



T.C.
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

HAKİKAT SONRASI BİR DÖNEMDE SAHTE HABER: İSRAİL-FİLİSTİN
ÇATIŞMASI ÜZERİNE BİR ÇÖZÜMLEME

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hatice KAYNAK

DANIŞMAN
Doç. Dr. Zühal FİDAN BARİTCİ

AKSARAY 2024

T.C.
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

HAKİKAT SONRASI BİR DÖNEMDE SAHTE HABER: İSRAİL-FİLİSTİN
ÇATIŞMASI ÜZERİNE BİR ÇÖZÜMLEME

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HATİCE KAYNAK

DANIŞMAN
DOÇ. DR. ZÜHAL FİDAN BARİTÇİ

AKSARAY 2024

TELİF HAKKI VE PROJE FOTOKOPİ İZİN FORMU

Bu tezin tüm hakları saklıdır. Kaynak göstermek koşuluyla projenin teslim tarihinden itibaren..... (....) ay sonra projeden fotokopi çekilebilir.

YAZARIN

Adı : Hatice

Soyadı : KAYNAK

Bölümü : İletişim Bilimleri

İmza :

Teslim tarihi :

TEZİN

Türkçe Adı : Hakikat Sonrası Bir Dönemde Sahte Haber: İsrail-Filistin Çatışması Üzerine Bir Çözümleme

İngilizce Adı : Fake News in a Post-Truth Era: An Analysis to the Israeli-Palestinian Conflict

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Tez yazma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu beyan ederim.

Yazar Adı Soyadı: Hatice KAYNAK

İmza:

T.C.
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

JÜRİ ONAY SAYFASI

Hatice KAYNAK tarafından hazırlanan “**Hakikat Sonrası Bir Dönemde Sahte Haber: İsrail-Filistin Çatışması Üzerine Bir Çözümleme**” başlıklı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Aksaray Üniversitesi İletişim Bilimleri Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

İMZA

Danışman: Doç. Dr. Zühal FİDAN BARİTÇİ

İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Aksaray Üniversitesi

.....

Üye: Prof. Dr. Zülfiye ACAR ŞENTÜRK

Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, Yozgat Bozok Üniversitesi

.....

Üye: Doç. Dr. Fadime ŞİMŞEK İŞLİYEN

İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Aksaray Üniversitesi

.....

Tez Savunma Tarihi: 02.02.2024

Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu’nun tarih vesayılı kararı ile onaylanmıştır.

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü
Prof. Dr. Sevilay USLU DİVANOĞLU
İmza

TEŞEKKÜR

Yüksek lisansa adım attığım andan itibaren sürecimin sonuna kadar benden desteğini ve ilgisini esirgemeyen, tez serüvenimde bana sonsuz sabır ve anlayış gösteren değerli, kıymetli danışmanım Doç. Dr. Zühal FİDAN BARİTCİ hocama saygı, sevgi ve teşekkürlerimi sunuyorum. Eğitim hayatım boyunca her zaman destekçim olan, hiçbir zaman desteklerini esirgemeyen ablalarım ve ikizime teşekkürü bir borç bilirim. Ve son olarak hayatım boyunca desteğiyle güç bulduğum, beni bugünlere getirerek hiçbir zaman dualarında eksik etmeyen ve bu hayattaki en büyük kıymetlim olan canım annem Elife KAYNAK'a ve merhum babam Mehmet KAYNAK'a bu çalışmamı ithaf ediyorum...

AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Hakikat Sonrası Bir Dönemde Sahte Haber: İsrail-Filistin Çatışması
Üzerine Bir Çözümleme
(Yüksek Lisans Tezi)

Hatice KAYNAK, Aksaray 2024

ÖZET

Hakikat sonrası bu dönemde haberin ve gerçeğin anlamı değişmiştir. Artık herkes kendi gerçekliğini oluşturmaya başlamıştır. Söz konusu bu durum haberleri de etkilemiş, gerçeğin önemini tekrar düşünmemiz gerektiği gözler önüne serilmiştir. Son dönemlerde ise sahte haberler artış göstermiştir. Bu da hem Türkiye’de hem de diğer ülkelerde tartışılan en önemli konu haline gelmiştir. Gerçeklerin çarpıtılmasıyla birlikte hakikatin değersizleştiği hakikat sonrası döneme girilmiştir. Bu dönemde ise yeni medya araçları sahte haberlerin daha hızlı paylaşılmasına ve geniş kitlelere ulaşılmasına yol açmaktadır. Bu durum ise yeni medyadaki sahte bilgilerin artmasına neden olmaktadır. Neredeyse her gün üretilen sahte haberler Facebook, X, Reddit, Instagram gibi sosyal medya platformlarında dolaşıma girmektedir. Çoğu kullanıcı ise bu haberlerin doğruluğunu irdilemeden inanmış ve hesaplarında sahte haberlerin hızla yayılmasına sebep olmuştur.

Bu çalışma kapsamında “BuzzSumo” isimli sosyal medya analiz aracı ile haber sitelerinde dolaşan sahte haberlerin sosyal medya platformunda paylaşım sayıları ortaya konulacaktır. Anadolu Ajansı Teyit Hattı doğrulama platformu ile İsrail-Filistin çatışması sürecinde paylaşılan sahte haberlerin örnek olay incelemesi yöntemi ile analizleri yapılacaktır. Çalışmada, 7 Ekim 2023 tarihinde başlayan İsrail-Filistin çatışmasıyla ilgili ortaya çıkan iddialara ve okuyucular arasındaki etkileşimlere yer verilecektir.

Bilim Kodu: 116501

Anahtar Kelimeler: Hakikat Sonrası, Sahte Haber, Yeni Medya, Dijital Habercilik, Doğrulama Platformları.

Sayfa Adedi: 127

Danışman: Doç. Dr. Zühal FİDAN BARİTÇİ

AKSARAY UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

**FAKE NEWS IN A POST-TRUE ERA: AN ANALYSIS OF THE
ISRAEL-PALESTINE CONFLICT
(Master Thesis)**

Hatice KAYNAK, Aksaray 2024

ABSTRACT

In this post-truth period, the meaning of news and truth has changed. Now everyone has started to create their own reality. This situation also affected the news and revealed that we need to rethink the importance of truth. Recently, fake news has increased. This has become the most important issue discussed both in Turkey and other countries. We have entered the post-truth era, where the truth becomes worthless with the distortion of facts. In this period, new media tools cause fake news to be shared faster and reach larger audiences. This situation causes an increase in fake information in new media. Fake news produced almost every day has been circulated on social media platforms such as Facebook, X, Reddit and Instagram. Many users believed these news without examining their accuracy, causing fake news to spread rapidly on their accounts.

Within the scope of this study, the number of shares of fake news circulating on news sites on the social media platform will be revealed using the social media analysis tool called "BuzzSumo". Fake news shared during the Israeli-Palestinian conflict will be analyzed using the case study method through the Anadolu Agency's Verification Line verification platform. The study will include the allegations regarding the Israeli-Palestinian conflict that started on October 7, 2023, and the interactions between readers.

Science Code: 116501

Key Words: Post-Truth, Fake News, New Media, Digital Journalism, Verification Platforms.

Page Number: 127

Supervisor: Assoc. Prof. Zühal FİDAN BARİTCİ

İÇİNDEKİLER

TELİF HAKKI VE PROJE FOTOKOPİ İZİN FORMU	iv
ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI.....	v
JÜRİ ONAY SAYFASI	vi
TEŞEKKÜR.....	vii
ÖZET	viii
ABSTRACT.....	ix
İÇİNDEKİLER	x
TABLO LİSTESİ.....	xiv
GÖRSEL LİSTESİ.....	xv
GİRİŞ.....	17
1. BÖLÜM: Hakikat Sonrası Çağ ve Medyanın Dijitalleşmesi.....	20
1.1.Kavramsal Çerçeve: Gerçek ve Hakikat	20
1.2.Hakikat Sonrası (Ötesi) Çağ ve Yeni Medya İlişkisi.....	23
1.3.Dijitalleşen Habercilik.....	28
1.4.Dijital Ortamda Yeni Habercilik Türleri.....	34
1.4.1. Blog Gazeteciliği.....	35
1.4.2. Video Ağ Günlüğü (Vlog) Gazeteciliği	37
1.4.3. Podcast Gazeteciliği	39

1.4.4. Twitter Gazeteciliği	41
1.4.5. YouTube Haberciliği	44
1.5. Dijitalleşmeyle Birlikte Habere Güvenilirlik ve İnanılrlık	46
1.6. Dijital Mecralarda Haber Takibi ve Sahte Haber Konusu	48
1.7. Dijital Habercilikte Etik.....	49
2. BÖLÜM: Yeni Medyada “Sahte Haber” Olgusu	51
2.1. Sahte Haber Olgusu Üzerine.....	51
2.2. Sahte Haber Türleri	53
2.3. Sahte Haberin Kapsamı: Dezenformasyon, Mezenformasyon ve Haber Çerçeveleme.....	55
2.4. Yeni Medya ve Sahte Haber İlişkisi.....	58
2.5. Sahte Haberin Miladı: 2016 Yılında Yaşanan Gelişmeler	59
2.5.1. Brexit Referandumu	60
2.5.2. 2016 ABD Başkanlık Seçimleri.....	61
2.6. Sahte Haberin “Gerçek” Olarak Sunumu	62
2.7. Yeni Medyada Sahte Haberin Kontrolü	66
2.7.1. Türkiye’de Haber Doğrulama Platformları	68
2.7.1.1. Yalansavar.org.....	69
2.7.1.2. Malumatfurus.org	70
2.7.1.3. EvrimAgaci.org	70
2.7.1.4. DogrulukPayi.com.....	71
2.7.1.5. Teyit.org	71
2.7.1.6. Gununyalanlari.com	72

2.7.1.7. FactCheck.TR.....	73
2.7.1.8. Dogrula.org	73
2.7.1.9. Anadolu Ajansı Teyit Hattı.....	73
2.7.1.10.Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi	74
3. BÖLÜM: Hakikat Sonrası Dönemde Sahte Haberlerin Yükselişi: İsrail- Filistin Çatışması	75
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	75
3.2. Araştırmanın Sorusu.....	75
3.3. Araştırmanın Yöntemi	76
3.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	76
3.5. BuzzSumo Aracılığıyla Haberlerin Çözümlemesi.....	77
3.6. Haber Sitelerinde ‘Gerçek’ Olarak Servis Edilen Sahte Haberlerin Analizi: İsrail- Filistin Çatışması Örneği	78
3.6.1.Örnek 1: “Netanyahu’ya hayatının şoku: Keskin nişancı yeğeni kara harekâtında öldü” Haberi	78
3.6.2.Örnek 2: “İsrail Kızılay Depolarını Vurdu!” Haberi	81
3.6.3.Örnek 3: “Hindistan’da Filistin’e destek yürüyüşünde yanlışlıkla İtalya bayrağı taşındılar” Haberi	83
3.6.4.Örnek 4: “Filistin Devlet Başkanı Mahmud Abbas’ın konvoyu vuruldu: Mahmud Abbas’a suikast girişimi” Haberi.....	85
3.6.5.Örnek 5: “Cezayir Parlamentosu Cumhurbaşkanı’na İsrail ile savaşa girme yetkisi verdi!” Haberi.....	88
3.6.6.Örnek 6: “Yemen İsrail’e savaş ilan etti!” Haberi.....	90
3.6.7.Örnek 7: “Bahreyn’de İsrail büyükelçiliği ateşi verildi” Haberi.....	92
3.6.8.Örnek 8: “İsrail ordusundan ‘Kassam Tugayları’ iddiası: Gerçek	

kimliğini bulduk” Haberi	94
3.6.9.Örnek 9: “İsrail bağlantılı gemiye İHA’lı saldırı” Haberi	97
SONUÇ.....	99
KAYNAKÇA.....	103
TEZ DEĞERLENDİRME FORMU	127



TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Türkiye’deki Doğruluk Kontrol Platformları.....	69
--	----



GÖRSEL LİSTESİ

Görsel 1: “Çinli arama kurtarma personeli Müslüman oldu” Sahte Haberi.....	63
Görsel 2: “Öğrencilere müjde! Okullar artık 4 gün!” Sahte Haber.....	64
Görsel 3: “Hayatının şokunu yaşadı! Hindistan’da akıllara durgunluk veren hırsızlık!” Sahte Haber.....	65
Görsel 4: “Hatay’da konteynerleri su bastı: Elektrik akımına kapılan bir kişi öldü” Sahte Haber	65
Görsel 5: “Netanyahu’ya hayatının şoku: Keskin nişancı yeğeni kara harekâtında öldü” Sahte Haberi.....	78
Görsel 6: Netanyahu haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları.....	80
Görsel 7: “İsrail Kızılây Depolarını Vurdu!” Sahte Haberi.....	81
Görsel 8: Kızılây deposu haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları.....	82
Görsel 9: “Hindistan’da Filistin’e destek yürüyüşünde yanlışlıkla İtalya bayrağı taşıdılar” Sahte Haberi.....	83
Görsel 10: Hindistan haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları.....	85
Görsel 11: “Filistin Devlet Başkanı Mahmud Abbas'ın konvoyu vuruldu: Mahmud Abbas'a suikast girişimi” Sahte Haberi.....	85
Görsel 12: Mahmud Abbas haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları.....	87
Görsel 13: “Cezayir Parlamentosu Cumhurbaşkanı'na İsrail ile savaşa girme yetkisi verdi!” Sahte Haberi.....	88
Görsel 14: Cezayir Parlamentosu haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları....	90
Görsel 15: “Yemen İsrail'e savaş ilan etti!” Sahte Haberi.....	90
Görsel 16: Yemen haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları.....	92
Görsel 17: “Bahreyn’de İsrail büyükelçiliği ateşi verildi” Sahte Haberi.....	92

Görsel 18: Bahreyn haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları.....	94
Görsel 19: “İsrail ordusundan ‘Kassam Tugayları’ iddiası: Gerçek kimliğini bulduk” Sahte Haberi	94
Görsel 20: Kassam Tugayları haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları.....	96
Görsel 21: “İsrail bağlantılı gemiye İHA’lı saldırı” Sahte Haberi.....	97
Görsel 22: İHA’lı haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları.....	98



GİRİŞ

Gerçeklerden daha çok duygu ve düşüncelerin ön planda tutulduğu “hakikat sonrası (ötesi)” dönem, hakikat ile yalanın birbirlerinin yerine kullanıldıkları bir dönem olarak tanımlanmaktadır. Hakikat sonrası bu dönemde bireyler karşılaştıkları olayları kişisel duygu ve düşüncelerine göre yorumlamaktadır. Kişiler yaşadıkları olaylar karşısında herhangi bir eleştiri ve sorgulama yapmadan kalıplaşmış düşüncelerine göre karar vermektedirler. Çünkü bireyler gerçek olanla ilgilenmeyip bir olayın yalan olduğunu bilseler dahi zihinlerinde oluşturdukları kurguları hakikatmiş gibi kabul etmektedirler.

Hakikat sonrası kavramına ilk kez 1992 yılında Steve Tesich’in The Nation dergisindeki makalede rastlanılmaktadır. Kavramın geniş kapsamlı açıklanmasına ise 2004 yılında Ralph Keyes tarafından kaleme alınan “Hakikat Sonrası Çağ (The Post-Truth Era)” kitabında yer verilmiştir. Keyes’e göre gerçeğin üzerini örterken suçluluk hissetmememiz hakikat sonrası çağın ta kendisidir (Uluk, 2021: 90). Hakikat sonrası kavramı “dürüstlüğün çöküşü, yalanın yükselişi” olarak nitelendirilmektedir. Özellikle bu kavram ABD başkanlık seçimleri ve Brexit Referandumundan sonra ön plana çıkmıştır. 2016 yılında Oxford sözlüğü tarafından yılın kelimesi seçilmesiyle de kavram daha çok görünür olmuştur (Sarioğlu, 2020: 383).

Hakikat sonrası dönemde kişiler hakikati çıkarları doğrultusunda eğip bükerek kontrol altına almaktadırlar. Bu dönem yeni medyanın yaygınlaşmasıyla daha çok ön planda tutulmuştur. Bireyler bu platformlarda gerçek yerine “sahte haber, söylenti, dedikodu, manipülasyon, dezenformasyon” gibi sağlıklı görülmeyen iletişim biçimlerine başvurmaktadırlar. Bu sayede yeni medya, hakikat sonrası kavramının gelişimine ve yayılımına imkân sağlamaktadır. Kısacası hakikat sonrası ve yeni medya birbirlerini desteklemektedir (Arkan, 2022: 31).

Yeni medyanın dijital ortamlardaki haber üretim süreçlerinde rolü oldukça büyüktür. Geleneksel medyada haber kuruluşlarına bağımlı olarak haber üretilirken; yeni medya haberciliği kavramı ortaya çıkmıştır. Bu habercilik türüyle artık bireyler birer haberci gibi içerik üretmektedirler. Etrafında yaşanan olayları çekip hem medya kuruluşlarına gönderebilmekte hem de sosyal medya hesaplarından paylaşabilmektedir. Sosyal medya uygulamalarında ise ‘canlı yayın’ özelliği sayesinde anlık haber üretimine katkıda

bulunabilmektedir. Fakat bu durum medya kuruluşları arasında rekabete yol açmaktadır. Medya kuruluşları haberi önce servis etme yarışına girmektedir. Bu yarış sonucunda bilgiyi teyitleme ve kaynağın güvenilirliği sorgulanmaması gibi belli başlı problemlere kapı aralamaktadır (Topçu ve Çaycı, 2022: 168). Medya kuruluşlarının arasında hız rekabeti ise çeşitli manipölasyonlardan kaynaklanan birtakım olumsuzluklara neden olmaktadır. Bu da beraberinde bilerek veya bilmeyerek sahte haberlerin dolaşıma sokulmasına yol açmaktadır (Ulaş ve Baloglu, 2021: 171).

Geleneksel habercilikte “masa başında üretilmiş” haberler olarak bilinen “asparagas” haberler artık yeni medyayla birlikte “sahte haber” ismiyle kullanılmaya başlanmıştır. Son dönemlerde sahte haberler yeni medyada önemli bir sorun haline gelmiştir (Kazaz ve Akyüz, 2019: 18). Sahte haber; yanlış bilgidен oluşan, kurmaca içerikli dedikodulardan kaynağını alan veya gerçek bilginin eksik ya da taraflı sunulması şeklinde tanımlanmaktadır. Tarihsel süreçlerin her döneminde sahte haberlere rastlanılmaktadır. İletişim biçimlerinin çeşitlenmesiyle artan sahte haber, dikkat edilmesi gereken bir boyuta ulaşmıştır (Duman, 2019: 973). Çünkü yeni medyada gerçekliği araştırılmamış bilgiler de paylaşılmaktadır. Bu paylaşımlar bilinçli veya bilinçsiz şekilde üretilmiş olsalar dahi toplumda zarar verici sonuçlara yol açabilmektedir. Bu nedenle gerçek dışı bilgiler barındıran haberlere sahte haber olarak ifade edilmiştir (Çaycı, 2021: 789).

Yeni medya artık toplumun haber alma ve gündemi takip etme noktası olmuştur. Bu platformlarda bireyler güvenmiş oldukları hesapları takip ederek haberleri sorgulamadan tüketme eylemindedir. Tükettikleri bu haberleri ise bazen kendi sayfalarında paylaşarak sahte haberlerin yayılımına yardımcı olmuşlardır. Özellikle kriz anlarında haberleşme alanına dönüşen yeni medya, haberlerin aktarılmasındaki sorunları beraberinde getirmiştir. Çünkü gerçeğin bağlamından koparılması ve hızlı bir şekilde dolaşıma sokulması yeni medyada daha kolay olmaktadır.

Hakikat sonrası dönemde gerçek olduğu gibi verilmemektedir. Kitleler manipüle edilerek yeni bir kurmaca gerçeklik oluşturulmaktadır. Böylece kitleler ikna edilip istenilen davranışlara yönlendirilmektedir. Ayrıca yeni medya ile algı yönetimi yapılarak kitlelerin düşünceleri kontrol altına alınmaktadır. Nitekim kitleler ise içerisinde bulundukları dezenformasyonun farkına varamamaktadırlar (Akyıldız, 2023: 537). Yeni medyaya dair geliştirilen bu olumsuzlukların nedeni ise çok fazla bilgi kirliliğinin oluşmasıdır. Hakikatin

önemsizleşmesiyle sahte haberlerin doğrunun yerini alması kamuoyunun yanlış bilgilendirilmesine neden olmaktadır. Sahte haberlerle mücadele edebilmek ve kamuoyunu aydınlatmak için doğrulama platformları kurulmuştur. Bu platformlar yeni medya ortamlarında dolaşan sahte içeriklerle mücadele etmektedirler (Madsar, 2021: 49).

İnternet, sosyal medya ve ana akım medyadaki sahte haberlerle mücadele etmek için doğrulama platformları kurulmuştur. Bu platformlar kendilerine ulaşan şüpheli bilgileri açık kaynaklardan doğrulayarak analizlerini kullanıcılarla paylaşmaktadır. Kişiler, haber kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ya da kamu yayıncıları tarafından doğrulama merkezleri kurulabilmektedir (Akyüz, 2020: 428). Genel ifadeyle sahte haberler yeni medyada kontrolsüz ve hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Şüphe uyandıran içeriklerin ise doğrulanması önem arz etmektedir. Bu çerçevede ise çeşitli doğrulama platformları kurulmuştur. Bu platformların temel amacı doğru ve güvenilir haberleri topluma sunmaktır (Ulaş ve Baloglu, 2021: 170).

Bu çalışmada, 7 Ekim 2023 tarihinde başlayan İsrail-Filistin çatışmasıyla ilgili yapılan sahte haberlerin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Ayrıca tez kapsamında Anadolu Ajansı Teyit Hattı'nın analiz ettiği sahte haberlerin servis edildiği haber siteleri tespit edilmiştir. Daha sonra 'gerçek' haber gibi servis edilen sahte haberlerin sosyal medyadaki toplam katılım ve paylaşım sayıları BuzzSumo analiz aracı ile incelenmiştir.

Çalışmanın ilk iki bölümü teorik kısımları, son bölüm ise araştırma kısmını kapsamaktadır. Birinci bölümde hakikat, hakikat sonrası ve dijital habercilik kavramları üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde ise sahte haber, sahte haberin türleri, dezenformasyon, mezenformasyon, haber çerçeveleme ve doğrulama platformları açıklanmıştır. Araştırma bölümünde ise haber sitelerinde servis edilen sahte haberler tespit edilerek; BuzzSumo aracılığıyla haber sitelerinde paylaşılan sahte haberlerin sosyal medyada aldığı toplam katılım ve paylaşım sayıları verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. HAKİKAT SONRASI ÇAĞ VE MEDYANIN DİJİTALLEŞMESİ

Toplumsal yaşamda gerçek buharlaşmakta gerçek olmayan bilgiler gerçekmiş gibi sunulmaktadır. Bu durum dijital kitle iletişim araçlarıyla yayılmakta bu da toplum nezdinde olumlu olmayan sonuçların ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bu soruna yol açan temel faktör ise teknolojinin dijitalleşerek dönüşüm ve başkalaşım içerisine girmesidir. Bu dönüşüm ve başkalaşım da sürecin yeniden yorumlanması açısından hakikat sonrası çağ kavramını ön plana çıkartmaktadır (Şüküroğlu, 2023:105).

1.1. Kavramsal Çerçeve: Gerçek ve Hakikat

“Gerçek” ve “hakikat” kavramları başlangıçtan bugüne kadar birbiri yerine kullanılmakta ve sıklıkla birbirleriyle karıştırılmaktadır. “Gerçek” ve “hakikat” sözcükleri aynı anlama gelen ifadeler olarak görülüp eş anlamlı kelimeler olarak kullanılmaktadır. Fakat bu iki kavram anlam ve kökeni bakımından birbirinden farklıdır. Kavramların en genel tanımlamaları ve kullanım alanları TDK Türkçe Sözlük’te yer almaktadır: ‘Gerçek’ sözcüğü; “1. Bir durum, bir nesne veya bir nitelik olarak var olan, varlığı inkâr edilmeyen, olgu durumunda olan, hakiki. 2. Yalan olmayan, doğru olan şey, hakikat. 3. Aslına uygun nitelikler taşıyan, sahici. 4. Temel, başlıca, asıl. 5. Doğadaki gibi olan, doğayı olduğu gibi yansıtan. 6. Yapay olmayan. 7. İsim. Gerçeklik, realite. 8. Doğruluk. 9. Felsefe. Düşünülen, tasarımılanan, imgelenen şeylere karşıtlık olarak var olan” (TDK Türkçe Sözlük, 1998: 840, 928) şeklindeki anlamlara karşılık gelmektedir.

“Gerçek” ve “hakikat” sözcüklerinin kökenlerine baktığımızda “gerçek” kavramının Türkçe, “hakikat” kavramının ise Arapça olduğu vurgulanmaktadır. Gerçek kavramı “kirtü+çe+ok>kirçek>girçek>gerçek” şeklinde tarihi bir hiyerarşiye sahipken, hakikat sözcüğü hakk kökünden fa’îlat/fa’îlet vezniyle türetilmiş bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır (İsi, 2015: 195).

Bugüne kadar tartışılan hakikat kavramı, zihinsel eylem ve bilginin sorgulanması ile yakın ilişki içerisindedir. Öte yandan hakikat kavramının mutlaklığına inananlar ile buna karşı çıkan kesimler arasında tartışmalara neden olmaktadır. Çünkü hakikat zihinde var olan öznel yansımayı ele alırken; gerçek kavramı ise nesnel olguları ifade etmektedir (Eğitimci, 2021: 54).

