

Dijital Medyada Görsel Dezenformasyon: 15 Temmuz Darbe Girişimi Üzerine Bir Analiz Visual Disinformation in Digital Media: An Analysis of the July 15 Coup Attempt

Araştırma Makalesi / Research Article



Sorumlu yazar/
Corresponding author:
Şule Yenigün Altın

ORCID:
0000-0002-5637-8737

Geliş tarihi/Received:
24.04.2026

Son revizyon teslimi/Last
revision received:
06.07.2026

Kabul tarihi/Accepted:
07.07.2026

Yayın tarihi/Published:
10.07.2026

Atıf/Citation:
Yenigün Altın, Ş. (2026).
Dijital Medyada Görsel
Dezenformasyon: 15 Temmuz
Darbe Girişimi Üzerine Bir
Analiz. *İletişim ve Diplomasi*,
16, 279-306.

doi: 10.54722/
iletisimvediplomasi.1936933

Şule YENİGÜN ALTIN¹

ÖZ

Dijital iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve sosyal medya platformlarının gündelik yaşama derinlemesine entegre olmasıyla birlikte bilgiye erişim kolaylaşırken yanlış bilgi, dezenformasyon ve sahte haberlerin yayılımı da önemli ölçüde artırmıştır. Özellikle görsel ve multimedya içeriklerin kullanımının yaygınlaşması, dezenformasyonun daha ikna edici ve duygusal açıdan etkili biçimlerde üretilmesine olanak sağlamaktadır. Bu çalışma, 15 Temmuz darbe girişimine ilişkin alternatif ve sosyal medya platformlarında dolaşıma giren yanıltıcı haberleri, Hameleers (2024) tarafından ortaya konulan dezenformasyonda görsel kullanıma yönelik tipoloji çerçevesinde nitel içerik analizi yöntemiyle incelemeyi amaçlamaktadır. Amaçlı örnekleme yöntemiyle Teyit Hattı ve teyit.org isimli haber doğrulama platformlarında 15 Temmuz sürecinde dolaşıma giren ve dezenformasyon olduğu belirlenen 7 haber görseli örneklem olarak belirlenmiştir. Analiz bulguları, incelenen haberlerde kullanılan görsellerin, geleneksel haber formatını taklit etme, bağlamından koparılmış görsellerle kanıt üretme, toplumsal destek vurgusu, uzman desteğiyle dezenformasyonun görselleştirilmesi unsurlarıyla dezenformasyonu güçlendirdiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda görseller, anlam üretiminin merkezinde yer alan aktif bileşenler olarak işlev görmek ve metinsel unsurlarla birlikte yanıltıcı içeriklerin ikna ediciliğini artırmaktadır. Bulgular, görsel ve metinsel unsurların birlikte değerlendirilmesini merkeze alan disiplinler arası çalışmalara duyulan ihtiyacı güçlendirmekte; yanlış bilgi-lendirme süreçlerinin bilişsel ve algısal boyutlarıyla da ele alınması gerektiğine işaret etmektedir. Çalışma, belirli bir olay ve

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bingöl Üniversitesi, Bingöl Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Bingöl, Türkiye, syenigun@bingol.edu.tr

platform setiyle sınırlı olup gelecek araştırmalarda farklı platform karşılaştırmaları, daha geniş veri setleriyle nicel ve nitel analizler yapılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dezenformasyon, görsel dezenformasyon, 15 Temmuz Darbe Girişimi, görsel tipoloji, alternatif medya

ABSTRACT

With the development of digital communication technologies and the integration of social media platforms into daily life, access to information has become easier, but the spread of misinformation, disinformation, and fake news has also increased significantly. The increasing use of visual and multimedia content, in particular, allows for the production of disinformation in more persuasive and emotionally impactful forms. This study aims to examine misleading news on alternative and social media platforms regarding the July 15 coup attempt through qualitative content analysis, employing the typology of visual use in disinformation proposed by Hameleers (2024). Using purposive sampling, seven news images identified as disinformation by the fact-checking platforms Teyit Hattı and teyit.org during the July 15 coup attempt and identified as disinformation were selected for the sample. The findings reveal that the images used in the analyzed news items reinforce disinformation by mimicking the format of legitimate news, generating visual evidence through decontextualized images, emphasizing perceived public support, and visualizing disinformation through appeals to expert authority. In this context, images function as active components at the center of meaning-making, enhancing the persuasiveness of misleading content in conjunction with textual elements. The findings reinforce the need for interdisciplinary studies that focus on the combined evaluation of visual and textual elements, and indicate that misinformation processes should also be addressed from their cognitive and perceptual dimensions. This study is limited to a specific set of events and platforms; future research should compare different platforms and use larger datasets with both quantitative and qualitative methods.

Keywords: Disinformation, visual disinformation, July 15 Coup Attempt, visual typology, alternative media

EXTENDED ABSTRACT

The development of digital communication technologies has accelerated access to information, but it has also significantly increased the spread of misinformation, disinformation, and fake news. The increasing use of visual and multimedia content, in particular, allows for the production of disinformation in more persuasive and emotionally impactful forms. One of the most striking transformations in the digital environment during this process has been the use of multimedia content, including images and

videos, in fake and misleading news to capture attention and mislead audiences, driven by the development of multimedia technology. This situation makes visual content a significant part of disinformation.

In particular, the widespread use of political fake news today makes it necessary to focus on new and unanswered scientific questions created by this phenomenon (Lazer et.al., 2018). Although significant attention has been paid to investigating the impact of misinformation, researchers have emphasized that studies on the role of visuals in this context are limited (Cao et al., 2020; Karlsson et al., 2026, p. 22; Weikmann, 2025; Zecchinon & Standaert, 2025). Therefore, examining visual disinformation more systematically stands out as an important research area. Based on this, this study examines the disinformation news about the July 15 coup attempt on alternative and social media within the framework of the visual disinformation approach proposed by Hameleers (2024).

In line with this approach, the visual materials determined as samples were analyzed through four main functional categories. These are imitating the traditional news format, producing evidence with images taken out of context, emphasizing social support, and visualizing disinformation with expert support. In line with this theoretical basis, the study questions how visual disinformation is produced in alternative media content regarding the July 15 coup attempt and with what narrative strategies it is legitimized. The research questions of the study are as follows: In what ways have visual data been constructed and reinterpreted in the disinformation spread through alternative media regarding the July 15 coup attempt? What roles do visuals play in indicating evidence and credibility for deceptive statements in disinformation narratives?

This study employed the content analysis approach, a widely used qualitative research technique. During the analysis process, the categories developed by Hameleers (2024) were used as a basis for classifying the functions of visual disinformation.

In this study, using a purposive sampling method, news articles circulating on the fact-checking websites Teyit Hattı, teyit.org, during the July 15 coup attempt and identified as disinformation were selected as a sample.

In this context, the study reveals that visuals function as active components at the center of meaning production in the disinformation content circulated during the July 15 coup attempt. Analysis conducted using data from teyit.org and Teyit Hattı, both well-known fact-checking websites, shows that visual and textual elements work together to strengthen disinformation narratives.

The study's findings reveal that news items containing disinformation are presented in a format that distinctly mimics traditional news formats. Thus, instead of presenting any data to prove the accuracy of the claim, the news format is constructed by imitat-

ing the professional and trustworthy news aesthetic. Secondly, disinformation occurs by presenting visual materials as evidence, taken out of their original context. In this type of use, the presentation of visuals is usually based on reframing them by taking them out of the context of other existing content. Thirdly, the visuals used in the content create the impression of widespread social acceptance and support through images representing public support. Finally, an impression is created that the claims have scientific or authoritative support through fabricated, misleading, or unverified expert figures.

At this point, in line with the elements put forward by Hameleers (2024), it has been observed that visuals have different but complementary modes of use in the context of both alternative media and social media. While visuals on alternative media platforms produce legitimacy by imitating the news format, it has been observed that social media content provides persuasiveness through emotional intensity, a sense of "experience" and people-centered narratives. In conclusion, this study reveals that visual disinformation is a multi-layered process shaped by emotions and representation strategies. This situation increases the need for interdisciplinary studies that center on the evaluation of visual and textual elements together. It also shows that misinformation processes should be addressed in terms of their cognitive and perceptual dimensions. Thus, the persuasive power and misleading potential of visual elements can be understood more comprehensively.

This study has limitations in terms of generalizability because it examines visual disinformation through specific case studies and selected news content. In future studies, it is recommended to comparatively examine different social media platforms, conduct quantitative analyses with larger datasets, and investigate users' perception of visual disinformation with experimental methods. In addition, examining the impact of algorithms and artificial intelligence-supported content production processes on visual disinformation in more detail will make significant contributions to the field.

Giriş

Dijital iletişim teknolojilerindeki dönüşüm, bilginin üretim, dolaşım ve tüketim biçimlerini köklü biçimde değiştirmiştir. Özellikle sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte, yanıltıcı içeriklerin geniş kitlelere ulaşması kolaylaşmış ve yanlış bilgilendirme, dezenformasyon riski önemli ölçüde artırmıştır (Posetti & Matthews, 2018). Bu durum, dezenformasyon olgusunun akademik literatürde giderek daha fazla tartışılan çok boyutlu bir araştırma alanına dönüştüğünü göstermektedir. Nitekim yanlış bilgilendirme, dezenformasyon ve sahte haberler üzerine yapılan araştırmaların son yıllarda hızlı bir şekilde gelişen disiplinler arası bir alan olduğu vurgulanmaktadır (Broda & Strömbäck, 2024, s. 160).

Haber tüketimi bağlamında çevrim içi haber sitelerinin ucuz ve kolay erişilebilir olması, günlük haber tüketiminde bu araçların normalden daha yoğun kullanımına yol açmaktadır. Özellikle çevrim içi tanıtıcılar aracılığıyla dolaşıma giren haberlerin her zaman doğrulanmış olmaması, bu içeriklerin kimi zaman bireyleri hedef alma, eleştirme veya itibarsızlaştırma amacıyla kullanılmasına zemin hazırlayabilmektedir. Bununla birlikte, dolaşıma giren tüm içeriklerin yanlış olduğu söylenemez ancak yanlış bilginin varlığı, doğru ve değerli haberlerin yeterince güvenilir şekilde değerlendirilmesini ve görünürlük kazanmasını olumsuz etkileyebilmektedir (Jain vd., 2021, s. 32). Öte yandan bu yapısal koşullar, sahte haberlerin üretim ve yayılım dinamiklerinin daha yakından incelenmesini gerekli kılmaktadır.

