

# 15 Temmuz Darbe Girişimi Sürecinde Dijital Dezenformasyon: Sosyal Medya Paylaşımları Üzerinden Bir Analiz<sup>1</sup> Digital Disinformation During the July 15 Coup Attempt: An Analysis of Social Media Content

## Araştırma Makalesi / Research Article



**Sorumlu yazar/  
Corresponding author:**  
İbrahim Çataldaş

**ORCID:**  
0000-0001-8096-9177

**Geliş tarihi/Received:**  
25.04.2026

**Son revizyon teslimi/Last  
revision received:**  
21.06.2026

**Kabul tarihi/Accepted:**  
21.06.2026

**Yayın tarihi/Published:**  
10.07.2026

**Atıf/Citation:**  
Çataldaş, İ. (2026). 15 Temmuz  
Darbe Girişimi Sürecinde  
Dijital Dezenformasyon:  
Sosyal Medya Paylaşımları  
Üzerinden Bir Analiz. *İletişim  
ve Diplomasi*, 16, 05-31.

**doi: 10.54722/**  
iletisimvediplomasi. 1937523

**İbrahim ÇATALDAŞ<sup>2</sup>**

## ÖZ

Sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte iletişim faaliyetleri, yer ve zaman sınırı olmadan anlık olarak gerçekleşmektedir. Bu platformlar, kullanıcıların hayatını kolaylaştırırken aynı zamanda birtakım sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda, bilgi kirliliği ve dezenformasyon, sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte daha belirgin hale gelmiştir. Bu çalışma, 15 Temmuz 2016 darbe girişimini bilgi kirliliği ve dezenformasyon bağlamında ele almaktadır. Bu çerçevede, darbe girişiminin gerçekleştiği ilk 24 saat içinde dolaşıma sokulan ve dezenformasyona neden olduğu tespit edilen 21 sosyal medya paylaşımı içerik analizi yapılarak incelenmiştir. Araştırmanın bulguları, söz konusu içeriklerin kamuoyunu yanlış yönlendirmeye yönelik olarak farklı şekillerde ortaya çıkabileceğini göstermektedir. İncelenen sosyal medya paylaşımları, dezenformasyon içeriklerinin görsel manipülasyon, sahte hesaplar, uydurma metinler, doğrulanmamış haberler ve yanlış çerçeveleme gibi çeşitli biçimlerde kasıtlı olarak üretildiğini göstermektedir. Bu içeriklerin üretiminde hem bireysel kullanıcıların hem de medya aktörlerinin rol aldığı belirlenmiş olup böylece dezenformasyon faaliyetlerinin çok aktörlü bir yapıya sahip olduğu anlaşılmaktadır. Sonuç olarak bu çalışma sosyal medya platformlarının kriz zamanlarında hızlı bilgi akışı sağladığını gösterirken aynı zamanda bu platformlarda yayımlanan dezenformasyon içeriklerinin farklı biçimlerde ortaya çıkabileceğine de işaret etmektedir.

<sup>1</sup> Bu çalışma, İbrahim Çataldaş tarafından, Prof. Dr. Sertaç Timur Demir danışmanlığında hazırlanan yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

<sup>2</sup> Arş. Gör. Dr., Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, Mersin, Türkiye, ibrahimcataldas@mersin.edu.tr

**Anahtar Kelimeler:** Bilgi kirliliği, dezenformasyon, sosyal medya, kriz iletişimi, 15 Temmuz Darbe Girişimi

## ABSTRACT

The widespread use of social media platforms allows for instant communication, regardless of time or place. While these platforms facilitate everyday communication, they also pose challenges. In this context, the widespread use of social media platforms has contributed to the proliferation of information disorder and disinformation. This study analyzes the July 15, 2016, coup attempt within the framework of information disorder and disinformation. Within this framework, 21 social media posts circulated in the first 24 hours of the coup attempt and identified as causing disinformation were analyzed using content analysis. The study's findings show that disinformation can take many forms aimed at misleading the public. The social media posts analyzed demonstrate that disinformation is intentionally created through various methods, including visual edits, fake accounts, false text, unverified news, and biased framing. It has been determined that disinformation involves multiple actors, including both individual users and media entities, who can contribute to its creation. Overall, this study shows that while social media platforms enable rapid information dissemination during crises, it also emphasizes that disinformation on these platforms can take various forms.

**Keywords:** Information disorder, disinformation, social media, crisis communication, July 15 coup attempt in Türkiye

## EXTENDED ABSTRACT

Digitalization has greatly changed how people communicate. Social media platforms have become common spaces for interaction among individuals, institutions, and the public (Sayımer, 2008; Waters, 2010). Unlike traditional media, social media allows users to be both consumers and producers of content they share. This situation facilitates quick information sharing and easy access but also increases the risk of spreading unverified or incorrect content. In this context, the concepts of information disorder and disinformation have become central issues in digital communication. Information disorder involves the spread of incomplete, misleading, or decontextualized content, while disinformation specifically pertains to the intentional sharing and dissemination of false information. Disinformation is therefore intended to manipulate public perception (Wardle & Derakhshan, 2017; Yüksel, 2014). In today's world, social media platforms have often limited or insufficient control mechanisms. Users can easily upload or share their posts on these platforms. That's why these platforms are vulnerable to the rapid spread of such content, especially during crisis situations.

According to recent research by the European Parliament, social media plays an increasingly important role in how people access social and political information. Users actively search for information and also come across content unintentionally during their regular use of digital platforms. Additionally, many users report encountering disinformation, though not everyone feels confident in their ability to identify it (European Parliament, 2025). This shows the dual role of social media as both a valuable source of information and a platform for disinformation.

The failed coup attempt in Türkiye on July 15, 2016, is an important example for examining the sources of disinformation. During the failed coup attempt, social media platforms were used both as tools for rapid information dissemination and public mobilization. However, on these platforms, misleading and manipulative content circulated widely. The urgency of the situation and the high demand for information weakened verification processes. This study aims to analyze the social media content circulated during the July 15 coup attempt within the framework of information disorder and disinformation. The research adopts a qualitative approach and employs content analysis (Berelson, 1952; Gökçe, 2001; Karasar, 1995). In this context, a total of 21 social media posts that were circulated within the first 24 hours of the coup attempt were examined.

The findings indicate that information disorder takes various forms, including visual manipulation, fake accounts, fabricated texts, unverified news, and biased framing. The findings demonstrate that disinformation is a phenomenon involving different actors and strategies. The study also indicates that both individual users and media actors can contribute to the production and dissemination of incorrect content. Furthermore, the study's findings show that information disorder intensifies in the early stages of crises. The public's emotional intensity also plays an important role during crises. As a result, social media functions not only as a communication tool but also as a space for the management of perceptions (Shahbazi & Bunker, 2024).

In conclusion, this study demonstrates that social media, especially during crises, constitutes a complex communication environment characterized by rapid information flow and a high susceptibility to manipulation. The study's findings highlight that information disorder is a multifaceted problem. In this context, improving information literacy (Pandita, 2014), strengthening verification mechanisms, and ensuring that media organizations adhere to ethical principles are essential for dealing with information disorder and disinformation. Future studies might analyze disinformation networks using quantitative methods and by conducting comparative studies across different crisis contexts.

## Giriş

Dijitalleşmeyle birlikte ortaya çıkan yeni teknolojiler iletişim pratiklerini önemli ölçüde dönüştürmüştür. Bu dönüşüme bağlı olarak ortaya çıkan sosyal medya platformları bireyler, kurumlar ve kamuoyu arasındaki etkileşimde merkezî bir rol oynamaktadır. Geleneksel medyanın tek yönlü iletişim yapısından farklı olarak sosyal medya, kullanıcılarına bilgi, enformasyon ve düşüncelerini paylaşma imkânı sunmaktadır. Söz konusu platformlarda kullanıcılar yalnızca mevcut içerikleri tüketmemekte, aynı zamanda içerik üreterek bunları dijital platformlarda paylaşabilmektedir. Bu yönüyle geleneksel medyadan farklı olarak bireyler sosyal medyanın içeriğini oluşturabilme imkânına sahiptir (Sayımer, 2008, s. 123; Waters, 2010, s. 2). Bu yeni durum, bir yandan yeni teknolojilere erişimi kolaylaştırıp iletişim süreçlerini hızlandırırken diğer yandan doğruluğu teyit edilmemiş içeriklerin hızla geniş kitlelere ulaşabildiği yeni bir iletişim ortamı yaratmıştır.

Sosyal medyanın kullanıcıları aktör olarak ön plana çıkaran katılımcı bir yapısı vardır. Sosyal medya platformları herkesin erişimine açık olduğu için bu platformlara üye olan herkes kendi fikir, görüş ve düşüncelerini özgürce paylaşabilmektedir. Bu durum söz konusu mecraların demokratik yönünü ön plana çıkarırken teyit ve denetim mekanizmalarının yetersizliği de bazı sorunları beraberinde getirmektedir. Bu açıdan, sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerin doğruluğu ve güvenilirliği gibi hususlar daha belirgin hâle gelmekte ve “bilgi kirliliği” olgusu iletişim çalışmalarında önemli bir tartışma konusu olarak ortaya çıkmaktadır.

Bilgi kirliliği, genel olarak eksik, yanlış ya da yanıltıcı bilgilerin dolaşıma girmesiyle ortaya çıkan bir durum olarak tanımlanabilir. Bununla birlikte, son yıllarda özellikle dijitalleşmeyle birlikte bilgi kirliliğinin daha kavramsal bir şekilde ele alındığı görülmektedir. Wardle ve Derakhshan, (2017, s. 20) tarafından yapılan sınıflandırmaya göre, yanlış bilginin kasıtsız biçimde yayılması mezenformasyon (misinformation), kasıtlı olarak üretilip dolaşıma sokulması ise dezenformasyon (disinformation) olarak tanımlanmaktadır. Yapılan bu ayırım, dijital ortamlarda dolaşıma giren içeriklerin çeşitli şekillerde bilgi kirliliğine yol açabileceğini göstermektedir. Bu bakımdan bilgi kirliliği sadece yanlış olan ancak kasıtlı olmayan içeriklerle sınırlı kalmayıp aynı zamanda kamuoyunu kasıtlı olarak yanlış yönlendirmeyi ve manipüle etmeyi amaçlayan içerikleri de kapsamaktadır.