Hakikat kavramının gerçek kavramı ile dile getirilip birbirlerinin yerine kullanılması anlambilimsel açıdan tartışmalı bir olayı beraberinde getirmektedir. Bunun en temel nedeni, Arapça ve Farsçadan dilimize giren kelimelerin Türkçede anlam olarak karşılığının olmamasından kaynaklanmaktadır. Bu sorun, “gerçek” ve “hakikat” kavramlarında kendini göstermektedir. Yani Arapçadan alınan “hakikat” kavramı ile Türkçedeki “gerçek” kavramı aynı anlamda kullanılmaktadır. Bu da anlam karmaşasına sebebiyet vermektedir (İsi, 2015: 182). Bu anlam karmaşası sonucunda kimi okuyucu, “hakikat” kavramının Türkçe karşılığı olarak “gerçek” sözcüğünü görmektedir. Bu durum okuyucuların hakikat kavramını gördüğü yerde yazarın dilinin eski olduğunu düşünüp kavramı “gerçek” olarak okuma yapmalarına neden olmaktadır (Tepe, 2016: 17).

Ahmet Cevizci tarafından kaleme alınan “Paradigma Felsefe Sözlüğü”nde “gerçek” ve “hakikat” kavramları daha kapsamlı bir şekilde incelemiştir. Cevizci eserinde “gerçek ve hakikat” kavramları şu şekilde tanımlamaktadır:

“Gerçek (Osm.filî; İng.real;Fr.réel;Alm.real, wirklich); 1. ideal, koşullu, potansiyel ya da olanaklı olana karşıt olarak, aktüel, somut, olgusal ve zihinden bağımsız bir varoluşa sahip olan; 2. kurgusal, yanıltıcı, gerçek olmayan, yapay, fantezi ya da imgesel olana karşıt olarak, algıdan ya da zihinden bağımsız bir biçimde var olan, 3. tözsel ya da nesnel bir varoluşa sahip olan, 4. geçmiş ya da gelecekte veya teorik bir yapımla değil de, şimdi aktüel olarak var olan için kullanılan niteleme. Hakikat (İng.truth;Fr.vérité;Alm.wahrheit); 1. en genel anlamı içinde dinî, bilimsel, ahlaki, vb., hakikatler bağlamında, bir bilgi alanı ya da disiplinin konu aldığı varlık alanıyla ilgili temel doğrular bütünü. 2. özel olarak, zaman zaman gerçeklik, zaman zaman da doğruluk anlamında kullanılmakla birlikte, gerçekte bir şeyin kendi özü içinde örtüsünü açarak vukua gelmesi ve insanın bunun farkında olması durumu. Varlığın gizinden çıkarak olagelmesi ve insanın bunun bilincinde olması hali. 3. hakikat daha özel olarak da tasavvufta, dört makamdan üçüncüsüne karşılık gelir ve hakikat ehli adı altında, Tanrı’nın gerçek özünü bilenleri, gerçekten var olanın yalnızca Tanrı olduğuna inanarak, kendini Tanrı yoluna verenleri, Tanrı’nın sırrına erenleri gösterir” (Cevizci, 1999: 395).

Bu tanım çerçevesinde “gerçek” ve “hakikat” kavramları hakkında değerlendirmelerde bulunan Ahmet Cevizci, sözcüklerin temel anlamlarının karşılıklarına değinerek tanım ve ayrımlarına yer vermektedir.

Hakikat kavramı, gerçek kavramı ile benzetilmekte ve birçok karışıklıkları beraberinde getirmektedir. Hakikat gerçeğin özdeşi değil, insan zihnindeki yansımasını dile getirmektedir (Hançerlioğlu, 1997: 276). Zira hakikat, gerçekliğin zihinsel göstergesidir.

“Gerçek, nesnel gerçekliği, hakikat ise bu nesnel gerçekliğin zihnimizdeki öznel yansısını dile getirir”. Kısacası, “Dünya gerçek, Dünya yuvarlaktır yargısı ise hakikattir (doğrudur)” (Alpay, 2021: 28) örneğiyle yazar savını desteklemektedir. Nitekim Uluk’a (2021: 92) göre de gerçeğin, doğada var olan nesnelerden meydana geldiğini söylemektedir. Hakikat ise, zihnimizdeki yargılar ve önermelerden oluşmaktadır. Diğer bir ifadeyle duyular vasıtasıyla tecrübe edindiğimiz nesnel olgular gerçekleri; akıl, zihin ve bilinç aracılığıyla yorumlanan nesnel varlıklar ise hakikati oluşturmaktadır. Örneğin; dış dünyada var olan “masa” gerçektir ve vardır. Bununla beraber “masanın” zihnimizdeki yansısı ise hakikattir. Yine masanın kırık olması veya beyaz bir renge sahip olması yargıyı içinde barındırdığı için hakikati temsil etmektedir.

“Hakikat öze ait değişmez gerçekliktir. Gerçek ise görünüme aittir” ifadesini vurgulayan Altıok (2018), gerçek; ölçülebilir, test edilebilir, sınanabilir, doğrulanabilir veya yanlışlanabilir olgusuna dikkat çekerken hakikatin ise; bireyler tarafından dünyaya bakış açısını yansıttığını dile getirmektedir. Yani hakikat ölçülemeyen, test edilmeyen, sınanamayan, doğrulanamayan ve yanlışlanamayan her şeyi kapsamaktadır. Tüm bu çıkarımlar ışığında gerçek, belirli bir var oluşu ortaya koyarken; hakikat ise bir bütün şeklinde anlamlandırmaya yarayan yasalar dizgesi olarak şekillenmektedir.

“Gerçeklik hissedilir tasavvur edilmez” savıyla nesnenin doğrudan duyular yoluyla algılanan şeylere tekabül ettiği vurgulanmaktadır. Gerçeğin gözle görülüp zihinde canlandırılmaması ve yalnızca görünür olma durumu “gerçek”, gerçeğin görülüp bunun sonucunda bu gerçeğin zihinde canlandırılma durumu ise “hakikat” kavramını yansıtmaktadır. Dolayısıyla gerçeğin “dış dünyada algıladığımız şeyler olması”, bu iki kavram arasındaki ayrımı ortaya koymaktadır (Erdem, 2012, s.18). Bu ayrımlara ek olarak gerçek, bireylerin varlığına bağlı olmayan nesnel gerçeği içerisinde barındırmaktadır. “Doğa, yeryüzü, gezegenler, yıldızlar ve evren gibi”. Hakikat ise kişilerin varlığı ve fikirleri ile yakından bağlantılıdır. Hakikat insanların zihin, bilinç ve düşüncesiyle elde ettiği bir bilgidir. Bu durumla birlikte hakikat ve gerçeğin birbirinden farklı olduğu görülmektedir (Zabcı, 2021: 15-16). Bu açıdan gerçek ve hakikat kavramlarına yüklenen anlamları bilmek içinde bulunan dönemin şartlarını da anlamlandırmak açısından önem taşımaktadır. “Gerçek” ve “hakikat” sözcüklerinin gerek birlikte gerekse ayrı olarak yorumlanması geçmişten bugüne kadar tartışmaları beraberinde getirmiş ve “Hakikat Sonrası (Ötesi)” döneminde tartışılmasına uygun bir ortam hazırlamıştır.

1.2. Hakikat Sonrası (Ötesi) Çağ ve Yeni Medya İlişkisi

Post-truth kavramı ilk kez 1992 yılında Steve Tesich'in The Nation dergisine yazdığı "Yalanların Hükümeti (A Government of Lies)" adlı makalede kullanılmıştır. Tesich makalesinde hakikat sonrası (ötesi) dönemi tanımlarken halkın yalana karşı duyarsızlığına değinmektedir. Yine makalesinde Richard Nixon ve Ronald Reagan dönemlerinde uyguladıkları politikalardan söz eden Tesich, bu dönemde siyasi liderlerin halka hakikatleri açıklamaktan kaçındıklarını belirtmektedir. Bununla beraber halkın da hakikatleri bilmek istemediğini hatta içinde bulundukları sistemin güçsüzlüğünü ve zayıflığını işitmektense yalan duymak istediklerini iddia etmektedir (Kreitner 2016, Kasım 30). Daha sonra bu kavram, 2004 yılında Ralph Keyes tarafından yayımlanan "The Post-Truth Era: Dishonesty in Contemporary Life" (Hakikat Sonrası Çağ: Günümüz Dünyasında Yalan ve Aldatma) isimli kitapta daha kapsamlı bir şekilde incelemiştir. Keyes kitabında "hakikat sonrası" kavramını şu şekilde tanımlamaktadır:

"Yalancılar her zaman var olmuş olsa da yalanlar genellikle tereddüt ederek, bol miktarda kaygıyla, bir parça suçlulukla, biraz utançla, en azından az biraz mahcubiyetle söylenirdi. Şimdiyse, zeki insanlar olarak suçluluk duymadan paçayı kurtarabilmek için gerçeği örtbas etmeye gerekçeler biliyoruz. Ben buna 'hakikat sonrası' diyorum. Hakikat sonrası bir çağda yaşıyoruz. Hakikat sonrası, etik açıdan bir alacakaranlık kuşağında yer alıyor. Yalancı olduğunuzu düşünmeden gerçeği gizlememizi sağlıyor" (Keyes, 2019: 22).

Ralph Keyes kitabında, dürüstlüğün yok olup yalan ve aldatmanın normalleşip insanlar tarafından benimsenmesi üzerine detaylı bir inceleme yapmaktadır. Özellikle toplum üzerinde kanaat oluşturan "avukatlar, profesörler, siyasetçiler, terapistler ve yazarların" yalan ve aldatma konusunda uzmanlaşmış olduklarına örneklerle dikkat çekmektedir (Uluk, 2021: 101).

Hakikat sonrası (ötesi) kavramının dünyada yaygın bir biçimde kullanılması ise 2016 yılında görünürlük kazanmaktadır. Oxford Sözlüğü tarafından her yıl "yılın sözcüğü" belirlenmektedir. 2016 yılında ise "Post-truth" yılın kelimesi seçilerek popülerlik kazanmıştır (Block 2019: 2). Kavramı Oxford Sözlüğü, bir sıfat olarak "kamuoyunu şekillendirmede, objektif gerçeklerin, nesnel olguların, duygular ve kişisel kanaatlerden daha az etki etmesi durumuyla ilgili veya bunlara işaret eden" şeklinde tanımlamaktadır. Bu doğrultuda hakikat sonrası kavramı 2016 yılı içinde AB referandumu (Brexit) ve ABD başkanlık (Donald Trump'ın seçilmesi) seçiminden sonra popüler hale gelmiştir (Oxford

Languages, 2016). Nitekim bu iki seçimde de beklenmedik sonuçların yaşanması (yani İngiltere'nin AB'den ayrılmayı istemesi ve ABD'de Trump'ın seçilmesi) ile bireyler tarafından bu gelişmelerin çarpıtılması hakikat sonrası (ötesi) kavramının tartışılmaya başlandığının bir göstergesi sayılmaktadır (Fidan Barıtcı, 2021: 245). Benzer şekilde McIntyre'da (2019: 35) hakikat sonrası (ötesi) sözcüğünün ABD başkanlık seçimi ve Brexit Referandumu sonrası daha çok tartışılmaya başlandığını ifade etmektedir.

Post-truth kavramının; "hakikat sonrası", "gerçek ötesi", "hakikat ötesi", "post olgusal", "post gerçeklik" vb. gibi çevirileri bulunmaktadır. Sözcüğün birden fazla çevirisinin olması kelimenin "post" ön ekinden kaynaklanmaktadır. Buradaki ön ekler olayların sonrasını ifade etmektedir. Post eki ise önüne geldiği kelimenin önemsizleşmesi anlamında kullanılmaktadır (Fidan Barıtcı, 2021: 245). Diğer bir ifadeyle Post-truth kavramının içerisindeki "post" sözcüğü Türkçedeki karşılığı "sonra" kelimesine denk gelmektedir. Buradaki "post" kavramı anlam olarak hakikatin öneminin yitirildiğini işaret etmek amacıyla kullanılmaktadır (McIntyre, 2019: 27). Post-truth kavramının çeşitli çevirileri bulunmaktadır. Bunlar; gerçek dışı, gerçek ötesi, gerçeklik ötesi, doğru ötesi, doğruluk sonrası, gerçek sonrası, gerçeklik sonrası, gerçeğin ötesi, gerçek üstü, hakikat ötesi, hakikat sonrası, post-gerçek, post-hakikat, hakikat ötesilik, hakikat sonrasılık, post-olgusal, sahte gerçeklik, öznel gerçekleme, inanılmış gerçek, gerçeğimsi, gerçek aşımı, gerçek aşınımı, hakikat aşınımı, hakikatin önemsizleşmesi, gerçeğin bükülmesi (Terzi, 2020: 81) vb. şeklinde kavramın birçok çevirileri görülmektedir.

Post-truth, hakikat ile yalanın arasındaki ince çizginin karmaşıklaştığı, duyguların ve inançların hakikatin önüne geçtiği bir dönemi ifade etmektedir. Bu dönemde dürüstlüğü değer kaybolup doğru bilgiye ulaşılmasının zor olduğu bir ortam yaratılmaktadır. Bu ortamın oluşturulmasında ve dezenformasyonların artış göstermesine neden olarak yeni medya ortamlarının büyük bir etkisinin olduğunu söylemek mümkündür (Aydın, 2020: 78). Özellikle dürüstlük kavramı Keyes'e göre hakikat sonrası (ötesi) bu dönemde nüanslı bir hal almaya başlamıştır. Artık insanlar yalanlarının arkasına gizlenerek dürüstlüğü ikinci plana ittiği bir ortam oluşturmaktadır. Ayrıca bireyler söyledikleri doğru sayısı yalan sayısından fazla olduğunda kendilerini dürüstlük kategorisine dahil etmektedir. Keyes, bu durumu bakkal defteri ahlakı olarak tanımlamaktadır (Keyes, 2019: 27). Bu noktadan hareketle insanlar hakikatin önemsizleştiği bu çağda, yalanların yalan olduğunu bilseler dahi kendi düşüncelerine ve izlenimlerine uyduğu takdirde hakikatmiş gibi kabul etmektedir (Alpay,

2021: 29).

Post-truth kavramı literatürde yeni bir kavram olarak değerlendirilse de aslında Antik Çağlardan bugüne kadar ulaşan bir serüveni bulunmaktadır. Bu dönemde kişiler, içinde yaşadıkları kültürel, sosyal ve çevresel etmenlerin yanı sıra kendi işitmek ve görmek istedikleri hakikatlere inanır hale gelmişlerdir (Orak, 2020: 62). Yani insanlar kendileri için var olan hakikatlerini tek geçerli hakikatler olarak görüp sorgulamadan kabul etmektedirler (Göncü ve Sim, 2019: 11). Benzer şekilde Kırmızıgül (2020:1)'de hakikat sonrası (ötesi) bu çağın insanlar tarafından doğru bilginin araştırılmadan herhangi bir kaynağa ulaşmadan zihinlerinde şekillendirdikleri enformasyonları koşulsuz kabul ettiklerinin altını çizmektedir.

Aydınlanma düşüncesinin savunduğu rasyonel aklı kullanan bireylerin inandırılması için oluşturulan “algı yönetimleri” ve “sahte evrenler” hakikatin değerini kaybetmesine neden olmaktadır. Böylece insanlar rasyonel aklı kullanmak yerine çıkarları doğrultusunda duygu ve inançlarını hakikatmiş gibi kabul etmektedirler. Yani kitlelerin duygularına ve inançlarına uygun çağrışımlar, enformasyonun doğru ya da yanlış olmasına önem vermeksizin kabul görmesine; belgelerle desteklenen hakikatin ise kabul görmemesine yol açmaktadır (Fidan Barıtcı, 2021: 248). Çünkü insanlara yalanlar hakikatlerden daha çok akla ve mantığa uygun gelmektedir. Yalan söyleyen kişi karşısındaki kişilerin işitmek istedikleri veya arzuladıkları beklentilerini bilmektedir. Bu da kendisine bir fayda sağlayarak kurguladığı hikâyesini ona göre hazırlayıp inandırıcı bir şekilde servis etmektedir (Arendt, 2021: 15). Öte yandan artık insanlar bu dönemde hakikatlerden ziyade zihinlerinde kurguladıkları inançlara daha çok güvenmeye başlamışlardır. Bu durum ise bireylere sunulan bilgilerin doğruluğunu araştırmadan zihinlerinde var olan hakikatlere inanmalarına yol açmaktadır. Bunun sonucunda ise duymak ve inanmak istedikleri doğruları seçip kendilerince yorumlama çabası içerisine girmektedirler (Günenç, 2019: 38). Kısacası bilginin doğruluğu veya yanlış olup olmadığı konusunun araştırılmadan kabul görmesi, nesnel verilerle desteklenen hakikatin ise yitirilmesine neden olmaktadır.

Hakikatin önemsizleştiği bu dönemde yoğun bir şekilde “bilgisayar, tablet ve cep telefonlarının” kullanılması insanların rasyonel akıl yürütme yetisinden, muhakeme yapmaktan, kuşkulandırmaktan ve hakikate ulaşmak için gerekli olan kanıt aramaktan uzaklaştırmaktadır. Bunu yaparken de bireylerin kabul edip onayladığı konuları sık sık önüne koyup, sahip oldukları duygularından ve inançlarından şüphelenmelerini

engellemektedir. Bu da bireylerin hakikatin önemsizleştiği bu dönemde sahip oldukları düşüncelerinden ve inançlarından inşa ettikleri filtre balonun içerisine hapsetmektedir. Bireylerin bu filtre balonlarını aşabilmesi için gerçeklerin yaşandığı dış dünyaya dönmesi gerekmektedir. Bu da ancak rasyonel akıl yürütmekten geçmektedir (Alpay, 2021: 52). İçine girilen bu dönem ise hakikat sonrası (ötesi) dönemin ve yeni medyanın arasındaki ilişkiyi gözler önüne sermektedir.

İletişim araçlarının sağladığı faydalarla birden fazla habere hızlıca erişebilen bireyler, doğruluğu kanıtlanmamış birçok içeriğe maruz kalmaktadır. Gelişen ve dönüşen medya vasıtasıyla haber alma ve gündemi takip etme noktasında dikkatlerini yeni medya araçlarına çevirmektedirler. Fakat bu durum bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Hakikat ile sahtenin sıklıkla yer değiştirdiği kitle iletişim araçlarında insanlar bilgilerin doğruluğu teyit edilmeden olanı olduğu gibi tüketmekte ve paylaşmaktadır. Bu nedenle artık kullanıcılar yeni medya ile birlikte bilginin hem üreticisi hem de tüketicisi konumundadırlar. Bu da bireylerin doğrunun peşine düşmeden paylaştıkları bilgilerle kısır bir döngüyü devam ettirirken; “sahte haberler, yalan bilgiler ve çarpıtılmış gerçekler” hakikat sonrası (ötesi) dönemin gerçekliği olarak ortaya çıkmaktadır (Fidan Baritci ve Kaynak, 2022: 182). Bu dönemde yeni medya kullanıcılarının arttığı ve her kullanıcının içerik ürettiği yoğun bir bilgi akışı oluşmaktadır. Aynı zamanda haber kaynağının bizzat bireylerden oluşması, enformasyonun eski dönemlere göre daha hızlı yayılmasına neden olmaktadır. Bu durum bilgi kirliliğin yaşanmasına yol açmaktadır. Sahte haberlerin ve yanlış bilgilerin hakikat sonrası (ötesi) dönemde sürekli dolaşıma sokulması ise yeni medyayı dezenformasyon ortamına dönüştürmektedir (Aydın, 2020: 88).

Hakikat sonrası (ötesi) dönem ile yeni medya teknolojilerinin aralarındaki ilişki genel olarak kamusal alan oluşturan yankı odaları, yoğun bilgiyle ilişkilendirilen dezenformasyon ve mezenformasyonun zemin kurmasıyla dijital iletişim teknolojilerinin sağladığı hızın yanlış kullanılması bağlamında tartışılmaktadır (Madsar, 2021: 51). Buradaki “yankı odası” denilen mesele internet sitelerinin veya yeni medyanın kullandıkları algoritmalar, insanların internetteki etkinliklerine ya da kendi dünya görüşlerine uyumlu bir şekilde inşa ettikleri eğilimlerine göre alternatiflerin sunulmasıdır. Yani bireylerin “kapalı” alanlar kurmasını sağlayarak; haber, bilgi ve düşüncelerin sınırlı alanda kalması olarak tanımlanabilir (Kavaklı, 2019: 668). Bunun sonucunda ise aynı fikir etrafında toplanan insanların “haber, bilgi ve düşüncelerin” sorgulanmadan benimsemesine, gerçeğin ise arka

plana atılmasına yol açmaktadır.

Geçmiş zamanlarda internet, insanların kullarımlarına açıldığında sadece belirli isim hakları üzerinden yayın yapmaları için web siteleri tüketicilere sunulmaktaydı. Fakat 2000’li yıllara gelindiğinde kullanıcılar birer içerik üreticisi konumuna gelmiş, bu da hakikat sonrası (ötesi) döneme kapı aralamıştır. Bu çağ ile beraber artık pasif bilgi tüketiciliğinden aktif bilgi üretici konumuna geçilmiştir (Karagöz, 2018: 687-688). Sözelimi yeni medya üzerinden eğitim seviyesi bilinmeyen birçok kişi mühim konularda fikir beyan etmektedir. Bu kişiler ise binlerce insan tarafından takip edilmektedir. Dolayısıyla dezenformasyon içeren haberlerin ya da yanlış bilgilerin paylaşarak çoğalması hakikat sonrası (ötesi) çağa katkı sağlamaktadır (Göncü ve Sim, 2019: 9).

Yeni medyada kaynağı belli olmayan yüzlerce haber ortaya çıkmaktadır. Bunun nedeni olarak, internetin kolay erişimi ile kullanıcılar tarafından bir konu hakkında içerik üretip, sahte haberleri paylaşabilir ve bunların on binlerce okura kolaylıkla ulaşmasını sağlamaları gösterilebilmektedir. Nitekim yeni medya tüketicileri üretilen bu içeriklerin gerçekliğine inanıp güvenilirliğini ise sorgulamamaktadır. Bu da hakikat sonrası kavramın gün geçtikçe yaygınlaşmasına sebep olmaktadır (Aksu ve Çetin, 2019: 159). Hakikat sonrası çağda sahte haberler, yeni medya vasıtasıyla yayılmakta özellikle salgın, savaş ya da toplumsal istikrarsızlık gibi kriz yaratan olaylarda hakikat bulanıklaşmakta hatta yok edilebilmektedir. Bu bulanıklık ise yeni medya ile birlikte insanların birer haber kaynağına dönüşmesi ve sahte haberlerin çeşitliliğinin artmasına yol açmaktadır (Karakaş ve Doğru, 2021: 180).

Hakikat sonrası dönemde, bireylerin gerçeklik algıları rasyonelliğin dışında duyguları ve kişisel kanaatlerinin etkisi altında kalmaktadır. Bir diğer deyişle, kişiler gündelik hayatlarında karşılarına çıkan sahte bilgilere ve bu bilgilerin asılsız olduğu ortaya çıksa bile inanmaya devam etmektedirler. Özellikle dijital medya kullanımının yaygınlaşması ve sanal toplulukların her geçen gün artış gösterdiği bugünlerde yeni medya üzerinde post-truth gerçekliği yaratılmaktadır (Erdoğan Tarakçı ve Baş, 2018: 1115). Genel olarak yeni medya araçlarının kullanımı ve erişilebilirliğinin kolay olması dijital medya ortamlarına katılımı artırmaktadır. Özellikle Web 2.0 tabanlı medya düşünüldüğünde her bir kullanıcının bilgi ürettiği açıktır. Bu durum iletişim alanında fayda sağlarken diğer taraftan da kontrolsüz bir haber üretilme sürecine girilmesi neden olmuştur. Ayrıca komplo teorilerinin ve

söylentilerin hızlı bir şekilde hakikat sonrası (ötesi) bu dönemde dolaşıma sokulması gibi sorunları da ortaya çıkarmaktadır (Eroğlu ve Çakmak, 2020: 309-310).

Hakikat sonrası ve yeni medya simbiyotik ilişki içerisinde birbirlerini besleyerek beraber hareket eden bir olgu olarak görülmektedir. Böyle bir ortamda yeni medya, bireyleri sınırlı ve türdeş bir dünyaya maruz bırakmaktadır. Daha açık bir ifadeyle yeni medya algoritmaları, büyük veri kapsamında kullanıcıların birçok bilgilerini kayıt altına alarak, onların hobilerine, siyasi görüşlerine, ilgi alanlarına yönelik haberleri ve sayfaları sürekli olarak karşısına çıkartmaktadır. Bunun sonucunda ise kişilerin zihin yapılarına uygun türdeş gönderilere maruz kaldıkça, post-truth dönemin de etkisiyle herhangi bir konu hakkında kişisel yargıları kısır bir döngü içerisinde beslemektedir (Karakaş ve Doğru, 2021: 164).