Sahte haberlerin yayılması, bireylerde olduğu kadar toplumda da olumsuzluk yayma potansiyeline sahip olduğundan araştırmacılar arasında en çok araştırılan konulardan biri hâline gelmiştir (Jain vd., 2021, s. 32). Sahte haber ve dezenformasyon iletişim çalışmalarının yanı sıra bilgisayar bilimleri, dil bilimi ve veri bilimi gibi farklı disiplinler tarafından da ele alınmıştır. Literatürde, sahte haber sorunlarının farklı alanlardan araştırmacılar arasında büyük bir endişe kaynağı olduğu görülmektedir. Bilgisayar bilimcileri sahte haberlerin otomatik tespiti ve sınıflandırılması üzerine çalışırken dil bilimciler ise genellikle metinsel yapı ve söylem analizine odaklanmıştır (Sahoo vd., 2021, s. 268). Yine sahte haberlerin araştırılmasında bazı çalışmalar haber metinlerindeki doğruluk ve açıklık düzeyine odaklanırken bir kısmı da sahte haberlerin üretim süreçlerini analiz etmektedir (Tajrian vd., 2023, s. 73880). Bu farklı araştırma yönelimleri, sahte haber olgusunun çok boyutlu bir sorun olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda yalan haber olgusu, siyasal iletişim süreçlerini koşullandıran ve belirleyen yeni bir sorun olarak hem medya hem de siyaset etiğini yeniden düşünülmesi gerektiğini göstermektedir. İnternet ortamında üretilen sayısız içeriğin, çok geniş kitlelere ulaşması ve çok sayıda bilgiye maruz kalan bireylerin bunlar arasından ayırım yapmakta zorlanması, hakikatin değersizleşmesine yol açmaktadır (Şen & Taşdelen, 2020, s. 30).

Bu süreçte dijital ortamın en dikkat çekici dönüşümlerinden biri, multimedya teknolojisinin gelişmesiyle birlikte, okuyucuları cezbetmek ve yanıltmak amacıyla sahte ve yanıltıcı haberlerde, görüntü veya video içeren multimedya içeriğinin kullanılması olmuştur. Böylece görsel içerik, dezenformasyonun yapısal bir unsuru olarak öne çıkmaktadır. Özellikle günümüzde politik içerikli sahte haberlerin yaygınlaşması, bu olgunun yarattığı yeni ve henüz yanıtlanmamış bilimsel sorulara odaklanmayı gerekli kılmaktadır (Lazer vd., 2018). Yanlış bilginin etkisini araştırmaya önemli ölçüde dikkat edilse de araştırmacılar tarafından görsellerin bu bağlamdaki rolüne ilişkin çalışmaların sınırlı olduğu vurgulanmıştır (Cao vd., 2020; Farkas, 2026; Karlsson vd., 2026; Weikmann, 2025; Zecchinon & Standaert, 2025). Görsellerin, metinsel bilgilere

kıyasla daha dikkat çekici ve duygusal açıdan daha güçlü bir etkilme kapasitesine sahip olduğu ifade edilmektedir (Powell vd., 2015). Bu nedenle, görsel dezenformasyonun daha sistematik biçimde incelenmesi önemli bir araştırma alanı olarak öne çıkmaktadır. Buradan hareketle bu çalışma, alternatif ve sosyal medyada yer alan 15 Temmuz darbe girişimine yönelik dezenformasyon içerikli haberleri, Hameleers (2024)'in görsel dezenformasyon yaklaşımı çerçevesinde ele almaktadır. Bu yaklaşım doğrultusunda örneklem olarak belirlenen görsel içerikler dört ana işlevsel kategori üzerinden analiz edilmiştir. Bunlar geleneksel haber formatını taklit etme, bağlamından koparılmış görsellerle kanıt üretme, toplumsal destek vurgusu, uzman desteğiyle dezenformasyonun görselleştirilmesidir. Bu kuramsal temel doğrultusunda çalışma, 15 Temmuz darbe girişimine ilişkin alternatif medya içeriklerinde görsel dezenformasyonun nasıl üretildiğini ve hangi anlatı stratejileriyle meşrulaştırıldığını sorgulamaktadır. Çalışmanın birinci araştırma sorusu, 15 Temmuz darbe girişimiyle ilgili alternatif medya kanalları aracılığıyla dolaşıma giren dezenformasyonda görsel bilgilerin nasıl inşa edildiğini ve yeniden yorumlandığını ele almaktadır. İkinci araştırma sorusu ise görsellerin dezenformasyon anlatılarında aldatıcı ifadelerle kanıt sağlama ve güvenilirlik tesis etme işlevleri bakımından hangi rolleri üstlendiğini sorgulamaktadır.

Dezenformasyon, Yanlış Bilgi ve Sahte Haber Kavramsallaştırmaları

Dezenformasyon, kasıtlı olarak kamuya zarar vermek veya ekonomik ya da siyasi çıkar elde etmek amacıyla tasarlanmış, üretilmiş ve yayılan yanlış, hatalı veya yanıltıcı bilgileri ifade etmektedir (Freelon & Wells, 2020; Lazer vd., 2018). Dezenformasyon, okuyucunun duygusal ve derin boyutlarına “dokunma” yeteneği, sahte haber ise teknoloji veya sosyal medya kullanımı ile ilgili bir durum olarak görülmektedir (Papapicco vd., 2022, s. 1). Birleşmiş Milletler dezenformasyon kavramını, bireyleri yanıltmak veya manipüle etmek amacıyla onlara kasıtlı, çoğunlukla organize edilmiş biçimde yanlış veya çarpıtılmış bilgi sunma girişimi olarak tanımlamaktadır (Petratos, 2021, s. 764). Bu kavramsallaştırmalar doğrultusunda dezenformasyon, yanlış bilgi kaynağının zararlı niyetlerini belirten daha aşırı ve politik olarak motive edilmiş bir sahte bilgi türü olarak görülmektedir. Aynı fenomenin bir parçası olsalar da dezenformasyon ve sahte haberler arasında önemli kavramsal farklılıklar bulunmaktadır. Sahte haber kavramı, haber medyası literatürüne görece yeni eklenmiş bir kavramdır. Google Trends verilerine göre bu terim, 2016 Kasım ayında gerçekleştirilen ABD başkanlık seçimlerine kadar uzun yıllar boyunca sınırlı bir görünürlük göstermiş ancak bu seçimlerin ardından arama sıklığında ani ve keskin bir artış yaşanmıştır. Benzer şekilde “gerçek ötesi” ve “alternatif gerçekler” gibi ilgili kavramlar da aynı dönemde Google Trends üzerinde zirve yapmıştır (Martens vd., 2018, s. 8). Özellikle söylentiler, komplo teorileri ve propaganda içerikleri sahte haberlerden beslenebilmekle birlikte çoğu

zaman doğrulanabilir gerçeklik iddiası taşımayan içeriklere de dayanabilmektedir (Boudana & Segev, 2026, s. 680). Sahte haber, adından da anlaşılacağı gibi yanıltıcı, yanlış, uydurma ve gerçeklere dayanmayan haberlerdir. Sahte haber fikri internetin ortaya çıkışından önce var olmuştur. Hamleers ve arkadaşları (2022, s. 239), yanlış bilgilendirme ile dezenformasyon arasındaki temel farkın, dezenformasyonun merkezinde yer alan niyetin boyutu olduğunu belirtmişlerdir. Görüldüğü gibi iletişim çalışmalarında sahte haber ve dezenformasyon, genellikle niyet, yayılma stratejisi ve bağlamsal çerçeveleme temelinde birbirinden ayrıştırılmaktadır. Bilgi bütünlüğünün korunmasında yanıltıcı içeriklerin tespitin kritik rolü göz önünde bulundurulduğunda bu alandaki tespit sistemlerinin gelişiminin, özellikle de veri kümelerinin nasıl üretildiği, yapılandırıldığı ve kullanıldığı bağlamında incelenmesi büyük önem taşımaktadır (Kuntur vd., 2026, s. 1).

Dezenformasyon, yanlış bilgilendirme ve sahte haberler, yanlış algıların oluşturulmasında ve sürdürülmesinde oynadıkları rol nedeniyle önemlidir. Yanlış algılar ise insanların hem görüşlerini hem de davranışlarını etkilemektedir (Broda & Strömbäck, 2024, s. 142). Dijital içerik oluşturma ve yayımının giderek daha erişilebilir hâle gelmesiyle birlikte, bireyler de yanlış ve yanıltıcı bilgilerin yayılmasında belirleyici bir rol oynamaktadır (Lecheler & Egelhofer, 2022, s. 77). En ciddi küresel tehditler arasında yer alan yanlış bilgi, kısmen insanların onu sosyal medyada paylaşması nedeniyle yayılmaktadır. İnsanların yanlış bilgiyi çoğunlukla kasıt olmaksızın paylaştığı varsayımına dayanan yaklaşımlar, müdahaleleri bu doğrultuda şekillendirmektedir. Bu kapsamda geliştirilen stratejiler, bireylerin doğru ile yanlış ayırt etme becerisini güçlendirmeyi ve böylece yanlış bilginin yayılmasını azaltmayı hedeflemektedir (Effron vd., 2026, s. 603).

Dezenformasyon çoğu zaman gerçek kaynağı gizlemekte veya gazeteciliğin meşruiyetinden yararlanmak için güvenilir kaynak ipuçlarını stratejik olarak kullanmaktadır. Suçlama temelli atıflar, dezenformasyon aktörleri tarafından üretilen içerikler için önemli bir bağlam sağlamaktadır. Suçlamaya dayalı dezenformasyon, farklı günah keçilerini, toplumsal sorunlarla (örneğin darbe, terörizm ya da iklim değişikliği politikaları) yanlış biçimde ilişkilendirebilmektedir (Hameleers vd., 2020, s. 284). Bu tartışmalar, dijital ortamda bilginin üretim ve dolaşım biçimlerinin platformlara göre farklılaştığını göstermektedir. Alternatif medya platformları ile sosyal medya söylemi arasındaki temel farkın, sosyal medyada uzmanlık ve nesnellik iddialarının, sıradan kullanıcıların görsel kanıtlarına ya da doğrudan yaşanmış deneyimlerine dayandırılarak meşrulaştırılması olduğu söylenmektedir. Bu süreçte hakikat, merkezî bir otorite ya da uzmanlık bilgisine dayalı olmaktan ziyade "gerçeğe benzerlik" üzerinden inşa edilmektedir. Alternatif medya ile sosyal medya arasındaki bu ayrım, platformların bilgi üretimi ve dolaşımı açısından sunduğu farklı olanaklar ve değer sistemleriyle

açıklanabilmektedir. Sosyal medyada internet bağlantısına sahip her birey, gerçeklik iddialarının inşasına katılabilmektedir. Bu ortamda kullanıcılar, kendi deneyimlerini paylaşarak, bağımsız araştırmalar yaparak veya görsel materyaller aracılığıyla içerik üretetek belirli ölçülerde “bilgi üreticisi” konumuna gelebilmektedir (Hameleers & van der Goot, 2025, s. 1483).