Günümüzde sosyal medya platformları aracılığıyla anlık olarak dünyanın her yerinden birçok kullanıcı paylaşım yapmaktadır. Bu platformlara yüklenen içerikler anlık olarak kontrol edilememektedir. Bu durum kamuoyunu yanıltıcı nitelikteki içeriklerin özellikle kriz ve belirsizlik dönemlerinde daha hızlı yayılmasına zemin hazırlamaktadır. Kriz anlarında bireyler yaşanan gelişmelerle ilgili daha fazla bilgi arayışına girebilmektedir. Bu yönüyle sosyal medya platformları sunmuş oldukları anlık iletişim imkânına bağlı olarak kriz anlarında da kullanıcılar tarafından yoğun bir şekilde kullanılmakta-

dır. Kriz anlarında sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerin doğruluğu kontrol edilmeden, çeşitli duygusal tepkilerle bu içerikler daha fazla kullanıcı tarafından paylaşılabilir. Bu açıdan bakıldığında sosyal medya platformları yalnızca çeşitli içeriklerin paylaşıldığı mecralar değildir. Bu platformlar aynı zamanda eksik, doğrulanmamış veya yanıltıcı içeriklerin üretildiği, paylaşıldığı ve yeniden dolaşıma sokulduğu iletişim ortamları hâline gelebilmektedir.

Güncel araştırmalar, sosyal medyanın bireylerin sosyal ve politik gelişmeleri takip etme süreçlerinde giderek daha merkezî bir rol üstlendiğini göstermektedir. 2025 yılında yapılan bir araştırmaya göre internet kullanıcılarının önemli bir bölümü hem geleneksel medyayı hem de dijital platformları birlikte kullanmaktadır. Özellikle genç kullanıcılar için sosyal medya, temel bir bilgi kaynağı olarak öne çıkmaktadır. Bunun yanı sıra kullanıcıların çoğu sosyal ve politik içeriklerle yalnızca bilinçli değil, aynı zamanda rastgele gündelik gezintileri sırasında da karşılaşmakta ve bunlarla etkileşim kurmaktadır. Araştırmanın bulguları, katılımcıların önemli bir bölümünün kısa süre içerisinde dezenformasyona maruz kaldığını düşündüğünü, ancak bu içerikleri ayırt etme konusunda tam bir güvene sahip olmadıklarını ortaya koymaktadır (European Parliament, 2025). Bu açıdan sosyal medya platformları bilgiye erişimi kolaylaştırmakla birlikte eksik, yanlış ve yanıltıcı içeriklerin yayılmasına da neden olabilmektedir.

Belirtilen açıklamalar doğrultusunda bu çalışmada 15 Temmuz 2016 darbe girişimi ele alınmaktadır. Yapılan bu çalışma kriz anlarında sosyal medya platformlarının nasıl bir rol üstlendiğini ve dezenformasyonun hangi şekillerde ortaya çıktığını incelemek açısından önemli bir örnektir. 15 Temmuz darbe girişiminin meydana geldiği gece farklı olay yerlerinden anlık ve sansürsüz görüntüler paylaşılmıştır. Söz konusu paylaşımlar yaşanan gelişmeleri farklı mecralardan takip eden milyonlarca bireyin algı ve değerlendirme süreçlerini doğrudan etkilemiştir (Demir, 2016, s. 17). Darbe girişimi sürecinde sosyal medya platformları, bir yandan hızlı içerik akışı ve toplumsal mobilizasyon aracı olarak kamuoyunu bilgilendirme işlevini görürken diğer yandan çok sayıda eksik, yanlış ve kamuoyunu yanlış yönlendirici içeriklerin kasıtlı paylaşıldığı bir alan hâline gelmiştir.

Sahte hesaplar aracılığıyla paylaşılan içeriklerin yanı sıra üzerinde değişiklik yapılan görseller ve medya temsilcilerinin yönlendirici haber paylaşımları, bu süreçte çok boyutlu bir dezenformasyon ortamının oluştuğunu göstermektedir. Bu yönüyle yapılan bu çalışma, 15 Temmuz 2016 darbe girişimini dezenformasyon bağlamında ele alarak kriz iletişimi literatürüne özgün bir katkı sağlamaktadır. Ayrıca çalışma, ulusal düzeydeki sosyal medya paylaşımlarının yanı sıra yabancı içerik üreticileri veya medya temsilcileri tarafından yapılan paylaşımları da kapsamaktadır. Bu yönüyle çalışma, dezenformasyonun sadece bireysel kullanıcılarla sınırlı kalmadığını, çok aktörlü ve çok katmanlı bir süreç olduğunu ortaya koymaktadır.

## Sosyal Medyanın İletişimsel Yapısı ve Özellikleri

İnternet teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte yaygınlaşan sosyal medya platformlarına üye olan kullanıcı sayısı giderek artmaktadır. Sosyal medya ile ilgili çeşitli tanımlamalar vardır. Sosyal medyayı çevrim içi uygulamalara dayalı olarak tanımlayan görüşe göre, tüketiciler kendi içeriklerini oluşturmakta ve çeşitli uygulamalar aracılığıyla paylaşarak başkalarının erişimine sunmaktadır (Gülsoy, 2009, s. 245). Bu bakımdan, sosyal medya platformlarında yer alan ses kaydı, video, resim ve yazı gibi çeşitli içerikler aslında kullanıcılar tarafından oluşturulmuştur. Bilgi paylaşımı bağlamında yapılan tanımlamaya göre sosyal medya, web 2.0 teknolojileri ile birlikte ortaya çıkan ve tek yönlü bilgi paylaşımı yerine çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlayan bir medya sistemi olarak ifade edilmektedir (Cann vd., 2011, s. 5). Geleneksel medyaya göre bu platformlarda dolaşıma giren içerikler yalnızca erişilebilirlik açısından değil, kaynak, doğruluk ve güvenilirlik açısından da birtakım farklılıklar göstermektedir. Sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerin hızlı biçimde yayılması, her zaman bu içeriklerin doğru veya güvenilir olduğu anlamına gelmemektedir. Bu platformlarda herhangi bir teyit mekanizmasına tabi olmadan kaynağı belirsiz biçimde paylaşılan bazı içerikler doğru bilgi içermeyebilmektedir. Bu nedenle söz konusu içerikler kamuoyunun yanlış yönlendirilmesine neden olabilmektedir.

Sosyal medya kullanıcıları, istedikleri zaman çevrim içi olarak içerik paylaşabilirken geleneksel medyada kullanıcıların medya içeriğine müdahale etmesi mümkün değildir. (Waters, 2010, s. 2). Sosyal medyada kullanıcılar aynı zamanda platformun içerik üreticileridir. Bu yönüyle sosyal medya “kullanıcı yaratımlı” bir yapıya sahiptir (Köseoğlu, 2013, ss. 60-61). Sanal topluluklarda kullanıcıların hem üretim hem de tüketim rollerini aynı anda üstlenmesi, Toffler’ın (1980) “prosumer” kavramı ile de örtüşmektedir. Bu bağlamda sosyal medya kullanıcıları kimi kesimlerce “üretüketici” (prosumer), yani üreten tüketici olarak adlandırılmaktadır (Atadil, 2011, s. 17). Bu durum, bireylerin kendi duygu ve düşüncelerini dijital platformlarda dile getirebilmeleri bakımından olumlu olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte herhangi bir denetime tâbi tutulmadan paylaşılan sosyal medya içerikleri, günümüzde en önemli sorunlardan biri olan bilgi kirliliğine yol açmaktadır.

Sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte iletişim süreçleri merkezi olmaktan çıkarak ağ temelli, yatay ve çok yönlü bir iletişim modelinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu bakımdan sosyal medya platformlarında içerikler yalnızca tek bir merkezden çıkan içerikler değildir. Bunun yerine, farklı ağlar ve kullanıcılar arasında dolaşıma, yoruma ve yeniden paylaşımına açık bir yapıdadır. Castells (2004) bu dönüşümü “ağ toplumu” olarak ifade etmekte ve bilginin merkezi yapılar yerine dağınık ağlara kaydığını belirtmektedir. Bu durum, dijital platformlarda bireylerin üretim süreçlerine katılmasının önünü açmakla birlikte bilgi akışının kontrol edilmesini zorlaştırmaktadır. Sosyal medyanın, içerik, iletişim ve sosyal etkileşim olmak üzere birbirine bağlı üç

unsuru kapsadığı ifade edilmektedir (Dann & Dann, 2011). Sosyal medyanın geleneksel medyadan farklı olarak daha esnek bir yapıya sahip olduğu açıktır. Bu nedenle, sosyal medyanın daha demokratik bir yapıda olduğu düşünülmektedir (Solis, 2007). Bu düşünce kısmen doğru olsa da demokratik yollarla üretilip kontrol edilmeden yayımlanan içeriklerin güvenilirliği önemli bir tartışma konusudur.

## Dijital Ortamda Bilgi, Enformasyon ve Güven Sorunu

Dijital iletişim ortamlarında bilgi üretimi ve dolaşımı tartışılırken, veri, enformasyon ve bilgi kavramlarının birbirinden ayrıştırılması önem taşımaktadır. Veri, tek başına herhangi bir anlam ifade etmeyip enformasyona ve bilgiye dönüştürülebilen şekiller ve/veya olgular olarak tanımlanmaktadır (Yılmaz, 2009). Veriler belirli bir düzen içinde düzenlendiğinde, enformasyona dönüşebilir. Böylece enformasyon, herhangi bir konu çerçevesinde işlenmiş veri olup bilgi, enformasyonun analiz edilip sentezlenmesiyle ortaya çıkmaktadır (Aygün, 2015). Bu açıdan bilgi, enformasyona kıyasla farklı tecrübe, deney ve analiz gibi çeşitli faaliyetler sonucunda ortaya çıkar. Terra ve Angeloni'ye (2009) göre, bilgiyi enformasyondan ayıran temel özellik bilginin yönetilememesidir. Bu bağlamda, sosyal medya platformlarında bulunan içeriklerin tamamını bilgi olarak kabul etmek doğru değildir; çünkü bu platformlardaki içeriklerin büyük bir kısmı doğruluğu teyit edilmemiş ve yeniden düzenlenip değiştirilebilir niteliktedir. Bu nedenle sosyal medya platformlarındaki içerikler enformasyon olarak nitelendirilebilir.