Hakikat sonrası (ötesi) bu çağda internete erişen ve okuma yazma bilen her birey, sahte haber oluşturabilmekte ve bu haberleri sayfalarında paylaşarak hızlı bir şekilde dolaşıma sokulmasına neden olmaktadır. Bu nedenle artık kaynağı belli olmayan ve doğruluğu kanıtlanmamış yüzlerce haber ortaya çıkmaktadır. Tam da bu noktada medya okuryazarlığı olmayan medya tüketicileri, yeni medya ortamlarında karşılaştıkları sahte haberlerin çoğuna inanmaktadır (Şimşek, 2018: 5). Çünkü yeni medya ortamları sahte haberleri yaymak için uygun ortam sağlamaktadır. Artık insanlar okuma yaptıkları sahte haberleri sorgulamaya gerek duymadan kendi duygu ve düşüncelerini pekiştirdiği için kabul etmektedir. Nitekim bireyler yeni medyada doğruluğu kanıtlanmamış bilgileri sayfalarında paylaşp sahte haberlerin çoğalmasına zemin hazırlamaktadırlar (Prego, 2017). Bu da birçok yeni medya kullanıcılarını da haber içeriklerine karşı güven problemini ortaya çıkarmaktadır. Burada üzerinde düşünülmesi gereken bir başka önemli mesele ise dijitalleşen haberciliğin yaşadığı dönüşümlerdir.

1.3. Dijitalleşen Habercilik

İnsanın varoluşu ile birlikte haber alma ihtiyacı tarihin başlangıcından bugüne değin süregelmiştir. Bireylerin yeni şeyler öğrenip, öğrendiklerini ise karşısındakine aktarma süreci birçok gelişmeye kapı aralamış bu da iletişim teknolojilerinin gelişmesini sağlayarak medyanın dijitale dönüşmesine neden olmuştur (Kazan, 2021: 665). İletişim teknolojilerinde yaşanan bu gelişim süreci için insanoğlu gelişen teknolojiyi kullanıp “dijital çağ” olarak nitelenen bu dönem için çaba göstermiştir (Ayık, 2019: 35).

İletişim teknolojilerinde yaşanan bu değişim ve dönüşümlerin dijital haberciliğe yeni boyutlar kazandırdığı görülmektedir. İletişim araçlarının tarihsel sürecinde telgrafın icat edilmesi, mesafelere bağlı iletişimi değişikliğe uğratarak, uluslararası haber ajanslarının da ortaya çıkmasını sağlamıştır. Sırasıyla telefon; radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçları da haberleşme amacına hizmet etmiştir. 20. yy. sonlarına gelindiğinde internetin gündelik hayat içinde sıklıkla yer aldığı ve değişen-dönüşen habercilik pratiklerinin çevrimiçi habercilik uygulamalarının önünü açtığı ifade edilmektedir. 21. yüzyılın başlarında ise Web 2.0 teknolojileriyle tanışılmış ve sosyal paylaşım platformları kullanılmaya başlanmıştır. İletişim teknolojilerinde yaşanan bu gelişim ve dönüşüm; “haberciliğin doğasını, haber üretim ve paylaşım pratiklerini” geliştirmiş, yeni habercilik türlerinden olan dijital haberciliğin doğuşunu müjdelemiştir (Değirmencioğlu, 2016: 605).

Dijital habercilik, tanımı yapılırken sınırlamaya gidilmesi zor olan gazetecilik türü olarak şekillenmektedir. Bunun nedeni, dijital haberciliğin eylem alanı içerisinde anlamlandırılan birçok farklı habercilik biçiminin olmasıdır. Nitekim dijital habercilik basit bir tanım olarak “gazetecilik pratiklerinin dijital yöntemler ile gerçekleştirilmesini” ifade etmektedir. Yani haberciliğin dijitalleşmesi “donanım, yazılım ve ağ tabanlı” vb. gibi teknik bileşenin habercilik alanı kapsamı içerisinde ele alınmaktadır (Özyal, 2016:115). Bununla birlikte dijital habercilik, internet ve bilgisayar teknolojisinin çeşitli habercilik yöntemleri sunması ve bu sistemlerin geleneksel habercilik pratiklerini değiştirmesi sonucunda yeni bir tür olarak görülmektedir (Uçak, 2021: 122). Başka bir ifadeyle dijital habercilik; fotoğraf, video, yazı, grafik, ses kayıtları vb. çeşitli medya formatlarını içinde barındırıp detaylı bilgi olanağı sunmaktadır. Bunun yanında haberlerin arşivlenmesine olanak tanıyan ve en önemlisi de habere erişimde hız ve zaman kazandıran internet üzerinden yapılan dijital gazeteciliktir. Teknolojinin kendini sürekli yenilediği göz önünde bulundurulduğunda, dijital gazeteciliğin zaman içinde kendine özgü belli başlı özelliklerinin de oluştuğunu söylemek mümkündür (Dolgunyürek, 2018: 210). Bu noktada dijital haberciliğin önemi ortaya çıkmış ve bu pratikleri anlamak için dijital haberciliğin haber yapısına etkisi ve geleneksel habercilikten ayrılan noktalarına bakmak gerekmektedir.

İletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte habercilik alanı da dijital bir boyut kazanmıştır. Gazetecilik pratikleri dijital ortama aktarılmış, toplum içinde yaşanan gelişmeler dijital ortamlarda sunulmaya başlanmıştır. Bu da yanında dijital habercilik yapan kuruluşların, bağımsız gazetecilerin ve dijital medya ile ilgilenen herkesin bu gelişmelerden

haberdar olmaları için birtakım teknik bilgi ve becerilere sahip olmalarını gereklilik haline getirmiştir. Bunun için dijital medyada yaşanan gelişim ve dönüşümlerle ilgili kişileri bilgilendirmek için dijital habercilik akademileri kurulmaya başlanmıştır (Budak, 2020: 189). Geleneksel gazetecilikten farklı olarak bu akademik kuruluşlar daha farklı ve çeşitli eğitimleri sürdürmektedir.

Haberciliğin gelenekselden dijitale dönüşmesi, mevcut habercilik pratiklerinin de değişime uğramasına yol açmıştır. Bu süreç içerisinde bazı gazeteler basılı yayın hayatına son verirken, bazıları ise basılı ve dijital platformlarda varlıklarını sürdürmektedir. Artık bireyler gazeteleri satın almak yerine akıllı telefonlarıyla ya da bilgisayar vasıtasıyla dijitalde yer alan haberleri okuyarak bu platformdan gündemi takip etmeye başlamışlardır. Böyle bir ortamda haberciliğin dijitalleşmesiyle tiraj sayısı önemini haber içeriklerinin tıklanma sayılarına bırakmıştır. Bu noktada hakikat sonrası (ötesi) dönemin de etkisiyle dijital dönüşüme uğrayan habercilikte yalan haberlerin yayınlanması ve manipüle edici haber başlıklarına yer verilmesi habercilikte etiğin sorgulanması üzerinde tartışmalara yol açmıştır (Çoban, 2019: 37). Bununla birlikte haberciliğin dijitale kaymasıyla geleneksel gazeteler ekonomik açıdan sıkıntılar yaşamaya başlamışlardır. Çünkü dijital gazetelere ücretsiz erişilmesi gazetelerin tirajlarını düşürmüştür (Okkay, 2019: 304). Bunun nedeni ise insanların haber tüketim şekillerinin değişmesidir. Önceden okuyucu kitle bugün yaşanan olayları ertesi gün gazetelerde okumak için beklemektedir. Ama artık bireyler istedikleri zaman istedikleri yerde haberleri çevrimiçi okuyabilecek dijital gazeteye yönelmişlerdir (Alejandro, 2010).

Basılı ve dijital gazeteler arasında belirli farklılıklar bulunmaktadır. Örneğin; basılı gazetede yapılan herhangi bir hata kalıcı olurken dijital gazetelerde yapılan hatalara anında düzeltme yapılabilir. Bir diğer farklılık ise okuyucu dijital gazetelerde günlük meydana gelen olaylara anında ulaşabilirken basılı gazetelerde ertesi gün erişebilmektedir. Yine bu farklılıklardan bazıları basılı gazetelerde haber daha ayrıntılı verilirken; dijital habercilikte haber daha kısa olarak verilmektedir. Dijital gazetelerde habere erişme imkânı daha fazla iken; basılı gazetelerde ise bu durum daha kısıtlı olmaktadır. Bunun yanında dijital habercilikte haberin doğrulanması bir problem yaratırken basılı gazetelerde bu durum daha güvenilir olmaktadır. Dijital gazetecilikte enformasyon daha çabuk tüketilirken rekabet öne çıkmaktadır. Bu rekabet ortamına ise basılı gazeteler yetişmemektedir. Bunun sonucunda ise dijital habercilikte yaşanan bilgiyi teyitleme ve kaynağın güvenilirliği problemi ile

karşılaşılmaktadır (Ünal, 2020: 249).

Dijital iletişimde yaşanan değişimlerden en çok etkilenen sektörlerden biri de medya olmuştur. Başta gazeteler olmak üzere habercilik, okur kitlesi ve gazetecilik mesleği bu teknolojiler ile büyük bir dönüşüm sürecine girmektedir. Bu dönüşümün en büyük belirleyicisi “internet” olarak görülmektedir. İnternet ortamında okuyucu kitle haberlere dijital ortamda anlık olarak ulaşabilmektedir. Okuyucuların gazete baskısını beklemeden haberlere anında ulaşmaları dijitalleşme adına büyük değişimleri beraberinde getirmiştir. Dijitalleşme ile okuyucu, haber okuyup haber yorumlayan bireyler olmaktan çıkıp dijital platformlarda tanımadığı insanlarla gündemi analiz eden, yeri geldiğinde tepkilerini ortaya koyan aktif okuyucu konumuna geçmektedir (Atık Taşkiran, 2018: 220).

Dijitalleşme, iletişim araçlarına sunduğu imkanlar ile insanların özgürleşmesini sağlamış, toplumda ise zaman ve mekân özgürlüğü kavramını ortaya çıkarmıştır. Artık bireyler belirli bir zamana ve mekâna bağlı kalmadan dünya ile iletişime geçme olanağına sahip olmuşlardır. Dijital ağlar ile sanal iletişim kurulmuş, kelimeler rakamsal kavramlar ile açıklanmaya başlanmış ve tek bir araç üzerinden enformasyon alışverişi başlamıştır. Bu gelişmeler sonucunda “gazeteler, kitaplar, dergiler” vb. gibi geleneksel iletişim araçları değerini kaybetmiş, yerini dijital iletişim araçları almaya başlamıştır (Atlı ve Yücel, 2016: 785). Geleneksel habercilik hedef kitleye daha hızlı erişebilmek, çeşitli içerikler üretmek, zaman ve mekân sınırlamasını ortadan kaldırmak için dijitalleşme yoluna gitmektedir. Nitekim basılı gazeteler önce internet ortamında kendi haber sitelerini kurmuş ilerleyen süreçte ise üretilen haberlerin bir kısmını internet sayfalarında paylaşmışlardır. Çünkü okurların geleneksel habercilikten uzaklaşıp “bilgisayar, tablet, telefon” gibi mobil uygulamalarda gezinmeye başlamaları gelenekselin dijital dönüşmesine neden olmuştur (Kazan, 2021: 666).

Habercilik sektöründe yaşanan dijitalleşme, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de habercilik alanında kimi rolleri ortadan kaldırırken kimi yeni rolleri de oluşturmuştur. Bunlara örnek vermek gerekirse geleneksel gazetecilikteki “pikajcı, montajcı, dizgici, kalıpçı” gibi roller ortadan kalkarken, “sosyal medya uzmanı, fotoğraf galerisi editörü, SEO uzmanları, veri madencileri” haber merkezlerinde çalışmaya başlamıştır (Özdemir, 2019: 138). Nitekim haberciliğin dijitalleşmesiyle gazetecilerin çalışma şekilleri de değişime uğramıştır. Teknolojinin ilerlemesi gazetecilik mesleğini kolaylaştırırken aynı zamanda

gazeteciye ek sorumluluklar yüklemiştir. Örneğin, gazeteciliği profesyonel olarak yapan bireylerin iyi derece de bilgisayar yetisine sahip olması gerekmektedir. Bunların yanı sıra habercilerin; “dijital fotoğraf makinesi, tarayıcı, dijital kamera ve yazıcı” gibi teknolojik cihazları da iyi kullanması beklenilmektedir (Kuyucu ve Kırık, 2020: 237). Ayrıca habercilerin haber üretimi ve paylaşımı için e-posta, tartışma forumları, sosyal paylaşım siteleri, bloklardan yararlanması, dokunmatik, giyilebilir ve üç boyutlu dijital görüntü teknolojilerinden de yararlandıkları gözlemlenmektedir (Değirmencioglu, 2016: 590).

Geleneksel kitle iletişim araçları hedef kitleye ulaştırılan mesajlara karşı geri bildirim yapma olanağı tanımamaktadır. Ancak haberciliğin dijital ortamlarda gerçekleşmeye başlamasıyla hedef kitleye geribildirim imkânı sunulmuştur (Taşkiran ve Kırık, 2016: 221). Özellikle internette bireyler için okuyucu/izleyici ile etkileşimli bir yayıncılık söz konusu olmuştur. Yani kişiler okuduğu haberlerle ilgili duygu ve düşüncelerini paylaşabilmekte istediği takdirde yorumda bulunabilmektedir. Tek taraflı iletişimden ziyade birebir iletişim halinde olması, içeriklerin her an yenilenip güncellenmesi dijitalleşen haberciliğin diğer kitle iletişim araçlarından farklılığını ortaya koyabilmektedir (Çakır, 2007: 125). Bunun yanı sıra internet gazetelerinde aktif olan okuyucunun sorgulayıcı ve eleştirel bir konumda bilinçli yurttaşlar olarak hareket etmesi gerekmektedir. Okuyucu geribildirim (feedback) hakkını kullanarak, gazetelerin eksikliklerini ve yanlışlarını yorumlarıyla eleştirip yapıcı yaklaşımıyla haber söylemini değiştirmesini ve dönüştürmesini sağlayabilmektedir (Akkaya Telci, 2017: 169).

Haberin dijitalleşmesi, okuyuculara birçok kolaylık sağlamaktadır. Artık okuyucular internet sitelerinde istedikleri anahtar kavramını yazıp “ara” tuşuna basarak, geleneksel gazetede ki sayfaları tek tek gezinmelerine ihtiyaç duymadan, dijital ortamda istediği metine kolayca erişebilmektedir. Ayrıca okuyucu, okuduğu haberleri ve ilgili olduğu konuları kendine kişiselleştirebilmektedir (Gezgin, 2002: 32). Yani okuyucu haberin dijitalleşmesi sayesinde kendi gazetesinin genel yayın yönetmeni olmaktadır. Kendi ilgisine göre farklı sitelerden haberleri okuyabilmekte, neyin haber değerine sahip olup neyin olmadığına karar vermekte ve bu haberleri okuyup okumayacağını analiz edebilmektedir. Bunun yanında okuyucu topladığı değişik bilgileri haber gruplarına mail göndererek toplumsal duyarlılığı sağlamaktadır (Toruk, 2008: 303).

Kazan (2019: 92-94), dijital haberciliğin gelişim süreçlerini dört aşamada ele alarak haberin geleceğine dair ipucu vermektedir. Buna göre ilk aşamada habercilik hikayelerinin anlatılmasında kullanılacak verilerin elde edilmesi, temizlenmesi ve analiz edilmesinden elde edilen veri raporlama oluşturulmaktadır. İkinci aşaması veri görselleştirme veya interaktivite oluşturmaktadır. Bu aşamada etkileşimli bir habercilik çalışması yapmak amacıyla dijital yayıncılık (HTML/CSS/JavaScript/jQuery) için kod kullanımı ile birlikte programlama ve veri tabanı yönetimi gerekli olmaktadır. Üçüncü aşamasında birçok ülkede haberciliğe yön veren yeni habercilik teknolojileri gelişmektedir. Bunlar “Drone gazeteciliği, sensör gazeteciliği, sanal ve artırılmış gerçeklik gazeteciliği” yeni teknolojik gazetecilik türleri arasındadır. Dördüncü aşamasında ise; algoritmaların kullanımı, makine öğrenimini ve diğer yeni habercilik amaçlarını gerçekleştirecek yöntemler olarak bilinen bilgisayar gazeteciliği gelmektedir. Bu alan veri raporlama ve gelişmekte olan gazete teknolojileri ile örtüşmektedir.

İnsan hayatını kolaylaştıran ve insan hayatına hız ve zaman tasarrufu sağlayan dijital haberciliğin avantajlarının yanı sıra habercilik mesleğine getirmiş olduğu birkaç dezavantajı da bulunmaktadır. Bunlar; bireylerde görme bozukluğuna neden olması, dezenformasyon tehlikesi, tek tip haberciliğin yapılması, haberin bayağılaşması, amatör gazetecilerin haber üretime olumsuz etkisi, ekonomik kaygılar içinde link vermek uğruna haberdan kopma, siber saldırılara maruz kalma ve kurumsal kimliklerin tam anlamıyla oturmamış olması, dijitalleşmenin insanlar üzerinde oluşturduğu birtakım olumsuzluklara örnek olarak gösterilebilmektedir (Dolgunyürek, 2018: 211).

İletişim teknolojilerinin ilerlemesiyle birlikte ortaya çıkan dijital habercilik sektöründe var olan kurumlar daha nitelikli olmak durumundadırlar. Çünkü gelişen teknoloji ile haberciler, haber toplayıp yazma gibi mesleki tecrübelerinin yanında bilgisayar kullanımı, birkaç yazılım programlarını iyi kullanabilme ve yaşanan teknolojik gelişmeleri yakından takip etmeleri gerekmektedir. Bu gelişmelerin ışığında geleneksel gazetede de gelişen teknolojiye ayak uydurmaya başlamıştır (Çınar, 2019: 158).

Habercilikte artık muhabirler ve editörler geleneksel gazetecilikten ziyade internet gazeteciliğinde daha fazla “mesai” yapmakta, hedef kitleye son dakika gelişmelerini iletmek için zamanla yarışmak durumundadırlar (Kuyucu ve Kırık, 2020: 237). Çünkü dijitalleşen habercilik, haberleri anında servis edilmesi için yarış haline sokmuş, bu da haber

içeriklerinin teyit edilmeden paylaşılması sahte haber sorununu beraberinde getirmiştir (Okkay, 2017: 177). Özellikle haberin internet ortamında hızlı bir şekilde paylaşılması yayın içeriklerinin kalitesizleşmesine yol açmış, dezenformatif ve gerçek olmayan içeriklerin sanal ortamda yayılmasına ortam hazırlamıştır. Bu da içerik üreticiler ve kullanıcılar açısından birçok sorunu beraberinde getirmiştir (Kırık ve Yegen, 2017: 104). Sonuç olarak haber içeriklerinin denetimsizliği bilgi kirliliğinin oluşmasına ve habere karşı güvensizliği ön plana çıkarmıştır.

1.4. Dijital Ortamda Yeni Habercilik Türleri

Yeni medya ortamlarında gazeteciliğe geçişin başladığı 16. yüzyıldan bugüne kadar toplumun haber ve enformasyon kaynağında kitle iletişim araçlarının önemli rol oynadığı görülmektedir. 19. yüzyıla kadar bu süreçte yer alan gazetenin yerini, globalleşen dünyada toplumun ihtiyaçlarını daha hızlı ve pratik bir şekilde karşılayan çeşitli medya organları ortaya çıkmıştır. 21. yüzyılın başlarına gelindiğinde artık kitle iletişim aracı olarak internet, dijital ortamda yeni bir iletişim anlayışını ortaya koymaktadır. Yeni medya olarak adlandırdığımız bu alan habercilik sektöründe bir devrim gerçekleştirmektedir (Yurdigül ve Yüksel, 2012: 143).

Geçmişte hangi gazeteyi okumaları gerektiği konusunda analiz edip tercihte bulunan insanlar artık dijital platformlarda haberleri takip etmeyi tercih eder hale gelmişlerdir. Okuyucuda yaşanan bu değişiklik, dijital medyada meydana gelen yeni habercilik türlerindeki bu artış etkili olmaktadır. Bu da yeni medyada görülen çeşitli haberlerin gazeteciler arasında rekabet oluşmasına neden olmaktadır. Binlerce haber portalı, en iyi haberleri en hızlı şekilde sunma çabası içerisinde birbirleriyle yarışır duruma getirmiştir (Kuyucu, 2020: 186).

Etkileşimcilik oranı ve yoğunluğu diğer araçlardan fazla olan yeni medya, dev sanal ağlarını ve sanal kitleleri ortaya çıkarmış ve kendi kültürünü yaratarak yeni yaşam biçimi oluşturmuştur. Özellikle dijital ortamdaki hızlı ilerlemeyle birlikte geleneksel medya haberlerini, okura/izleyiciye yeni ve farklı alanlarda okuma ve izleme olanağı sunulmuştur. Bu da farklı habercilik anlayışının yerleşmeye başladığını göstermektedir. Artık haberciliğe farklı kavramlar eklenmiş ve yeni türler ortaya çıkmaya başlamıştır (Kalsın, 2016: 76).

Yeni medyada gerçekleşen bu yoğunlaşma ve yöndeşme eğilimleri, sektörde yeni iş türleri ve istihdam yapılarının şekillenmesine neden olmuştur. Bu türlerden birkaçı “Blog

Gazeteciliği, Video Ağ Günlüğü (Vlog) Gazeteciliği, Podcast Gazeteciliği, Twitter Gazeteciliği, YouTube Gazeteciliği” vb. gibi adlandırılan gazetecilik uygulamaları ortaya çıkmıştır. Dijital medyada ortaya çıkan bu türler; haber içeriğinin oluşturulması, haberlerin üretilmesi, okuyucu kitle, haberin dağıtımı ve birçok alanlarda değişikliği getirmiştir (Yıldırım, 2010: 248).

1.4.1. Blog Gazeteciliği

Gelişen teknolojiyle beraber gazetecilik alanı, yazılı basın sektöründen ayrılarak dijital platformlara kaymaktadır. Geline bu durumda gazetecilik, geçmişte seçilmiş belli başlı kurumlarda yapılırken artık kendi sınırlarını aşmış, bireylerin her an her yerde gazetecilik etkinliklerine katılmalarına fırsat sağlamış bu da blog gazeteciliğini ortaya çıkarmıştır. Bu durum beraberinde geçmiş yazılı basında nesne konumunda olan kamu, blog gazeteciliğiyle beraber özne konumuna sahip olmuştur. Daha açık bir ifadeyle habercilik faaliyetleri yeni bir güç olarak kişileri ön planda tutmuştur. Aynı zamanda blog gazeteciliği alternatif bir habercilik ortamını oluşturarak toplum içerisinde görünür olmayan kesimlerin seslerini duyurabilecekleri bir fırsat oluşturmalarına yardımcı olmaktadır (Köseliören ve Çakır, 2019: 449). Blog gazeteciliği, kullanıcıyı iletişim sürecine katan ve aktif konuma getiren web 2.0 uygulamasının birer ürünü olarak kabul edilmektedir. Blog terimi web ve log kelimelerinin birleşiminden oluşan Weblog’un kısaltması şeklinde oluşmaktadır. Weblog kavramı, 1997’de Jorn Barger tarafından ortaya atılmıştır. Blog terimi olarak kısaltılması ise ilk kez 1999 yılında Peter Merholz tarafından “we blog (blog yapıyoruz)” cümlesiyle kullanılmıştır (Şenol Cantek ve Cantek, 2007: 31). Kısacası blog gazeteciliği çok yakın zamanda hayatımıza giren yeni bir alternatif medya olarak şekillenmektedir.

Blog gazeteciliği, “tüketici” ve “okuyucu” pozisyonunda olan kullanıcılarını birer “üretici” konumuna dönüştürmekte, haberi eleştirip kişisel yorumlarını yapmalarına olanak sağlamaktadır. Bu durumun hem olumlu hem de olumsuz yönlerinin olduğu ifade edilebilir. Yani haber hakkında yapılan yorumlar, temel habercilik kurallarının ihlaline yol açabileceği gibi haber ve yorum arasındaki ince çizgiyi bulanıklaştırmasına da neden olmaktadır. Nitekim etik kurallardan uzak hareket eden blog gazeteciliğinin yazarları olan bloggerlar, reklam verenler ile geleneksel haberciliğin etik kurallarından bağımsız hareket ederek özel hayatın gizliliğinin göz ardı edilmesi gibi sorunlar yaşatabilmektedir (Pınarbaşı ve Astam, 2020: 73). Bu sorun okuyucu kitle tarafından blog gazeteciliğine olan güvenin de zedelenmesine yol açabilmektedir.

Blog gazeteciliği giderek popülerleşmekte, artık çok sayıda insan, haber ve bilgilendirme aracı olarak kullanılmaktadırlar. Bunun yanında blog haberciliği; “teknoloji, politika, spor, eğlence, dedikodu, yeni trendler, moda, sağlık” vb. gibi birçok alanda çeşitli seçenekler sunmakta ve bu yolla talep edilmesi kolaylaşmaktadır. Nitekim bu kaynakların güvenilirliği olmasa da bireyler ilgi alanlarına yönelik blog gazeteciliğine yönelmektedirler. Bu da geleneksel gazetecilik ile dijital medya arasında olan uçurumun büyümesine neden olmaktadır (Dilmen, 2014: 118). Bunun sonucunda blog gazeteciliği, geleneksel gazetecilik anlayışına yeni olanaklar sunarak dijital haberciliğin önemli bir kanadını oluşturmaktadır (Özüdoğru, 2014: 43).

İnternet teknolojisinin sağlamış olduğu araçlarla hem amatör hem de profesyonel kişiler tarafından geleneksel haberciliğe bağlı kalmadan tamamen bağımsız haber yapma faaliyeti olarak tanımlanan blog gazeteciliği (Köseliören ve Çakır, 2019: 449), bireylerin kendilerini ifade etme ihtiyaçlarını da karşılamaktadır. Artık insanlar geleneksel medyayı bırakıp dijital medyayı kullanmaya başlamıştır. Çünkü blog gazete yazarlarına göre geleneksel medyada yapılan aktivite dijital medyaya göre daha kısıtlı olmaktadır. Bu da bireylerin yeni medyaya yönelmelerine neden olmaktadır (Atikkan ve Tunç, 2011: 34).