Dezenformasyonun Yayılım Dinamikleri ve Etkileri

Son yıllarda dezenformasyon ve sahte haberler başta sosyal medya olmak üzere dijital platformlardaki hızlı ve kontrolsüz yayılım nedeniyle küresel bir olgu hâline gelmiştir. Dezenformasyon ve sahte haberler, tespit edilmedeki son ilerlemeye rağmen karmaşıklığı, çeşitliliği, çok modluluğu ve gerçekleri kontrol etme veya açıklama maliyetleri nedeniyle önemli görülmektedir (Qi vd., 2019; Shu vd., 2020; Zidan vd., 2025). İnternetin gelişmesi ve popülerleşmesi, insanların haber mesajlarını dünya çapında hızlı ve kolay yaymalarını sağlamıştır. Özellikle çevrim içi platformlar aracılığıyla sahte haberlerin yayılması son zamanlarda dünya genelinde sivil toplum için acil bir endişe kaynağı hâline gelmiştir. Sosyal medya platformları, bu tür yanlış bilgilerin hızla yayılması için verimli zeminler hâline gelmiş ve bu tür bilgilerin güvenilirliğini değerlendirmeyi daha da zorlaştırmıştır (Sahoo vd., 2021, s. 268). Bu platformlarda dolaşan bilgi hacminin sürekli artması, güvenilir haberleri yanlış bilgilerden ayırt etme zorluğunu daha görünür hâle getirmiştir. Sosyal medyanın popülaritesi kullanıcıları bilgilendirmeyi ve aynı zamanda duygusal tepkiler uyandırmayı amaçlayan yeni nesil haber üretim modellerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Sosyal platformlar, bilgiye erişimi kolaylaştırmakla birlikte büyük miktarda sahte haberin dolaşıma girmesine zemin hazırlamakta ve bu durum beraberinde ciddi olumsuz sonuçlar doğurmaktadır (Guo vd., 2025, s. 228). Bu bilgi yoğunluğu içerisinde dezenformasyon sorunu giderek yaygın bir endişe alanı hâline gelmiştir. Yanlış bilginin kasıtlı veya kasıtsız biçimde yayılması ise toplumda kaos, güvensizlik ve panik oluşumuna yol açabilmektedir (Vineela vd., 2025, s. 37998). Çevrim içi dezenformasyon bireyler üzerinde etkili olduğu gibi kamuoyu, kamusal tartışmalar ve siyasal karar alma süreçlerini de doğrudan etkilemektedir. Sosyal kutuplaşmanın arttığı ve medya sistemlerinin parçalı hâle geldiği ortamlarda, yanlış bilgi ve algılarla mücadele amacıyla ortaya çıkan doğrulama odaklı gazetecilik uygulamaları sınırlı bir etki yaratmakta ve küresel ölçekte yaygınlaşmakta zorlanmaktadır (Rodríguez-Pérez & García-Vargas, 2021). Dezenformasyon kampanyaları, etki alanlarını genişletmek amacıyla birden fazla dijital platform ve web ortamına nüfuz etmekte ve bu ağlar arasında içerik dolaşımını sağlamak için hedef kitleye göre uyarlanmış çeşitli stratejilerden yararlanmaktadır. Bu süreçte açık web forumları, söz konusu kampanyaların planlandığı, koordine edildiği ve yönlendirildiği başlıca merkezler olarak işlev görmektedir. (Krafft & Donovan, 2020, 197). Bu gelişmeler bir araya

geldiğinde, gazetecilik pratikleri açısından benzeri görülmemiş düzeyde bir tehdit ortaya çıkmakta ve geleneksel haber üretim süreçlerini ciddi biçimde zayıflatma potansiyeli taşımaktadır (Posetti & Matthews, 2018).

Dezenformasyonun son yıllarda yaygınlaşması derinleşmiş ve dünya genelinde popülist duyguların yükselişinde merkezî bir rol oynamıştır. Bu süreci kolaylaştıran temel etkenlerden biri, görünürde kendilerine sunulan dijital özgürlüklerden yararlanan politik ve ekonomik motivasyonlara sahip aktörler olmuştur. Bilgi erozyonunun azaltılması için politika reformları şüphesiz gerekli görülmektedir. Bununla birlikte, sosyal medya platformlarının daha fazla sorumluluk üstlenmesi ve kendi bünyelerinde dezenformasyonu sınırlamaya yönelik öz-düzenleme mekanizmaları geliştirilmesi gerekmektedir. Bu tür mekanizmaların hayata geçirilmesi, söz konusu dijital platformlarda kurumsal meşruiyetin yeniden tesis edilmesine önemli ölçüde katkı sağlayacaktır (Iosifidis & Nicoli, 2020). Aynı zamanda devletlerin, uzun vadeli stratejik anlatılar oluşturmak amacıyla dezenformasyonu planlı ve sürekli bir şekilde kullanma kapasitesini geliştirmeleri gerekmektedir (Anzera & Massa, 2021).

Dezenformasyon, bireylerin dünya görüşlerini çarpıtma ve davranışlarını olumsuz etkileme riski taşımaktadır. Kasıtlı olarak üretilen ve davranış değişikliğini hedefleyen dezenformasyon, teşvikler ve optimizasyon süreçleriyle bu etkiyi güçlendirmektedir. Yapay zekânın yaygınlaşması ise dezenformasyon üretimini platformların ötesine taşıyarak tüm içerik ekosistemine yaymaktadır. Bu tür içeriklerin tespiti giderek zorlaşırken kötü niyetli aktörlerin tespit mekanizmalarını aşma çabaları da sürmektedir. Bu durum, dezenformasyonla daha bilinçli ve çok boyutlu mücadele edilmesi gerektiğini göstermektedir (Bastick, 2021, s. 8). Dezenformasyon kampanyalarına ilişkin güncel çalışmalarda bazı önemli noktalar yeterince ele alınmamaktadır. İnsanların yanlış bilgiye birden fazla kez maruz kalmasının etkileri, geniş kitlelere ulaşan medya kuruluşlarının bu süreçte kullanılmasının zorlukları ve bu durumun medya kullanıcılarının bilgiyi sorgulamadan kabul etme eğilimiyle nasıl ilişkili olduğu çoğu zaman göz ardı edilmektedir. Ayrıca dezenformasyonun yayılmasını engelleyen unsurların hangi yollarla aşıldığı da yeterince açıklanmamaktadır (Krafft & Donovan, 2020, 197). Öte yandan kötü niyetli aktörlerin rolü, ticari kaygılar ve sosyal medya algoritmaları gibi unsurlar, sahte haberlerin yayılmasındaki temel nedenler ve motivasyonlar arasında yer almaktadır. Bununla birlikte medyaya duyulan güvenin azalması, siyasi söylemin giderek daha karmaşık hâle gelmesi ve şiddeti teşvik etme potansiyeli gibi etkilerin de dikkate alınması gerekmektedir (Tajrian vd., 2023, s. 73880). Yapay zekâ teknolojilerinin hızla gelişmesiyle de dezenformasyon sorunu sosyal medyada giderek daha ciddi hâle gelmiş ve insan toplumunun çeşitli yönleri için önemli tehditler oluşturmaktadır (Qiu vd., 2026, s. 588).

Görsel Dezenformasyonun Yükselişi

Görseller, haber ve özellik içeriklerini temsil etme amacının yanında hedef kitlelerin tutum ve davranışlarını etkilemeyi amaçlayan reklam ve kampanya faaliyetlerinde de yaygın biçimde kullanılmaktadır. Bu kapsamda sağlık, güvenlik ve yardım temalı kampanyalar, bireylerin inanç, tutum ve davranışlarında değişim yaratmayı hedefleyen sosyal müdahale araçları olarak öne çıkmaktadır. Bu tür görsel içeriklerin giderek artan kullanımıyla birlikte, kullanıcıların belirli duygusal tepkiler vermeye yönlendirildiği ve içeriklerle daha yoğun etkileşime girdiği bir medya ortamı ortaya çıkmaktadır. Bu durum, medya deneyiminin daha duygusal ve yönlendirici bir karakter kazanmasına yol açmaktadır (Joffe, 2008). Kültürel baskınlık ve görsellerin bireyler üzerindeki güçlü bilişsel etkileri dikkate alındığında farklı aktörlerin çok modlu sosyal platformlarda nasıl bir kamuoyu imajı inşa ettiklerini anlamak önem kazanmaktadır (Yarchi & Boxman-Shabtai, 2025, s. 132).

Görsel dezenformasyon, genel olarak görsel bilginin kasıtlı olarak bağlamından koparılması veya manipülasyonu olarak tanımlanmaktadır. Görsel dezenformasyon, metinsel ve görsel unsurlar arasındaki çeşitli etkileşimlerden oluşabilmektedir. Görsel bilginin kendisi, yapay zekâ tarafından oluşturulan görsellerden veya başka bir ortamdan alınan görüntülerin aldatıcı bir şekilde yeniden yorumlanmasıyla da oluşturulabilmektedir. Bu nedenle, görsel dezenformasyon, görüntüleri veya videoları aldatıcı bir şekilde yeniden çerçevelenmesi veya hem metin hem de görüntü tabanlı manipülasyonu birleştirerek oluşturulabilmektedir (Hameleers, 2024). Sahte haberler, okuyucuları yanıltmak ve hızlı biçimde yayılmak amacıyla metin, görsel ve video gibi çoklu medya unsurlarını birlikte kullanmaktadır. Her bir veri türü, yanlış bilginin yayılımına farklı biçimlerde katkı sunmaktadır. Bu nedenle, çok modlu verilere dayalı sahte haber tespitinin temel zorluklardan biri hem genel özellikleri çıkarabilmek hem de metin-görsel uyumsuzluğu ve görsel manipülasyon gibi sahte içeriğe özgü göstergeleri bütüncül biçimde analiz edebilmektir. Sahte haber üreticileri, okuyucu psikolojisine hitap eden, dikkat çekici ve duygusal yoğunluğu yüksek metin ve görseller aracılığıyla gerçekleri çarpıtmakta ya da tamamen kurgusal içerikler üretmektedir. Özellikle toplumsal tartışmalar veya hassas konular etrafında şekillenen içeriklerde, güçlü duygusal ifadelerle desteklenen görsel unsurlar öne çıkmaktadır. Bu durum, içeriklerin daha hızlı yayılmasına ve daha geniş kitlelere ulaşmasına zemin hazırlamaktadır (Xue vd., 2021, s. 102609).