İnternet teknolojisi yaygın hâle gelmeden önce insanlar bir konuya ilişkin bilgi edinmek için emek harcar, yani bilginin peşinden koşarlardı; bununla birlikte günümüzde artık doğrusu ve yanlışıyla bilgi âdeta parmaklarımızın ucunda yer almaktadır. Bu kapsamda internet ansiklopedileri, sözlükler, web siteleri, bloglar ve portallar birer bilgi kaynağı hâline gelmiştir (Tunç, 2010). Görüldüğü gibi, bilgiye erişim günümüzde geçmişe kıyasla daha kolaydır; fakat bu, erişilen her bilginin kesin olarak doğru olduğu anlamına gelmemektedir. Günümüzde internet altyapısı aracılığıyla dünyanın her yerine bilgi akışı sağlanabilmektedir. Bu bağlamda sosyal medya, bugün bireylerin yaşamında vazgeçilmez bir konumda olup aynı zamanda önemli bir dezenformasyon kaynağıdır (Yegen, 2018, s. 107). Sosyal medya platformlarında yer alan içeriklerin önemli bir kısmı herhangi bir doğrulama sürecinden geçmemektedir. Kimi zaman söz konusu içerikler bağlamından koparılarak kullanıcılar tarafından yeniden üretilmekte ve böylece anlam kayıplarına uğramaktadır. Bu bakımdan dijital platformlarda doğru bilgiyi barındıran içeriklere erişimin gün geçtikçe daha da zorlaştığını söylemek mümkündür.

İnsanların küresel düzeyde dijital platformlarda bilgiye erişebilme ve bilgiyi yeniden üretebilme imkânı, kullanıcıları yoğun bir içerik akışına maruz bırakmaktadır. Bu durum bir çeşit bilgi kirliliği olan aşırı bilgi yüklenmesi (information overload) kavramı ile ifade edilmektedir (Nielsen, 2003). Genellikle kullanıcılar dijital platformlarda kar-

şılaştıkları içeriklerin doğruluğunu sorgulamamakta ve kimi durumlarda bu içerikleri yeniden paylaşmaktadır. Bu bakımdan dijital platformlarda güvenilir bilgi ile güvenilirmez bilgi arasındaki ayrım da bulanık hâle gelmektedir.

## Bilgi Kirliliği ve Dezenformasyon

Bilgi kirliliği, medyanın birçok gereksiz, yanlış veya doğru olduğunu düşündüğü bilgiyi filtre olmadan yayması ve böylece gerçeklerin gölgede kalması durumu olarak tanımlanabilir (Tunç, 2010). İnternet ortamında bilgi kirliliğinden bahseden Head ve arkadaşlarına (2000, s. 304) göre değerli ve önemli bilgiler, gereksiz veya düşük kaliteli bilgiler içinde yer aldığına bilgi kirliliği meydana gelmektedir. Ghauth ve Sukhur (2015) ise bilgi kirliliğinin, bireylerin erişmek istediği bilgilerden farklı olarak çeşitli amaçlar için üretilmiş ve genellikle geçersiz, güvenilirliği düşük bilgiler olduğunu belirtmişlerdir. Yıllar önce Morrison ve Stein (1999), bilgi kirliliğine yönelik endişelerini dile getirirken gelecekteki tüm işlerin %20'den fazlasının tüketilen bilgilerin doğruluğunu belirlemeye, değerlendirmeye ve kontrol etmeye yönelik olacağını öngörmüşlerdir. Gerçekten de günümüzde yaşanan gelişmeler, bilgiye erişimi geçmişe göre daha kolay hâle getirmiştir; ancak aynı şekilde bilgi daha güvenilir hâle gelmemiştir. Bilgiye erişimin kolaylaşmasına paralel olarak bilgi kirliliğinin de arttığını ifade etmek mümkündür.

Sosyal medya platformları zaman ve mekân sınırı olmaksızın iletişim imkânı sunmaktadır (Aksu, 2017). Bu platformlarda kullanıcılar genellikle herhangi bir sınırlamaya tabi olmaksızın istedikleri paylaşımları yapabilmektedir. Bu durum bilgi kirliliğinin meydana gelme ve yayılmasına neden olan temel nedenler arasında yer almaktadır. Bununla birlikte dijital platformlarda meydana gelen bilgi kirliliği yalnızca sosyal medya kullanıcılarının herhangi bir kasıt gütmekten yapmış oldukları paylaşımlardan ibaret değildir. Bazı durumlarda sosyal medya platformlarında paylaşılan içerikler belirli amaçlar doğrultusunda sistematik ve planlı olarak hazırlanmaktadır. Söz konusu içerikler, bilgi kirliliğinin daha örgütlü ve stratejik bir boyutu olarak ifade edilebilecek olan dezenformasyonu öne çıkarmaktadır. Bu bakımdan kamuoyunu kasıtlı yönlendirmek, algı oluşturmak veya belirli bir politik/ideolojik amaca yönelik etki yaratmak amacıyla üretilen içerikler, dezenformasyon olarak karşımıza çıkmaktadır (Yüksel, 2014, s. 127).

Sosyal medya platformlarında bot hesaplar, sahte hesaplar, troller, yankı odaları, manipüle edilmiş görseller ve bağlamından koparılmış içerikler dezenformasyon amacıyla kullanılan yaygın araçlar arasında yer almaktadır. İngilizce robot kelimesinin kısaltması olan bot, gerçek bir sosyal medya hesabı gibi davranan ancak algoritma tarafından kontrol edilen hesapları ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu hesaplar gerçek kişiler tarafından kullanılan hesaplar değildir. Genellikle çeşitli yazılım ve programlar tarafından yönetilen bu hesaplar birer gerçek hesap gibi davranarak çeşitli içerikler

paylaşmakta ve diğer hesaplarla etkileşim hâlinde olabilmektedir (Sarsılmaz, 2023). Belirli bir amaca yönelik oluşturulan bot hesaplar, hava durumu paylaşma gibi iyi niyetli amaçlarla kullanılabilecekleri gibi, yanlış ve yanıltıcı içerikler aracılığıyla kamuoyunun yönlendirilmesine yönelik olarak da kullanılabilir. Günümüzde adı X olarak değiştirilen Twitter'da, 2016-2017 yılları arasındaki 10 aylık döneme ait 14 milyon mesajın analiz edildiği bir araştırmada, sosyal botların düşük güvenilirlikteki içeriklerin yayılmasında etkili olduğuna yönelik bulgulara yer verilmiştir. Buna ek olarak bot hesapların takipçi sayılarına ve içerik yayılım düzeyine de etki ettiği belirlenmiştir (Shao vd., 2018). Bu yönüyle bot hesaplar sosyal medya platformlarında ortaya çıkan dezenformasyonda oldukça önemli rol oynamaktadır.

Sosyal medya platformlarında bot hesapların yanı sıra sahte hesaplar da dezenformasyonun yayılmasına etki eden faktörler arasında yer almaktadır (Yıldız, 2025, s. 164). Bu bağlamda bazı sosyal medya kullanıcıları kimliklerini gizleyerek yeni hesaplar açmakta ve bu hesaplar üzerinden yanıltıcı ve manipülatif içerikler paylaşabilmektedir. Bu tür içerikler kriz anlarında kamuoyunda ciddi ölçüde dezenformasyonun yayılmasına neden olabilmektedir. Dezenformasyonun ortaya çıkmasına neden olabilecek bir diğer unsur da trollerdir. Klasik anlamda balıkları yakalamak için kullanılan ağa verilen isim olan trol bilgisayar ortamındaki iletişim sürecinde bilinçli olarak yapılan saldırgan ya da muhalif davranışları ifade etmektedir (Mercimek vd., 2015, s. 70). Bu bakımdan trollerin davranışlarının temelinde başkalarını kışkırtma amacının güdüldüğünü söylemek mümkündür. Troller sosyal medya platformları başta olmak üzere dijital platformlarda kasıtlı olarak tartışma veya çatışma çıkaran içerikleri başkalarını manipüle etmek amacıyla paylaşmaktadır (Cevahiroğlu, 2023). Trol hesaplar ve bot hesaplar, amaçları bakımından benzer hareketler gösterebilir. Bununla birlikte bot hesaplar algoritmalar aracılığıyla, trol hesaplar gerçek kişiler tarafından yönetilmektedir.

Sosyal medya platformlarında çeşitli konularda ve farklı görüşlerde gruplar bulunabilmektedir. Kullanıcılar, ilgi alanlarına göre istedikleri gruplara üye olabilmekte ve böylece sosyal medya platformlarında topluluklar oluşturabilmektedir. Bununla birlikte sosyal medya platformları birtakım algoritmalar aracılığıyla kullanıcıların maruz kaldığı içerik çeşitliliğini kısıtlayabilmektedir. Sosyal medya algoritmaları zaman içinde hesap sahiplerinin özelliklerine ve ilgi alanlarına uygun içerikleri daha fazla ön plana çıkarmaktadır. Böylece mevcut görüş, düşünce veya inançlar daha da pekişmektedir. Bu durum, yankı odaları olarak ifade edilmektedir (De-Lima-Santos & Ceron, 2023, ss. 61-62). Bireyler, yankı odaları olarak adlandırılan gruplarda çoğunlukla kendi görüşleriyle uyumlu içeriklerle karşılaşır. Bu tür gruplar genellikle farklı bakış açılarının görünürlüğünü azaltırken kimi durumlarda yanlış ve yanıltıcı paylaşımların başka kullanıcılar tarafından sorgulanmadan kabul edilmesine yol açabilmektedir. Bu yönüyle yankı odaları da dezenformasyonun en yaygın araçları arasında yer almaktadır.

Sosyal medya platformlarında kamuoyunu manipüle etmeye yönelik içeriklerin farklı kaynaklar tarafından dolaşıma sokulması mümkündür. Her ne kadar dezenformasyona yönelik faaliyetler yöntem bakımından farklılaşsa da bunların tamamının kamuoyunu yanlış yönde etkileme amacıyla yürütüldüğünü söylemek mümkündür. Bu kapsamda özellikle kriz anlarında sosyal medya kullanıcılarının duygusal tepkilerini harekete geçirmeye yönelik yanıltıcı içerikler dolaşıma sokulabilmektedir.