Bireyleri etkileşimli kılan blog gazeteciliği, hedef kitlenin beğendiği haberleri etkileşimli duruma getirdiği için ilgi çekmektedir. Ayrıca blog takipçilerini yine bu sayfalar üzerinden habere yönelik eleştirilerini paylaşmalarına imkân tanımaktadır. Nitekim editoryal bir baskının olmadığı blog gazete sayfalarında, farklı görüşlerin bir araya gelerek tartışılabilmesi, blog haberciliğin okuyucu kitlesini de kalıcı duruma getirmektedir (Yüksel, 2022: 36). Bunun yanında blog gazeteciliği okuyucu kitleye, herhangi bir şart olmadan web sayfası yapabilme imkânı sunmaktadır. Blog sayfalarına resim ya da yazı yükleyebilme kolaylığı ile blog habercilik yapan insan sayısının artmasına neden olmaktadır. Bu da daha fazla insanı yazı yazmaya teşvik etmekte, yazdıkları ile kendi okur kitlelerini oluşturan bireye, yazar olma seçeneğini sunmaktadır (Şenol Cantek ve Cantek, 2007: 29).

Blog gazeteciliğine artık insanlar ilgi göstermekte ve teknolojik imkanlardan yararlanarak gazetecilik faaliyetini gerçekleştirmektedirler. Bu da blog gazeteciliğin kalitesini arttırmış, yalnızca kalıplaşmış haber içeriklerine bağlı kalınmadan “spordan magazine, politikadan ekonomiye” kadar geniş bir haber ağına temas edilen blog sayfaları oluşturulmuştur (Yüksel, 2022: 36). Sayısı gittikçe artan blog gazeteciliğinin doğuşu, kâr

amacı güden sektörler için güçlü birer pazarlama araçlarına da dönüşmüştür (Özüdoğru, 2014: 36).

1.4.2. Video Ağ Günlüğü (Vlog) Gazeteciliği

Eğitimden eğlenceye kadar birçok alanda ortaya çıkan video, gazetecilik için de önemli bir araç olmuştur. Videonun haber faktörü olarak kullanılmasının geçmişine bakıldığında haber filmlerine kadar uzandığı görülmektedir. Daha açık bir ifadeyle savaş zamanlarında propaganda yapmak için kullanılan haber görüntülerinin videolar şeklinde verilmesi ilk örnekleri olarak kabul edilmektedir. 1990'lı yıllara gelindiğinde ise bilgisayar teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile habercilik alanı da kendini yenilemiştir. Böylece video haberciliği, internetin gündelik hayatta kullanılmasıyla birlikte giderek yaygınlaşmış ve gazeteciliğin önemli bir türü olarak kabul görmüştür (Koşar, 2015: 27). Teknolojik ilerlemeler ile gelişen video ağ günlüğü (vlog) gazeteciliği, yeni medya platformlarına taşınarak önemi artmıştır. Artık kullanıcılar video üreticisine dönüşmüş ve yeni medya mecralarını da kullanarak ürettikleri haberleri dağıtımçı konumuna gelmişlerdir (Topbaş, 2021: 394).

Video haberciliği, geleneksel gazetecilik içerisinde yer alan foto muhabirliğinin dışında gelişen yeni bir alan olarak ortaya çıkmıştır. Yeni gelişen bu habercilik türü için bir anlamda resim ve sesleri birbirlerine uyumlu bir şekilde birleştiren bir slayt gösterileri olarak tanımlanabilmektedir. Video haberciliğin uygulama kısmı “özel haberlerin video ve fotoğraf ile desteklenip abonelere bir bütün olarak sunulması ya da foto muhabirlerinin fotoğraflı, kısa yazılı, arka planda ortam seslerini barındıran slide gösterileri” ile hazırlanmaktadır. Bu da okuyucunun daha az yazı ve bol görsellerle haber tüketiminin kolaylaşmasını sağlamaktadır (Pavlik, 2013: 12).

Alternatif ve karşı-hegemonik bir dil oluşturması bakımından video haberciliği, insanlara yeni bir alan oluşturmaktadır. Televizyon haberciliğinin geleneksel yapısından uzaklaşan ve kendi özgün hikayesini anlatan yeni bir gazetecilik anlayışını geliştirmiştir. Görsel hikâye anlatma aracı olarak görülen video haberciliğinin; “kamera kullanma, düzenleme yapma ve kurgu yapma” gibi birden fazla teknolojiyi kullanma becerisi gerektirdiği için gazetecilik açısından zorlu bir meslek olduğu gözler önüne serilmektedir (Şen, 2020: 211). Ayrıca video haberciliğinde muhabirin habere uyumlu başlık ve seslendirmelerle haberi tamamlamalıdır. Çekilen görüntülerin yanında hareketsiz görüntülerinde videolara uygun bir şekilde yerleştirilebilmesi önemlidir. Bu nedenle video

gazetecisi olmak mevcut prodüksiyon standartlarını karşılayan ve haberleri uyumlu bir şekilde düzenleme becerisi gerektirmektedir (Barnett, 2022).

İnternetin yaygınlaşmasıyla bireyler, çektikleri videoları kendi oluşturdukları video blog sitelerine yükleyerek video haberciliğine olan ilgiyi arttırmıştır. Özellikle “YouTube ve Vimeo” gibi siteler kullanıcılara ürettikleri videoları ücretsiz olarak yüklemelerine ve paylaşımlarına olanak tanımaktadır. Nitekim video blog sitelerini sadece kullanıcılar değil “kurumlar, üniversiteler, medya kuruluşları ve markalar da” kullanmaktadır. Bu siteler yayınlanan videolar hakkında yorum yazabilme ve kullanıcıları takibe alarak karşılıklı etkileşim oluşturabilme imkânı vermektedir (Özata, 2013: 87).

Video gazeteciliğinin habercilik mesleğini tehlikeye düşürdüğü konusunda bazı tartışmalara konu olmaktadır. Nitekim medya kuruluşları, video haberciliğini daha çok görünür kılmaktadır. Bu kuruluşlar eş zamanlı olarak haber içerikleri üretip kendi sitelerinde paylaşarak bu platformlarda var olmaktadır. Bu da sitelere yüklenen haberler -Youtube başta olmak üzere sosyal mecralarda reklam getirisi olup- medya kuruluşlarının kâr elde ederek para kazanmalarına imkân sağlamaktadır (Izzati, 2020: 80).

Video gazetecisi, gerçek hikayeleri haberleştirip izleyici kitlesine ulaştıran videolar yapmaktadır. Bu tür gazeteci, “araştırma, düzenleme ve raporlama” içeren görevlerin hepsini bağımsız olarak kendisi yapmaktadır. Yani video haberciliğinde video gazetecisi olan bireyler bazen haber programlarına göre hareket etmekte bazen profesyonel ekiple veya serbest olarak çalışmaktadır. Video haberciliği artık geleneksel gazetecilik biçimlerine uygun alternatif bir tür olarak görülmektedir (Barnett, 2022). Bunun içinde gazetelerde video haberciliği ve sosyal medya alanlarında ayrı birimler açılarak bu alanlarda uzmanlaşmış medya profesyonellerinin istihdam edilmesi gerektiğini söylemek mümkündür (Tok, 2021: 330).

Sürekli gelişen video gazetecilik pratikleri, bireylere çeşitli olanaklar sunmaktadır. Medya kuruluşlarına ve haber üreticilerine video haberlerinin paylaşılmasına ve kullanıcıların rahat bir şekilde erişimlerine olanak sağlamaktadır. Bunun yanı sıra video haberlerini sadece bir cihazla üretip cep telefonlarıyla bireylere ulaşmasına imkân tanımaktadır (Izzati, 2020: 80). Bu da video haberciliğinin avantajlarının daha çok insan tarafından benimsenip haber içerikleri üreten kişilerin sayılarının artmasına yol açmaktadır.

1.4.3. Podcast Gazeteciliği

“Podcasting” kelime anlamı olarak “iPod ve yayıncılık anlamına gelen broadcasting” kelimelerinin birleşimlerinden oluşan yeni bir kavram olarak ortaya çıkmıştır. Podcasting sözcüğünü ABD’de “Adam Curry ve Dave Winer’ın” beraber yaptıkları çalışmaları ile 2004 yılında geliştirilmiştir (Doyle, 2019). Geliştirilen podcast kavramı bir ses dosyası oluşturup bu dosyayı aktarma işlemi olarak kullanılan yeni bir habercilik türü olarak tanımlanmaktadır. Podcast sayesinde kullanıcılar haberleri indirmekte kolay bir şekilde dinlemektedir (Chen, 2009). Kısacası podcast yayıncılık, yaklaşık 16 yıllık bir geçmişi ile yeni medya ortamlarında daha yeni sayılabilecek bir yayıncılık olması, geleceğe dair çoğunlukla spekülasyon yapılan bir iletişim mecrası olmaktadır (Şener, 2020: 215).

Yeni medya sektörünün var olmasıyla beraber habercilik alanında birtakım yenilikler yaşanmıştır. Yaşanan bu yeniliklerden biri de “Podcast” yayınları olarak haberciliğin geleneksel boyutları dijital mecralara taşınmıştır. Podcast haberciliği ses kaydı imkânı veren bir gazetecilik türü olarak görülmektedir. Başka bir ifadeyle haber içerikleri ses kaydı ile düzenlenip hazırlanarak dinleyicilere sunulmaktadır. Podcast yayınları, bilgisayar veya mobil telefonlara indirilerek istenildiği yerde ve zamanda dinlenebilir bir habercilik imkânı sağlamaktadır (Budak, 2021: 373).

Podcast yeni bir yayıncılık türü olarak habercilere ürettikleri haberleri okuyucuya birden fazla alternatif fırsatlar sağlamaktadır. Örneğin; haberlerin oluşturulup web sayfalarına birer ses dosyası olarak kullanıcılara aktarma fırsatı sunmaktadır (Miguel Descalso, 2015).

Podcast yayıncılığının 2004 yılından bu yana gelişerek çoğaldığı görülmektedir. Artık internet üzerinden podcast haberler; ses, video ve yazınsal birden fazla dosya “Spotify, iTunes ve Youtube” gibi uygulamalar üzerinden dinlenebilmektedir. Nitekim bu habercilik türünün sayısı ve içeriklerinin dinlenme sayılarındaki artışta ciddi oranda bir gelişme yaşanmaktadır (Budak, 2021: 376). Artık podcast habercilik yeni medya ortamlarında kendine yer bulmuştur.

Farklı konularda oluşturulan podcast içerikleri kullanıcılara anında ulaşma olanağı sunmaktadır. Bu haber türü radyo gibi naklen yayın yapmak yerine kaydedilmiş ses dosyalarını okuyucuların rahatlıkla dinleyebilmesine olanak veren bir anlayışla tasarlanmaktadır. Podcast yayıncılık habercilik alanında kendine yer vermesi geleneksel

haberciliğe farklı pratikler getirmiştir. Herkes tarafından ulaşılabilir olan ekipmanlar ile podcast haber üretebiliyor olması yurttaş haberciliğini kendine yakınlaştırmakta ve alternatif yayıncılığa olanak tanımaktadır. Podcast haberciliği, bireysel ya da özel kuruluşların toplumsal sorunlara vermediği önemi verebilmesi ve ana akım medyanın göz ardı ettiği konulara değinerek topluma servis etmesi gibi sağladığı faydalarla ön plana çıkmaktadır (Budak, 2022: 260).

Geleneksel medya üzerinden izlenen haberler yayınlandığı gün ve saatlerin dışında ancak medya kanalı yayınlarsa kullanıcılar izleme olanağı bulmaktadır. Podcast teknolojisinde ise bu durum tam tersi olarak görülmektedir. Diğer bir deyişle podcast habercilikte zaman kısıtlaması ortadan kaldırılarak kullanıcı dilediği gün ve saatte dinleyebilmektedir. Özellikle geleneksel medya çeşitli içerikleriyle birçok hedef kitleye hitap ederken, podcast habercilikte hazırlanan yayınlar hedef kitlenin zevklerine uygun içerikler sunulmaktadır (Dumanlı Kürkcü, 2016: 147). Bu birtakım farklılıklar ile podcast habercilik, “ucuz, kolay ve daha özerk” bir konuma gelmekte, zaman engellemesi olmadan uzman görüşler ile beraber araştırmacı gazeteciliğini de mümkün kılmaktadır. Editoryal bir süreçten geçmeyen bu yayıncılık türünde özgür içerikler üretilmekte ve bağımsız yayınlar oluşturulmaktadır. Bu getirilen yenilikler ise podcast haberciliğini geliştirmekte ve yaygınlaştırmaktadır (Budak, 2022: 261). Bunların yanında podcast haberciliğin sağladığı mekân ve zaman özgürlüğü de gelişimine ve yaygınlaşmasını olanak tanımaktadır.

Podcast haberciliğinin olumlu yönlerinin yanında olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Bunlar haber içerikleri üreten yayıncıların kendi ideolojilerini habere yansıtmaları ve kişisel yorumlarını aktararak toplumda yönlendirici bir etki oluşturmalarıdır. Bu da üreticilerin hazırladıkları haberleri doğruluktan uzaklaştırmakta ve güvenilirliği konusunda endişe yaratabilecek durumlara zemin hazırlamaktadır. Nitekim teyidi yapılmamış haberler topluma servis edildiğinde yaşanacak etik ihlaller, mesleki değerlere ve topluma zarar verebilecek boyuta ulaşmaktadır. Bunun nedeni bireysel yayın yapan podcast habercilerin herhangi bir yasal kurallara bağlı olmamaları, doğruluğu teyitlenmemiş haberlerin yayımlanmasına, herhangi bir sorumluluk hissedilmemesine yol açmaktadır (Budak, 2021: 386). Bunun sonucunda podcast yayıncılarının haberlerin güvenilirliği sorgulanmadan servis etmeleri okuyucu kitlenin bu tür yayıncılığa olan güveni zedelenebilmektedir.

1.4.4. Twitter Gazeteciliği

Twitter, mikroblog ve sosyal ağ uygulaması olan bir site olarak kabul edilmektedir. 2006 yılında Jack Dorsey tarafından kurulan bu site, “tweet” ismi verilen sınırlı karakterle metin yazımı, fotoğraf ya da video paylaşımına imkân veren bir iletişim aracıdır. Yalnızca 140 karakterlik metinler yazma olanağı veren uygulama zamanla gelişerek 2017 yılında 280 karaktere çıkarılmıştır. Twitter uygulamasında kullanıcılar tweet adı verilen paylaşımlar yapmakla birlikte bazı kullanıcıların tweetlerini re-tweet yaparak sayfalarında paylaşabilmektedirler. Bunun yanında gündeme dair paylaşılan “hashtag”lerle, düşüncelerini beyan ederek toplumu ilgilendiren önemli konuları ön plana çıkarabilmektedirler (Pınarbaşı ve Astam, 2020: 76). Twitter, bireyler arasında çoklu iletişim alanları sağlamaktadır. “Haberler, e-mail, anlık mesaj, forum gönderileri, sosyal ağlar, kamu konuşmaları, linkler ve bilgi paylaşımları” vb. gibi özellikleri bir arada kullanılmasına olanak tanımaktadır. Toplumda meydana gelen olay ve eylemlerden anında haberdar olmak ve diğer kullanıcılarla etkileşimde olmak için Twitter kullanılmaktadır. Bu kullanıcılar birbirlerinden aldıkları gönderileri kendi sitelerinde paylaşarak hem o bilgileri birçok kesime ulaştırmakta hem de çok konuşulan olayların yer aldığı “TrendingTopic” ismi verilen listeye girmesine neden olarak gündem oluşturmaya zemin hazırlamaktadırlar (Tufan Yeniçiftçi, 2015: 10).

Micro blog sitesi olan Twitter, dünya çapında popüler bir iletişim aracı olmuştur. Twitter artık bireysel internet kullanıcıların değil, “özel şirketlerin, devlet kurumlarının, yöneticilerin, siyasetçilerin ve ünlü isimlerin” de kullandığı bir platformdur. Bu platformda özellikle haber takip bağlamında kullanılması ön plana çıkmaktadır. Ayrıca hem yönetici sınıf hem de liberal çoğulcu araştırmacılar tarafından Twitter, fikirlerini özgürce beyan etmelerine ve toplumsal dayanışma sağlama konusunda önemli bir aktör olarak görülmektedir (Dağtaş ve Yıldırım, 2019: 66). Kısacası Twitter bugün çok “aktörlü, etkileşimsel ve bağlamsal” bir haber ve bilgi ağının paylaşılmasına olanak tanıyan servise dönüşmektedir. Bu sayede okuyucu pasif kullanıcı yerine ileti paylaştan, düşüncelerini özgürce dile getiren, haber üreten aktif kimliğe sahip olmuştur. Bu da Twitter’ın hem medya kuruluşlarına hem de alternatif haberciliğe yeni bir alan oluşturmuştur (Çaba, 2019: 97).

Yeni medya içerisinde şekillenen “Twitter gazeteciliği” haberciliğe dönük yeni tartışmalardan biri olarak kendini görünür kılmaktadır. Twitter aracılığıyla bireylerin zaman zaman birer gazeteciye dönüşmesi, gazeteciliğin artık sosyal medya platformlarında çeşitli

alanlarına taşındığını görülmektedir. Twitter'daki bu gazetecilik ortamı geleneksel medyadan yararlanmakta, etkilenmekte ve kendini yenileme içerisine girmektedir (Arik, 2013: 274). Gelişme içerisinde olan Twitter, “gazetecilerin, politikacıların, sivil toplum kuruluş temsilcilerinin, yurttaş gazetecilerin ve çevrimiçi toplulukların” birbirleriyle iletişim ve etkileşim içerisinde olmalarını sağlayan bir ekosistem haline gelmiştir. Yeni bir gazetecilik anlayışını ortaya çıkartan Twitter gazeteciliği “sanal ortam gazeteciliği” (ambient journalism) ya da “son kullanıcı gazeteciliği” (end-user journalism) gibi farklı kavramlarla tanımlandığı görülmektedir (Çaba, 2019: 95).

Paylaşım panelinin içinde “Ne Yapıyorsun? (What are you doing?)” sorusunun “Neler oluyor? (What’s happening?)” sorusuna dönüşmesi, Twitter’ın belirli bir süre içerisinde değişen anlayışını ve kullanıcı davranışlarının nasıl bir hal aldığını yansıtmaktadır. İlk zamanlarda kişisel paylaşımların olduğu bir alan olarak düşünülen uygulama, zaman içerisinde kendisini dönüştürerek “Neler oluyor?” sorusunun da ön ayak olduğu, herkese açık olan bilgilerin, haberlerin ve olayların dolaşıma sokulduğu bir mecra haline gelmiştir. Yani kamusal sektörde; fikir paylaşma, tartışabilme ve kişisel düşüncelerin paylaşımını sağlayan bu alan, gazeteciliğe farklı bir deneyim kazandırmaktadır. Dolayısıyla bireyler bilgi/haber kaynaklarına istedikleri zaman ulaşabilmekte ve alanında uzman veya uzman olmayan kişiler haber paylaşımında bulunabilmektedir. Bu durum Twitter gazeteciliğın yaygınlaşmasına olanak sağladığı gibi özgür gazeteciler için de alternatif bir ortam sunulmaktadır (Pınarbaşı ve Astam, 2020: 77). Görüldüğü gibi kullanıcıların günlük sohbet, bilgi paylaşımı, haber vermek ve habercilik” vb. faaliyetler için Twitter’ı kullandıkları görülmektedir (Hermida, 2010: 299).

Twitter hem sıradan haberleri hem de önemli haberleri içerisinde barındırmaktadır. Bu haberler geniş topluluklar tarafından tüketilmektedir. Bunun yanında Twitter’daki haberler üretici ve tüketici kesimleri birbirleri ile sürekli etkileşim halindedirler. Özellikle gazeteciler ilginç haber paylaşan Twitter kullanıcılar ile temasa geçmektedir. Bunun temelinde ise habercilerin son dakika haberleri paylaşmak için yarış halinde olmaları, vatandaş gazetecisi olan Twitter kullanıcılarından canlı haberleri anında alma olanaklarını elde etmeye çalışmak yatmaktadır (Kuyucu, 2014: 160). Çünkü anında haber vermek haber sitelerini kullanıcılar açısından önemli hale getirmektedir. Bu anlamda Twitter “hız çağı” olayların/haberlerin kapsamlı ve hızlı bir şekilde paylaşılmasına ve ulaşılmasına olanak tanımaktadır (Algül ve Sütçü, 2015: 22).

Twitter, haber toplama ve yazmanın yanı sıra haberlerin dolaşıma sokulması ve geniş kitlelere yayılmasını sağlaması açısından gazetecilik alanında önemli bir uygulama olmaya başlamıştır. Bunun yanında kullanıcı sayısı fazla olan Twitter hesapları, takipçi sayısı az olan hesapların haberlerini paylaştığında bu hesapları hızlı bir şekilde tanınmasını ve bilinmesini sağlamaktadır. Böylece Twitter çok fazla tanınmayan internet gazetelerinin popüler olmasına veya bireysel olarak haber yapan bireylerin bu platformlarda görünür olmasına katkıda bulunmaktadır. Bu da takipçi sayısı çok olan Twitter hesaplarının ekonomi açısından reklam almasını sağlayarak kullanıcılara bir gelir kaynağı olmasına imkân vermektedir (Kılıç, 2015: 101). Dolayısıyla Twitter, gelir elde etmek için bireylerin kullandığı alternatif bir yol olarak tercih edilmektedir.

Twitter'ın habercilik açısından önemli gelişim ve dönüşümlerini en kapsamlı bir şekilde açıklayan Pınarbaşı ve Astam (2020: 79), Twitter haberciliğini şu şekilde detaylandırmışlardır;

- Twitter gazetecilerinin sadece haber paylaşan bireyler olarak algılanmasından ziyade kişisel paylaşımları sayesinde kim olduklarına dair fikir yürütmelerinde etkili olmuştur. Bu durum ise haber veren ve haber alan arasında bir bağ oluşturmaktadır.

- Twitter'da paylaşılan hızlı ve anlık güncel olaylar, dinamik bir süreç oluşturmuş hem gazeteciler hem de diğer kullanıcıların katkılarıyla haber statik bir yapıdan uzaklaşarak genişletilebilir bir hal almıştır.

- Haber biçimsel düz yazı, ses ve görüntü olmaktan çıkıp ses, görüntü, metin, video, infografik gibi farklı bileşenlerle oluşan kullanıcı yorumlarıyla da zenginleşen bir yapıya dönüşmüştür.

- Haber biçimsel olarak değişmekle kalmayıp dil ve anlatım noktasında da değişikliğe uğramıştır. Twitter'da sunulan haberler, düz yazı niteliğinden ziyade hikayeleştirme pratikleri kullanılarak paylaşılmaya başlanmıştır. Metin içerisinde farklı bağlantılar verilerek kullanıcıların metinler arası gezinmelerine olanak sağlanmış olaya da farklı açılardan bakabilmelerine imkân tanınmıştır.

- Ana haber bültenleri de zamanla çağa uyum sağlayarak, yayın sırasında bir hashtag belirleyerek, gündeme dair tartışmaların Twitter aracılığıyla genişletilmesini sağlamaktadırlar. Yayın zamanının el verdiği ölçüde hashtag altında atılan tweetleri okumaları da kullanıcıların hem Twitter hem de geleneksel medya aracılığıyla seslerini

duyurabilmelerine katkı sağlamaktadır.

Twitter haberciliği sayesinde artık sıradan vatandaşlar, haber kaynaklarına dönüşmekte ve toplumu ilgilendiren önemli haberleri Twitter yoluyla tüm dünyaya duyurabilmektedir. Bunun yanında Twitter aracılığıyla toplumun sıradan kesimlere söz söyleme hakkı verilmektedir. Kullanıcılar etrafında gerçekleşen önemli ve ilginç olayları akıllı telefon ile çekip paylaşabilmekte ve toplumsal hareketliliğe neden olabilmektedir (Arık, 2013: 281-282). Özellikle Twitter haber kaynağı olarak kullanılan ve ülkemizde meydana gelen en bilindik örneği olan “Gezi Parkı” eylemleridir. 1 Haziran 2013’te başlayan protesto eylemleri hakkında en çarpıcı ve canlı bilgiler Twitter üzerinden yayımlanmış, bu da Twitter’i en önemli bir iletişim mecrası ve haber ağı haline getirmiştir. Protestonun olduğu bölgeye haber mensubu giremeyip dönem içerisinde yer alan eylemcilerden doğrudan olayın içinde yaşanan gelişmeleri ve haberleri Twitter aracılığıyla fotoğraflar ve yaşanan olaylar aktarılmıştır. Bu da Twitter’ın gazetecilik açısından önemini ortaya koymaktadır (Kılıç, 2015: 101). Kısacası Twitter güncel, kısa ve anlık paylaşımlara olanak tanıyan haber aracı olarak kullanılmasına kolay imkân veren yapısıyla ön plana çıkmaktadır.

24 Temmuz 2023 tarihinden itibaren “Twitter” sosyal medya platformunun ismi Elon Musk tarafından “X” olarak değiştirilmiştir. Bununla birlikte Musk, Twitter’ın ismini değiştirmesiyle birlikte logosunda da değişikliğe gitmiştir.

1.4.5. YouTube Haberciliği

Yeni medya uygulamaları içinde değerlendirilen YouTube, kullanıcılar tarafından hazırlanan videoları ücretsiz bir şekilde görüntüleyip paylaştıkları bir dijital video paylaşım sitesi olarak hizmet vermektedir (Chau, 2010: 66).

