanlar-yukselirken-kaymaya-devam-ettiler/870547>

Habertürk. (2025). <https://www.haberturk.com> adresinden 12 Haziran 2025 tarihinde alınmıştır.

Huseynova, K. (2024). Medya eleştirisi ve medya okuryazarlığının ortak yönleri, medya okuryazarlığı eğitiminde medya eleştirisinin önemi. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 7(2), 411–425. <https://doi.org/10.33712/mana.1316637>

Hürriyet. (2025, 16 Mayıs). Kartalkaya faciasında Meclis “kral dairesini” konuştu. <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/kartalkaya-faciasinda-meclis-kral-dairesini-konustu-42803203>

Hürriyet. (2025). <https://www.hurriyet.com.tr> adresinden 12 Haziran 2025 tarihinde alınmıştır.

İlgin, H. (2021). Sosyal medyada dezenformasyon ve halkla ilişkiler ilişkisi. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 303–322.

İlhan, E. (2015). Medya okuryazarlığı dersi ve yeni medya algısına etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 4(1). <https://doi.org/10.17680/akademia.v4i1.5000033736>

Karagöz, K. (2018). *Post-truth çağında yayıncılığın geleceği*. TRT Akademi, 3(6), 678–708. <https://izlik.org/JA22UZ46MR>

Kazaz, M., Özkan, B., & Acar, N. (2024). 7 Ekim olaylarına yönelik Türk medyasında haber çerçevesi. *International Journal of Communication and Media Research*, 4(2), 96–109.

Keyes, R. (2017). *Post-truth era* (D. Özçetin, Çev.). Tudem Yayıncılık. (Orijinal eserin basım tarihi 2004).

Kobak, K., & Soğukdere, Ş. (2021). Sosyal medyadaki dezenformasyon: 2021 Türkiye orman yangınları örneği. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 4(2), 167–189. <https://doi.org/10.33464/mediaj.990600>

NTV. (2025, 29 Ocak). Kartalkaya otel yangını: Otelin müdürü de “hayali” çıktı. <https://www.ntv.com.tr/turkiye/kartalkaya-otel-yangini-otelin-muduru-de-hayali-cikti,Rpko7wPRHkOBqzc71o5f6w>

NTV. (2025). <https://www.ntv.com.tr> adresinden 12 Haziran 2025 tarihinde alınmıştır.

Özkaya, A. (2020). Post truth (gerçeklik ötesi): Yalanların gerçekmiş gibi sunulduğu bir dünyada hakikatin anlamı nedir? *Evrin Ağacı*. <https://evrimagaci.org/post-truth-gerceklik-otesi-yanlanlarin-gercekmis-gibi-sunuldugu-bir-dunyada-hakikatin-anlami-nedir-8574>

Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10(1), 55–75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>

Sabah. (2025, 21 Ocak). Son dakika: Bolu Kartalkaya’daki Grand Kartal Otel’de yangın faciası; Bakan Yerlikaya ölü sayısını açıkladı. <https://www.sabah.com.tr/galeri/yasam/son-dakika-bolu-kartalkayadaki-grand-kartal-otelde-yangin-faciasi-bakan-yerlikaya-olu-sayisini-acikladi>

Sabah. (2025). <https://www.sabah.com.tr> adresinden 12 Haziran 2025 tarihinde alınmıştır.

Saraç, D. Ç. (2018). Domuz gribi haberlerinde çerçeveleme: Hürriyet gazetesi örneği. *Global Media Journal TR Edition*, 8(16), 161–185.

Sarioğlu, E. B. (2020). Yalan haber, “post-truth” kavramı ve medya üçlemesi: Geçmişten günümüze gündem belirleyen örnekler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 377–397. <https://doi.org/10.15869/itobiad.642988>

Sayar, B. E. (2022). Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimi üzerine bir inceleme. *Medya Okuryazarlığı Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 8–14. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7300422>

Sözcü. (2025, 27 Mart). Bakan Tunç açıkladı: Kartalkaya’daki yangın faciasında 6 tutuklama. <https://www.sozcu.com.tr/bakan-tunc-acikladi-kartalkaya-daki-yangin-faciasinda-6-tutuklama-p155949>

Sözcü. (2025). <https://www.sozcu.com.tr> adresinden 12 Haziran 2025 tarihinde alınmıştır.

Taşkıran, N. Ö. (2007). *Medya okuryazarlığına giriş*. Beta Basım.

Terzi, Â. (2020). Post-gerçek kavramı ve Türkçe karşılıkları üzerine. *Türk Dili*, 69(820), 80–86.

Tiryaki, S. (2023). Post-truth ve sosyal medya ilişkisine bibliyometrik bir bakış. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(4), 527–545.
TRT Haber. (2025, 31 Ocak). Kartalkaya'daki yangının ayrıntılı hasar tespit raporu savcılığa sunuldu. <https://www.trthaber.com/haber/gundem/kartalkayadaki-yaniginin-ayrintili-hasar-tespit-raporu-savciliga-sunuldu-896336.html>

TRT Haber. (2025). <https://www.trthaber.com> adresinden 12 Haziran 2025 tarihinde alınmıştır.

Türk Dil Kurumu. (t.y.). Dezenformasyon. <https://sozluk.gov.tr> adresinden 7 Haziran 2025 tarihinde alınmıştır.

T24. (2025, 23 Mayıs). Kartalkaya mağdurları sorumluların en ağır cezayı almasını istiyor. <https://www.t24.com.tr/haber/kartalkaya-magdurlari-sorumlularin-en-agir-cezayi-almasini-istiyor,1240850>

T24. (2025). <https://www.t24.com.tr> adresinden 12 Haziran 2025 tarihinde alınmıştır.

Ülgen, S., & Balkan, E. (2023, 3 Ağustos). Yanlış bilgilendirme, malinformasyon ve dezenformasyon üzerine bir rehber. EDAM. <https://www.edam.org.tr/siber-politikalar-ve-dijital-demokrasi/a-primer-on-misininformation-malinformation-and-disinformation>

Waisbord, S. (2018). Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*, 19(13), 1866–1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>

Yeni Şafak. (2025, 23 Ocak). Kartalkaya otel yangın son durum: Bolu Kartalkaya'da 78 kişiye mezar olan Grand Kartal Kartalkaya Otel hakkında karar verildi. <https://www.yenisafak.com/video-galeri/gundem/kartalkaya-otel-yanigin-son-durum-bolu-kartalkayada-78-kisiye-mezar-olan-grand-kartal-kartalkaya-otel-hakkinda-karar-verildi-4671946>

Yeni Şafak. (2025). <https://www.yenisafak.com> adresinden 12 Haziran 2025 tarihinde alınmıştır.

Yıldız, S. K. (2023). Post-truth çağının teknolojik enstrümanlarına yeni medya perspektifinden eleştirel bir bakış. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 61, 185–199. <https://doi.org/10.47998/ikad.1219627>