Sosyal medya kullanıcılarının herhangi bir denetim mekanizmasına tabi olmadan istedikleri içerikleri üretip paylaşabilmeleri, doğrulanmamış bilgilerin diğer kullanıcılar arasında hızla yayılmasına neden olabilmektedir. Sosyal medya platformlarında paylaşılan içerikler genellikle birbirlerine entegre hâlde bulunan farklı platformlarda da kısa sürede paylaşılabilmektedir (Cem, 2015). Bu içerikler, kriz anlarında kullanıcıların ilgisini çekerek kısa sürede viral hâle gelebilmekte ve kamuoyunun yanıltılmasına yol açabilmektedir. Ayrıca kriz ve afet zamanlarında kullanıcıların yanlış veya eksik bilgileri sorgulamadan paylaşma eğiliminde olduğu ve bu tür içeriklerin büyük çoğunluğunun tekrar dolaşıma girdiği gözlemlenmektedir (Altay, 2018). Bu açıdan dezenformasyon içeren paylaşımlar sadece içeriğin doğruluğu bakımından değil, niyet, zamanlama ve üretim süreçleri bakımından da üzerinde durulması gereken içeriklerdir.

Günümüzde internet ağına bağlı olan dijital platformlara her geçen gün daha fazla içerik yüklenmektedir. Bununla birlikte bu içeriklerin her zaman güvenilir içerikler olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu nedenle internet ortamında erişilen içerikleri güvenilir kabul etmeden önce çeşitli teyit ve doğrulama mekanizmalarının kullanılmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Yapılan bazı çalışmalar, web ortamında yer alan içeriklerin doğruluk, güvenilirlik, güncellik ve nesnellik gibi kriterler dikkate alınarak değerlendirilmesi gerektiğine dikkat çekmektedir (Fritch & Cromwell, 2001; Richmond, 1998; Tate & Alexander, 1999). Buna ek olarak bilgi kirliliğinin olumsuz etkilerini azaltmada bilgi okuryazarlığının oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Bilgi okuryazarlığı, bireylerin sadece bilgiye erişmesi değil, aynı zamanda bu bilgiyi sorgulaması, değerlendirmesi ve doğru şekilde kullanması gibi süreçleri de kapsamaktadır (Pandita, 2014). Bu nedenle bireylerin karşılaştıkları bilgilerin doğruluğunu sorgulamadan kabul etmek yerine, çeşitli kaynaklardan teyit edip eleştirel bir yaklaşımla değerlendirmeleri oldukça önemlidir.

## Metodoloji

### Araştırmanın Amacı

Sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerin doğruluğu anlık olarak kontrol edilememektedir. Bununla birlikte, denetlenmeden sosyal medya platformlarında paylaşılan her türlü içerik anında binlerce kullanıcı tarafından erişilebilir hâle gelmektedir. Sosyal medyanın bu özelliğine bakıldığında özellikle darbe girişiminin ilk saatle-

rinde, kullanıcıları yanlış yönlendirmek amacıyla bilinçli olarak paylaşılan sosyal medya içeriklerinin dezenformasyon bağlamında incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmanın temel amacı, kriz zamanlarında sosyal medya platformlarında yayılan içeriklerin dezenformasyona etkisini ortaya koymaktır. Başka bir ifadeyle bu çalışma, duygusal hassasiyetlerin yoğun olduğu dönemlerdeki yanlış, eksik ve yanıltıcı sosyal medya paylaşımlarını dezenformasyon bağlamında analiz etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır:

- 15 Temmuz darbe girişimi sürecinde kullanıcılar hangi sosyal medya platformlarını en çok kullanmıştır?
- Bu süreçte paylaşılan hangi içerikler dezenformasyona neden olmuştur?
- Eksik, yanlış ve yanıltıcı içeriklerin temel özellikleri nelerdir?
- Sosyal medyada bilgi kirliliği hangi koşullarda yoğunlaşır?

## Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada araştırmanın amacına uygun olarak nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş olup veri analizinde içerik analizi yapılmıştır. Berelson'a (1952, s. 18) göre içerik analizi açık ya da yazılı iletişim içeriklerini sistematik, nesnel ve nicel yaklaşımlarla ortaya koyan bir yöntemdir. Klaus Krippendorff'a göre içerik analizinin amacı, iletişimin açık olan yönleriyle birlikte gizli kalan yönleri hakkında da çıkarımlar yaparak sosyal gerçeği incelemektir (Gökçe, 2001). Karasar'a (1995) göre ise içerik analizi bir tarama yöntemi olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda metin, kitap, belge gibi çeşitli materyaller önceden belirlenen ölçütler ve kategoriler çerçevesinde sistematik olarak incelenir. Bu çalışmada da dezenformasyona yönelik sosyal medya paylaşımları içerik analizi yapılarak incelenmiştir.

## Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

15 Temmuz 2016 darbe girişiminin ele alındığı bu çalışmada, araştırmanın evrenini bütün sosyal medya platformları oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise 15 Temmuz darbe girişiminin meydana geldiği andan itibaren ilk 24 saat içerisinde Facebook ve günümüzde adı X olarak değiştirilen Twitter platformları oluşturmaktadır. Darbe girişiminin hemen ardından çıkan çeşitli haberler, o gece Facebook ve Twitter'da yaşanan yoğun içerik akışına dikkat çekmiştir. Bu kapsamda, Al Jazeera tarafından yayımlanan bir haber içeriğinde, 15 Temmuz 2016 gecesi atılan tweet sayısının yüzde 233 oranında artış gösterdiğine ve 15-17 Temmuz 2016 tarihleri arasında 34 milyondan fazla tweet atıldığına yer verilmiştir (Al Jazeera, 2016; Kılıç, 2016). Ayrıca Twitter ve Facebook sosyal medya platformları aracılığıyla yapılan paylaşımların, vatandaşların

örgütlenmesinde ve darbe girişimine karşı millî bütünlüğün korunmasında önemli rol oynadığı belirtilmiştir (Anadolu Ajansı, 2017). Bu nedenle araştırmanın örneklemini Facebook ve Twitter sosyal medya platformlarında dolaşıma sokulan dezenformasyon nitelikli içerikler oluşturmaktadır.

## Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmada, dönemin koşulları dikkate alınarak Facebook ve Twitter (günümüzde X) sosyal medya platformlarında dolaşıma giren dezenformasyon niteliğindeki içerikler incelenmiş, diğer dijital platformlarda yer alan içerikler ise araştırma kapsamında dâhil edilmemiştir. 15 Temmuz darbe girişimi sürecinde Facebook Live ve Periscope gibi canlı yayın yapan platformlar da etkin kullanılmıştır. Bununla birlikte bu uygulamalarda anlık canlı yayın yapıldığı için gerçekliği manipüle etmenin daha zor olduğu düşünülerek bu platformlar araştırmaya dâhil edilmemiştir.

Örneklemdaki sınırlılık, araştırma evreninin tamamının incelenememesi nedeniyle ortaya çıkmaktadır. 15 Temmuz 2016 darbe girişimine bağlı olarak 16 Temmuz 2016 tarihinde sadece Twitter’da 34 milyondan fazla içerik paylaşılmıştır (Al Jazeera, 2016). Bu nedenle söz konusu platformlarda yer alan içeriklerin tamamını inceleyememek araştırmanın bir diğer sınırlılığıdır. Bu nedenle araştırma kapsamında ele alınan içerikler “15 Temmuz”, “Darbe Girişimi”, “Sosyal Medya”, “Bilgi Kirliliği”, “Dezenformasyon”, “Manipülasyon”, “Sahte Haber” ve “Yanlış Haber” anahtar kelimelerinin söz konusu platformlarda ve Google arama motorunda kullanılmasıyla tespit edilen içeriklerdir. 15 Temmuz darbe girişimiyle ilgili yabancı dilde yapılan paylaşımları tespit etmek amacıyla söz konusu anahtar kelimelerin İngilizce karşılıkları da aynı şekilde araştırma sürecinde kullanılmıştır. Her ne kadar çalışmanın konusu olarak 15 Temmuz darbe girişimiyle ilgili dezenformasyona neden olan 21 içerik tespit edilmişse de sosyal medya platformlarının çokluğu ve örneklem dâhilinde bulunan içeriklerin tamamının incelenememesi nedeniyle tespit edilen bu paylaşımların dışında farklı içeriklerin de bulunması mümkündür.

## Bulgular

Araştırma kapsamında, 15 Temmuz 2016 darbe girişiminin meydana geldiği ilk 24 saat içinde sosyal medya platformlarında dolaşıma sokulan ve bilgi kirliliğine neden olduğu belirlenen toplam 21 içerik incelenmiştir. Bulgular, bu süreçte ortaya çıkan bilgi kirliliğinin tek boyutlu olmadığını ve farklı biçimlerde üretilmiş içeriklerden oluştuğunu göstermektedir. Bununla birlikte, 15 Temmuz darbe girişimi sürecinde dezenformasyona yol açan içerikler sadece bireysel paylaşımlarla sınırlı kalmayıp medya temsilcileri ve çeşitli aktörlerin de dezenformasyonun yayılmasında rol aldığı görülmektedir. Araştırmada ele alınan dezenformasyon içerikleri, içerik analizi sonucunda belirlenen temalara göre sınıflandırılmıştır. Bu açıdan bakıldığında, 15 Temmuz darbe girişimiyle

ilgili sosyal medyada bilgi kirliliğine yol açan içerikler beş temel kategoriye ayrılmıştır. Bu doğrultuda incelenen içerikler aşağıda belirtilen kategoriler şunlardır:

- Görsel Manipülasyon ve Bağlam Dışı İçerik
- Sahte Hesap ve Kimlik Taklidi
- Uydurma Metinler ve Panik İçerikleri
- Doğrulanmamış / Spekülatif Haberler
- Yanlı Çerçeveleme ve Algı Yönlendirme

Belirlenen bu kategoriler doğrultusunda incelenen sosyal medya içerikleri aşağıda yer alan tabloda gösterildiği şekilde sınıflandırılmıştır.