YouTube’un giderek daha da yaygınlaşan bir platform haline gelmesi, içinde bulunan çeşitli kanal türlerini de ön plana çıkartmaktadır. Bu türlerden biri de haber kanallarıdır. Nitekim YouTube ortamında habercilik faaliyetleri günden güne artış göstermektedir. Gelişen YouTube sitesi içerisinde “televizyon haber kanalları, ajanslar, gazeteler, dijital haber kanalları” YouTube ortamında habercilik yapmaktadırlar. Özellikle YouTube platformunun “canlı yayın fırsatı sunması, kullanıcı ile etkileşimin olması ve onlara kolay bir şekilde erişilebilmesi, diğer sosyal medya araçları ile entegre olabilmesi” açısından büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Bu durum YouTube ortamında gazetecilik faaliyetlerinin yapılmasını kolaylaştırmaktadır (Zinderen, 2021: 933).

Dijital habercilik içinde yer alan ve yeni habercilik türü olan YouTuberlık, güçlü bir medya aracı olarak görülmektedir. Geleneksel medyada kendine yer bulamayan “gündem oluşturma, yorum yapma, analiz etme” gibi özellikleri kullanan YouTuberlar yeni bir ortamdan seslenebilme fırsatı bulmaktadır. Yine içerik üretenlerin sansür ve yönetim baskısı gibi unsurlara maruz kalmadan özgür bir ortamda yayın yapmalarına olanak sağlamaktadır (Kurt, 2022: 184).

YouTube’da haber kanalları üç temel başlık altında gruplandırılmaktadır. Bunlardan birincisi; geleneksel medyada yayın yapan “televizyon, gazete ve haber ajansları” tarafından açılan YouTube haber kanalları olmaktadır. Bu kanal türleri geleneksel medyada yayınladıkları haberleri dijital platformda da aynı içeriklerle paylaşmaktadır. İkinci haber kanalına baktığımızda ise geleneksel yayıncılık yapmayıp doğrudan dijital olarak ortaya çıkan haber kanalları olduğunu görmekteyiz. Bu yayınlar genellikle birkaç kişilerden oluşan çoğunlukla ortama uygun yayıncılık anlayışını benimsedikleri bir yayın ortaya koymaktadırlar. Üçüncü haber kanalları ise bireysel olarak gazetecilik yapan kişilerin açtığı yayınlardır. Bu kanallar YouTube’da kendilerine özgü habercilik biçimi benimseyerek ürettikleri içerikleri paylaşmaktadırlar (Zinderen, 2021: 937).

Ana akımda kendine yer bulamayan veya fikirlerini özgür bir şekilde söyleyemeyen habercilerin YouTube gazeteciliğine yönelmelerinin bir nedeni olarak ekonomi politik etkenler gösterilmektedir (Özmen, 2022: 23). Daha açık bir ifadeyle YouTube’un bir paylaşım sitesi olmasının yanında “gelir elde edebilme yöntemleri, reklam verene bağlılık” gibi durumları da beraberinde getirmektedir. Böylece YouTube, ekonomik gelir elde etmek için bireylere de yeni iş fırsatları sunmaktadır (Bulut, 2020: 729). Söz konusu kullanıcıların ürettikleri haberlerin ilgi çekici olması, yorum, beğeni ve izlenme sayısının yüksek olması YouTube platformu için önemli olmaktadır. Çünkü YouTube nazarında izlenme oranı yüksek olan içerikler kaliteli olarak nitelendirilmekte bu da üreticilere maddi karşılık olarak geri dönmesini sağlamaktadır (Onay, 2018: 88).

YouTube gazetecilerinin dikkat etmesi gereken önemli bir husus da izler kitleden aldıkları “geri bildirimdir”. Yani YouTube kullanıcılarının ürettikleri haberler izleyici kitlenin tercihleri ve talepleri doğrultusuna uygun olmalıdır. Nitekim tam tersi bir durumda izlenme sayısı düşük olacak veya çok az bir kitle tarafından izlenecektir (Bulut, 2020: 743). Kısacası dijital medya içerisinde yer alan YouTube, gazeteciler için

izleyicilerin/dinleyicilerin istek ve beklentileri doğrultusunda haberleri üretecek alan sunmaktadır.

1.5. Dijitalleşmeyle Birlikte Habere Güvenilirlik ve İnanılrlık

İnternet üzerinden yayın yapan birçok dijital gazete bulunmaktadır. Haberin dijitalleşmesiyle beraber pek çok köklü gazete basılı formatlarını bırakıp dijital formatlara yer vermektedir. Fakat bu durum sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu sorunlardan bir tanesi habere duyulan güvenin azalması olarak görülmektedir. Dijitalleşmeyle beraber hem kullanıcılara hem de içerik üreticilere özgür bir ortam sunulmakta ancak bunu yaparken bireyler aşırı bilgi yüküne maruz bırakılmaktadır. Bunun sonucunda kullanıcılar kendilerine sunulan bilgi içerisinden neyin asparagas neyin gerçek haber olduğunu anlamakta güçlük çekmektedir (Özdemir, 2018: 88). Habercilikte yaşanan bu dönüşüm ciddi boyutta bilgi kirliliği oluşturmaktadır. Dijitalleşmenin sunduğu düşük maliyet ile rahat kurumsallaşabilme fırsatı doğmuş, kaynağı belli olmayan asılsız haberlerin de artmasına zemin hazırlanmıştır (Yurdigül ve Yüksel, 2012: 150).

Güvenilirlik ve inanılrlık kavramlarına ilişkin tanımlamalar her bir kişi için farklı anlamlar ifade etmektedir. Daha açık bir ifadeyle bilimsel açıdan güvenilir olmak, bilimsel anlamda yapılan işin uzmanlarca değerlendirilip, çoğunluk tarafından kabul görmüş veya bilginin objektif bir şekilde doğrulanma kapasitesi ile ilişkilendirilerek ortaya konulmaktadır. Dijital habercilik açısından güvenilirlik ve inanılrlık ise anlam ve algı açısından yakın şeyler olarak ifade edilmektedir. Dijital iletişim araçları bakımından güvenilirlik; “doğruluk, tarafsızlık ve hatasızlık” ile açıklanabilen bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Bireylerin enformasyonu doğru bulması ile habere güven duyması doğru orantılı olmaktadır (Yılmaz, 2016: 393). Dijital habercilikte var olan bir başka etik dışı unsur ise haberin doğruluğu ve güvenilirliğidir. Hız ve güncellik merkezi olan dijital gazetelerin sayfalarında paylaştıkları haberlerde doğruluk ve güvenilirlik kontrolleri göz ardı edilmektedir. Bunun en önemli nedeni ise daha çok “tık” alma kaygısı olarak ifade edilebilir (Basmacı, 2018: 233).

Dijitalleşmeyle birlikte habercilik alanındaki en önemli sorun olarak bilgi kirliliği gösterilmektedir. Söylenti ve kulaktan dolma bilgilerin paylaşımıyla haber değeri kazanması ve bu alanda editoryal denetimin olmaması bilgi kirliliğinin oluşmasının en temel nedenleri arasında yer almaktadır. Sansürün ve editoryal yönetimin müdahale edemediği bu sektörde asılsız haberlerin çoğalarak internet mecrasında yayılmasına yol açmaktadır. Bu da habere

şüpheyile yaklaşan okuyucu profilinin oluşmasına sebebiyet vermektedir (Yüksel, 2014: 133). Nitekim habercilik alanında ister yazılı basın ister dijital basın olsun okuyucu kitle için güven en önemli konuların başında gelmektedir. Okuyucu, haberin doğruluğundan şüphe duymayı hiçbir zaman istememekte okuduğu habere daima inanmak istemektedir (Özdemir, 2018: 93). Fakat internet ortamında haberleri ilgi çekici kılmak amacıyla dezenformasyon (kasıtlı olarak yanlış bilgilendirme) yapılmış haberler kullanılmaktadır. Bu haberlerin herhangi bir denetlemeden geçmemesi okuyucular tarafından yanlış anlaşılmalara yol açmaktadır. Nitekim dijital gazetecilikte okuyucu kitlenin haber üretenele karşı duyulan güvenin azalmasına da neden olmaktadır (Pınarbaşı ve Astam, 2020: 73).

İnternet gazeteciliğinde diğere haber sitelerinin arasında haberleri ilk yayınlayan site olmak için yarış halinde olmaktadırlar. Bu da “tık” alma sayılarını çoğaltmak ve reklam gelirlerini artırmak açısından büyük bir mücadele içerisine girmelerine yol açmaktadır. Böyle bir rekabet içinde olmalarının en temel nedeni olarak dijital haberciliğın reklam alması, sitelerinin devamlılığı açısından önem arz etmektedir. Bu noktada ise ön plana haberin güvenilirliği ve inanılrlılığının sorgulanması etik sorun olarak belirtilmektedir (Gönenç ve Kılınç, 2020: 104). Fakat dijital haber siteleri etik sorunları göz ardı ederek daha fazla tıklanmaya ulaşabilmek için içeriklerini ona göre düzenleme yoluna gitmektedirler. Ekonomik çıkarlar ve rekabet ortamında olan haber siteleri, okuyucuların talep ve istekleri doğrultusunda yeni konular oluşturan farklı bir gazetecilik anlayışı uygulamaya koymuşlardır (Işık ve Koz, 2014: 41). Bu uygulamaya örnek olarak, internet haber sitelerinin arama motorlarında daha fazla reklam almak ve kâr elde etmek için “en çok aranan, en popüler başlıkları” kullanarak siteye giren okuyucuları pazarlama içerikli bağlantılara yönlendirmek gibi etik olmayan yöntemlere başvurdıkları gözlemlenmektedir (Okkay, 2019: 300).

Dijital habercilikte yayınlanan içeriklerin en son ne zaman yayınlandığı ve güncelliğinin de sorgulanması gereken bir başka önemli noktadır. Bir başka önemli nokta ise yayınlanan haberlerin yazım veya cümle yapılarında hataların olması sitenin ciddiyetinin analiz edilmesidir. Bütün bu kriterler dijitalde yer alan haberlerin ciddiyetini ve güvenilirliğini teyitlemek açısından önem arz etmektedir (Çöteli, 2017: 30). Bunun yanında dijital haber sitelerinde okuyucunun önü reklam ile kesilmekte veya çeşitli link önerileri sunulmaktadır. Kullanıcıya haberi tıklatma çabası içerisine giren site sahibi, okuyucuyu manşet yoluyla bir beklenti içerisine sokup farklı haber sayfalarına yönlendirerek, bireylerin

beklentilerine uygun metinlerle karşılaşmamaları doğrultusunda kişilerde hayal kırıklığına neden olup haber sitesine karşı bir güvensizlik ve ön yargı oluşmasına yol açmaktadır (Dönmez, 2010: 3).

Dijital gazeteciliğin sağladığı bir diğer olgu ise haber akışına getirdiği hızdır. Bu olgu haberin milyonlarca kişiye ulaşmasını sağlamanın yanında birtakım dezavantajları da getirmektedir. Haberin aktarımı ile haber kaynaklarının ne olduğu çoğu zaman bilinmemesi haberin kalitesini, güvenilirliğini ve inanılabilirliğini okuyucuya sorgulatmaktadır (Göllü, 2017). Diğer bir ifadeyle dijital haberciliğinin getirdiği haberi hızlı verme kaygısı, haberin kaynağına erişilmeden rakip sitelerden kopyala/yapıştır uygulamasıyla verilmesi, habere olan güveni ve doğruluğunun zedelenmesine yol açmaktadır. Kaynağı belli olmayan haberlere okuyucular şüphe duymakta, gazetecilik mesleğine duydukları güven ise zarar görmektedir (Gönenç ve Kılınç, 2020: 111). Buna karşın internet haberciliğinde özel hayatın ihlal edildiği de görülmektedir. Sıradan bir vatandaşın çektiği görüntüleri gazetelere göndererek dijital habercilik yeni bir yapıya evrilmiştir. Kişilerden izin alınmadan özel hayatları herkesin ortak hayatıymış gibi gösterilerek kitlelere sunulmaktadır. Bu da kişilerin mahremiyetleri hiçe sayılarak özel hayatlarının paylaşılması gelineen seviyede dikkat edilmesi gereken en önemli etik dışı unsur olarak ön plana çıkmaktadır (Basmacı, 2018: 238).

1.6. Dijital Mecralarda Haber Takibi ve Sahte Haber Konusu

Dijital mecralarda yanlış bilginin yayılması önemli bir sorun teşkil etmektedir. Dijital medya ortamlarında sahte bilgi ve haberin paylaşılması okuyucu kitleyi olumsuz etkileyerek yanlış yönlendirmektedir (Topsakal, 2021: 384). Bireyler haber alma ihtiyaçlarını önceden geleneksel medya ortamlarından karşılarken, bugün ise bu ihtiyaçlarını karşılamak için hem geleneksel medya hem de dijital medya platformlarını takip etmektedirler. Bunun yanında dijital haber kuruluşları kendilerini takip eden okuyucu kitleye gazeteci kimliği kazandırarak kendi haberlerini kendi üreten bireyler haline getirmektedir (Pınarbaşı ve Astam, 2020: 71).

Teknolojide yaşanan hızlı dönüşüm, bireylerin habere erişim sağladıkları kaynakları da değiştirmektedir. Özellikle son zamanlarda gazete, televizyon, radyo gibi geleneksel haber kaynaklarının yerini Twitter, Facebook vb. gibi çevrimiçi haber kaynakları almıştır. Okuyucu kitlenin bu ortamlarda haberi takip etme nedenleri olarak; “düşük maliyetli, kolay erişilebilir olması ve anında hızlı bilgiye ulaşılması” gösterilebilmektedir. Bu nedenle her geçen gün dijital medyada haber takip eden kullanıcı sayısında artış gözlemlenebilmektedir

(Altunbey Özbay ve Alataş, 2020: 92). Böylelikle insanlar takip ettikleri sitelerden haberleri okumakta, bunun yanı sıra okudukları haberlerle ilgili yorumlarını yazmaktadır. Yaptığı yorumlarını ise aynı anda birden fazla okuyucuya ileterek paylaşımında bulunabilmektedir. Bireyler artık bilgilerini çoğaltmak, neler olup bittiğini öğrenmek ve arkadaş çevresiyle sosyalleşebilmek için dijital medya ortamlarında haber takibini kendilerine bir iş haline getirmektedirler (Becan, 2018: 241).

Kullanıcılar takip ettikleri dijital ortamlar ile sayısız enformasyona maruz kalmakta bu bilgileri ise sorgulamadan doğru kabul etmektedirler. Bu da okuyucu kitlenin yanlış ve yanıltıcı haberleri farkında olmadan kabul edip inanmasına neden olmaktadır (Topsakal, 2021: 389). Dijitalleşmeyle birlikte fısıltı gazete denilen şehir efsaneleri ve sahte haberler internet haber sitelerinde yer almaktadır. Hakikat sonrası bu dönemde sahte haberlerin yaygınlaştırılması insanları etkisi altına almakta, bunun sonucunda insanların bu haberleri başkasıyla paylaşıp geniş kitlelere yayılmasına neden olmaktadır (Karagöz, 2018: 678). Diğer bir ifadeyle sahte haberin etkisi altında olan bireyler bu tür haberleri sorgulama gereği duymadan kendi görüş ve inançlarına bağlı kalarak sahte haberlere inanmaları ve bunun sonucu olarak kendilerini farklı görüşlere kapatmaktadırlar (Kavaklı, 2019: 673). Hakikat sonrası çağın tam da istediği gibi herkesin kendi doğrusuna inanması ve onu ön plana çıkarma çabasını doğurmuştur.

Sahte haberler okuyucu kitleyi kolayca yönlendirebilmekte ve kışkırtabilmektedir. Bu tür haberler insanlar arasında kaos ve karmaşa yaşanmasına sebebiyet vermektedir (Onursoy vd., 2020: 489). Kısacası bireyler, dijital ortamlardan haberleri takip etmekte, üretilen sahte haberleri teyit etmeden kabul etmektedirler. Bunun sonucunda ise bu tür haberlerin etkisi altında kalınarak dışarıdan gelen uyarıcı ise reddedilmektedir.

1.7. Dijital Habercilikte Etik

Etik kavramı, ahlakı içinde barındıran bir felsefe dalı olarak kabul edilmektedir. Etik, toplum içinde yer alan ahlaki değerlerden “iyi veya kötü” olanların niteliklerini araştırmakta ahlaki davranışların arka planında yer alan yargıları da ele almaktadır. Toplumdaki meslek gruplarının ahlaki kuralları olmalı ve bu kurallara uygun davranmalıdırlar. Bu meslek grupları içerisinde medya kuruluşlarının da çeşitli etik kuralları bulunmaktadır (İlgaz Büyükbaykal, 2012: 49). Bu etik kurallar önceden yazılı basın üzerinden tartışılırken artık dijital gazetecilik üzerinden tartışılmaktadır (Peker ve Acar Şentürk, 2021: 1262).

Hakikatin önemsizleştığı bu dönemde dijital medya ortamları kullanılarak ulaşılacak istenen bilgiye hızlı ve kolay bir şekilde erişilebilmektedir. Bilgilere hızlı ve kolay erişilebilmesi dijital medya etiği açısından sorunlara yol açabilmektedir. Çünkü denetimin yetersiz olup herkesin içerik ürettiği dijital medya platformları etik sorunlara kapı aralamaktadır (Uluk, 2021: 51). Dijital medyanın neden olduğu bu etik sorunlar ise; “editorial denetim eksikliği, haber-reklam-ticari enformasyon ilişkisi, çevrimiçi (online) içeriğin yayımlanma hızı, ticari baskı, doğru ve güvenilir kaynaklar, mahremiyet, haber toplama yöntemleri, kaynak şeffaflığı, bloggerlar, yurttaş gazeteciler, profesyonel olmayan gazeteciler, dijital manipülasyon ile nefret söylemi ve saldırgan içerik” olmak üzere birçok farklı kategoride toplanmaktadır (Erdoğan, 2013: 254).

Dijital medya platformlarında yapılan habercilik geleneksel habercilikten farklıdır. Bu farklılığın en önemli özelliği ise ‘hız’ faktörü olarak görülmektedir. Medya kuruluşlarının rakiplerinden önce haberi servis etmesi, medya kuruluşunun arama motorlarında üst sıralara yerleşmesine dolayısıyla reklam veren kuruluşlar açısından daha cazip olmasını sağlamaktadır. Medya kuruluşları arasında hız özelliğinin olması teyit edilmemiş sahte bilgilerin yayılmasına yol açmaktadır (Korap Özel ve Deniz, 2019: 448). Bu açıdan gazeteciler tarafından yapılan haberlerin kaynağının bilinmesi önem arz etmektedir. Kaynağın belirsiz olması haberin doğru ve güvenilirliği açısından bazı soru işaretlerini ortaya çıkarmaktadır. Çünkü kaynağın verilmesi ile haberin güvenilirliği arasında pozitif ilişki bulunmaktadır. Diğer bir ifadeyle kaynağın verilmesi gazetecilik etik kurallarında önem taşıyan bir husus olarak görülmektedir (Şimşek İşliyen, 2021: 233). Nitekim topluma hizmet veren gazeteciler ve yayıncılar her zaman “dürüst ve güvenilir” olmalı, etik kurallara uygun şekilde hareket etmelidirler. Aksi takdirde toplumun haber kuruluşlarına olan güvenleri zedelenecektir (İlgaz Büyükbaykal, 2012: 53).

İKİNCİ BÖLÜM

2. YENİ MEDYADA “SAHTE HABER” OLGUSU

Yeni medya, haber üretim ve tüketim süreçlerinde geleneksel kalıplarını kırarak habercilik sektörüne bazı yenilikler kazandırmıştır. Bu yeniliklerin arasında “hızlı erişim, maliyetin azlığı, izleyici veya okurlarla etkileşim” gibi olumlu kazanımları bulunmaktadır. Bu kazanımların yanında sahte haberlerin yayılması, haksız rekabet gibi olumsuz getirileri de mevcuttur. Çünkü yeni medyanın yeterli denetimi olmaması kişilerin rahatça içerik üretebilmelerine yol açmaktadır (Torlak ve Kazaz, 2023: 191). Bu sebeple yeni medya ile şekillenen sahte haber literatürde tartışmalara konu olmuştur.

2.1. Sahte Haber Olgusu Üzerine

İnsanoğlu etrafında olup bitenler hakkında bilgi sahibi olmak ve haber ihtiyacının karşılanması için haber alabildiği kanallara yönelmektedir. Bireylerin bilme isteğini karşılayan haber kavramına yönelik tanımlamalara bakıldığında Tokgöz (2015: 241), “olan her şey haberdır”, “dün bilmediğimiz haberdır”, “insanların üzerine konuştukları haberdır”, “haber okuyucuların öğrenmek istedikleridir” biçiminde tanımlamıştır. Toruk (2008: 164) ise haber kavramını “her kesimden insanı ilgilendiren, güncel olan olayların, fikirlerin ve problemlerin gerçeğe en yakın bir şekilde kitle iletişim araçları ile topluma sunulmasıdır” şeklinde açıklamaktadır.

Haberin geçmişten bugüne kadar gelen birçok türleri bulunmaktadır. Bu türlerden bir tanesi de sahte haberdır. Sahte haber insanoğlunun karşısına çıkan yeni bir olgu değildir. Çünkü medyada toplumun dikkatini çekecek yalan ve uydurma haberlerini her dönem görmek mümkündür. İletişim teknolojilerin gelişmesiyle insanların hayatına internet ve yeni medyanın girmesi habere erişimi kolaylaştırmış bu da sahte haberlerin yaygınlaşmasını hızlandırmıştır (Tok, 2020: 475).

Sahte haber kavramı 2016 yılında Donald J. Trump’ın Amerika Birleşik Devletinin 45. başkan seçilmesinden sonra bu kavrama ilgi artarak popüler hale gelmeye başlamıştır (Uzun, 2020: 62). Sahte haber kavramı 2017 yılında ise Collins İngilizce Sözlüğü tarafından yılın kelimesi olarak belirlenmiştir. Bunun üzerine eski ABD Başkanı Trump’ın “fake news” söylemine Twitter’daki paylaşımlarında yer vererek bu kelimenin gündemden düşmemesine neden olmuştur (Çaycı, 2021: 790). Buradaki “fake news” ifadesinin Türkçe karşılığı “yalan haber, uydurma haber” şeklinde ifade edilmektedir (Akyüz vd., 2021: 2822).

Sahte haberin birçok tanımı bulunmaktadır. Bu kavram sıklıkla “kopyalama, sahtecilik, simülakr” sözcükleri değişimli bir şekilde kullanılmaktadır (Mecacci, 2016: 59). Sahte haber; kasıtlı olarak üretilmiş, sahteliği teyit edilebilen ve okuyucuları yanlış yönlendiren haber olarak açıklanmaktadır (Allcott ve Gentzkow, 2017: 213). Bir başka yapılan tanım ise (Zuckerman, 2017)’in “sahte olan her şey (dikkatimizi hak etmeyen gerçek haberler), propaganda (bir partiyi diğerine desteklemek için tasarlanan silahlaştırılmış konuşma), dezenformasyon (kurumlarda şüphe uyandırmak ve güvensizliği artırmak için tasarlanmış bilgi) şeklinde yazar sahte haberi tanımlamıştır.

Sahte haberler, haber medya içeriğini taklit eden bilgiler olarak ifade edilmektedir. Haber kaynaklarının herhangi bir editoryal süreçten geçmeyen doğruluğu ve güvenilirliği olmayan bu bilgiler yeni medya ortamlarında yayılmaktadır. Yanlış ve yanıltıcı olan bu bilgiler insanları aldatmak için bilerek paylaşılmakta ve dezenformasyona sebebiyet vermektedir (Baum vd., 2018: 2).

Sahte haber geleneksel medya veya yeni medyada kasıtlı olarak hazırlanan dezenformasyon ve mezenformasyondan oluşmaktadır. Sahte habere bazen reklam için gelir elde etmek isteyen medya kuruluşları veya internet haber siteleri kullanıcıların dikkatini çekebilmek adına başvurumaktadırlar (Kiraz, 2020: 9).

Habercilik formasyonu, eğitimi, deneyimi ve birikimi olmayan yeni medya kullanıcıları ürettikleri içeriklerle birlikte kamusal ve toplumsal yaşamı olumsuz etkilemektedir (Araslı ve Tiryaki, 2021: 14). Kullanıcıların deneyimsiz ve eğitimsiz olmaması, beraberinde bilerek veya bilmeyerek sahte haberlerin dolaşıma sokulmasına neden olmaktadır (Ulaş ve Baloğlu, 2021:171).

Akıllı telefon, bilgisayar veya tablet gibi dijital araçları elinde bulunduran bireyler çeşitli platformlarda içerik üretebilir konumuna gelmişlerdir. Bireylerin ürettikleri bu içerikler, doğrulama kontrolü gibi editoryal denetimden geçmemektedir. Bunun sonucunda kullanıcılar yeni medyada sahte haberleri kasıtlı veya kasıtsız bir şekilde dolaşıma sokmaktadırlar (Ulaş ve Baloğlu, 2021: 171). Nitekim sahte haberler yeni medyada çok hızlı yayılarak çok fazla kişiye ulaşmasına neden olmaktadır (Kiely ve Robertson, 2016).