Multimedya teknolojilerindeki gelişmeler, özellikle öz medya içeriklerinin yalnızca metin tabanlı paylaşımlardan, görsel ve video içeren daha zengin ve dikkat çekici anlatı biçimlerine evrilmesini hızlandırmıştır. Nitekim görsel içeren paylaşımların, görsel içermeyenlere kıyasla ortalama 11 kat daha fazla yeniden paylaşıldığı tahmin edilmektedir. Ancak bu durum, sahte haber üreticileri tarafından da stratejik biçimde kullanılmaktadır. Yanıltıcı içerikler hem kullanıcı ilgisini artırmakta hem de hızlı

bir yayılım sağlamaktadır. Bu nedenle görsel unsurlar, sahte haber ekosisteminin göz ardı edilemeyecek temel bileşenlerinden biri hâline gelmiştir (Qi vd., 2019, s. 518). Bazı eksik, hatalı ya da tamamen uydurulmuş görseller, gerçeği çarpıtmak veya abartmak amacıyla kasıtlı üretilmektedir. Bu tür içerikler arasında, deepfake teknolojisi-ne kıyasla daha kolay üretilen, üzerinde oynanmış görüntüler de yer almaktadır. Bu görsellerde fotoğraflar, bireylerin görünümünü değiştirmek ya da sahneye yeni unsurlar ekleyip mevcut unsurları çıkarmak yoluyla belirli mesajları güçlendirecek biçimde düzenlenmektedir. Benzer şekilde, Photoshop gibi dijital düzenleme araçlarıyla oluşturulan görüntüler de çoğu zaman gerçek bir fotoğrafa dayanmakla birlikte, izleyiciyi olayların ya da kişilerin gerçek niteliği, bağlamı veya ölçeği konusunda yanıltacak şekilde değiştirilmektedir (Lee & Suk, 2025, s. 240). Üretken yapay zekâ gibi medya teknolojilerindeki gelişen ilerleme, gerçeklik ve yalan arasındaki çizgiyi gide-rek daha da bulanıklaştırmıştır. Görsel dezenformasyonun bu işleyişi, Baudrillard'ın (1998) hipergerçeklik kavramı çerçevesinde de ele alınabilir. Bu kavram, görsellerin artık gerçekliği tasvir edebildiği, değiştirebildiği veya hatta sıfırdan yaratabildiği ve kötü niyetli aktörler tarafından istismar edilebildiği için eşi görülmemiş bir önem kazanmıştır.

Baudrillard'a göre çağdaş medya ortamında görüntüler artık gerçekliği temsil etmemekte, bunun yerine gerçekliğin kendisinin yerini alan simülakrlara dönüş-mektedir. Bu bağlamda hipergerçeklik kavramı, orijinal bir gerçekliğe dayanmayan ancak gerçekmiş gibi algılanan temsillerin egemen olduğu bir medya ortamını ta-nımlamaktadır. Görsel dezenformasyonun bu süreçle doğrudan ilişkili olduğu söy-lenebilir. Bağlamından koparılmış görseller, izleyicide gerçekliğin yerini alan bir hi-pergerçeklik algısı yaratmakta ve bu algı zamanla sorgulanmaz bir hakikat statüsü kazanmaktadır. 15 Temmuz darbe girişimi sürecinde dolaşıma giren görsel içerikler de bu çerçevede değerlendirilebilir. Söz konusu görseller gerçek olayları yansıtmak-tan çok, belirli siyasi anlatıları pekiştirmeye hizmet eden simülakrlar işlevi görmüştür. Dolayısıyla görsel dezenformasyon, yanlış bilgi üretme pratiği olmakla birlikte Baud-rillard'ın öngördüğü biçimde gerçekliğin kendisini dönüştüren bir simülasyon süreci olarak da kavranmalıdır.

Görsel bilgiler, günümüzün siyasi iletişim ortamında son derece önemli bir rol oynamaktadır. Örnek olarak, Gazze'deki süregelen çatışma ve Rusya'nın 2022'de Ukrayna'yı işgali, sosyal medyada yoğun biçimde görsel bir çerçevede ele alınmıştır. Bu ortamda vatandaşlar, savaş kurbanlarına ilişkin çarpıcı ve sarsıcı görsel içeriklerle kar-şı karşıya kalmış olmasına rağmen söz konusu görsellerin büyük bölümünün gerçeği yansıtmadığı ya da bağlamından koparıldığı ortaya çıkmıştır. Hameleers (2024), görsel dezenformasyonun dört temel işlev çerçevesinde ele alınabileceğini öne sürmüştür. Bunlardan ilki, görsellerin yerleşik haber formatlarını taklit etmek amacıyla kullanılma-sıdır. Bu uygulamada görseller çoğunlukla metinsel içerikle doğrudan ilişkisi bulun-

mayan stok fotoğraflardan oluşmakta ve gerçek dışı iddialar meşru haber formatlarına yerleştirilerek güvenilir bir görünüm kazanmaktadır. İkinci uygulama, sosyal medya ekran görüntüleri aracılığıyla sosyal destek ve uzman otoritesi gösterimidir. Alternatif medya platformları, geleneksel bilgiye karşı çıkan doktor ve uzman gibi otorite figürlerinin paylaşımlarının ekran görüntülerini sıklıkla kullanarak gerçek dışı anlatılara yönelik yaygın destek ve meşruiyet izlenimi yaratmaktadır. Üçüncü uygulama ise bağlamından koparılmış görsellerin alternatif gerçekliğin kanıtı olarak sunulmasıdır. Bu uygulamada gerçek görüntüler orijinal bağlamlarından koparılarak farklı bir bağlamda aldatıcı biçimde kullanılmakta ve dezenformasyon anlatılarını meşrulaştırmaya hizmet etmektedir. Son olarak, sosyal medya bağlamına özgü iki ek uygulama tespit edilmiştir. Bunlardan birincisi ideolojik ön yargılı içerikleri görsel arka planla sunan memlerin kullanımı, ikincisi ise yerleşik düzenden mağdur olan sıradan vatandaşların deneyimlerini görselleştiren insan merkezli anlatılardır (Hameleers, 2024).

Yöntem

Dezenformasyon üzerine yapılan çalışmalarda kullanılan metodolojilerin analizinde nitel yaklaşımın en yaygın kullanılan yaklaşım olduğu, ardından nicel yaklaşım ve karışık çözümlerin geldiği belirtilmiştir (Cea & Palomo, 2021). Bu çalışmada 15 Temmuz darbe girişimine dair medyada çıkan haberlerin görselleri dezenformasyonu analiz etme amacıyla Türkiye'deki en yaygın uzmanlaşmış doğruluk kontrolü kuruluşunun internet sitesinde yayımlanan 15 Temmuz'la ilgili sahte olduğu kanıtlanmış 7 haber görselinin nitel içerik analizi yapılmıştır. Nitel içerik analizi, metin, görsel ya da söylem gibi nitel verilerin sistematik, yorumlayıcı ve bağlamsal biçimde incelenerek anlamlı kategoriler ve temalar altında çözümlenmesini amaçlayan bir araştırma yöntemidir. Bu yaklaşımda araştırmacı, veride açık ve örtük anlamları ortaya çıkarmaya çalışmakta ve veriyi önceden belirlenmiş yani tümdengelimsel ya da tümevarımsal olarak geliştirilen kodlar aracılığıyla analiz etmektedir (Krippendorff, 2004, ss. 15-16). İçerik analizi, araştırmacıların yazılı, sözlü ve görsel medya metinleri gibi içeriklerin incelenmesine olanak tanıyan esnek bir metodolojidir (McKibben vd., 2020). Tümevarım analizde kategori başlıkları, veriyi daha açık ve düşük yorumla tanımlamakta ve soyutlama düzeyi değişebilmektedir. Tümdengelimli analizde ise kategoriler, önceden belirlenmiş kavram veya teorilere dayanır ve yorumlama düzeyi daha farklılaşabilmektedir. Bu süreçte en önemli zorluk, alt kategoriden ana kategoriye kadar tüm aşamalarda tutarlı bir soyutlama ve yorumlama düzeyini korumaktır (Graneheim vd., 2017).

Bu çalışmada yaygın olarak kullanılan nitel bir araştırma tekniği olan içerik analizi yaklaşımı kullanılmıştır. Hsieh & Shannon içerik analiziyle ilgili mevcut uygulamaların geleneksel, yönlendirilmiş veya özetleyici şeklinde üç farklı yaklaşım bulunduğunu ifade etmiştir. Yönlendirilmiş bir yaklaşımla analiz, başlangıç kodları için rehberlik olarak bir teori veya ilgili araştırma bulguları ile başlamaktadır (2005). Bu çalışmada,

içerik analizi metodolojisine tümdengelimli bir yaklaşım benimsenmiştir. Araştırma, önceden belirlenmiş kuramsal bir çerçeveye dayanan yönlendirilmiş nitel içerik analizi yaklaşımı doğrultusunda tasarlanmıştır. Bu kapsamda, belirlenen araştırma sorularını yanıtlamak amacıyla örneklem olarak seçilen haber içerikleri sistematik biçimde incelenmiştir. Analiz sürecinde, görsel dezenformasyonun işlevlerini sınıflandırmak amacıyla Hameleers (2024) tarafından geliştirilen ve kuramsal çerçevede ele alınan kategoriler temel alınmıştır.