Yukarıdaki tabloda bulunan içeriklere göre, 15 Temmuz darbe girişimi sırasında

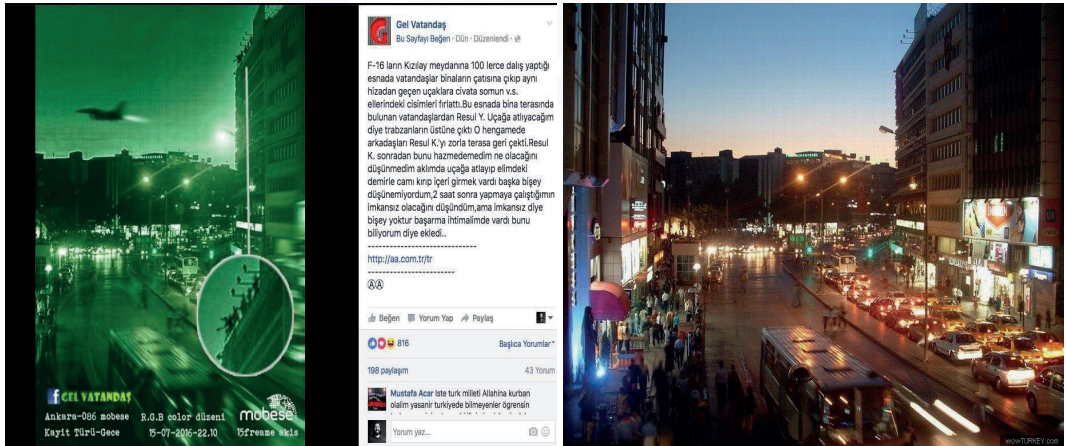
| Tablo 1. İncelenen İçeriklerin Kategorik Dağılımı |                                |            |                                           |
|---------------------------------------------------|--------------------------------|------------|-------------------------------------------|
| No                                                | İçerik                         | Platform   | Kategori                                  |
| 1                                                 | F-16'ya atlama iddiası         | Facebook   | Görsel Manipülasyon ve Bağlam Dışı İçerik |
| 2                                                 | Erdoğan Almanya'ya kaçtı       | X          | Doğrulanmamış / Spekülatif Haberler       |
| 3                                                 | İlham Aliyev iddiası           | Facebook/X | Doğrulanmamış / Spekülatif Haberler       |
| 4                                                 | Askerin kafası kesildi iddiası | Facebook/X | Görsel Manipülasyon ve Bağlam Dışı İçerik |
| 5                                                 | Trump sahte tweet              | X          | Sahte Hesap ve Kimlik Taklidi             |
| 6                                                 | Emniyet bombalandı videosu     | Facebook/X | Görsel Manipülasyon ve Bağlam Dışı İçerik |
| 7                                                 | Sosyal ağ bildirgesi           | Facebook   | Uydurma Metinler ve Panik İçerikleri      |
| 8                                                 | Sputnik paylaşımı              | X          | Yanlı Çerçeveleme ve Algı Yönlendirme     |
| 9                                                 | Vox paylaşımı                  | X          | Yanlı Çerçeveleme ve Algı Yönlendirme     |
| 10                                                | Fox News analizi               | X          | Yanlı Çerçeveleme ve Algı Yönlendirme     |
| 11                                                | Ben Shapiro tweeti             | X          | Yanlı Çerçeveleme ve Algı Yönlendirme     |
| 12                                                | Richard Haas tweeti            | X          | Yanlı Çerçeveleme ve Algı Yönlendirme     |
| 13                                                | Aaron D. Miller tweeti         | X          | Yanlı Çerçeveleme ve Algı Yönlendirme     |
| 14                                                | Brigitte Gabriel açıklaması    | X          | Yanlı Çerçeveleme ve Algı Yönlendirme     |
| 15                                                | New York Post içeriği          | X          | Yanlı Çerçeveleme ve Algı Yönlendirme     |
| 16                                                | Newsweek paylaşımı             | X          | Yanlı Çerçeveleme ve Algı Yönlendirme     |
| 17                                                | Linç edilen asker iddiası      | X/Facebook | Görsel Manipülasyon ve Bağlam Dışı İçerik |
| 18                                                | The Guardian paylaşımı         | X          | Yanlı Çerçeveleme ve Algı Yönlendirme     |
| 19                                                | Ian Bremmer tweeti             | X          | Yanlı Çerçeveleme ve Algı Yönlendirme     |
| 20                                                | Hayder Al-Khoei tweeti         | X          | Yanlı Çerçeveleme ve Algı Yönlendirme     |
| 21                                                | Fox News (Grenell) paylaşımı   | X          | Yanlı Çerçeveleme ve Algı Yönlendirme     |

sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerin yanlış veya hatalı bilgilerden kaynaklanan bilgi kirliliği örnekleri olmadığı söylenebilir. Bu içerikler kriz anında kamuoyunu yanlış yönlendirme amacına yönelik olarak çeşitli aktörler ve kullanıcılar tarafından sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerdir. Bu yönüyle söz konusu içerikler planlı ve sistematik bir şekilde hazırlanan dezenformasyon içerikleridir. Sahte hesaplardan paylaşılan dezenformasyon içeriklerinin yanı sıra manipüle edilmiş görseller, bağlamından koparılan paylaşımlar, resmî görünüm kazandırılmış uydurma metinler ve uluslararası medya aktörlerinin yanlış çerçevelemeler yaparak paylaştığı içerikler de dezenformasyonun ortaya çıkmasında rol oynamıştır.

## Görsel Manipülasyon ve Bağlam Dışı İçerik

İncelenen sosyal medya içeriklerinin bazılarında görsel materyallerin manipüle edilerek paylaşıma sokulduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda farklı zaman ve olaylara ait görseller 15 Temmuz darbe girişimiyle ilişkilendirilerek yeniden dijital platformlarda dolaşıma sokulmuştur. Görsel içeriklerin yalnızca metne dayalı içeriklere göre daha hızlı fark edildiği düşünülmektedir. Bu nedenle görsel manipülasyonla oluşturulan ve güçlü duygusal tepkiler uyandıran görsel içerikler 15 Temmuz darbe girişimi sürecinde hızla yayılmıştır. Bu durum, bilgi kirliliğinin yalnızca yanlış bilgi üretimiyle sınırlı olmadığını, aynı zamanda mevcut içeriklerin manipülatif şekillerde yeniden düzenlenmesiyle de ortaya çıktığını göstermektedir.

### Görsel 1. Manipüle edilmiş görsel ve orijinal versiyonu (F-16 atlama iddiası)



Yukarıdaki resimler, F-16 savaş uçağına atlamaya çalışıldığı iddiasıyla hazırlanan montaj görselini (solda) ve onun orijinal versiyonunu göstermektedir. Orijinal resim, darbe girişiminin gerçekleştiği 15 Temmuz 2016 tarihinden çok daha önce çekilmiştir.

Montajlanan resim Hürriyet ve diğer bazı haber sitelerinde de yayımlanmıştır. Yapılan araştırmalar, 15 Temmuz gecesi Soysal İş Hanı'nın çatısına çıkan ve savaş uçaklarına atlamaya veya cisim atmaya çalışan insanların olduğuna dair güvenilir bir kaynak bulunmadığını göstermektedir (Foça, 2016).

## Görsel 2. Kafası Kesilen Asker İddiasına İlişkin Görseller

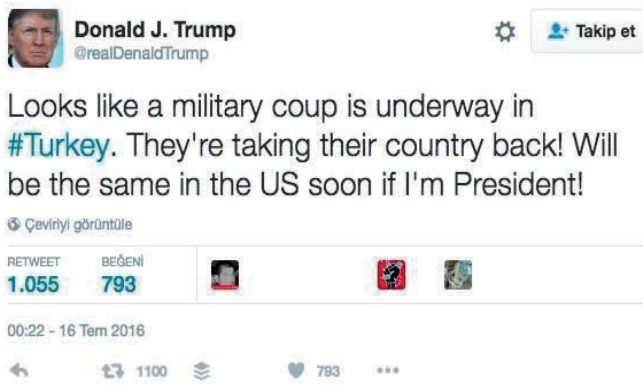


Yukarıdaki görseller, 15 Temmuz 2016 darbe girişimi sonrası, bir askerin başının kesildiği iddiasıyla sosyal medya platformlarında paylaşılan görsellerdir. Bir askerin kafasının kesildiği iddiasına ilişkin görsel (solda), Türkiye'deki darbe girişimi sırasında değil, 2013 yılında Suriye'deki çatışmalar sırasında çekilmiştir. Ayrıca bu görsel Time Dergisi'nin 2013'te seçilen en iyi 10 fotoğraf arasında yer almakta olup fotoğrafın sahibi Emin Özmen'dir (Foça, 2016). Diğer paylaşımdaki görselin Burak Salıvermez adlı bir vatandaşın ait olduğu tespit edilmiştir. Anadolu Ajansı muhabirine açıklama yapan Burak Salıvermez, 2013 yılında Şanlıurfa'nın Siverek ilçesinde askerlik yaptığını ve 2014 yılında terhis olduğunu ifade etmiştir (Hürriyet, 2016a). Yukarıdaki resimden de anlaşılacağı üzere söz konusu içeriği gören Burak Salıvermez isimli şahıs, kendi bireysel sosyal medya hesabından paylaşım yorum yaparak haberin doğru olmadığını belirtmiştir. Söz konusu içerikler, doğruluğu ve güvenilirliği teyit edilmeden çok kısa sürede viral hâle gelerek dezenformasyonun yayılmasına katkıda bulunmuştur. Her iki görsel de 15 Temmuz 2016 darbe girişimine ait değildir.

## Sahte Hesap ve Kimlik Taklidi

15 Temmuz darbe girişimi sırasında, sosyal medya platformlarında dezenformasyona yol açan bazı paylaşımların sahte hesaplar aracılığıyla yapıldığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda, kamuoyunda tanınan kanaat önderleri ve siyasi liderler adına açılan sahte hesaplar üzerinden gerçek olmayan mesajlar paylaşılmıştır.