İnsan davranışlarını, tutumlarını, inanışlarını, duygularını ve psikolojisini sahte haberler önemli bir biçimde değiştirmektedir. Bu değişiklikler bireylerin sosyal toplulukları, siyasi olayları, finansal sistemleri ve halk sağlığını olumsuz etkilemektedir. Çünkü sahte

haberler, çoğunlukla yanıltıcı bilgilerden oluşmakta ve yönlendirici olması sebebiyle gerçek yaşamlarından uzaklaştırmaktadır (Kırdemir, 2020:2). Sahte haberler belirli kişi veya gruplar tarafından üretilmekte ve yeni medyanın etkileşim gücünden faydalanarak hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Bunun sonucunda sahte haberler geniş kitlelere ulaşmakta ve etki gücünü arttırmaktadır (Kazaz ve Akyüz, 2019: 18).

Yeni medya kullanıcısı olan bireyler okuduklarından daha çok gördüklerine inanmak istemektedirler. Bu açıdan bakıldığında sahte haberlerin inandırıcılığını etkin kılan en önemli faktör görsel öğeler olarak ön plana çıkmaktadır. Gelişen teknolojiyle beraber artık fotoğraflar üzerinde oynamalar yapmak için programlar bulunmaktadır. Bu programlarda fotoğraflar üzerinde ekleme, kesme, birleştirme, çoğaltma gibi işlemler yapılmaktadır. Bu da üreticiler tarafından oluşturulan sahte haber içeriklerinin inandırıcılığını daha da arttırmaktadır (Tok, 2020: 465). Okuyucu kitle bu tür karşılaştıkları haberleri çeşitli önyargı çerçevelerinde değerlendirememektedir. Var olan sahte görsellerin, haber ile uyumlu gördüklerini eleştirme gereksinimi hissetmeden yanlış bilgilere inanabilmektedirler (Ulaş ve Baloğlu, 2021: 172). Sonuç olarak etkileşim sağlamak ve dikkat çekmek için sahte içeriklerin daha da artması gözle görülmektedir.

2.2. Sahte Haber Türleri

Allcott ve Gentzkow (2017) sahte haberi “okuyucuları yanlış yönlendiren kasıtlı olarak hazırlanan ve doğrulanabilen” konular olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda Wardle (2017: 17) sahte haberin internet ortamında farklı türlerde ortaya çıktığını belirtmektedir. Bu türler kasıtlı (dezenformasyon) ve kasıtsız (mezenformasyon) olarak 7 farklı kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar; “parodi, bağlamdan koparma, uydurma, çarpıtma, taklit, manipülasyon, hatalı ilişkilendirme” olarak sınıflandırılan sahte haber türleri şu şekilde açıklanmaktadır:

- 1) Parodi Haber:** Parodi sözcüğü kökeni bakımından “komediya”ya dayanmaktadır. Alaycı ve taklitten oluşan parodinin “yeniden yazmak” ve “ironikleştirmek” gibi işlevleri bulunmaktadır (Özdemir, 2015: 78-79). Parodi haber ise yeni medya araçlarında gündemde olan olayları mizah çerçevesinde alaya alarak gerçekliği olmayan olayları haber yapmak olarak tanımlanmaktadır (Tandoc vd., 2018: 6). Bir başka deyişle parodi haber, geleneksel haberciliğin mantığında yazılıp, metinlerin üzerinde oynama yapılarak gerçek olan unsuru esprili ve alaycı bir şekilde üretmek olarak tanımlaması da yapılabilmektedir

(Fidan Baritci ve Kaynak, 2022: 188). Söz konusu parodi haberler eğlence amaçlı üretilmiş olsalar da sahte bilginin en yaygın türleri arasında yer almaktadır (Wardle ve Derakhshan, 2017: 17).

- 2) **Bağlamdan koparma:** Doğru bilginin içinde var olduğu olaylar, durumlar veya ilişkiler bağlamından kopararak farklı biçimde anlatıldığı durumlarda ortaya çıkmaktadır (Foça, 2019). Bunun yanında gerçek bilgilerin “bütününden” kopartılarak sunulduğu bağlamdan koparma, en karmaşık ve tespit edilmesi en zor olan yanlış bilgi türü olmaktadır (Eren, 2020).
- 3) **Uydurma:** Herhangi bir argümantasyonu bulunmayan yazılar, uydurma haber olarak nitelendirilmektedir. Dedikodu, söylenti ve sahte bilgilerden oluşan bu tarz haberler okuyucuları da yanıltmaktadır. Bu da yeni medyaya ve basına olan güveni zedelemektedir (İnce, 2017: 553). Benzer biçimde uydurma haber, “tamamen üretilmiş, herhangi bir gerçeklik payı taşımayan, kandırmak veya hasar vermek amacıyla” üretilmiş haber olarak tanımlanmaktadır (Gölbaşı vd., 2022: 140).
- 4) **Çarpıtma:** Bir olayı gerçek anlamından uzaklaştırarak yanlışla sürüklemek ve yönlendirmek olarak ifade edilmektedir. Çarpıtma, var olan gerçeği yok ederek yeni bir olay örgüsü kurgulamak olarak da tanımlanabilmektedir (Eren, 2020).
- 5) **Taklit:** Sahte haberin yaygınlaştırılması veya inandırıcılığının artırılması için taklit bir araç olarak kullanılmaktadır. Sıklıkla güvenilir, itibarı yüksek ve tanınmış kurumların taklidi yapılarak sahte haberler gerçekmiş gibi sunulmaktadır (Foça, 2019). Kısacası taklit hem kişisel hem de platformlar aracılığıyla birtakım önlemler alınmasına rağmen “yanlış bilginin yükselişte” olduğu bir tür olarak şekillenmektedir (Şimşek İşliyen, 2022: 94).
- 6) **Manipülasyon:** Bireylerin algısını veya davranış değişikliğini amaçlayan manipülasyon, psikolojik ve sosyal bir etki türü olarak şekillenmektedir (Yılmaz, 2018: 449). En basit tanımıyla manipülasyon; “davranışları, duyguları ve ilişkileri kontrol etmek için dolaylı taktikler” olarak tanımlanmaktadır. Bu taklitler içerisinde yalan söylemek, aldatici davranmak, duygusal şantaj yapmak, suçlamak, korku ve kaygı uyandırmak, suistimal etmek gibi vb. davranışlar yer almaktadır (Özdemir, 2023). Manipülasyon yapan kişi kendi istek ve çıkarları doğrultusunda karşısındaki bireyleri etki altına almaya çalışmaktadır. Bu da

kişinin bireysel duygularıyla hareket edip kendini olaylar karşısında haklı çıkarmaya çalıştığını göstermektedir. Kişinin bu olumsuz davranışları ise iki tarafı da olumsuz etkilemekte ve ciddi sorunlara sebep olabilmektedir (Erdem, 2023).

- 7) Hatalı İlişkilendirme:** “Başlıkların, görsellerin ya da görsel alt yazıların” içeriklerle uyuşmadığı durumlar olarak tanımlanmaktadır (Wardle ve Derakhshan, 2017: 17). Hatalı ilişkilendirme, sahte haberin etki gücünü arttırmak amaçlı kullanılmaktadır. Eğer gerçek olayla ilgili görüntü yoksa genellikle arşiv görüntüsü, temsili veya stok görsel kullanılmaktadır. Kısacası sahte haberin inandırıcılığını sağlayacak görsel hangisi ise o tercih edilmektedir (Foça, 2019).

2.3. Sahte Haberin Kapsamı: Dezenformasyon, Mezenformasyon ve Haber Çerçeveleme

Dezenformasyon kavramının ne zaman kullanılmaya başlandığı kesin olarak bilinmemekle birlikte kısaca “bilginin gerçeklikle olan bağlantısının koparılması, gerçekliğin sapıtılması veya bilginin çarpıtılması” şeklinde ele alınmaktadır (Güven, 2022:154). Genel olarak dezenformasyon gerçek olmayan bir olayı varmış gibi gösteren yanlış bilgi olarak tanımlanmaktadır. Bu bilgiler bilinçli şekilde yanlış üretilip okuyucu kitleye sunulmaktadır (Erkan ve Ayhan, 2018: 206).

Sosyal medyada paylaşılan bilgilerin dezenformasyona dönüşmesinde iki faktör ön planda olmaktadır. Bunlardan birincisi muhabirin, medya kuruluşunun ya da takipçi sayısı fazla olan sayfaların sosyal ağlar üzerinden bilinçli bir şekilde gerçek olmayan bir olayı veya görüntüyü servis etmesi; ikincisi ise sosyal medyanın gelişimiyle beraber kullanıcıların haber paylaşma sürecinde aktif olarak gazetecilik etik kurallarını bilerek ihlal etmesidir (Arslan, 2022: 110).

Yeni medyada paylaşılan dezenformasyonlar; gelişigüzel, üzerinde akıl yürütülmeden söylenmiş sözler ve kaleme alınmış yazılardan ibaret olmamaktadır. Aksine gerçeklerin bilinmesine rağmen okuyucu kitle üzerinde istenen etkiyi yaratmak için bilerek ve isteyerek yapılan paylaşımlardır (Erkan ve Ayhan, 2018: 218). Bu gibi paylaşımlar için önemli olan içeriğin doğruluğu değil, daha çok alacağı beğeni sayısı ve reyting tabanlı parametrelerdir. Bunu sağlamak için de dezenformasyon ortamları hazırlanmaktadır (Turan, 2015:110). Özellikle seçim dönemlerinde hazırlanan dezenformasyonlar toplumu manipüle

ederek siyasal alanı tehdit etmektedir (Erkan ve Ayhan, 2018: 204).

Bireylerin doğru olduğunu varsaydıkları bilgileri paylaşımları, mezenformasyon kavramını görünür hale getirmektedir. Mezenformasyon, “yanlış bilginin zarar verme amacı taşımadan yayılması” olarak tanımlanmaktadır. Mezenformasyon yayan insanlar, aslında o bilginin yanlış olduğunun farkında değillerdir. Özellikle gündemin hızlı bir şekilde değişmesiyle birlikte toplumun büyük bir kesimini etkileyen bir olay olduğunda sıradan kullanıcılar tarafından anında paylaşılmaktadır. Bu paylaşımlar ise belli bir noktada mezenformasyona dönüşmektedir. Bunun sonucunda da bilgilerin doğruluğu veya yanlışlığı tespit edilmeden hızla yayılan sahte haberler ile karşı karşıya kalınmaktadır (Erdoğan vd, 2022: 14).

Yeni medyada paylaşılan mezenformasyonlar, kullanıcı kitleler tarafından gerçek olarak kabul görmekte ve bilginin kaynağı araştırılmamaktadır (Akyüz ve Akpınar, 2023: 161). Mezenformasyonu paylaşanlar bilgilerin yanlışlığının farkına varmadıklarından yayılmasına aracılık etmektedirler (First Draft, 2019: 8).

Gazetecilerin, haber yaparken çok hızlı davranması gerekmektedir. Çünkü haberi herkesten önce servis etmek gibi mesleki rekabetleri olmaktadır. Bu aşamada yapılan hatalar ise haberin doğruluğunu ve güvenilirliğini zedeleyebilmektedir. Yanlış haberler; haber toplama, yazma ve yayımlama süreçlerinin herhangi bir aşamasında oluşabilmektedir. Böylece mezenformasyon kaynaklı okuyucuyla buluşmaktadır (Şahin, 2022: 575).

Dezenformasyon ve mezenformasyon kavramları birbirleriyle sıklıkla karıştırılmaktadır. Fakat bu iki kavram arasında temel bir farklılık bulunmaktadır. Bu farklılık; mezenformasyon bireylerin gerçek olduğuna inandığı bilgilerin temelde doğruluğunu yansıtmayan sahte haber iken dezenformasyon ise bilginin yanlışlığı bilinmesine rağmen kasıtlı bir şekilde paylaşılmasıdır (Gölbaşı vd, 2022: 142). Sahte haber üzerine söylemler sıklıkla mezenformasyon ve dezenformasyon kavramlarını bir araya getirmektedir. Mezenformasyon “bilginin doğru olmadığı ancak paylaşan kişinin bunun doğru olduğunu düşündüğü bilgi” şeklinde tanımlamak bilginin düzensizliği konusunda üzerinde düşünmeye ve araştırma yapmaya yardımcı olmaktadır. Dezenformasyonda ise sahte haberleri üreten ve paylaşan insanlar bilginin yanlışlığından haberdardırlar. Özellikle burada okuyucu kitleyi bilerek ve isteyerek yalan yanlış bilgilere maruz bırakmaktadır (Wardle ve Derakhshan, 2022: 44-45).

Haberlerin mezenformasyon ve dezenformasyon olarak değerlendirilmesinin yanı sıra haberin nasıl çerçevelendiği de oldukça önem taşımaktadır. Entman (1993: 52), çerçevelemeyi “seçme ve öne çıkma” olarak tanımlamaktadır. Çerçeveleme esasen gerçekleşen bir olayın bazı yönlerini ele alıp bunları haber metinlerinde görünür kılmaktadır. Kısacası haberde çerçeveleme, bir olay ya da problemle ilgili haberi daha anlamlı yapabilmek için haberlerin neler içerebileceği ve neleri dışarıda bırakılacağını belirleyen genel bir bağlam olarak ifade edilmektedir (Atabek ve Uztuğ, 1998: 100).

“Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience” adlı kitabında çerçeveleme kavramını ve analizini gerçekleştiren ilk araştırmacılarından biri olan Erving Goffman’dır. Goffman, haberde çerçevelemeyi gündelik yaşamımızda konuştuklarımızı ve davranışlarımızı şekillendiren bir süreç olarak tanımlamaktadır. Ona göre çerçeveler, bireylerin olaylara karşı yaklaşımı ve kişisel çıkarları ile etkili bir biçimde şekillenmektedir (Goffman, 1974: 26). Teknoloji ile çerçeveleme kuramı kitle iletişim araçlarının toplumu etki altına alması amacıyla kullanılmaktadır. Bu da sahte haberlerin çarpıcı bir başlık altında çerçeveleme gücünün olduğunu gözler önüne sermektedir (Tokgöz, 2015: 365-368).

Haber medyası ticari nedenlerden dolayı reyting ve tiraj sayısını artırma kaygısı içerisinde. Bu sebeple haber çerçeveleri genellikle “dramatik, sansasyonel veya eğlendirici” tarzda haberleri ön plana çıkartmaktadır. Dolayısıyla haber akışı içinde dezenformasyon ve mezenformasyon içeren haberlerle sık karşılaşmaktadır. Okuyucu kitle ise doğru habere erişmekte zorlanmaktadır (Atabek ve Uztuğ, 1998: 104). Bu nedenle haber çerçeveleri doğrultusunda öne çıkarılan haberlerin güvenilir ve doğrulanabilir olmaları önemlidir.

Görünenin arkasındaki görünmeyen ve gerçekliğin manipülasyonu uzun zamandan beri insanlığın ortak problemi olarak dikkat çekilmektedir. Gün geçtikçe farklılaşan iletişim araçları ve yeni medya düzeniyle daha çok manipülasyona maruz kalınmaktadır. Özellikle yeni medya uzmanları pazarlama stratejileri gereği bilgi ve haberi geçmişe göre daha hızlı bir şekilde yaymaktadırlar. Yeni medyada haber çerçeveleri dezenformasyon ve mezenformasyonu öne çıkararak doğru haberin aşındırılması ve tahrip edilmesine yol açmaktadır (Akar ve Arslan, 2021: 454).

2.4. Yeni Medya ve Sahte Haber İlişkisi

Yeni medyanın toplumsal iletişim, siyasi ve ekonomi gibi birçok alanda etkileri mevcuttur. Yeni medya, geleneksel medyadan sonra hayatımızın içine girerek haberciliğin çeşitlenmesinde büyük rol oynamıştır (Foerstel, 2000: 112). Bu çeşitlilik ise habercilik açısından hem olumlu gelişmeleri hem de olumsuz gelişmeleri beraberinde getirmektedir. Hız ve zaman açısından kazanılan olumlu gelişmeler olarak değerlendirilebilirken; güvenilir ve doğru bilgi açısından olumsuz olarak değerlendirilmektedir. Çünkü yeni medyada bireyler gerçekliği kanıtlanmamış olan haberleri kendi sayfalarında paylaşarak sahte haberlerin hızlı bir şekilde yayılmasına aracılık etmektedirler (Fidan Barıtcı ve Kaynak, 2022: 182). Bu da doğruluğu kanıtlanmamış bilgilerin haberleştirilip zaman ve mekân fark etmeksizin her kesimden kullanıcıya kolayca ulaştırılmasına neden olmaktadır (Uluk, 2021: 125).

Sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte haberciler, bu ortamların gündem belirleme gücünün farkına vararak internet haberciliğine özel içerikler üretmeye başlamışlardır. Gazeteler yeni medya ortamları için özel sayfalar, videolar ve görsel içerikler tasarlamaktadır. Özellikle yeni medya ortamları bireyleri çevresinde olup bitenleri paylaşan haberciler konumuna getirmiştir. Kullanıcıların içerik üretip birer haberci konumuna gelmeleri ise beraberinde sorunları da getirmiştir (Kazaz ve Akyüz, 2019: 34).

Yeni medya haberlerin aktarıldığı bir mecra olarak ortaya çıkarken aynı zamanda haberlerin kaynağı da olmaktadır. Haberi üreten ve tüketenler arasındaki sınırın kalktığı bir yer olan yeni medyada, geleneksel habercilik anlayışından farklı olan pek çok unsur meydana çıkmaktadır. Bireylerin yeni medyanın anında paylaşım yapma özelliği sayesinde herhangi bir olay karşısında paylaşım yapılmasını destekleyerek pek çok kişiye olayın ulaştırılmasını sağlamaktadır. Her yaştan bireyin anonim hesaplarla bu ortamlarda var olmasını ve paylaşım yapmasının önünü açmaktadır. Anonim hesapların yol açtığı sorunlar denetim mekanizmalarının yetersiz kaldığını kanıtlar niteliktedir. Yetersiz denetimler ise sahte haberin önünü büyük ölçüde açmaktadır (Soğukdere ve Öztunç, 2020: 60). Sonuç olarak yeni medyada doğruluğundan emin olunmayan bilgilerin paylaşımı sahte haberlerin yayılmasına ve çoğalmasına neden olmaktadır (Fidan Barıtcı ve Kaynak, 2022: 182).

Geçmişte mevcut haberler gazete, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçları ile ulaşılırken artık dijital ortamlar habere ulaşmanın yeni adresi olmuştur. Dünyanın dört bir

tarafından paylaşılan haberler hız ve anımsalılık özelliği ile önemli noktalara taşınmıştır. Ancak bu durum olumlu olmasının yanı sıra birçok olumsuzluğa da kapı aralamaktadır. Zira yeni medya üzerinden sahte haberlerin yayılması da büyük bir ivme kazanmıştır (Nisan ve Şentürk Kara, 2022:142). Artık herkes yeni medya aracılığıyla herhangi bir konu üzerinden içerik üretebilmekte, sahte haberleri yayınlatabilmekte ve bunu on binlerce insana ulaşmasını sağlayabilmektedir. Yeni medyada kaynağı belli olmayan yüzlerce içerik, haber, reklam vb. ile karşılaşmaktadır. Medya okuryazarlığına sahip olmayan medya tüketicileri ise sahte haberlere maruz kalmakta ve güvenilir olup olmadıklarını sorgulamamaktadır (Aksu ve Çetin, 2019: 159).

Gazetecilik tarihi açısından bakıldığında asparagas olarak nitelendirilen sahte haberler bulunmaktadır. Fakat en önemli problemlerden biri sahte haberlerin yapılması ve bu tür haberlerin hızlı bir şekilde kitlelere ulaştırılmasıdır. Özellikle yeni medya ile birlikte dolaşıma sokulan haberler bilgi kirliliğine ve etik sorunların artmasına neden olmaktadır (Nisan ve Şentürk Kara, 2022:142). Ayrıca yeni medya özelliği itibariyle kullanıcılarına ulaştırdıkları haberleri çeşitli şekillerde “düzenleme ve yorum ekleme” gibi imkân sağlamaktadır. Bu imkanlar doğrultusunda ise sahte haberler yeni medya aracılığıyla toplumsal alandaki yayılım hızları daha da artmaktadır (Ulaş ve Baloğlu, 2021:174).

İletişim teknolojilerinin sunduğu olanaklarla daha fazla haberlere erişerek daha fazla içeriğe maruz kalınmaktadır. Özellikle gündemi takip etme ve haber alma amacıyla yeni medyadan faydalandığı gözlemlenmektedir. Bu durum, habere ulaşmayı kolaylaştırırken bazı sorunlara da yol açmaktadır. Çünkü kullanıcılar doğruluğu teyit edilmemiş haberi olduğu gibi tüketmekte ve paylaşmaktadır. Dolayısıyla yeni medya ile kullanıcılar hem üretici hem de tüketici konumuna gelmişlerdir. Daha fazla izlenme ve okunma amacı taşıyan içerikler gerçeklikten uzaklaşmaktadır. Bu da sahte haberler, yalan bilgiler ve çarpıtılmış içerikler hakikat sonrası çağın gerçekliği olarak kendini görünür kılmaktadır (Fidan Barıtcı ve Kaynak: 2022: 182).

2.5. Sahte Haberin Miladı: 2016 Yılında Yaşanan Gelişmeler

Toplumsal ve siyasal yaşamda sahte haberlerin yol açtığı olumsuzluklar daha da fazla hissedilmektedir. Sahte haberlerin oluşturduğu bu olumsuz etkiler, 2016 yılında iki farklı ülkede gerçekleşen seçimlerle ciddi bir boyut kazanmıştır. Bunlar; 2016 yılında Birleşik Krallık’ın Avrupa Birliği’nden çıkmasıyla sonuçlanan Brexit referandumu ve Donald Trump’ın kazandığı Amerika Birleşik Devletleri (ABD) başkanlık seçimleridir (Uluk, 2021:

75). Brexit Referandumı ve ABD başkanlık seçimleri konularına ilişkin yapılan tartışmalarda sahte haberlerin etkisinin artması ve özellikle yeni medyanın arasında güçlü bir bağ olduğu ileri sürülmektedir (Kavaklı 2019: 663).

2.5.1. Brexit Referandumu

Brexit kelimesi, “Britanya” kelime ile İngilizce çıkış anlamına gelen “exit” kelimesinin bir araya getirilmesiyle Birleşik Krallık’ın Avrupa Birliği’nden ayrılmasını ifade etmek amacıyla kullanılan bir kavramdır. Kısaca “Brexit”, İngiltere’nin Avrupa Birliği’nden ayrılmak amacının oylandığı referandumun adıdır (Keskin, 2022: 63). Referandum, 23 Haziran 2016 yılında gerçekleştirilmiştir ve %51,9 oranında Birleşik Krallık’ın Avrupa Birliği’nden ayrılması yönündeki kararla sonuçlanmıştır. Brexit referandumuyla AB’den ayrılan Birleşik Krallık hakkında olumsuz senaryolar gündeme taşınmıştır (Aras ve Günar, 2018: 106).

İngiltere’de Brexit referandum sürecinde etkili bir kampanya yapılmıştır. Sosyal medya üzerinden paylaşılan kırmızı renkli bir otobüsün üzerindeki yazıda “AB’ye haftalık 350 milyon sterlin gönderiyoruz. Bunun yerine NHS’yi (Ulusal Sağlık Hizmeti) finanse edelim” şeklinde mesaj yer almıştır. İngiliz politikacılar ve danışmanlar Twitter üzerinden bu resmi paylaşmış ve kısa sürede toplumun tüm kesimlerine yayılmasını sağlamışlardır. Bu kampanya Britanyalıların AB’den ayrılma kararı yönünde oy kullanmaları üzerinde etkili olmuştur. Hükümet yetkilileri bu iddianın yanlış olduğunu ve toplumu manipüle etme amacı taşıdığını açıklamış olsalar da bu uyarılar AB’den ayrılmayı tercih edenler tarafından pek dikkate alınmamıştır. Nitekim ekonomistler de ayrılma kararının Birleşik Krallık ekonomisine kalıcı hasar oluşturacağını sinyali vermelerine rağmen %51,9’luk bir kesim Avrupa Birliği’nden ayrılma yönünde oy kullanmaktan geri durmamışlardır (Şimşek ve Yalı, 2019: 56).

Brexit referandum sürecine bakıldığında Avrupa Birliği’nden ayrılmak isteyenler geleneksel ve sosyal medya üzerinden ürettikleri sahte haberleri dolaşıma sokmuşlardır. Bu bağlamda vatandaşların işlerinden olacağı, ekonominin kötüye gideceği ve ülkeye göçmen akını olacağı gibi mesajlar taşıyan sahte haberler üretilip paylaşılmıştır. (Çömlekçi, 2019: 110).

Hakikat sonrası döneminin yansımaları Brexit referandumunda gün yüzüne çıkmış ve yeni medyada seçmenlerin duygularına hitap eden kampanyalar yapılmıştır. Özellikle

Avrupa Birliği'nden çıkmak için yapılan yönlendirme neticesinde beklenen sonuçlarla karşılaşılabilmesi adına kişilerin mantıklı ve eleştirel düşünceleri engellenmeye çalışılmıştır. Nitekim seçmenler sahte haberleri ve yanlış bilgileri olduğu gibi doğru kabul etmişlerdir (Arkan, 2022: 12). Böylelikle seçmenler ikna edilerek belirlenen hedefe ve istenilen davranışlara yönlendirilmişlerdir. Özellikle algı yönetimi yapılarak kişilerin düşünceleri kontrol altına alınmakta ve var olan sahte haberlerin farkına varamamaktadırlar. Böylece sahte haberlerin kitleleri etkileme gücü referandum sonuçları ile gözler önüne serilmiştir (Akyıldız, 2023: 538).