Çalışmada, amaçlı örnekleme yöntemiyle Teyit Hattı² ve teyit.org³ isimli haber doğrulama amaçlı web sitelerinde 15 Temmuz sürecinde dolaşıma giren ve dezenformasyon olduğu belirlenen haberler örneklem olarak belirlenmiştir. Söz konusu platformların örnekleme dâhil edilmesinde iki temel kriter belirleyici olmuştur. Birincisi, her iki platformun da yayımladıkları içerikleri düzenli olarak doğrulama süreçlerinden geçirmiş ve çürütmüş olmasıdır. İkincisi ise bu platformların kurumsal güvenilirliği- dir: Teyit Hattı, Anadolu Ajansı bünyesinde kurulan ve dolaşımdaki yanıltıcı içerikleri sistematik biçimde inceleyen bir haber denetim platformu iken teyit.org, gazetecilik etiği ve şeffaflık standartlarını güvence altına alan Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı'nın (IFCN) İlkeler Kodu'nu imzalamış, bağımsız bir doğrulama kuruluşudur. Bununla birlikte, araştırmanın belirli sınırlılıklarını açıkça ortaya koymak gerekmektedir. İnceleme, yalnızca 15 Temmuz 2016 darbe girişimi süreciyle doğrudan ilişkili ve adı geçen platformlarda bu döneme ait olarak arşivlenmiş içeriklerle sınırlı tutulmuştur. 2016 yılı, 15 Temmuz darbe girişiminin gerçekleştiği ve olayın hemen sonrasındaki ilk dönemi kapsamı nedeniyle yoğun bilgi akışı, siyasi ve toplumsal etkileri ve medyada oluşturduğu geniş yankı açısından önemli bir inceleme dönemidir. Bu nedenle, darbe girişiminin ardından üretilen haberlerin ilk hâkim eğilimlerini analiz etmek açısından bu dönem özel bir önem taşımaktadır. Hameleers ve arkadaşları (2020, s. 285), haber doğrulama kurumlarının, haber içeriklerinde yer alan iddiaları araştırdığını söz konusu içeriğin ne ölçüde doğru ya da yanlış olduğuna ilişkin genel bir değerlendirme sunduğunu ve olayların gerçek durumunu açıkladığını belirtmiştir.

Yöntem süreci, verilerin belirlenmesi, analiz birimlerinin tanımlanması, kodlama kategorilerinin oluşturulması ve verilerin yorumlanabilir temalar altında sınıflandırılması aşamalarını içermektedir. Bu doğrultuda çalışmada, analiz birimi, görsel ve bu görseli çevreleyen metinsel açıklamanın bütününden oluşmaktadır. Görsellerin, dezenformasyon anlatılarında genellikle kanıt işlevi (Brennen vd., 2021) olduğu ileri sürülmüştür. Okuma sürecinde bireyler, yazılı sembollerden anlamsal bir anlam çıkarmakta ve buna dayanarak olayın zihinsel bir yeniden inşasını oluşturmaktadır. Bu nedenle, dezenformasyon bağlamında kullanıldığında görseller, yalnızca metinsel ipuçlarına kıyasla daha güvenilir

² <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/blog/15-temmuzda-darbe-girisimini-desteklemek-icin-dolasima-sokulan-yalanlar/1819317>

³ <https://teyit.org/analiz/15-temmuz-darbe-girisimi-sirasinda-internette-yayilan-9-yanlis-iddia>

ve doğru algılandıkları için yanlış bilginin güçlü bir taşıyıcısı hâline gelebilmektedir. Metin ve görsel içeren çok modlu dezenformasyon, yalnızca metne dayalı dezenformasyona kıyasla daha güvenilir algılanmaktadır (Hameleers vd., 2020, s. 284)

Örneklem seçiminde amaçlı örnekleme yöntemi tercih edilmiş ve araştırma sorularıyla doğrudan ilişkili içerikler analize dâhil edilmiştir. İnceleme yapılırken örneklem olarak belirlenen haberlere, görselin dezenformasyon anlatısı içindeki anlamını ve işlevini açıklayan tanımlayıcı kodlar verilmiştir. Örneğin, sosyal medya ekran görüntülerinin kullanımıyla ilgili kodlar birleştirilerek “toplumsal destek vurgusu” kategorisi altında yorumlanmıştır. Görsel ve metinsel unsurlar arasındaki etkileşim özellikle önem taşımaktadır. Görsellerin hangi bağlamda kullanıldığı, metinle nasıl ilişkilendirildiği ve hangi dezenformasyon işlevini yerine getirdiği analiz edilmiştir. Elde edilen veriler, görsel ve metinsel unsurlar arasındaki etkileşimi ortaya koyacak şekilde yorumlanmış ve bulgular kuramsal çerçeveye ilişkilendirilerek değerlendirilmiştir.

Tablo 1. Görsel Dezenformasyonun Unsurları (Hameleers, 2024)

	Kategori	Görselin İşlevi	Örnek	Etkisi
Alternatif ve Sosyal Medyada Görsel Dezenformasyon	Celeneksel Haber Formatını Taklit Etme	Haber formatına benzerlik kurarak güven verme	Haber sayfası gibi görünen içeriklerde kullanılan genel görseller	İçeriğin “gerçek haber” gibi algılanmasını sağlar.
	Bağlamından Koparılmış Görsellerle Kanıt Üretme	Görselleri kanıt gibi kullanma	Komplo anlatılarına kanıt gibi sunulan görseller	Gerçek fotoğrafmış gibi ikna gücü artırılır.
	Toplumsal Destek Vurgusu	Toplulun görüşlerini yansıtarak meşruiyet kazandırma	Sıradan insanların yorumlarının paylaşılması	Yanlış bilginin geniş kitlelerce desteklendiği algısı oluşur.
	Uzman Desteğiyle Dezenformasyonun Görselleştirilmesi	Uzman görüşünü görselleştirerek güvenilirlik artırma	“Doktor” veya “uzman” gibi sunulan kişilerin görselleri	Yanlış bilginin bilimsel temelli olduğu izlenimi yaratılır.

Bulgular ve Analiz

Geleneksel Haber Formatlarını Taklit Etme: Hameleers'e (2024, s. 118) göre yanlış bilgilerin gerçeklik ve güvenilirlik izlenimi oluşturmada görseller merkezî bir rol üstlenmektedir. Metinsel dezenformasyon anlatıları, aldatıcı içerikleri meşru ana akım haber bağlamına yerleştiren görsellerle birlikte sunularak meşrulaştırılmaktadır. Bu kategoride dezenformasyon içeren haberler, geleneksel haber formatını taklit eden görseller kullanılarak veya aşırı ve radikal sorun pozisyonuna sahip sosyal medya gönderilerinin ekran görüntülerinin haber bağlamı içinde sunulması yoluyla gerçekleştirilmektedir. Bu tür görsel stratejiler, izleyicinin aşına olduğu haber estetiğini taklit ederek içeriklerin doğruluğuna yönelik algıyı güçlendirmekte ve böylece dezenformasyonun daha kolay kabul edilmesine zemin hazırlamaktadır. Bu süreçte görseller, çoğu zaman metinle doğrudan ilişkili olmasalar dahi olaylara ilişkin görsel kanıtlar sunuyormuş gibi işlev görmektedir. Böylece dezenformasyonun, görünüşte güvenilir ve profesyonel bir haber formatı içinde yeniden çerçevelendiğini ileri sürülmüştür. Hameleers, metinsel ve görsel unsurların birlikte kullanımının bütüncül bir dezenformasyon anlatısının inşasına olanak tanıdığını belirtmiştir. Metinler, karşı olgusal iddiaları dile getirirken görseller bu iddiaları gerçek ve meşru bir haber sunumu içinde konumlandırarak algısal inandırıcılığı artırmaktadır (2024, s. 118).

Görsel 1. "Darbeciler Uçakları Kaçırды İddiası"

"Darbe girişiminin ardından 15 askeri helikopter kayboldu, içindekiler güvenli ellerde mi?"

Ahmet Takan: En son hepsi Erzincan semalarında görüldü



Kaynak: (Teyit Hattı, 2025)

Bu çerçevede incelenen ilk içerik, Teyit Hattı internet sitesinde yer alan haberlerden “Darbeciler uçakları kaçırdı” iddiası Görsel 1’deki haber metnidir. Söz konusu içerik, Yeniçağ Gazetesi Ankara Temsilcisi Ahmet Takan tarafından ortaya atılan iddianın, çeşitli haber sitelerinde dikkat çekici bir başlık ve belirli bir görsel eşliğinde dolaşıma sokulduğunu göstermektedir. Söz konusu başlık, bir yandan dramatik ve çarpıcı bir dil kullanılarak okuyucunun ilgisini çekmeyi hedeflerken kullanılan görsel de içeriğin etkisini artıracak biçimde seçilmiştir. Haber başlığı da tıpkı bir haber metninde olması gerektiği gibi dikkat çekici bir başlıkla sunulmuştur. Böylelikle iddianın doğruluğunu kanıtlayan bir veri sunulmadığı gibi haber formatının kurumsal ve güvenilir estetiği taklit edilerek inşa edilmiştir. Görselin haber metninde yer alan helikopterlerin kayıp olduğu iddiasını doğrudan kanıtlayan bir unsur olmamasına rağmen içerikte sunulan bilginin gerçeklik ve güvenilirlik algısını güçlendirmek amacıyla kullanıldığını göstermektedir. Böylece metinsel iddia ile görsel unsur arasında doğrudan bir bağ bulunmasına karşın görsel içerik haberin inandırıcılığını artıran destekleyici bir araç olarak işlev görmektedir. Okuyucu görselin sunduğu görsel gerçeklik hissi nedeniyle metindeki iddiayı daha inandırıcı algılayabilmektedir. Böylece görsel, içerikteki bilginin doğruluğunu destekleyen bir kanıt işlevi görmekten ziyade yanlış veya doğrulanmamış bir anlatıyı haberleşmiş bir gerçeklik formuna dönüştüren bir meşrulaştırma aracına dönüşmektedir. Bu örnek, görsel ile metin arasında doğrudan referans ilişkisi bulunmasa bile haber estetiğinin güvenilirlik üretme gücü üzerinden dezenformasyonun nasıl güçlendirilebildiğini göstermektedir. Görsel, burada olayın kanıtı olmak amacından ziyade iddianın “haber” formunda sunulmasını sağlayan çerçeveyici bir unsur olarak işlev görmektedir.