### Görsel 3. Donald Trump Adına Açılmış Sahte Bir Twitter Hesabından Yapılan Paylaşım



Yukarıdaki paylaşımdan da anlaşılacağı üzere, söz konusu içerik 15 Temmuz 2016 gecesi gerçekleşen darbe girişiminin hemen ardından, 16 Temmuz'un ilk saatleri olan 00.22'de atılmıştır. Söz konusu hesap, 15 Temmuz 2016 darbe girişimi sırasında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) başkan adayı olan Donald Trump adına açılmış sahte bir Twitter hesabıdır. Söz konusu hesap günümüzde 47. Dönem ABD Başkanı olan ve darbe girişiminin meydana geldiği 2016 yılında ise 45. Dönem ABD başkan adayı Donald Trump adına açılmış sahte bir Twitter hesabıdır. Donald Trump, 2016 ABD başkanlık seçimlerini kazandıktan sonra 2017-2021 yılları arasında ABD'nin 45. Başkanı olarak görev yaptı; 2024 seçimlerini kazanmasıyla 2025 yılında tekrar ABD'nin 47. Başkanı olmuştur. Her ne kadar yukarıdaki içerik Donald Trump tarafından paylaşılmış gibi gösterilmeye çalışılsa da bu mesajın Donald Trump'a ait olmadığı anlaşılmıştır. @realDonaldTrump isimli sahte bir hesaptan atılan bu tweet, Donald Trump'ın gerçek hesabı değildir. Donald Trump'ın asıl hesabı @realDonaldTrump'tır. Özellikle kamuoyunda tanınırlığı yüksek kişilerin isimlerinin kullanılması, paylaşımların doğruluğunun sorgulanmadan kabul edilmesine neden olmaktadır. Bu tür içeriklerde ana yaklaşım, bilginin kendisinden çok kaynağın güvenilirliğini ön plana çıkarmaktır. Bu nedenle sosyal medya kullanıcıları, sahte hesaplar tarafından paylaşılan içerikleri gerçek olarak algılayabilmektedir. Söz konusu paylaşım dezenformasyonun yalnızca görsel müdahaleler yoluyla değil, sahte hesaplar aracılığıyla da meydana gelebileceğini göstermektedir.

## Uydurma Metinler ve Panik İçerikleri

15 Temmuz darbe girişiminin meydana geldiği dönemde bazı sosyal medya paylaşımlarında resmî belge veya uyarı izlenimi verilerek oluşturulan metinler aracılığıyla dezenformasyon faaliyetleri yürütülmüştür. Bu kapsamda söz konusu içeriklerle kamuoyunda panik ve korku oluşturma amaçlandığını ifade etmek mümkündür. İlgili paylaşımlara tarih, sayı numarası ve resmî dil gibi unsurlar eklenerek içeriğin gerçek olduğu izlenimi oluşturulmaya çalışılmıştır. 15 Temmuz darbe girişiminden hemen sonra, kısa süre içinde sosyal ağ bildirgesi adı altında bir paylaşım yaygınlaştı. Hukuki yaptırım endişesi taşıyan kullanıcılar, bu paylaşımları başka kullanıcıların profillerinden kopyalayıp kendi hesaplarına yapıştırmıştır.

Yarın teslim tarihi!!!

Paylaştığımız her şey, yarın herkese açık olacakmış. Silinmiş veya izinsiz olan mesajlar bile. Sadece bir bitti ve önlem almak her zaman için tercih edilir.. Kanal 13 Facebook'ta gizlilik konusunda konuşmuşlar. (Facebook'u veya Facebook'a fotoğraf, bilgi, mesaj ve gönderiler, hem geçmiş hemde gelecekte kullanmak için facebook izni ile herhangi bir tarafa izin vermem..) Bu ifade ile Facebook'a, bu profili ve /veya içeriği doğrultusunda bana karşı herhangi bir eylem alabilmesi kesinlikle yasaktır.. Gizlilik ihlali ve yasası, yasalar tarafından ceza (1\_308\_1\_1\_103 308\_103 ve Roma tüzüğü...) Not;Facebook artık kamu taraf.. Tüm üyelerin bu şekilde bir not göndermesi gerekiyor.. İsterseniz bu sürümü kopyalayıp koyun.. Böyle bir ifadeyi en az bir kez yayınla, Teknik olarak fotoğraflar kullanımı ve profil devletle ilgili bilgi içinde.. Paylaş kopyala ama kendi adınız olsun.... Güvenliğiniz için..ÇOK ÖNEMLİDİR... AVUKATLAR KOPYALAYIP YAPIŞTIRMAKTA FAYDA GÖRÜYOR.

Yukarıda belirtilen paylaşımı nokta ve virgülüne dokunmadan kopyalayıp kendi profillerine yapıştıran sosyal medya kullanıcıları, böylece hesaplarını güvence altına aldıklarını düşünmektedirler. Bu tür paylaşımların, sosyal medya kullanıcıları tarafından kendi profillerinde paylaşılmasının hukuki açıdan hiçbir geçerliliği yoktur. Yukarıda yer alan metne benzer metinler 15 Temmuz darbe girişiminden sonra sosyal medya platformlarında yaygın hâle gelmiştir. Söz konusu metinlerin hiçbir hukuki yaptırımı olmasına rağmen kamuoyunu korku ve paniğe sevk ettiği açıktır. Bu yönüyle uydurma metinler ve panik içerikler 15 Temmuz darbe girişimi sürecinde ortaya çıkan dezenformasyon örnekleridir.

## Doğrulanmamış / Spekülatif Haberler

Araştırma kapsamında ele alınan bazı sosyal medya içerikleri darbe girişiminin henüz ilk saatlerinde doğru olmayan spekülatif haberlerin sosyal medyada yoğun biçimde dolaşıma girdiğini göstermektedir. Herhangi bir güvenilir kaynağa dayanmamakla

birlikte, kriz anlarındaki boşluktan yararlanmayı amaçlayan bu paylaşımlarla kamuoyunda yanlış algı oluşturulmak istenmektedir. Bu kategoride öne çıkan en önemli örneklerden biri, ABD merkezli haber kuruluşu NBC ile ilişkilidir. Twitter platformunda, 15 Temmuz 2016 darbe girişimi gecesini NBC muhabiri Kyle Griffin tarafından bir paylaşım yapılmıştır. Bu paylaşımda, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Almanya'ya kaçtığı ve sığınma talebinde bulunduğu iddia edilmiştir. Gazetecilik etiğine aykırı olarak haber gibi sunulan bu iddia, herhangi bir doğrulanmış kaynağa dayanarak hazırlanmamıştır. İddianın kısa süre içinde gerçeği yansıtmadığı anlaşılmıştır. Bununla birlikte, Türkiye Cumhuriyeti Washington Büyükelçiliğinin NBC News'e gönderdiği resmî yazı ile söz konusu haber için özür talep etmesi, yanlış bilginin kurumsal düzeyde de ciddiye alındığını ortaya koymaktadır (Anadolu Ajansı, 2016; Hürriyet, 2016b). Söz konusu haberin yayımlandığı zaman dilimi dikkate alındığında yapılan bu tür paylaşımların sorumlu habercilik ilkeleriyle bağdaşmadığı açıktır.

NBC televizyon kanalı muhabiri tarafından yapılan bu haber kriz anlarında medyanın sorumluluğu açısından dikkat çekici bir örnek oluşturmaktadır (Anadolu Ajansı, 2023). Bu tür içerikler, kriz dönemlerinde ortaya çıkan bilgi boşluğunu yanlış şekilde doldurma işlevi görmektedir olup kullanıcıların belirsizlik dönemlerinde bilgiye ulaşma ihtiyacını istismar etmektedir. Bu iddiaların resmî doğrulama olmadan haber formatında sunulması, bilgi kirliliğinin yalnızca sosyal medya kullanıcıları tarafından değil, aynı zamanda geleneksel medya kuruluşları tarafından da üretilebildiğini göstermektedir. Özellikle doğrulama süreçleri yeterince hızlı işlemediğinde, bu tür içeriklerin sosyal medya üzerinden hızla yayılması, mevcut karmaşayı daha da derinleştirebilir (Yüksel, 2014). Bu nedenle yalnızca sahte hesaplar veya manipüle edilmiş görseller değil, doğruluğu teyit edilmemiş spekülasyon haberleri de 15 Temmuz darbe girişimi sürecinde dezenformasyona neden olan paylaşımlar arasında yer almaktadır.

#### Görsel 4. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan Hakkında Üretilen Yanlış Habere İlişkin Julian Assange'ın Twitter Paylaşımı



NBC Televizyon kanalı muhabirinin Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan hakkında sorumsuzca yayımladığı yanlış haber nedeniyle Wikileaks kurucusu Julian Assange kendi X hesabından yukarıdaki resimde gösterilen paylaşımı yapmıştır. Julian Assange, İngilizce paylaşımında NBC'nin hazırladığı uydurma habere atıfta bulunarak yakın zamanlarda gerçekleşen en ciddi olayın ABD Başkanı Donald Trump'ın açıkladığı “Sahte Haber Ödülleri” (Fake News Awards) listesinde yer almadığını ifade etmiştir. Julian Assange, NBC televizyon kanalının yaptığı bu yanlış haberin Türkiye'deki darbe girişimine katkıda bulunduğunu belirtmiştir.

15 Temmuz gecesinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan kısa süre içerisinde televizyon aracılığıyla halka seslenmiş ve Türkiye'de bulunduğunu açıklamıştır. Bu nedenle söz konusu iddialar hızla geçersiz hâle gelmiştir. Ancak kriz zamanlarında, bu tür açıklamaların veya resmî makamların kamuoyunu bilgilendirme mekanizmalarının gecikmesi, daha ciddi sorunların ortaya çıkmasına yol açabilir. Bu tür paylaşımların sosyal medya kullanıcılarını mevcut kriz ve belirsizlik ortamlarında yanlış yönlendirmesi mümkündür.

#### Görsel 5. 15 Temmuz Darbe Girişimi ile İlgili İlham Aliyev Hakkında İçerik



Yukarıdaki görseldeki metin içeriğine göre Azerbaycan Cumhurbaşkanı İlham Aliyev'in 15 Temmuz darbe girişimi başarılı olursa kara harekâtı başlatmayı planladığı ifade edilmiştir. Bu paylaşım yanlış bilgi içerse de beğeni, paylaşım ve yorumlardan görüleceği üzere birçok sosyal medya kullanıcısı bunu doğru bir haber olarak görmüş ve ilgi göstermiştir. Kimliği belirsiz bir hesap tarafından yapılmış olan bu paylaşım doğru değildir. İlham Aliyev, 15 Temmuz darbe girişimiyle ilgili yaptığı açıklamalarda başsağlığı dilemiş ve üzüntüsünü paylaşmıştır. Ayrıca, darbe girişimini şiddetle kınayarak seçimle iktidara gelmenin önemini vurgulamıştır.