2.5.2. 2016 ABD Başkanlık Seçimleri

Sahte haberler hakikat sonrası bir çağda çeşitli siyasetçiler tarafından kullanılan bir araç olarak öne çıkmaktadır. Özellikle 2016 yılında gerçekleşen ABD başkanlık seçimleri sahte haberlerin etkisini gösterdiği en önemli olaylardan biri olarak kabul edilmektedir. ABD'de gerçekleştirilen seçim kampanyalarında Donald Trump'ın çeşitli yalan ve çarpıtılmış ifadeleri hakikat sonrası dönemde sahte haberle olan ilişkisini ortaya koymaktadır (İrak, 2022: 119).

ABD başkanlık seçimleri 8 Kasım 2016 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Bu seçimi ise ülkenin en zengin iş adamlarından biri olan Cumhuriyetçi Parti'nin başkan adayı Donald Trump kazanmıştır. Trump'ın Demokrat Parti adayı Hillary Clinton karşısında zafer elde etmesiyle hakikat sonrası kavramın sıklıkla kullanılmaya başlandığı görülmüştür (Atmaca, 2016: 105). Çünkü 2016 yılında ABD başkanlık seçimi için yapılan anketlerde büyük oranda Hillary Clinton'un kazanacağı tahmin edilmektedir. Fakat seçimlerden önce Donald Trump'ın gerçekleri çarpıtması, manipülasyonu ve sahte bilgilerle seçmen grupları lehine çevirmiş ve seçim sonucunu etkilediği düşünülmüştür (Kaya, 2021: 911).

Donald Trump'ın başkanlık seçimi kampanyasında yeni medyada paylaşılan sahte haberlerin seçim sonuçlarını dolaylı olarak etkilediği kabul edilmiştir. Kampanya boyunca Trump'ı destekleyen gruplar "Eğer Donald Trump Seçilirse, Hillary Clinton Halkı İç Savaşa Çağırarak", "Barack Obama, Kenya'da Doğduğunu İtiraf Etti", "Hillary'nin Yolsuzluk Sızıntısıyla İlgilenen FBI Ajanı Öldü", "Obama ve Hillary Clinton'un İŞİD'in kurucusu", "Hillary Clinton'ın 12 Yaşında Tecavüz Kurbanı Bir Çocuğa Güldü" gibi sahte haberler ile kamuoyunun gündemini meşgul etmişlerdir. Bu haberlerin paylaşma ve yorumlanması ise yeni medya ortamlarında 3 milyondan 8,7 milyona kadar çıkmıştır (Atmaca, 2016: 107). Bu olaylar neticesinde ise sahte haberlerin çoğunun Donald Trump'ın lehine olması seçim

sonuçlarını etkilediği iddialarını daha da arttırmıştır (Uluk, 2021: 51).

Sahte haberler ABD başkanlık seçimlerinde Trump'ın izlediği politikalar ile daha çok gündeme gelmeye başlamıştır. Bu seçim süreci içerisinde gerçek olmayan birtakım haberler gerçekmiş gibi halka sunulmuştur. Sahte olduğu kanıtlansa bile haberlerin kamuoyunu etkileme gücü seçim sonuçlarıyla ortaya konulmuştur (Sarıoğlu, 2020: 384). Artık siyasetçiler seçmen kitleye erişmek, onları etki altına almak ve yönlendirmek amacıyla yeni medyayı yoğun bir şekilde kullanmaya başlamışlardır. Bu kapsamda siyasetçiler sahte veya gerçek haber paylaşımında bulunmakta milyonlarca kişilere ulaşip onları ikna etme yoluna gitmektedirler (Sarıhan ve Taşcıoğlu, 2022: 130).

Sonuç olarak bakıldığında internet ve sosyal medyanın gelişmesiyle birlikte bilgi ve haber üretimi kolaylaşmış ve birer propaganda aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Sosyal medyayı birer propaganda aracı olarak kullanan siyasetçiler ise kendi çıkarlarına uygun sahte haberleri üretip bilgiyi istediği gibi eğip bükebilmişlerdir. Özellikle 2016 yılında ABD başkanlık seçimlerinde Donald Trump'ın sahte haberleri sıklıkla kullanarak kazanması aynı şekilde İngiltere'deki Brexit referandumu öncesi sahte haberlerin kullanarak sürecin manipüle edilmesi sahte haber kavramının araştırmacılar tarafından yeniden düşünülmesi gerektiğini gözler önüne sermiştir (Ceyhan, 2019: 12). 2016 yılında ABD başkanlık seçimleri ve İngiltere'de Brexit referandumu öncesinde yapılan sahte haberler dikkatleri bu konuya yöneltmiştir. Dolayısıyla sahte haber konusunun tekrar ele alınması gerekliliği de gözler önüne serilmiştir.

2.6. Sahte Haberin “Gerçek” Olarak Sunumu

Sahte haber kavramı son birkaç senedir iletişim araştırmalarına konu olmaktadır. Bu haberler geleneksel ya da dijital medyada, kasten yanlış bilgi üretmek ve yaymak amacı ile üretilmektedir. Dijital medyada dolaşıma giren bu içerikler aynı zamanda küresel bir olgunun da parçası olmaktadır. Sahte haberler “toplumsal algı, duygu ve düşünce biçimlerini yönlendirme, mali ve siyasi çıkar elde etme” gibi amaçlarla üretilmektedir (Tonga, 2023: 202).

Sahte haberler geleneksel medya tarafından da haber yapılmaktadır. Bu medya kuruluşları kimi zaman bilinçli kimi zamanda doğruluğu ve güvenilirliği teyit etmeden bu haberleri servis etmektedirler (Kazaz ve Akyüz, 2019: 56). Sahte haberlerin en önemli destekçileri “görüntüleri” olmaktadır. Yani medya kuruluşları sahte haberlere gerçeklik

statüsü kazandırmak için çoğunlukla fotoğraf ve video manipölasyonuna başvurmaktadır. Örneğin; ürettikleri sahte haberler tartışma konusu olduğunda kanıt olarak görüntüler gösterilmektedir (Taş ve Taş, 2018: 196). Bu da haberin inandırıcılığını ve etkisini arttırmaktadır.

Geleneksel ve dijital medyada haberin kaynağının araştırılmadan servis edilmesi habercilik ilkeleri ile çelişmektedir. Hakikat sonrası dönemde bu tarz haberlerin paylaşılması bazı etik sorunları beraberinde getirmektedir. Özellikle sahte haberler gerçek olarak algılanmakta ve toplumu yanlış yönlendirmektedir (Fidan Barıtcı ve Kaynak, 2022: 191). Yeni medyada gerçek gibi sunulan sahte haber örnekleri şu şekildedir;

Örnek 1: “Çinli arama kurtarma personeli Müslüman oldu” Haberi

Görsel 1: “Çinli arama kurtarma personeli Müslüman oldu” Sahte Haberi (İhlas Haber Ajansı, Erişim Tarihi: 22.11.2023).



İhlas Haber Ajansı'nın internet sitesinde Adem Demirkıran tarafından 13 Şubat 2023 tarihinde yapılan haberde, Kahramanmaraş merkezli depremde hasar alan Malatya ilinde Çin Halk Cumhuriyeti arama kurtarma ekibi, Artvin Yusufeli ilçesiyle arama-kurtarma çalışmalarına katılmıştır. Çinli arama kurtarma ekibinde görevli olan Jun Cang, enkaz altında Kur'an-ı Kerim'i çıkartarak Yusufeli ekibine verdiği ileri sürülmüştür. Bunun üzerine ekip Kur'an-ı Kerim'i Cang'a hediye ettiği ve Cang'ında kelimeyi şahadet getirerek Müslüman olduğu iddia edilmiştir. Bu olay üzerine ekipler Cang'a Yusuf adını verdiklerini söylemişlerdir. Anadolu Ajansı (AA) Teyit Hattı ise iddia edilen haberle ilgili analiz çalışmalarına başlamıştır. Anadolu Ajansı bölge muhabiri Çinli arama kurtarma personeli Jung Cang'a ulaşarak ileri sürülen konuyla ilgili görüşme yapmıştır. Cang, AA ekibine “Ben

Çin’de Müslümandım, ailem de Müslüman. Ben Kur’an-ı Kerim’i çıkardım. Fotoğrafi çekmemin nedeni anneannem 80 yaşın üzerinde. En büyük hayali camiler ve Kâbe’ye gitmek. Sağlık sorunları nedeniyle gidemiyor. Buradaki her caminin fotoğrafını çekerek de ona atıyorum. O fotoğrafı çektirmemin nedeni ona ithafendir” şeklinde Jung Cang’ın açıklamaları tercüme edilmiştir. Tüm bu analizler sonucunda iddia edilen haberin sahte haber olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu haberle ilgili kullanılan fotoğrafın yapay zekayla üretildiği de ileri sürülmüştür. Bu haber; İHA, Star, Konyahaber42, Yeni Akit, Ses Kocaeli ve Bursada Bugün gibi internet haber sitelerinde gerçek bir haber gibi servis edilmiştir ve halen bu haber internet sitelerinden kaldırılmamıştır.

Örnek 2: “Öğrencilere müjde! Okullar artık 4 gün!” Haberi

Görsel 2: “Öğrencilere müjde! Okullar artık 4 gün!” Sahte Haberi (www.technolat.com, Erişim Tarihi: 22.11.2023).



Zekiye Ünal editörlüğünde 11.07.2023 tarihinde yapılan haberde okulların haftada 4 gün olacağı yazılmıştır. Online eğitim videolarının son dönemde gelişmesiyle birlikte okulun yerini aldığı iddia edilmiştir. Bu nedenle artık okula haftada 5 gün değil 4 gün gidileceği, 2 gün tatil yerine 3 gün tatilin yapılacağı ileri sürülmüştür. Teyit Hattı söz konusu haberi araştırmıştır. Bu haber Milli Eğitim Bakanlığının resmi web sitesinde ve Twitter hesabında herhangi bir açıklamaya rastlanılmamıştır. Haberin Türkiye eğitim sistemi ile ilgili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu haber Tecnotat, Kamuajans, Ses Kocaeli, Haber1965 ve Kamudanh Haber gibi internet haber sitelerinde gerçek bir haber gibi yer verilmiştir. Sahte haber olduğu doğrulanmış olmasına rağmen internet haber sitelerinde haber kaldırılmamıştır.

Örnek 3: “Hayatının şokunu yaşadı! Hindistan'da akıllara durgunluk veren hırsızlık!”
Haber

Görsel 3: “Hayatının şokunu yaşadı! Hindistan’da akıllara durgunluk veren hırsızlık!”

Sahte Haberi (www.ensonhaber.com, Erişim Tarihi: 22.11.2023).



EnSon Haber internet haber sitesi, Hindistan’da meydana gelen hırsızlık olayının hayrete düşürdüğü haberini yayınlamıştır. Söz konusu haberde trenle seyahat eden kişinin dışarıyı çekerken telefonunun bianda hırsız tarafından çalındığı yazılmıştır. Hırsız çaldığı telefonun iPhone 14 olduğunu görünce sevincini sosyal medyada paylaştığı sonra gülerek olay yerinden uzaklaştığı iddia edilmiştir. Bu iddiayı Teyit Hattı, tersine görsel arama tekniklerinden faydalananarak videonun kaynağını tespit etmiştir. Videonun kaynağının ise The Amar Babu Fataski kişinin instagramda dijital içerik üreticisi olduğuna ulaşılmıştır. Fataski, iddia edilen videoyu 4 Eylül’de instagram hesabında paylaşarak “trende telefon kullanırken dikkatli olun” açıklamasını yapmıştır. Sonuç olarak konu edilen videonun Fataski isimli instagram kullanıcısı tarafından mizah amaçlı yapıldığı ortaya konulmuştur. Söz konusu haber; EnSon Haber, Yeni Şafak, Aykırı Haber, Haberet, ODA Tv ve Onedio gibi internet haber sitelerinde gerçek bir haber gibi servis edilmiştir.

Örnek 4: “Hatay’da konteynerleri su bastı: Elektrik akımına kapılan bir kişi öldü” Haberi

Görsel 4: “Hatay’da konteynerleri su bastı: Elektrik akımına kapılan bir kişi öldü” Sahte Haberi (artigercek.com, Erişim Tarihi: 23.11.2023).

Hatay'da konteynerleri su bastı: Elektrik akımına kapılan bir kişi öldü

Yayınlanma: 02 Ekim 2023 01:03

Söz konusu haberde, Hatay’da medyada gelen yağış nedeniyle depremzedelerin kaldığı konteynerlerinin su bastığı açıklanmıştır. Haberde konternerde yaşayan bir kişinin elektrik akımına kapılarak hayatını kaybettiği iddia edilmiştir. Bu iddianın arka planını Teyit Hattı araştırmıştır. AA Hatay ofisi, Hatay Valiliği ile temasa geçerek konteyner kentlerde yaşayan hiçbir vatandaşın elektrik akımına kapılarak hayatını kaybetmediği açıklamasını yapmıştır. Bu sahte haber ise ArtıGerçek ve Tele1 internet sitelerinde paylaşılmıştır.

Sosyal medya kullanımının artması ve her kullanıcının içerik üretmesi yoğun bir bilgi akışına sebep olmaktadır. Özellikle kullanıcılar sahte haberleri sayfalarında paylaşarak sosyal medyayı dezenformasyon ortamına dönüştürmektedir. Bu da kullanıcıları sahte bilgilere maruz bırakmakta ve belirli çıkarlar doğrultusunda algılarının yönlendirilmesine yol açmaktadır (Aydın, 2020: 88). Bu nedenle toplumu ilgilendiren konulara ait haberlerin paylaşılmadan önce güvenilirliğinin araştırılması gerekmektedir (Ünal ve Taylan, 2017: 98). Bunun için haber doğrulama platformları kurulmuştur. Haberin güvenilirliği bu platformlar aracılığıyla sorgulanabilmektedir.

2.7. Yeni Medyada Sahte Haberin Kontrolü

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi habercilik sektöründe de birçok değişimler yaşanmasına sebep olmuştur. Bu değişimlerle birlikte haberin doğruluğu ve güvenilirliği konusu ise güncel bir sorun olarak ön plana çıkmaktadır. Yeni medya ve internet kullanımının yaygınlaşmasıyla gündelik hayatın bir parçası haline gelmiştir. Bu durum “hızlı iletişim, zaman-mekân kısıtlamasının ortadan kalkması ve enformasyona kolay erişilmesi” gibi olumlu özelliklerinin yanında sahte haberlerin hızlı bir şekilde yayılması sorunu gibi olumsuz bir sonucu da beraberinde getirmiştir. Söz konusu bu durum ise sahte haberlerle mücadele etmek için çeşitli haber doğrulama platformlarının kurulmasına yol açmıştır

(Çömlekçi, 2019: 1550).

Hakikat sonrası kavramının 2016 yılından sonra önem kazanmasıyla “sahte haber, doğruluk kontrolü, doğruluk kontrol merkezleri” gibi kavramlar tüm dünyada tartışılan konular haline gelmiştir. Bu tartışmalar ile hem akademik hem de sektörel alanda sahte haberlerin önüne nasıl geçileceği sorgulanmaktadır. Bu soruna haber doğrulama platformları kurularak çözüm aranmıştır (Kocabay Şener, 2018: 357). Özellikle yeni medya herkesin bilgi üretebildiği, paylaşabildiği ve yorum yapabildiği bir mecra olduğundan milyonlarca kullanıcıya ulaşmaktadır. Dolaşan bu bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliği tartışılmaktadır. Çünkü dünyada “ekonomik, sosyal ve siyasi krizler” oluşturulabilecek birçok sahte haber dünya kamuoyunda paylaşılmaktadır (Çalışır ve Aksoy, 2018: 294).

Geleneksel medyada haberin doğruluğunu ve güvenilirliğini sorgulamak medya kuruluşlarının sorumluluğu altındayken, yeni medya ile birlikte bu sorumluluk kullanıcıya yüklenmiştir (Kutlu ve Doğan, 2020: 87). Yüklenen bu sorumluluk sonucunda doğru habere ulaşma ve haberi doğrulama sorununa yönelik çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Son zamanlarda herhangi bir yeni medya kullanıcısının doğrulama yapmasına imkân tanıyan çok sayıda araç, teknoloji ve teknikler ortaya çıkmıştır. Böylece sahte haberlerin daha fazla yayılmasına engel olmaktadır (Erkan ve Ayhan, 2018: 220).

Aynı anda milyonlarca kişiye ulaşan sahte haberler, tüm dünyada küresel bir sorun haline gelmiştir. Sahte haberler hem basılı hem de dijital medyada gerçeği yansıtmayan bilgilerin kısa sürede birden fazla kullanıcıya ulaşarak ciddi tehlikeler oluşturabilecek potansiyele sahiptir. Sahte haberler gerçekleri manipüle ederek kitlelerin algılarını yönlendirmektedir (Çalışır ve Aksoy, 2018: 290). Bu nedenle okuyucuların sahte haberleri doğrulamada yaşadığı güçlükler ve bu haberlere karşı yeterince tepki gösterememeleri doğrulama merkezlerinin yaygınlaşmasını sağlamışlardır (Adıyaman, 2022: 1316).

Yeni medyada haberlerin doğrulanması ile dezenformasyonların azalmasında etkili olacağı bilinmektedir. Bununla beraber doğrulama platformları kullanıcılar üzerinde bir farkındalık oluşturmaktadır. Ayrıca okuyucu kitle karşılaştığı her habere daha şüpheci yaklaşımda bulunacaktır (Aydın, 2020: 80). Bu hedef doğrultusunda toplumda doğru haber akışının sağlanması ve neyin doğru neyin yanlış olduğuna karar verilmesi amaçlanmaktadır. Öte yandan amaçlanan bu hedefle beraber haber doğrulama merkezlerinin de farklılaşması sağlanmaktadır (Adıyaman, 2022: 1318). Tüm bunlar sonucunda bireyleri sahte haberlere

karşı korumak ve bu haberlerle mücadele etmeyi öğretmek amacıyla son zamanlarda çoğu ülkede olduğu gibi ülkemizde de çeşitli doğrulama platformları oluşturulmuştur.

2.7.1. Türkiye’de Haber Doğrulama Platformları

Türkiye’deki haber doğrulama platformlarının tarihsel gelişimi Avrupa ülkeleriyle benzer bir tarihsel geçmişe sahiptir. Türkiye’de 2009 yılında “yalansavar.org ve malumatfurus.org” gibi organizasyonlarla doğrulama platformlarının temelini atıldığı görülmektedir. Bu kuruluşların ardından doğrulama platformlarının sayısı giderek artmaya başlamıştır (Ulaş ve Baloğlu, 2021: 183). Aşağıdaki tabloda ise Türkiye’de yer alan haber doğrulama platformlarının kuruluş tarihi, yer aldığı merkez ve temel amaçlarına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Web Sitesi	Kuruluş Tarihi	Merkezi	Doğruluk kontrolü görevi
YalanSavar.org	2009	San Francisco, CA	Bilimsel doğruluk kontrolü, sözde bilim çürütme.
Malumatfurus.org	2009	İstanbul	Gazete köşe yazarlar doğruluk kontrolü
EvrinAgaci.org	2010	Lubbock, TX	Bilimsel doğruluk kontrolü, sözde bilim çürütme.
DogrulukPayi.com	2014	İstanbul	Siyasi beyanat doğrulaması
Teyit.org	2015	İstanbul	Haber iddialarını çürütme
Gununyalanlari.com	2015	İstanbul	Haber iddialarını çürütme
FactCheck.TR	2015	İstanbul	Haber iddialarını çürütme
Dogrula.org	2017	Belirtilmemiş	Haber iddialarını çürütme
*Anadolu Ajansı Teyit Hattı	2022	Ankara	“Yanılıcı içerik ve bilgi kirliliği” ile mücadele etmektir.

*Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi	2022	Ankara	Haftalık bültenler yayınlayarak topluma doğru ve güvenilir bilgi paylaşmayı hedeflemektedir.
---	------	--------	--

Tablo 1: Türkiye’deki Doğruluk Kontrol Platformları (Ünver, 2020: 5).

Doğrulama platformlarının görevleri arasında şüpheli bilgilerin incelenerek kamuya doğru bilgi sunulması yer almaktadır. Haberin doğruluğunu kontrol eden bu oluşumlar çeşitli konular üzerine eğilmişlerdir. Örneğin; Türkiye’de Teyit.org isimli oluşum sosyal medyada dolaşan şüpheli ve yanıltıcı haberler üzerine yoğunlaşmaktadır. Doğruluk Payı, siyasetçilerin konuştuklarını doğruluk ve güvenilirlik açısından analiz etmektedir. Malumatfuruş, köşe yazarlarının ürettikleri içeriklerin doğruluklarını irdelemektedir. FactCheck.TR ise dünya mediasında yer alan haberleri inceleyerek Türkiye aleyhine olan haberler için düzeltmeler yapmaktadır (Kocabay Şener, 2018: 363).

Doğrulama platformlarının en temel amaçlarından biri sahte haberlerle mücadele etmektir. Bunun yanında bu platformlar bireylerin sahte bilgiler noktasında şüpheli gördükleri ve kendilerine gönderdikleri haberleri analiz ederek haber teyit süreçlerinde kullanıcılarında aktif olmasını sağlamaktadır. Kullanıcıların süreçte aktif olması Türkiye’deki haber doğrulama platformlarının sayısını arttırmış ve hedef kitlenin sahte haber konusunda daha da bilinçlenmesini sağlamıştır (Çömlekçi, 2019: 1553-1554). Bu çerçevede yeni medya kullanıcıları karşılaştıkları sahte haberlerin doğruluk ve güvenilirlik kontrolünü sağlayarak haberleri eleştirel okumaya başlamışlardır (Kocabay Şener, 2018: 357). Kısacası sahte haberlerle mücadele etmek amacıyla doğrulama merkezleri kurulduğu ve bunun önemli bir adım olduğundan bahsedilmektedir. Bu amaçla hakikat sonrası dönemin en belirgin özelliklerinden olan “sahte haber” sorununa da dikkat çekilmektedir.

2.7.1.1.Yalansavar.org

Yalansavar.org 2009 yılında Türkiye’de kurulan ilk doğrulama platformu olarak şekillenmektedir. Platform gönüllülük esasına dayalı olup doğrulama ekibi çoğunlukla

*Anadolu Ajansı Teyit Hattı ve Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi doğrulama platformları tabloya sonradan eklenmiştir.

akademisyen, doktor, mühendis ve araştırmacılardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra platform herhangi bir maddi kazanç elde etmemekte, başka kurum ve kuruluşlardan da destek almamaktadır (Uluk, 2021: 80). Amaçlarının “sağlıklı bir toplum için elzem olan eleştirel düşünce alışkanlığını yaymaya katkıda bulunmak ve muhtelif asılsız iddiaları irdelemek” olarak belirten platform, eleştirel düşünme alışkanlığının da kazanılmasına katkıda bulunacaklarının altını çizmektedir (Yalansavar.org).

2.7.1.2. Malumatfurus.org

Malumatfuruş Türk Dil Kurumuna göre Arapça ve Farsça birleşimi olan ve “bilgiçlik taslayan”, “bilmiş geçinen” anlamına gelmektedir (sozluk.gov.tr). Malumatfuruş, “Muhtesip.com” sitesinden esinlenerek 2015 yılında “yanlışlama” girişimi olarak faaliyete geçmiştir. Gazete köşe yazarlarının doğruluk kontrolüne odaklanan malumatfuruş bunun yanında sosyal medya, haber siteleri ve internette yer alan yanlış bilgileri de doğruluk kontrolünden geçirmeyi amaçlamaktadır (malumatfurus.org).

Malumatfuruş, Türkiye’deki diğer doğruluk kontrol merkezlerinden farklı olarak ana akım medyayı dezenformasyon kaynağı olarak görmektedir. Bu platform ana akım medyanın dış platformlar tarafından denetlenmesi gerektiğini savunmaktadır. Malumatfuruş, köşe yazarlığını tembelleşmeyi besleyen bir sistem olarak görmektedirler. Kuruculara göre köşe yazarları “nasıl olsa okunuyor” argümanları ile araştırılmamış ve yeterince analiz edilmemiş içerikleri köşelerinde paylaştıklarını iddia etmektedirler (Ünver, 2020: 4). Kısacası malumatfuruş, köşe yazılarındaki sahte bilgileri tespit etmeye çalışan bir platform olarak ortaya çıkmıştır. Bu sayede malumatfuruş köşe yazılarındaki yanlışların tespiti noktasında okuyucu kitleye imkân sağlamaktadır (Ayhan ve Dağ, 2019: 1281).

2.7.1.3. EvrimAgaci.org

EvrinAgaci.org, 5 Kasım 2010 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi’nde (ODTÜ) “evrimsel biyolojiye” önem veren öğrenci toplulukları tarafından “bilim, evrim ve popüler biyoloji” gibi konularda bilimsel anlamda doğruluk kontrolü yapmak için faaliyete başlamıştır (Ünver, 2020: 6). Platformun temel amacı ise “elektronik ve basılı araçları kullanarak Türkiye’nin en güvenilir, en kapsamlı ve en geniş bilim arşivini” detaylı bir şekilde gelişimini ve dönüşümünü sağlamaktır. Bu amaç doğrultusunda ise çalışmalarının merkezinde her zaman “evrimsel biyoloji” olacağını belirtmektedirler (Evrin Ağacı, 2018).

2.7.1.4. DogrulukPayi.com

Doğruluk payı 2014 yılında Türkiye'nin siyasal alandaki ilk doğrulama girişimi olarak görülmektedir. İzlemedeyiz derneği adı altında yayın hayatına başlayan doğruluk payı, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi gibi bölümlerden mezun olan ekipler tarafından oluşturulmuştur. Bu platform Cumhurbaşkanlığı seçimine yaklaşık iki ay kala siyasetçilerin ve partilerin seçim kampanyalarında iddia ettikleri fikirlerini doğrulamak amacıyla kurulmuştur. Doğruluk payı başlarda herhangi bir kâr amacı gütmeyen bir kuruluş iken zamanla uluslararası hibe programları aracılığıyla kazanç elde etmeye başlamıştır (Uzunoğlu ve Uyar, 2021: 11-12).