Görsel 2. “Fransa Konsolosluğu Bomba Uyarısında Bulundu İddiası”



Kaynak: (Teyit Hattı, 2025)

Bu başlık altında incelenen diğer bir içerik Teyit Hattı sitesinden alınan Görsel 2'deki "Fransa Konsolosluğu Bomba Uyarısında Bulundu İddiası" başlıklı içeriktir. İçerikte doğruluğu tartışmalı bir iddianın, dikkat çekici bir başlık ve görsel unsurlar eşliğinde gerçek bir haber formatı biçiminde dolaşıma sokulduğu görülmektedir. Söz konusu içerikte kullanılan görselin, haber metninde aktarılan olayla doğrudan ilişkili olmadığı temsili bir görüntü olduğu görülmektedir. Haberde ortaya atılan iddiaya kanıt olacak bir görsel kullanılmamıştır. Buna rağmen görsel, metinde sunulan iddianın gerçekliğini destekleyen bir kanıt işlevi görüyormuş gibi kurgulanmıştır. Bu kullanım biçiminin görsel ve metin arasındaki bağın zayıf olmasına rağmen görselin sağladığı sahicilik izlenimi üzerinden içeriğin güvenilirliğini artırmaya yönelik olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla, metinsel iddia ile görsel unsurun birlikte kullanımı, okuyucuda bütüncül ve ikna edici bir anlatı oluşturmakta ve bu durum Hameleers (2024, s. 118)'in belirttiği gibi görsel dezenformasyonun temel stratejilerinden biri olarak öne çıkmaktadır.

Bağlamından Koparılmış Görsellerle Kanıt Üretme: Hameleers'e göre bazı durumlarda görseller, alternatif medya platformları tarafından ileri sürülen yanlış iddiaları destekleyen kanıt olarak doğrudan kullanılmaktadır. Bu kategoride görseller, kasıtlı biçimde bağlamlarından koparılarak yeniden çerçevelenmekte ve karşı-olgusal iddiaların meşrulaştırılmasına hizmet edecek şekilde sunulmaktadır. Bu nedenle, orijinal bağlamında farklı bir olayı temsil eden görseller, metinsel dezenformasyon anlatılarına görsel destek sağlamak amacıyla yeniden konumlandırılmakta ve böylece yanıltıcı bir kanıt işlevi üstlenmektedir (2024, s. 118). 15 Temmuz darbe girişimiyle ilgili dezenformasyon içeriklerinde bu bulguya sık rastlanmıştır.

Görsel 3. "Görüntü Ankara Emniyet Müdürlüğü'nde Kayda Geçti İddiası"



Kaynak: (Teyit Hattı, 2025)

İçeriklerden biri Teyit Hattı sitesinde yer alan Görsel 3'teki "Görüntü Ankara Emniyet Müdürlüğü'nde Kayda Geçti İddiası" başlıklı içeriktir. Hameleers (2024, s. 119)'in bu iddiasında olduğu gibi bu içerikte görsel, metinsel iddiayı destekleyen güçlendirici bir unsur olarak kullanılmıştır. Yine aynı sitede görselin güncel olmadığı ve İsrail'in Gazze'ye yönelik bombardımanını gösteren 2014 yılına ait bir görsel olduğu belirtilmiştir. Bu durum, görsel içeriğin tamamen sahte olmamasına rağmen bağlamının kasıtlı biçimde değiştirilerek yeni bir anlam üretildiğini göstermektedir. Görüntünün gerçek başka bir olaya ait olması, izleyicide yüksek düzeyde güvenilirlik algısı yaratmakta ve izleyiciyi yanlış bağlamlandırma yoluyla yönlendirmektedir.

Görsel 4. "Darbe Girişimi Sonrası Yayılan Fotoğraflar"



Kaynak: (teyit.org, 2016)

teyit.org sitesinde yer alan Görsel 4'teki "Darbe Girişimi Sonrası Yayılan Fotoğraflar" başlığı altında, T24 adlı web sitesinde "36 Yıl Sonra Darbe Girişimi; 40 Fotoğrafla Türkiye'nin En Uzun Gecesi" başlıklı haberde, Ankara'dan olduğu iddia edilen bir fotoğrafın aslında Mısır'a ait olduğu ortaya konulmuştur. Söz konusu yanıltıcı içerikte görsel, Hameleers (2024, s. 119)'in belirttiği üzere Görsel 4'te olduğu gibi metinsel iddiayı destekleyen ve güçlendiren bir unsur olarak kullanılmıştır. İlgili doğrulama içeriğinde, görselin iddia edilen olayla ilişkisinin bulunmadığı ve farklı bir coğrafi bağlama ait olduğu açıkça belirtilmiştir. Bu bulgu, görselin tamamen uydurma olmaktan ziyade mevcut bir içeriğin bağlamının bilinçli biçimde dönüştürülerek yeniden anlamlandırıldığını göstermektedir. Farklı bir olaya ait gerçek bir görüntünün kullanılması, izleyicide güçlü bir gerçeklik ve güven duygusu yaratmakta ve bu durum ise içeriğin yanlış bir çerçeve

içinde sunulması yoluyla algının yönlendirilmesine imkân tanımaktadır. Böylece her iki görsel de kendi özgün bağlamından koparılarak farklı bir coğrafya, zaman ve olayla ilişkilendirilmekte ve metinde ileri sürülen iddianın doğruluğunu pekiştiren bir araç hâline getirilmektedir. Bu süreçte görsel, doğrudan iddianın doğruluğunu “gösteren” bir kanıt olarak işlev görmektedir.

Görsel 5. “Başı Kesilerek Öldürülen Askerin Fotoğrafı”



Kaynak: (teyit.org, 2016)

teyit.org sitesinde yer alan “Başı Kesilerek Öldürülen Askerin Fotoğrafı” iddiasına ilişkin içerik, Hameleers (2024, s. 119)’in ortaya koyduğu görsel dezenformasyon kategorileriyle büyük ölçüde örtüşmektedir. Söz konusu örnekte görsel, ilk düzeyde metinsel iddiayı destekleyen bir “kanıt” olarak işlev görmektedir. Ancak bu kullanım, sosyal medyaya özgü duygusal ve deneyim temelli doğrulama stratejileriyle de ilişkilidir. Görsel, “gerçek bir olay yaşanmış” hissi yaratarak ikna edicilik üretmektedir. Bu bağlamda örnek, alternatif medya ile sosyal medya arasındaki önemli bir farkı da görürnür kılmaktadır. Alternatif medya platformlarında dezenformasyon genellikle haber formatını taklit ederek ve sözde uzmanlık ya da kanıt sunumu üzerinden meşruiyet üretirken bu örnekte olduğu gibi sosyal medya temelli içeriklerde meşruiyet, daha çok “yaşanmışlık” izlenimi ve duygusal yakınlık üzerinden kurulmaktadır.

Toplumsal Destek Vurgusu: Alternatif medya platformları uzman görüşleri ve kanıtlar aracılığıyla nesnellik ve meşruiyet üretmeye daha yakın dururken sosyal medyadaki dezenformasyon anlatıları uzman referanslarından ve ampirik kanıtlardan daha kopuktur. Bu durum, görsel temsiller aracılığıyla doğruluk iddialarının meşrulaştırılmasının bağlama göre değiştiğini göstermektedir. Bu bağlamda görseller, yerleşik düzen tarafından mağdur edildiği iddia edilen sıradan insanların deneyimlerine yakınlık kurarak anlatılarını güçlendirmektedir.

Görsel 6. “Kayıp Darbeciler Domuz Bağıyla Gömülmüş Halde Bulundu İddiası”



Kaynak: (Teyit Hattı, 2025)

Bu görseldeki haber tek başına metinsel ve görsel olarak oldukça çarpıcı ve duygusal bir iddia içermesinin yanında kullanıcı yorumlarına ve beğeni sayısının görüldüğü görselle birlikte paylaşılmıştır. Bu noktada görsellerin işlevi, haberi doğrulamaktan ziyade ona meşruiyet kazandırmak olmuştur. İlk olarak, haberin yanına yerleştirilen sosyal medya ekran görüntüleri, birçok kişinin bu konuyu konuştuğu izlenimini yaratmaktadır. Bu durum habere kanıt olarak gösterilmekte ve okuyucularda yaygınlık algısını üretmektedir. Yani kullanıcı, “herkes bunu konuşuyorsa doğru olabilir” şeklinde bir sezgisel çıkarım yapmaya yönlendirilmiştir. Aynı şekilde haber olaya ait olmayan bir görüntüyle de desteklenmiştir. Darbe girişiminin başarısızlıkla sonuçlanmasının ardından, sosyal medyada paylaşılan fotoğraftaki elleri bağlı bir dizi askerin darbe girişimi esnasında yakalanan ve öldürülen askerler olduğu ileri sürülmüştür. teyit.org sitesinde fotoğrafın gerçekte, 2014 yılında Ukrayna ve Rusya yanlısı ayrılıkçılar arasında yaşanan olaylarda Donetsk kentinde öldürülenleri gösterdiği haberin yayımlandığı haber organlarıyla birlikte belirtilmiştir. Stasiuk-Krajewska (2025), dezenformasyon içeriklerindeki görsel haber değerlerinin, doğrulanmış haber içeriklerinden belirgin biçimde ayrıştığını vurgulamıştır. Ona göre bu farklılıklar, özellikle politik aktörlerin sunumuna daha fazla odaklanma ve dünyayı daha olumsuz, eleştirel bir çerçevede yansıtmaya bo-yutlarında ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte, bu içeriklerin daha az kişiselleştirilmiş bir anlatım yapısına sahip olduğuna da dikkat çekmektedir.

Uzman Desteğiyle Dezenformasyonun Görselleştirilmesi: Hameleers (2024, s. 118)'e göre alternatif ya da sosyal medya platformları, çok sayıda takipçisi olan kanaat önderlerinin veya uzmanların açıklamalarının görselini yerleştirerek gerçek dışı anlatılara yönelik yaygın otoriter ve marjinal olmayan desteği vurgulamaktadır. Sosyal medya ekran görüntüleri zaman zaman farklı aktörler tarafından üretilen dezenformasyon söylemlerini görselleştirme işlevi görmektedir. Bu aktörler genellikle “yaşanmış deneyime sahip sıradan vatandaşlar” ya da karşı olgusal iddiaları meşrulaştıran “alternatif uzmanlar” olarak sunulmaktadır. Sosyal medya ekran görüntülerinin, dezenformasyondaki işlevinin belirli söylemleri meşru ve nesnel bir haber formatı içinde yeniden çerçevelemek için kullanıldığını göstermektedir. Özellikle uzman görüşü ya da halkın sesi olarak sunulan içeriklerin ekran görüntüleri aracılığıyla aktarılması, platformların hem güvenilirlik sinyali üretmesine hem de mesafeli ve tarafsız bir konum sergilemesine olanak tanımaktadır. Böylece görsel unsurlar, alternatif uzmanlık biçimlerini ve gündelik deneyimleri referans göstererek karşı olgusal iddiaların meşrulaştırılmasında kritik bir rol oynamaktadır (2024, s. 118). Hameleers (2024, s. 119), alternatif medya platformlarının resmi sayfalarında tespit edilen görsel dezenformasyonun söz konusu kullanım biçiminin sosyal medyada da bulunduğunu ifade etmiştir.