#### Yanlı Çerçeveleme ve Algı Yönlendirme

15 Temmuz darbe girişiminde sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerin önemli bir kısmı doğrudan yanlış bilgi içermemekle birlikte olayları belirli bir bakış açısı

siyla sunduğu için dezenformasyona neden olmuştur. Söz konusu içeriklerde darbe girişimi farklı bağlamlarda ele alınarak bazı durumlarda yaşanan gelişmeleri meşrulaştırıcı veya yönlendirici bir söylem benimsenmiştir. Bu bağlamda, özellikle yabancı haber kuruluşlarının temsilcileri veya muhabirleri, olayları hükümet karşıtı bir bakış açısıyla ele alıp sosyal medya hesaplarından paylaşmışlardır.

## Görsel 6. 15 Temmuz Darbe Girişimine İlişkin Yabancı Haber Kuruluşlarının Paylaşımları



Yukarıda yer alan görsellerdeki sosyal medya paylaşımları yabancı haber kuruluşları tarafından 15 Temmuz Darbe Girişimi'ne ilişkin olarak yapılmıştır. Söz konusu görseller 15 Temmuz 2016 Darbe Girişimi'nin uluslararası medya bağlamında nasıl çerçevelendiğine dair çarpıcı bir örnekler sunmaktadır. Fox News uzmanı Ralph Peters'in görüşlerine yer verilen içerikte, darbe girişiminin başarısız olması durumunda belli bir ideolojik grubun zarar göreceği yönünde paylaşım yapılmıştır. Fox News sosyal medya hesabından yapılan başka bir paylaşımında, İŞİD terör örgütünü yenilgiye uğratmak için 15 Temmuz darbe girişiminin başarılı olması gerektiği öne sürülmüştür. 2014 yılında kurulan Vox haber sitesi, sosyal medya hesabından 16 Temmuz 2016 tarihinde Türkiye'de gerçekleşen darbe girişimiyle ilgili 500 kelimelik bir özet paylaşmış ve Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ı laiklik ve Türk demokrasisi açısından bir tehdit olarak göstermiştir. Ayrıca, ordunun son yıllarda bu duruma karşı sessiz kaldığı vurgulanmıştır. Rusya merkezli Sputnik haber merkezi ise sosyal medya hesabından bir olay yeri

görüntüsü paylaşarak insanların kutlama yaptığını ileri sürmüştür. Gerçeklikten uzak ve taraflı hazırlanan bu haber içerikleri hem ulusal hem de uluslararası kamuoyunun algısını yanlış yönlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu yanlış ve taraflı içerikler, yabancı haber kuruluşlarının kriz zamanlarındaki dezenformasyon süreçlerine etkilerini anlamak açısından oldukça önemlidir.

### Görsel 7. 15 Temmuz Darbe Girişimine İlişkin Çerçevenilmiş Diğer Paylaşımlar



15 Temmuz darbe girişiminin hemen sonrasında yukarıda paylaşılan görseller ise yabancı basın kuruluşlarında haberci veya yorumcu olarak adlandırılabilir kişiler tarafından yapılan yanlı çerçeveleme ve algı yönlendirme içerikleridir. Bu kapsamda, Ben Shapiro yaptığı paylaşım ile Gazze’de Hamas’ı devirmenin ya da Türkiye’de Erdoğan’ı değiştirmenin dünya ve insanlığa fayda sağlayacağını belirtmiştir. Aaron David Miller ise meşru olarak seçilmiş Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ı megaloman olarak nitelendirip onun kimse tarafından özlenmeyeceğini ifade eden bir paylaşımında bulunmuştur. Amerikalı diplomat ve aynı zamanda yazar olan Richard N. Haas ise Türkiye’deki darbe girişimine değinerek ABD ve Avrupa hükümetlerinin demokratik olmayan darbeye demokratik olmayan otoriter lider arasında bir ikilem yaşadığını savunmuştur. Diplomat olarak görev yapan bir kişinin, demokratik yollarla iktidara gelmiş bir ülke liderini en az darbe girişimi kadar demokrasiye tehdit olarak görmesi oldukça düşündürücüdür. Michael Rubin’in paylaşımında ise Türkiye’deki darbe girişiminin ülke için bir umut kaynağı olabileceğine dair bir haber yer almaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde söz konusu içeriklerin tamamı yanlış ve taraflı çerçevelenmiş olup Türkiye'deki gerçekliği yansıtmamaktadır. Türkiye ile ilgili bu paylaşımlar, Türkiye'deki gelişmeleri dışarıdan izleyenler için oldukça yanıltıcı niteliktedir. Bu bakımdan söz konusu iddialar gerçekmiş gibi sosyal medya platformlarında dolaşıma sokularak sadece Türk kamuoyunu değil, uluslararası kamuoyunu da yanlış yönlendirmekte ve dezenformasyona neden olmaktadır. Bu durum, bilgi kirliliğinin yalnızca yanlış içerik üretimiyle sınırlı olmadığını, aynı zamanda söylem ve çerçeveleme stratejileriyle de ortaya çıktığını göstermektedir.

## Sonuç ve Tartışma

Bu çalışma, 15 Temmuz 2016 darbe girişimi kapsamında sosyal medya platformlarında dolaşıma giren içerikleri, bilgi kirliliği ve dezenformasyon bağlamında ele almaktadır. Bununla birlikte bu çalışma, söz konusu içeriklerin planlı ve sistematik bir şekilde kamuoyunu yanlış yönlendirmeyi amaçladığını ortaya koymaktadır. Araştırmanın “15 Temmuz darbe girişimi sürecinde kullanıcılar hangi sosyal medya platformlarını en çok kullanmıştır?” sorusuna, araştırma örneklemi kapsamında, darbe girişiminin ilk saatlerinde özellikle Twitter ve Facebook’un haber alma, bilgi paylaşma ve gelişmeleri takip etme amacıyla yaygın kullanıldığı cevabı bulunmuştur. Araştırmanın “Bu süreçte paylaşılan hangi içerikler dezenformasyona neden olmuştur?” sorusu, araştırma kapsamında belirlenen beş kategori üzerinden yanıtlanmıştır. Bu kapsamda sahte sosyal medya hesaplarından yapılan paylaşımlar, manipüle edilerek değiştirilen görseller, doğrulanmamış haber içerikleri, uydurma metinler ve taraflı çerçevelenen içerikler, dezenformasyonun çok farklı şekillerde ortaya çıkabileceğini göstermektedir.

Araştırmada analiz edilen içerikler doğrultusunda, “Eksik, yanlış ve yanıltıcı içeriklerin temel özellikleri nelerdir?” sorusuna ilişkin bu tür içeriklerin ortak özelliğinin kamuoyunu yanlış yönlendirme amacı taşımak olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu yönüyle bulgular söz konusu içeriklerin teyit mekanizmasından yoksun olduğunu ve duygusal olarak kamuoyunu etkileme amacını taşıdığını göstermektedir. Son olarak “Sosyal medyada bilgi kirliliği hangi koşullarda yoğunlaşır?” sorusu ise kriz ve belirsizlik zamanlarında insanların bilgiye yönelik ihtiyacının artması, resmî makamların açıklamalarının gecikmesi ve böylece bilgi boşluğunun meydana gelmesi, kullanıcıların doğru olmayan içerikleri yeniden paylaşması ve sosyal medya platformlarının anlık hızlı iletişim imkânı sunması tespitleri üzerinden cevaplanmıştır. Bu bağlamda gerçekleştirilen bu çalışma, olağanüstü toplumsal olayların meydana geldiği zamanlarda sosyal medya platformlarının rolünü ortaya koyması bakımından önemlidir. Sosyal medya platformları bir yandan bilgiye erişimi kolaylaştırırken diğer yandan yanlış ve yanıltıcı içeriklerin de hızla yayılmasına neden olabilmektedir.

Günümüz modern toplumlarında dijitalleşme her alanda hızla artmaktadır. Kayıtsız kalmanın giderek zorlaştığı sosyal medyanın hem yapıcı hem de yıkıcı yönleri vardır. Sosyal medya, kullanıcılarına bilgi üretme ve paylaşma imkânı vererek onları hem içerik üreticisi hem de tüketici konumuna getirmektedir. Bu açıdan sosyal medya kullanıcılarının geleneksel habercilik uygulamalarını ortadan kaldırmasına olanak tanıyan gelişmeler, bazı yeniliklerin ortaya çıkmasını mümkün kılmıştır. Yeni süreçte, mobil teknolojiyi kullanan herkesin sivil-sokak muhabiri olma potansiyeli bulunmakla birlikte “tarafsız habercilik”, “sansür”, “ifade özgürlüğü”, “dezenformasyon” ve “haber alma hakkı” gibi kavramların yeniden tanımlanmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışma, kriz dönemlerinde sosyal medya platformlarının rolünü bilgi kirliliği ve dezenformasyon bağlamında inceleyerek literatüre katkı sağlamaktadır. Bilgi kirliliği yalnızca teknik değil, aynı zamanda iletişimsel ve toplumsal yönleri de olan çok yönlü bir sorundur. Bu açıdan, sosyal medya kullanıcılarının bilgi okuryazarlığı düzeylerinin artırılması oldukça önemlidir. Ayrıca sosyal medya platformlarının iletişimsel yapısına uygun hukuki düzenlemelerin yapılması, toplumsal barış ve huzur açısından bir zorunluluk olarak değerlendirilmektedir. Dezenformasyona karşı hukuki düzenlemelerin yanı sıra kamuoyunu bilgilendiren ve bilinçlendiren çalışmaların da artırılması oldukça önemlidir. Gelecek araştırmalar dezenformasyonun farklı toplumsal olaylar sırasında nasıl ortaya çıktığını karşılaştırmalı olarak inceleyebilir. Dezenformasyon içeriklerinin farklı hesaplar arasındaki yayılım ağları analiz edilebilir. Ayrıca çeşitli kriz örnekleri üzerinden karşılaştırmalı çalışmalar önerilmektedir.