Görsel 7. Kızılay'da Jetler Alçak Uçuş Yaparken Jetlere Civata ve Somun Atıldı, Bir Kişi Jetin Üstüne Atlamak İstedi”



Kaynak: (teyit.org, 2016)

Bu doğrultuda incelenen Görsel 7'deki, “Kızılay'da jetler alçak uçuş yaparken jetlere civata ve somun atıldı, bir kişi jetin üstüne atlamak istedi” şeklindeki haber bir sosyal medya içeriğidir. İçerikte geçmişi 2004 yılına uzanan Kızılay'a ait bir fotoğrafın yeniden dolaşıma sokulmasıyla oluşturulmuştur. Haberdeki metnin altında haber sanki Anadolu Ajansı tarafından yapılmış gibi Anadolu Ajansı'nın internet adresi aa.com.tr ibaresi yer almaktadır. Görseldeki bu ibare, haberin sanki Anadolu Ajansı tarafından yapılmış hissini uyandırmakta ve görselin gerçekliğini kanıtlamaya yardımcı olmaktadır. Söz konusu görsel, iddiayı destekleyen bir kanıt gibi sunulmasına rağmen olayla doğrudan

ilişkili olmayıp farklı bir bağlamdan alınmış ve montaj yoluyla yeniden çerçevelenmiştir. Bu örnekte de yine arşiv niteliğinde bir görselin bağlamından koparılarak yeniden kullanılması söz konusudur.

Sonuç

Görsel kullanımı, dezenformasyonun oluşumunda ve yayılmasında önemli bir stratejik unsur temsil etmektedir (Krafft & Donovan, 2020, s. 205). Bu çalışma, 15 Temmuz darbe girişimi sürecinde dolaşıma giren görsel dezenformasyonu, Teyit Hattı ve teyit.org platformlarında yayımlanmış ve dezenformasyon içerdiği doğrulanmış haberlerden elde edilen toplam yedi görsel üzerinden incelemiştir. Görsellerin, Hameleers (2024) tarafından geliştirilen kategorilere göre dağılımı incelendiğinde “geleneksel haber formatını taklit etme” kategorisinde iki, “toplumsal destek vurgusu” kategorisinde üç, “bağlamından koparılmış görsellerle kanıt üretme” ile “uzman desteğiyle dezenformasyonun görselleştirilmesi” kategorilerinde ise birer görsel tespit edilmiştir. Bu dağılım, söz konusu dönemde dolaşıma giren görsel dezenformasyonun ağırlıklı olarak toplumsal destek izlenimi yaratmaya ve meşru haber formatlarını taklit etmeye yönelik stratejik bir işlev üstlendiğine işaret etmektedir.

Bulgular ilk olarak dezenformasyon içeren haberlerin belirgin biçimde geleneksel haber formatını taklit eden bir yapıda sunulduğunu göstermektedir. Bu uygulamada iddianın doğruluğunu kanıtlayan herhangi bir veri sunulmamakta; bunun yerine kurumsal ve güvenilir bir estetik taklit edilerek meşruiyet inşa edilmektedir. İkinci olarak görsel materyallerin orijinal bağlamından koparılarak kanıt niteliği taşıyormuş gibi yeniden çerçevelendiği tespit edilmiştir. Üçüncü olarak halk desteğini temsil eden görseller aracılığıyla geniş toplumsal kabul ve destek olduğu izlenimi oluşturulmaktadır. Son olarak ise sahte, yanlış ya da doğrulanmamış uzman figürler üzerinden iddialara bilimsel veya otoriter bir destek varmış gibi bir algı üretilmektedir.

Çalışmadan elde edilen bulgular, görsellerin hem alternatif medya hem de sosyal medya bağlamında farklı ama birbirini tamamlayan işlevler üstlendiğini ortaya koymaktadır. Alternatif medya platformlarında görseller ağırlıklı olarak haber formatını taklit ederek meşruiyet üretirken sosyal medya içeriklerinde duygusal yoğunluk, yaşanmışlık hissi ve halk merkezli anlatılar üzerinden ikna edicilik sağlandığı görülmektedir. Bu bağlamda Newman ve Schwarz (2024, s. 3), her görüntü türünün belirli bir iddia için kanıt niteliği taşıyabileceğini ya da hafıza ve inançları şekillendirebilecek ön yargılı bir temsil işlevi görebileceğini ifade etmektedir. Yazarlara göre yalnızca dikkat çekmek amacıyla yerleştirilen ve görünürde zararsız olan dekoratif görseller bile inanç üzerinde fark edilmesi güç etkiler yaratabilmektedir. Joffe (2008) de benzer şekilde, görsellerin duygusal etkileri yüksek, çarpıcı ve hatırlanabilir olmaları nedeniyle çoğu zaman temsil ettikleri olaya ilişkin bir “kanıt” olarak değerlendirildiğini ve kolektif hafızanın oluşumunda önemli bir rol üstlendiğini belirtmiştir. Thomson ve arkadaşları

(2022, s. 957) da görsel dezenformasyona ilişkin çalışmalarında küresel medya ekosisteminin siyasi aktörler ve sıradan vatandaşlar tarafından üretilen kullanıcı kaynaklı yanlış ve yanıltıcı içeriklerle giderek daha fazla şekillendiğini vurgulamaktadır. Yazarlara göre bu içerikler zaman zaman bireysel gazeteciler ve ana akım medya kuruluşları tarafından da paylaşılarak yayılmaktadır. Hameleers ve arkadaşları (2020, s. 297), ise görsel ve metinsel unsur içeren dezenformasyonun yalnızca metne dayalı dezenformasyona kıyasla daha güvenilir algılandığına dair kısmi kanıtlar bulunduğunu belirtmektedir. Metinle karşılaştırıldığında görsel içeren haberlerin, bireylerde gerçekliğin çarpıtılarak yeniden sunulduğuna yönelik şüpheyi azalttığı öne sürülmektedir.

Yanıltıcı bilgilerle mücadele bağlamında literatürde çeşitli öneriler yer almaktadır. Petratos (2021, s. 771), dijital dönüşüm stratejilerinin geliştirilmesini önermekte; bu kapsamda siber risklerin tanınması ve değerlendirilmesi, standartların benimsenmesi ile haber doğrulama araçlarının geliştirilmesinin yanı sıra farklı sektörler arasında ortaklıkların kurulmasının önem taşıdığını ifade etmektedir. Krafft ve Donovan (2020, s. 210), sosyal medya platformlarının hesap verebilirlik, şeffaflık, adalet ve ortak tasarım ilkelerini sistemlerine entegre etmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Dame Adjin-Tettey (2022, s. 14) ise sosyal medya şirketlerinin kullanıcılara gerekli beceri, araç ve bilgileri sağlayarak medya ve bilgi okuryazarlığını geliştirme sorumluluğu üstlenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Rahmawati ve arkadaşları da (2021, s. 232) dijital ve medya okuryazarlığının yaygınlaştırılmasını, kamu kurumlarının yerel paydaşlarla iş birliği yaparak gerçek denetim uygulamaları yürütmesini ve yerel kurumların topluluklarındaki yanlış bilgileri izleyerek açıklığa kavuşturmasını önermektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, görsel dezenformasyonun duygu ve temsil stratejileriyle şekillenen çok katmanlı bir süreç olduğunu, 15 Temmuz darbe girişimi ekseninde ortaya koymaktadır. Bulgular, görsel ve metinsel unsurların birlikte değerlendirilmesini merkeze alan disiplinler arası çalışmalara olan ihtiyacı güçlendirmektedir. Gelecek araştırmalarda farklı sosyal medya platformlarının karşılaştırmalı incelenmesi, daha geniş veri setleriyle nicel analizlerin yapılması, kullanıcıların görsel dezenformasyonu algılama biçimlerinin deneysel yöntemlerle araştırılması ve yapay zekâ destekli içerik üretim süreçlerinin görsel dezenformasyon üzerindeki etkisinin daha ayrıntılı biçimde ele alınması alana önemli katkılar sağlayacaktır.



KAYNAKÇA

- Anzera, G., & Massa, A. (2021). Using international relations theories to understand disinformation. İçinde Guillermo López-García, Dolors Palau-Sampio, Bella Palomo, Eva Campos-Domínguez, Pere Masip (Eds.), *Politics of Disinformation* (ss. 35-47). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781119743347.ch3>
- Bastick, Z. (2021). Would you notice if fake news changed your behavior? An experiment on the unconscious effects of disinformation. *Computers in Human Behavior*, 116, 106633. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106633>
- Baudrillard, J. (1998). *Simülakrlar ve simülasyon*. İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Boudana, S., & Segev, E. (2026). Fake news makes the news: Definitions and framing of fake news in mainstream media. *Journalism Practice*, 20(2), 679-698. <https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2379898>
- Brennen, J. S., Simon, F. M., & Nielsen, R. K. (2021). Beyond (mis)representation: Visuals in COVID-19 misinformation. *The International Journal of Press/Politics*, 26(1), 277-299. <https://doi.org/10.1177/1940161220964780>
- Broda, E., & Strömbäck, J. (2024b). Misinformation, disinformation, and fake news: Lessons from an interdisciplinary, systematic literature review. *Annals of the International Communication Association*, 48(2), 139-166. <https://doi.org/10.1080/23808985.2024.2323736>
- Cao, J., Qi, P., Sheng, Q., Yang, T., Guo, J., & Li, J. (2020). Exploring the role of visual content in fake news detection. İçinde K. Shu, S. Wang, D. Lee, & H. Liu (Eds.), *Disinformation, Misinformation, and Fake News in Social Media: Emerging Research Challenges and Opportunities* (ss. 141-161). Cham, Switzerland: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-42699-6_8
- Cea, N., & Palomo, B. (2021). Disinformation matters. İçinde Guillermo López-García, Dolors Palau-Sampio, Bella Palomo, Eva Campos-Domínguez, Pere Masip (Eds.), *Politics of Disinformation* (ss. 5-22). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781119743347.ch1>
- Dame Adjin-Tettey, T. (2022). Combating fake news, disinformation, and misinformation: Experimental evidence for media literacy education. *Cogent Arts & Humanities*, 9(1), 2037229. <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2037229>
- Effron, D. A., Qiu, J., & Shulman, D. (2026). Moral deliberation reduces people's intentions to share headlines they recognize as "fake news". *Journal of Experimental Psychology: General*, 155(3), 603-628. <https://doi.org/10.1037/xge0001887>
- Farkas, X. (2026). Negative campaigning and mobilization through disinformation: astroturf political influencers' visual disinformation strategies on Facebook. *Media and Communication*,

- 14(0). Retrieved from <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/11545> Erişim T. 10 Mart 2026.
- Freelon, D., & Wells, C. (2020). Disinformation as political communication. *Political Communication*, 37(2), 145-156. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1723755>
- Graneheim, U. H., Lindgren, B.-M., & Lundman, B. (2017). Methodological challenges in qualitative content analysis: A discussion paper. *Nurse Education Today*, 56, 29-34. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2017.06.002>
- Guo, H., Ma, Z., Zeng, Z., Luo, M., Zeng, W., Tang, J., & Zhao, X. (2025). Each fake news is fake in its own way: An Attribution multi-granularity benchmark for multimodal fake news detection. *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence*, 39(1), 228-236. <https://doi.org/10.1609/aaai.v39i1.31999>
- Hameleers, M. (2024). The nature of visual disinformation online: A qualitative content analysis of alternative and social media in the Netherlands. *Political Communication*, 42(1), 108-126.
- Hameleers, M., Brosius, A., & de Vreese, C. H. (2022). Whom to trust? Media exposure patterns of citizens with perceptions of misinformation and disinformation related to the news media. *European Journal of Communication*, 37(3), 237-268. <https://doi.org/10.1177/02673231211072667>
- Hameleers, M., Powell, T. E., Van Der Meer, T. G. L. A., & Bos, L. (2020). A picture paints a thousand lies? The effects and mechanisms of multimodal disinformation and rebuttals disseminated via social media. *Political Communication*, 37(2), 281-301. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1674979>
- Hameleers, M., & van der Goot, E. (2025). Look at what the real facts and experts say! The use of expert references and objectivity claims in disinformation: A qualitative exploration and typology. *Journalism*, 26(7), 1469-1487. <https://doi.org/10.1177/14648849241257383>
- Hsieh, H.-F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>
- Iosifidis, P., & Nicoli, N. (2020). The battle to end fake news: A qualitative content analysis of Facebook announcements on how it combats disinformation. *International Communication Gazette*, 82(1), 60-81. <https://doi.org/10.1177/1748048519880729>
- Jain, R., Jain, D. K., Dharana, & Sharma, N. (2021). Fake news classification: A quantitative research description. *ACM Trans. Asian Low-Resour. Lang. Inf. Process.*, 21(1), 3(1), 3-17. <https://doi.org/10.1145/3447650>
- Joffe, H. (2008). The power of visual material: persuasion, emotion and identification. *Diogenes*, 55(1), 84-93. <https://doi.org/10.1177/0392192107087919>
- Karlsson, I., Häikiö, T. K., Malm, M., & Ördén, H. (2026). *Visual disinformation and visual literacy: Key*

skills for resilience. Stockholm, Sweden: Bildkonst Sverige

- Krafft, P. M., & Donovan, J. (2020a). Disinformation by design: The use of evidence collages and platform filtering in a media manipulation campaign. *Political Communication*, 37(2), 194-214. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1686094>
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2nd ed). Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kuntur, S., Wróblewska, A., Ganzha, M., Paprzycki, M., & Sachdeva, S. (2026). Fake news detection: It's all in the data! *Applied Sciences*, 16(3), 1585. <https://doi.org/10.3390/app16031585>
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinski, A. J., & Zittren, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Lecheler, S., & Egelhofer, J. L. (2022). Disinformation, misinformation, and fake news: understanding the supply side. İçinde Jesper Strömbäck, Åsa Wikforss, Kathrin Glüer, Torun Lindholm, Henrik Oscarsson (Eds.), *Knowledge Resistance in High-Choice Information Environments*. New York, NY: Routledge.
- Lee, J., & Suk, J. (2025). Navigating the complexity of visual misinformation: Developing the visual misinformation processing model for visual-text misinformation dynamics. *Communication Theory*, 35(4), 238-249. <https://doi.org/10.1093/ct/qtaf011>
- Martens, B., Aguiar, L., Gómez, E., & Mueller-Langer, F. (2018). The digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3164170>
- McKibben, W. B., Cade, R., Purgason, L. L., & Wahesh, E. (2020). How to conduct a deductive content analysis in counseling research. *Counseling Outcome Research and Evaluation*, 13(2), 156-168. <https://doi.org/10.1080/21501378.2020.1846992>
- Newman, E. J., & Schwarz, N. (2024). Misinformed by images: How images influence perceptions of truth and what can be done about it. *Current Opinion in Psychology*, 56, 101778. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101778>
- Papapicco, C., Lamanna, I., & D'Errico, F. (2022). Adolescents' vulnerability to fake news and to racial hoaxes: A qualitative analysis on Italian sample. *Multimodal Technologies and Interaction*, 6(3), 20. <https://doi.org/10.3390/mti6030020>
- Petratos, P. N. (2021). Misinformation, disinformation, and fake news: Cyber risks to business. *Business Horizons*, 64(6), 763-774. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.07.012>
- Posetti, J., & Matthews, A. (2018). A short guide to the history of 'fake news' and disinformation. *International Center for Journalists*, 7(2018), 2018-07.

- Powell, T. E., Boomgaarden, H., de Swert, K., & de Vreese, C. (2015). A clearer picture: The contribution of visuals and text to framing effects. *Journal of Communication*, 65(6), 997-1017. <https://doi.org/10.1111/jcom.12184>
- Qi, P., Cao, J., Yang, T., Guo, J., & Li, J. (2019). Exploiting Multi-domain visual information for fake news detection. *2019 IEEE International Conference on Data Mining (ICDM)*, 518-527. <https://doi.org/10.1109/ICDM.2019.00062>
- Qiu, H., Goh, D. H.-L., & Huang, S. (2026). Cutting through the Fog: Investigating the verification of multimodal disinformation in social media. *Journal of Documentation*, 82(3), 588-607. <https://doi.org/10.1108/JD-09-2025-0256>
- Rahmawati, D., Mulyana, D., Lumakto, G., Viendyasari, M., & Anindhita, W. (2021). Mapping disinformation during the Covid-19 in Indonesia: Qualitative Content Analysis. *Jurnal ASPIKOM*, 6(2), 222-234. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i2.907>
- Rodríguez-Pérez, C., & García-Vargas, G. R. (2021). Understanding which factors promote exposure to online disinformation. İçinde Guillermo López-García, Dolors Palau-Sempio, Bella Palomo, Eva Campos-Domínguez, Pere Masip (Eds.), *Politics of Disinformation* (ss. 173-186). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781119743347.ch13>
- Sahoo, J., Sahu, S. C., & Mohanty, B. (2021). Research on fake news an empirical analysis of selected library and information science journals. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 41(4), 268-274. <https://doi.org/10.14429/djlit.41.4.17168>
- Shu, K., Wang, S., Lee, D., & Liu, H. (2020). Mining disinformation and fake news: concepts, methods, and recent advancements. İçinde K. Shu, S. Wang, D. Lee, & H. Liu (Eds.), *Disinformation, misinformation, and fake news in social media: emerging research challenges and opportunities* (ss. 1-19). Cham, Switzerland: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-42699-6_1
- Stasiuk-Krajewska, K. (2025). Visual structures of disinformation (fake news) in Poland, Czech Republic, and Slovakia. İçinde M. Wenzel & K. Stasiuk-Krajewska (Eds.), *Disinformation in Central Europe: Actors, structure, impact* (ss. 147-202). Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-031-76871-2_6
- Şen, A. F., & Taşdelen, H. (2020). Post-truth siyaset bağlamında yeni medya: 2019 yerel seçimi örneğinde bir inceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (33), 11-34. <https://doi.org/10.31123/akil.620340>
- Tajrian, M., Rahman, A., Kabir, M. A., & Islam, Md. R. (2023). A review of methodologies for fake news analysis. *IEEE Access*, 11, 73879-73893. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2023.3294989>
- Teyit Hattı (2025). 15 Temmuz'da darbe girişimini desteklemek için dolaşıma sokulan yalanlar. Retrieved from <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/blog/15-temmuzda-darbe-girisimini-desteklemek-icin-dolasima-sokulan-yananlar/1819317> Erişim T. 1 Mart 2026.

- Teyit.org (2016). 15 Temmuz darbe girişimi sırasında internette yayılan 9 yanlış iddia. Retrieved from <https://teyit.org/analiz/15-temmuz-darbe-girisimi-sirasinda-internette-yayilan-9-yanlis-iddia>
Erişim T. 1 Mart 2026.
- Thomson, T. J., Angus, D., Dootson, P., Hurcombe, E., & Smith, A. (2022). Visual Mis/disinformation in Journalism and Public Communications: Current Verification Practices, Challenges, and Future Opportunities. *Journalism Practice*, 16(5), 938-962. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1832139>
- Vineela, A., Bhavani, A., Krishna, B. V., & Sankar, A. B. (2025). An artful multimodal exploration in discerning fake news through text and image harmony. *Multimedia Tools and Applications*, 84(31), 37997-38016. <https://doi.org/10.1007/s11042-025-20695-4>
- Weikmann, T. E. (2025). Visual misinformation. İçinde M. Demertzis & A. Kioupkiolis (Eds.), *The Handbook of Social and Political Conflict* (ss. 313-322). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781119895534.ch28>
- Xue, J., Wang, Y., Tian, Y., Li, Y., Shi, L., & Wei, L. (2021). Detecting fake news by exploring the consistency of multimodal data. *Information Processing & Management*, 58(5), 102610. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102610>
- Yarchi, M., & Boxman-Shabtai, L. (2025). The image war moves to TikTok evidence from the May 2021 round of the Israeli-Palestinian conflict. *Digital Journalism*, 13(1), 115-135. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2291650>
- Zecchinon, P., & Standaert, O. (2025). The war in Ukraine through the prism of visual disinformation and the limits of specialized fact-checking. A Case-Study at Le Monde. *Digital Journalism*, 13(1), 61-79. <https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2332609>
- Zidan, M., Sleem, A., Nabil, A., & Othman, M. (2025). Multimodal fake news detection: A Survey of text and visual content integration methods. *International Journal of Computers and Informatics (Zagazig University)*, 7, 13-25.

Hakem değerlendirmesi/Peer review:

Dış bağımsız/Externally peer reviewed

Çıkar çatışması/Conflict of interest:

Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir/The author have no conflict of interest to declare

Finansal destek/Grant support:

Yazar bu makalede finansal destek almadığını beyan etmiştir/The author declared that this article has received no financial support.