## KAYNAKÇA

- Aksu, O. (2017). İnternet ve sosyal medyanın yeni toplumsal hareketlerin iletişim olanaklarına ve hareketlerin yapılarına etkileri. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 5-8.
- Al Jazeera. (2016). Sosyal Medya Nasıl Darbeye Direnişin Aracı Oldu. Retrieved from <http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/sosyal-medya-nasil-darbeye-direnisin-araci-ol-du> Erişim T. 1 Temmuz 2018.
- Altay, İ. (2018). Yalan da olsa hoşuma gidiyor, söyle! Sabah. Retrieved from [https://www.sabah.com.tr/yazarlar/okur\\_temsilcisi/2018/05/28/yalan-da-olsa-hosuma-gidiyor-soyle](https://www.sabah.com.tr/yazarlar/okur_temsilcisi/2018/05/28/yalan-da-olsa-hosuma-gidiyor-soyle) Erişim T. 20 Haziran 2018.
- Anadolu Ajansı. (2016). Turkey demands NBC apologize for “false” Erdogan report. Retrieved from <https://www.aa.com.tr/en/americas/turkey-demands-nbc-apologize-for-false-erdogan-report/615616> Erişim T. 19 Mayıs 2026.
- Anadolu Ajansı. (2017). “Sosyal medya darbeye direnişte önemli rol oynadı”. Retrieved from <https://www.aa.com.tr/tr/15-temmuz-darbe-girisimi/sosyal-medya-darbeye-direniste-onemli-rol-oynadi/862113> Erişim T. 8 Mart 2018.
- Anadolu Ajansı. (2023). Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın uçağının Almanya’ya yöneldiği iddiası. Retrieved from <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/politika/cumhurbaskani-erdoganin-ucagin-in-almanyaya-yoneldigi-iddiasi/1816246> Erişim T. 19 Mayıs 2026.
- Atadil, A. H. (2011). Otel İşletmelerinde Sosyal Medya Pazarlaması: Turizm Tüketicilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerine İlişkin Algıları Üzerine Bir Alan Çalışması. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aygün, Z. (2015). Veri ,Enformasyon ve Bilgi Nedir ? Retrieved from <https://zeynepaygun.wordpress.com/2015/11/08/veri-enformasyon-ve-bilgi-nedir/> Erişim T. 31 Haziran 2018.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research* (s. 220). New York: Free Press.
- Cann, A. J., Dimitriou, K. ve Hooley, T. (2011). Social media: A guide for researchers. London: Research Information Network. Retrieved from <https://ictlogy.net/bibliography/reports/projects.php?idp=1893> Erişim T. 1 Şubat 2018.
- Castells, M. (2004). *The network society: A cross-cultural perspective*. Birleşik Krallık: E. Elgar.
- Cem, T. (2015). Açıklığın yanılsaması: Dezenformasyon çağımızın kitle imha silahı mı? AB2015 Akademik Bilişim Konferansı, sunulmuş bildiri, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi. Retrieved from <https://akademik.izu.edu.tr/cem.turan/bildiriler/ecfe28e6-77c6-4f65-8bd6-08de063b7c09> Erişim T. 10 Aralık 2017.

- Cevahiroğlu, A. (2023). Trol nedir? Teyithattı. Retrieved from <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/teyit-sozlugu/trol-nedir-/1815588> Erişim T. 10 Haziran 2026.
- Dann, S., & Dann, S. (2011). *E-Marketing: Theory and Application*. Londra: Bloomsbury Publishing.
- De-Lima-Santos, M.-F., & Ceron, W. (2023). Disinformation Echo Chambers on Facebook. İçinde P. Seitz, M. Eisenegger, & M. M. Bergman (Eds.), *Fighting Fake Facts*. Basel: MDPI. <https://doi.org/10.3390/books978-3-0365-1347-8-4>
- Demir, S. T. (2016). *15 Temmuz Darbe girişiminde medya [Analiz]*. Ankara: Siyaset Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı.
- European Parliament. (2025). *Euro Barometer Social Media Survey 2025* (Sy. FL014EP). Lüksemburg: European Union.
- Foça, M. A. (2016). 15 Temmuz darbe girişimi sırasında internette yayılan dokuz yanlış iddia. Teyit. Retrieved from <https://teyit.org/analiz/15-temmuz-darbe-girisimi-sirasinda-internette-yayilan-9-yanlis-iddia> Erişim T. 29 Ocak 2018.
- Fritch, J. W., & Cromwell, R. L. (2001). Evaluating Internet resources: Identity, affiliation, and cognitive authority in a networked world. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 52(6), 499-507. <https://doi.org/10.1002/asi.1081>
- Ghauth, K. I., & Sukhur, M. S. (2015). Text Censoring System for Filtering Malicious Content Using Approximate String Matching and Bayesian Filtering. İçinde S. Phon-Amnuaisuk & T. W. Au (Eds.), *Computational Intelligence in Information Systems* (ss. 149-158). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-13153-5\\_15](https://doi.org/10.1007/978-3-319-13153-5_15)
- Gökçe, O. (2001). *İçerik Çözümlemesi/Teori-Metod-Uygulama*. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Gülsoy, T. (2009). Etkileşimli medya ve pazarlama terimler sözlüğü. İçinde L. Baruh & M. Yüksel (Eds.), *Değişen İletişim Ortamında Etkileşimli Pazarlama* (ss. 223-251). İstanbul: Doğan Kitap.
- Head, M., Archer, N., & Yuan, Y. (2000). World Wide Web navigation aid. *International Journal of Human-Computer Studies*, 53(2), 301-330. <https://doi.org/10.1006/ijhc.2000.0392>
- Hürriyet. (2016a). Başı kesildi denilen asker Avcılar'da yaşıyor. Retrieved from <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/basi-kesildi-denilen-asker-avcilarda-yasiyor-40151607> Erişim T. 14 Şubat 2018.
- Hürriyet. (2016). Türkiye NBC News'in özür dilemesini istedi. Retrieved from <https://www.hurriyet.com.tr/dunya/turkiye-nbc-newsin-ozur-dilemesini-istedi-40169865> Erişim T. 17 Nisan 2018.
- Karasar, N. (1995). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Araştırma Eğitim Danışmanlık.
- Kılıç, Ş. O. (2016). Sosyal medya nasıl darbeye direnişin aracı oldu? Medium Türkçe. Retrieved from

- <https://medium.com/@soktaykilic/sosyal-medya-nas%C4%B1l-darbeye-direni%C5%-9Fin-arac%C4%B1-oldu-ebfc943cb9a> Erişim T. 10 Haziran 2026.
- Köseoğlu, Ö. (2013). Sosyal ağ sitesi kullanıcılarının motivasyonları: Facebook üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 7(2), 58-81. <https://doi.org/10.18094/si.68467>
- Mercimek, B., Yaman, N. D., Kelek, A., & Odabaşı, H. F. (2015). Dijital Dünyanın Yeni Gerçeği: Troller. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 67-77.
- Morrison, J. L., & Stein, L. L. (1999). Assuring integrity of information utility in cyber-learning formats. *Reference Services Review*, 27(4), 317-326. <https://doi.org/10.1108/00907329910303419>
- Nielsen, J. (2003). IM, Not IP (Information Pollution): A steady dose of realtime interruptions is toxic to anyone's health. *ACM Queue*, 1(8), 76-75. <https://doi.org/10.1145/966712.966731>
- Pandita, R. (2014). Information Pollution, a Mounting Threat: Internet a Major Causality. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 2(4), 49-60. <https://doi.org/10.1633/JISTAP.2014.2.4.4>
- Richmond, B. (1998). CCCCCC.CCC (Ten Cs) for Evaluating Internet Resources. *Teacher Librarian*, 25(5), 20-21.
- Sarsılmaz, M. (2023). *Bot hesap nedir?* Retrieved from <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/teyit-sozlu-gu/bot-hesap-nedir/1815429> Erişim T. 10 Haziran 2026.
- Sayırmer, İ. (2008). *Sanal ortamda halkla ilişkiler*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Shahbazi, M., & Bunker, D. (2024). Social media trust: Fighting misinformation in the time of crisis. *International Journal of Information Management*, 77, 102780. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102780>
- Shao, C., Ciampaglia, G. L., Varol, O., Yang, K.-C., Flammini, A., & Menczer, F. (2018). The spread of low-credibility content by social bots. *Nature Communications*, 9(1), 4787. <https://doi.org/10.1038/s41467-018-06930-7>
- Solis, B. (2007). *The Social Media Manifesto*. Retrieved from <https://briansolis.com/2007/06/future-of-communications-manifesto-for-html/> Erişim T. 20 Ekim 2017.
- Tate, M. A., & Alexander, J. E. (1999). *Web Wisdom: How To Evaluate and Create Information Quality on the Web*. Florida: CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9780429195556>
- Terra, J. C. ve Angeloni, T. (2009). Understanding the difference between Information Management. Retrieved from <https://web.archive.org/web/20210424214500/http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.549.9911&rep=rep1&type=pdf> Erişim T. 14 Mart 2018.
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. New York: Morrow.

- Tunç, A. (2010). Medya ve bilgi kirliliği. *Tarihi Miras ve Güncel Beklentiler Arasındaki Türkiye*, 245-250. <http://www.konrad.org.tr/23.%20Journalisten%20tr/245-250.pdf>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making* (Council of Europe report DGI(2017)09). Council of Europe.
- Waters, J. K. (2010). *The Everything Guide to Social Media: All you need to know about participating in today's most popular online communities*. Massachusetts: Adams Media.
- Yegen, C. (2018). Doğru Haber Alma Hakkı ve Sosyal Medya Dezenformasyonunu Doğruluk Payı ve Yalansavar ile Tartışmak. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 101-121. <https://doi.org/10.17680/erciye-siletisim.390324>
- Yıldız, İ. (2025). Sosyal Medyada Dijital Dezenformasyon: İletişim Başkanlığı Filistin Özel Bülteni Üzerine Bir Analiz. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(Filistin Özel Sayısı), 163-182. <https://doi.org/10.31592/aeusbed.1595546>
- Yılmaz, M. (2009). Enformasyon ve bilgi kavramları bağlamında enformasyon yönetimi ve bilgi yönetimi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 095-118. [https://doi.org/10.1501/Dtcfder\\_0000001205](https://doi.org/10.1501/Dtcfder_0000001205)
- Yüksel, H. (2014). İnternet gazeteciliğinde bilgi kirliliği sorunu. *Atatürk İletişim Dergisi*, (6), 125-138.

**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.