Türkiye'nin ilk kurumsal platformu olan doğruluk payı, yeni medya ortamlarında geniş kitlelere yayılan şüpheli bilgileri inceleyerek bireylere, kolay anlaşılabilir doğru bilgi sunmaktadır. Bu amaç doğrultusunda doğruluk payı kurucuları, çalışma prensiplerini ilkeler kılavuzu adı altında toplamışlardır. Bu prensipler aşağıdaki gibidir:

1. Tarafsızlık ve hakkaniyetli davranma ilkesine bağlılık,
2. Finansal ve organizasyonel yapının şeffaflığı ilkesine bağlılık
3. Yöntemin şeffaflığı ilkesine bağlılık,
4. Analizlerin açık ve güvenilir düzeltilmesi ilkesine bağlılık (dogrulukpayi.com).

Türkiye'de ana akım medya “yasaklar, kapatılmalar ve sansürle” karşı karşıya kalmıştır. Bunun sonucunda gerçek, doğru ve güvenilir bilgiye büyük ölçüde talep artmıştır. Oluşan bu boşluğu ise doğruluk payı doldurmaya çalışmıştır (Ünver, 2020: 8). Böylece doğruluk payı siyasi söylemlerin gerçekliğini ve güvenilirliğini eleştirip derecelendirmiştir. Bu sayede gerçek olmayan vaatlerin, stratejilerin, siyasi rekabetin, manipülasyonun ve algı karışıklığının da önüne geçilmeye çalışılmıştır (Önder, 2016: 32). Öte yandan doğruluk payı siyasetçilerin iddialarını kontrol etmenin yanında 2020 yılından itibaren “sosyal medya, geleneksel medya veya farklı iletişim kanallarında” yer alan her türlü şüpheli ve sahte bilgileri kontrol eden bir platforma dönüşmüştür (dogrulukpayi.com).

2.7.1.5. Teyit.org

Teyit.org, Mehmet Atakan Foça tarafından kurulup Türkiye'nin ilk haber doğrulama merkezi olarak 2016 yılında hizmet vermeye başlamıştır. Bu platform “yaygın bilinen yanlışları, sosyal medyanın gündeminde yer alan şüpheli bilgiler ve şehir efsaneleri” gibi

birçok alanda doğrulamalar yaparak okuyucu kitlenin doğru ve güvenilir bilgiye ulaşmasını amaçlanmaktadır (teyit.org).

Sahte haberlerle mücadele kapsamında Google bu süreci teyit.org ile yürütmektedir. Bu süreçte Google’da aratılan herhangi bir anahtar kelimeyle ilgili teyit.org tarafından bir analiz yapılmışsa o bağlantı öncelikli olarak gösterilmektedir. Eğer kullanıcı arattığı bu analizin doğru olmadığını düşünüyorsa bunu Google’a geri bildirim yapabilmektedir. Bunun yanında teyit.org 2018 yılı itibariyle Facebook ile iş birliği içine girmiştir. Facebook’ta doğruluğundan şüphe edilen haberi kullanıcı tarafından “asılsız haber” olarak etiketleyebilmekte ve etiketlenen haber teyit.org’a iletilmektedir (Uluk, 2021: 82-83). Nitekim teyit.org sahte haberi doğrulama noktasında kullanıcı kitleye de sorumluluk yüklemektedir.

Teyit.org doğrulama merkezi sosyal ağlardaki şüpheli bilgileri analiz etmenin yanında kullanıcıların dijital okuryazarlık ve eleştirel düşünme biçimlerini de geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bunun yanında herhangi bir konuyu seçerken “önem, aciliyet ve yaygınlık” kriterlerini dikkate almaktadırlar (teyit.org).

2.7.1.6. Gununyalanlari.com

Gununyalanlari.com adlı doğrulama platformu “yazılı ve görsel medyada yapılan haberleri, politikacıların dile getirdiği iddiaları ve sosyal medyada dolaşan şüpheli bilgilerin doğruluğunu” araştırıp inceleyen Boğaziçi Küresel projesi olarak ortaya çıkmaktadır (gununyalanlari.com). Bu platform günlük olarak üretilen yazılı basında ve sosyal medyada doğru olmayan haberleri açık kaynaklar üzerinde yalanlama görevini yerine getirmektedir (Uzunoğlu ve Uyar, 2021:14).

Gununyalanlari.com isimli doğrulama merkezinin internet sitesinde haberler tek tek kategorilere ayrılmamaktadır. Sitede haberler “son yalanlar, popüler yalanlar, sık yalanlar ve dış basın yalanları” şeklinde birbirinden ayrılarak başlık oluşturulmuştur. Bu başlıklar altında ise şüpheli görülen haberler analiz edilmektedir. Analiz edilen haberler ise hem gununyalanlari.com sitesinde hem de facebook ve X üzerinden paylaşılmaktadır.

2.7.1.7. FactCheck.TR

FactCheck.TR platformu gununyalanlari.com gibi Boğaziçi Küresel projesi olarak internet sitesinde varlığını devam ettirmektedir. Bu platform Türkiye ile ilgili yapılan haberlerin doğruluğunu ve güvenilirliğini araştırırken Türkçe ve İngilizce haber ajanslarından gelen haberleri incelemektedir. Yine bunlara ek olarak politikacıların açıklamalarını, röportajlarını ve basın bültenlerini analiz etmektedirler. FactCheck.TR, uluslararası ve ulusal medyayı takip etmekte ve halka açık haber kaynaklar aracılığıyla doğru bilgiyi sunmayı amaçlamaktadır (factcheckingturkey.com). Öte yandan FactCheck.TR, şüpheli bilgileri tespit etmek için dış basında yayınlanan yazıları teyitlemekte, İngilizce ve Arapça içerikler üretmektedir (Uzunoğlu ve Uyar, 2021:14).

2.7.1.8. Dogrula.org

Dogrula.org platformu 2017 tarihinde kurulmuş, 2021 yılında ise Dijital Toplum Araştırmaları Derneği tarafından teslim alınmıştır. Bununla beraber platform 2021 yılında Uluslararası Kontrolü Ağı tarafından da onaylanmıştır (İrvan, 2022). Daha çok birincil kaynakları dikkate aldığını belirten Dogrula.org, analiz ettikleri bilgileri yeterli verilere ulaşarak okuyucuya doğru ve güvenilir metinler sunmayı amaçlamaktadır. Tüm bu inceleme sürecinde dogrula.org ekibinin “çalışma ve tarafsızlık” prensiplerine göre hareket ettiklerinin vurgusunu yapmaktadırlar (Dogrula.org, 2024).

2.7.1.9. Anadolu Ajansı Teyit Hattı

Anadolu ajansı, yanıltıcı bilgi ve sahte haberlerle mücadele etmek amacıyla yeni birimi olan Teyit Hattı’nı faaliyete geçirmiştir. Toplumun sağlıklı bilgi edinmesini engelleyen haberleri ve değiştirilmiş görsellerin orijinal hallerini kullanıcılarla paylaşmayı hedeflemektedir (Anadolu Ajansı Teyit Hattı, 2023). Diğer taraftan Teyit Hattı, doğruluğu ispatlanmamış sahte bilgilerin yayılımını engellemek üzerine çalışmaktadır. Bu süreci Anadolu Ajansı’nın yayın ilkeleri çerçevesinde gerçekleştirmekte ve halka doğru bilgileri vermek üzere faaliyet göstermektedir. Başta sosyal medya olmak üzere yazılı ve görsel basın titizlikle analiz edilmekte, kamuoyunu yanlış yönlendiren sahte haberlerin tespiti yapılmaktadır (Ünal vd, 2023: 683).

2.7.1.10. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesinde faaliyete başlayan Dezenformasyonla Mücadele Merkezi Ağustos 2022 tarihinde kurulmuştur. Bu birim dezenformasyonla ilgili içerikleri tespit ederek kamuoyuna doğru ve güvenilir bilgileri paylaşmayı amaçlamaktadır. Dezenformasyonla mücadele merkezi, haftalık olarak bültenler yayınlamakta, doğru ve yanlış bilgi arasındaki farkı kullanıcıya etkili bir şekilde sunmaktadır (Koçyiğit, 2023: 74). Dezenformasyonla Mücadele Merkezine bildirilen haberler ise uzmanlar tarafından teyit edilip Dezenformasyon Bülteni ve İletişim Başkanlığı ile Dezenformasyonla Mücadele Merkezi sosyal medya hesaplarından kamuoyu ile paylaşılmaktadır (Dezenformasyonla Mücadele Merkezi, 2023).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. HAKİKAT SONRASI DÖNEMDE SAHTE HABERLERİN YÜKSELİŞİ: İSRAİL-FİLİSTİN ÇATIŞMASI

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İnsan yaşamında önemli bir yere sahip olan ‘iletişim’ insanlık tarihi kadar eski bir olgudur. Yaşanan teknolojik ilerlemeler iletişim araçlarını da değiştirmiştir. Değişen iletişim araçları toplumu haber alma ve gündemi takip etme noktasında dijital medyaya yönlendirmiştir. Dijital medyada kullanıcılar hem üretici hem de tüketici konumundadır. Bu da kullanıcıların sorumluluklarını arttırmaktadır. Sorumluluklarının farkına varamayan kullanıcılar bu platformlarda gerçeği irdelemeden yaptıkları paylaşımlarıyla farkında olmadan hakikat ile hakikat olmayan arasındaki ayrımın yapılmasını zorlaştırmaktadırlar. Hakikat ile sahtenin yer değiştirdiği hakikat sonrası bu dönemde kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve yaygın bir şekilde kullanılması da sahte haberlerin dolaşımını hızlandırmıştır.

Gazetecilik etik kurallarını hiçe sayan, ekonomik kaygıyla kopyala-yapıştır haber yapan ve habercileri buna zorlayan haber siteleri sahte haber yayınlamaya devam etmektedir. Bu çalışma; 7 Ekim 2023 tarihinde İsrail-Filistin arasında yaşanan çatışmalarla ilgili haber sitelerinde paylaşılan sahte haberlerin incelenmesi amaçlanmaktadır. Daha sonra bu çalışmada “haber analiz edilmesi, haber türleri, haber-fotoğraf uyumu, haberde kaynak sunumu ve sahte haberin paylaşıldığı haber siteleri” ortaya konulmuştur. Son olarak da BuzzSumo sosyal medya analiz uygulamasıyla sahte haberlerin sosyal medyadaki toplam katılım ve paylaşım sayıları analiz edilmektedir.

Bu çalışma dijital medya kullanıcılarına sosyal medya ve internet haber sitesi üzerinden karşılaştıkları herhangi bir habere karşı eleştirel okuma ve sorgulayıcı yaklaşım kazandırmak açısından önem arz etmektedir.

3.2. Araştırmanın Sorusu

Bu çalışmanın sorusu internet gazeteciliğinde;

- *Haber kuruluşlarının köklü bir geçmişe sahip olması doğru ve güvenilir haber verme eğilimlerini artırır mı?*

- *Haber kuruluşlarının haberi önce servis etme kaygısının olması sahte haber verme eğilimlerini arttırır mı?*
- *Haber kuruluşlarının ekonomik kaygı içine girerek haberlerin tıklanma sayısının artmasını istemeleri haber kuruluşlarını gerçek habere ulaştırma eğilimlerinden uzaklaştırır mı?*
- *Haber kuruluşlarının gazetecilik etik ilkelerine dikkat etmeleri gerçek haber verme eğilimlerini arttırır mı?*

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, 7 Ekim 2023 tarihinden itibaren İsrail-Filistin çatışmasında ortaya çıkan sahte haberlerin boyutlarını incelemek için nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay incelemesi kullanılacaktır. Örnek olay incelemesi; bir ya da birden fazla durumun belirli bir zaman içerisinde derinlemesine araştırılmasıdır. Bu yöntem elde edilen verilerin olayları nasıl etkilediği üzerine odaklanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 83). Bu kapsamda Anadolu Ajansı Teyit Hattı'nın analiz ettiği sahte haberler örnek olay yöntemiyle incelenmiştir. Daha sonra araştırmaya konu edilen sahte haberler BuzzSumo sosyal medya analiz aracı ile toplam katılım ve paylaşım sayıları üzerinden sosyal medyadaki etkinliği ortaya konulacaktır. Anadolu Ajansı Teyit Hattı doğrulama platformu; hızlı ve etkin haber birimi olması ve İsrail-Filistin çatışma süreçlerinde yer alan haberlerin doğruluğunu ya da yanlışlığını duyurabilecek niteliklere sahip olması sebebiyle tercih edilmiştir.

3.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu çalışmanın evreni haber sitelerinde dolaşıma giren sahte haberlerdir. Çalışmada amaçlı örneklem kullanılmıştır. Amaçlı örneklem “örnekleme seçilen kişilerin ya da objelerin araştırmacının amaçlarına en uygun yanıt verebilecek birey ve objeler arasından seçilmesidir” (Aziz, 2017: 55) şeklinde tanımlanmaktadır. Anadolu Ajansı Teyit Hattı doğrulama platformunda İsrail-Filistin çatışmasına dair internet haber sitelerinde ve sosyal medya uygulamalarında yer alan 93 adet sahte haber tespit edilmiştir. Bu haberlerden sadece 9 tanesi internet haber sitelerinde yer almaktadır. Çalışmanın örnekleme ise söz konusu 9

BuzzSumo, sosyal medyadaki popüler içeriklerin neler olduğunu ortaya koyan bir araçtır. BuzzSumo aracı sayesinde kullanıcılar “belirli bir konu veya anahtar kelime” ile arama yaparak sosyal medyadaki popüler içeriklerden anında haberdar olabilmektedirler. Bu raporlar sayesinde ise toplumun ihtiyaç ve beklentilerini tahmin etmek kolaylaşmaktadır (Delibacak, 2022).

sahte haberden oluşmaktadır.

3.5. BuzzSumo Aracılığıyla Haberlerin Çözülmesi

Bu çalışmada 7 Ekim 2023 İsrail-Filistin çatışmasıyla ilgili internette ve sosyal medyada en çok paylaşılan bağlantıları ve haberleri tespit etmek için BuzzSumo isimli sosyal medya aracından yararlanılmıştır. BuzzSumo, en yüksek online etkileşime sahip bağlantılarının bir listesini oluşturmak için “Facebook, Pinterest, Reddit ve Twitter” gibi sosyal medya araçlarından veri toplamaktadır. BuzzSumo sosyal medya aracı akademik araştırmalarda da sıklıkla kullanılmıştır.

Waszak, Kasprzycka-Waszak ve Kubanek (2018), “Sahte tıbbi haberlerin sosyal medyada yayılması: Pilot niceliksel çalışma” başlıklı araştırmalarında BuzzSumo uygulamasını kullanarak 2012 ile 2017 yılları arasındaki dönemde sosyal medyada en çok paylaşılan sağlıkla ilgili haberleri araştırmışlardır. Edinilen bulgulara göre paylaşılan haberlerin %40’ı sahte haber olarak tespit edilmiştir. Bu haberler 450.000’den fazla paylaşılmıştır. Bu içeriklerden en yanıltıcısı aşılarda ilgili haber olurken, kalp-damar ile ilgili haberler ise daha çok bilgilendirici nitelikte olduğuna ulaşılmıştır.

Allcott, Gentzkow ve Yu (2019), “Sosyal medyada yanlış bilgilerin yayılmasındaki eğilimler” adlı çalışmalarında sahte haberlerin yayılma eğilimini konu edinmişlerdir. Araştırmacılar BuzzSumo uygulamasını kullanarak Ocak 2015 ile Temmuz 2018 yılları arasında Facebook-Twitter’da 569 sahte haber ve 9 bin 540 tane sahte içeriğin yayılma eğilimini analiz etmişlerdir. Analizin sonucuna göre 2016 yılında hem Facebook hem de Twitter’da sahte haber yayılımı artış göstermiştir. Fakat 2016 yılından sonra Facebook’ta sahte haber yayılımında azalma olurken Twitter’da bu yayılım daha da artış göstermiştir.

Jardelino, Cavalcanti ve Toniolo (2020), “2018 Brezilya seçimlerinde sahte haberlerin çoğalması” başlıklı makalede modern demokraside yeni medyanın rolü ortaya konmaya çalışılmıştır. Bunun için 2018 Brezilya seçimlerinde sahte haberlerin rolü örnek olarak seçilmiştir. Araştırmacılar çalışmalarında Google Trends ve BuzzSumo veri analizini kullanmışlardır. Çalışmanın sonucunda ise başkanlık kampanyasında ve oy verme davranışında rol oynayabileceği düşünülen sahte haberlerin arttığı tespit edilmiştir.

Iglesias-Puzas MD, Conde-Taboada, Aranegui-Arteaga ve diğerleri (2021), “Dermatolojide ‘sahte haberler’: Gözlemsel, kesitsel bir çalışmanın sonuçları” isimli çalışmalarında dermatoloji ile ilgili sosyal ağlarda en sık paylaşılan haberleri incelemişlerdir.

Araştırmada Mart 2019 ile Mart 2020 arasında “Facebook, Pinterest, Twitter ve Reddit” gibi sosyal ağlarda paylaşılan içerikler analiz edilmiştir. Toplamda 385 web sitesi incelenmiştir. Paylaşılan içeriğin yaklaşık %44,7’si kesin olmayan, %20’si kafa karıştırıcı ve %35,3’ü kesin olarak değerlendirilmiştir. Kesin olmayan şeklinde sınıflandıran içeriğin yüksek oranda etkileşim aldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Dahi (2022), “Gerçek-Sonrası Dönemde Sosyal Medya Dezenformasyonu ve Sahte Haberler: Türkiye’de Covid-19 Salgını Örneği” başlıklı tezinde BuzzSumo sosyal medya analizi aracını kullanarak internette dolaşan sahte haberlerin aldığı etkileşim sayılarını tespit etmeyi amaçlamıştır.

3.6. Haber Sitelerinde ‘Gerçek’ Olarak Servis Edilen Sahte Haberlerin Analizi: İsrail-Filistin Çatışması Örneği

3.6.1. Örnek 1: “Netanyahu’ya hayatının şoku: Keskin nişancı yeğeni kara harekâtında öldü” Haberi

Görsel 5: “Netanyahu’ya hayatının şoku: Keskin nişancı yeğeni kara harekâtında öldü” Sahte Haberi (www.sabah.com.tr, Erişim Tarihi: 11.11.2023).



Araştırmada incelenen örneklerde; Sabah.com, Halktv.com, Sondakika.com, Yeni Akit, Aydınlık, Millî Gazete, Haber7.com, Gazeteduvvar.com ve BirGün.net gibi haber sitelerinin hem uzun süredir habercilik faaliyetinde bulunmaları hem de sosyal medyada ki etkileşim sayılarının fazla olması nedeniyle detaylı bir şekilde incelenmiştir.

Haber Hakkında: Sabah gazetesinin internet haber sitesinde 6 Kasım 2023 tarihinde yapılan haberde, İsrail Başbakanı Binyamin Netanyahu'nun keskin nişancı yeğeninin Gazze'ye yapılan vahşi saldırıların sonucunda kara harekâtı sırasında hayatını kaybettiği iddia edildi. Bu haber ilk olarak Rusya merkezli Sputnik internet sitesinde “İsrail Başbakanı Netanyahu'nun yeğeni Yüzbaşı Yair Edou Netanyahu, Kassam Tugayları'na karşı aktif çatışma sırasında Gazze'de öldürüldü” şeklinde servis edilmiştir (Sabah, 2023).

Haberin Analiz Edilmesi: Anadolu Ajansı (AA) Teyit Hattı haberle ilgili iddiaların arka planını araştırmıştır. Öncelikle haberde yer alan fotoğraf, Google ve Yandex görseller üzerinden geriye dönük olarak taratıldığında birkaç sosyal medya platformuna ulaşılmıştır. Instagram'da İbranice yapılan bir paylaşımda “Dün Gazze'de ağır yaralanan bir asker, aldığı yaralardan dolayı hayatını kaybetti. Yair Nifousy sadece 20 yaşındaydı ve 101. Paraşüt Taburu üyesiydi” ifadelerine erişilmiştir. Daha sonra Yair Nifousy isimli İsrail askeri, İsrail basınında yer alan haberlerde taratılmıştır. Taratılan haberler arasında The Times Of Israel internet sitesinde 1 Kasım Gazze'de yaşanan şiddetli çatışmada Çavuş Yiar'in ağır yaralandığı fakat tüm müdahalelere rağmen kurtarılamadığı yazılmıştır. Bu haber sonrasında ise Anadolu Ajansı Teyit Hattı, açık kaynaklarda yaptığı araştırmada İsrail Başbakanı Binyamin Netanyahu'nun iki erkek kardeşinin olduğu ve kardeşlerinin de Yair Nifousy adında herhangi bir çocuğunun olmadığını tespit ederek yapılan sahte habere açıklık getirilmiştir.

Haberde Kullanılan Sahte Haber Türü: Bağlamdan koparma

Haber Fotoğraf İlişkisi: “Netanyahu'ya hayatının şoku: Keskin nişancı yeğeni kara harekâtında öldü” sahte haberi ile fotoğrafın uyumlu olduğu görülmektedir. Ayrıca sitede yer alan haberin kurgu olmasına karşın fotoğrafın haber metniyle uyumlu olması okuyucu kitleyi etkileme gücünü daha da arttırdığını söylemek mümkündür. Çünkü haber-fotoğraf ilişkisinin uyumlu olması İkizoğlu'nun da (2020: 130) belirttiği gibi haberde verilen mesajın fotoğrafla desteklenmesi haberin gerçekliğinde ve inandırıcılığında bir güç kaynağı olmaktadır.

Haberde Kaynak Sunumu: Sabah gazetesinin internet sitesinde yer alan “Netanyahu'ya hayatının şoku: Keskin nişancı yeğeni kara harekâtında öldü” başlıklı sahte haberde açık bir şekilde haberi yazan gazeteci ismi yer almamaktadır. Fakat haberin Rusya merkezli Sputnik haber sitesinden alındığı anlaşılmaktadır. Haberde kaynağın açık bir

şekilde verilmemesi habere olan güvenin azalmasına neden olmaktadır. Çünkü Tokgöz’ün de (2015: 277) belirttiği gibi haberde kaynağın verilmesi haberin doğruluğunun ve güvenilirliğinin sağlanmasında önemli etken olmaktadır. Sabah gazetesinin internet sitesinde servis ettiği bu haberin ise inandırıcılığı ve gerçekliği düşük olmaktadır.

Sahte Haberin Paylaşıldığı Haber Siteleri: “Netanyahu’ya hayatının şoku: Keskin nişancı yeğeni kara harekâtında öldü” başlıklı sahte haber; Sabah, Star, Konya’nın Nabzı, Urfa’nın Nabzı, Haber7.com, Akşam ve Yirmidort.tv vb. haber sitelerinde gerçek bir haber gibi servis etmişlerdir. Bu sahte haber; Yirmidort.tv, Akşam, Star ve Konya’nın Nabzı isimli haber sitelerinde “Netanyahu’nun yeğeni Gazze’de öldü” başlıklı habere yer vermişlerdir. Haberde kaynak kullanıldığına dair bir bilgiye ulaşılmamıştır. İddia edilen haber Urfa’nın Nabzı isimli haber sitesinde “İşgalci Netanyahu’nun yeğeninin öldürüldüğü iddiası” şeklinde haberi paylaşmıştır. Haber7.com sitesi ise “Gündeme bomba gibi düştü: Netanyahu’nun yeğeni öldürüldü” başlığıyla yayınlamıştır. Söz konusu haber siteleri de herhangi bir kaynak kullanmamışlardır. Bu haber Anadolu Ajansı Teyit Hattı tarafından sahteliği ispatlanmış olmasına rağmen hâlâ bu sitelerin yayınlarından kaldırılmamıştır.

Görsel 6: Netanyahu haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları (BuzzSumo, Erişim Tarihi: 11 Kasım 2023).



“Netanyahu’ya hayatının şoku: Keskin nişancı yeğeni kara harekâtında öldü” başlıklı sahte haber, Facebook’ta 17, X’de ise 11 kez paylaşılmıştır. Tüm mecralarda aldığı toplam etkileşim sayısı 28 olarak belirlenmiştir. Yukarıdaki görselde sosyal medya izleme aracı olan BuzzSumo sitesi sahte habere yönelik erişim sayıları gösterilmektedir. Erişim sayılarına bakıldığında gerçek olmayan haberlerin sosyal medya platformlarında paylaşıldığı ve dolaşıma sokulduğu görülmektedir. Madsar (2021: 60)’a göre sosyal medya mecralarının sunduğu “beğeni, paylaşım gibi” kullanıcıların etkileşim almak amacıyla sahte haberleri

servis ettiklerini ileri sürmektedir. Kısacası medya kuruluşları ekonomik kaygı içine girerek haberin tıklanma sayısını arttırmak için okuyucu kitlenin ilgisini çekecek şekilde haberi servis etmektedir. Sosyal medyada içerik denetiminin yeterli olmaması kullanıcıların bu tür platformlarda içerikler paylaşarak haberlerin hızlı yayılımına da zemin hazırlamaktadır.

3.6.2. Örnek 2: “İsrail Kızılay Depolarını Vurdu!” Haberi

Görsel 7: “İsrail Kızılay Depolarını Vurdu!” Sahte Haberi (halktv.com.tr, Erişim Tarihi: 12 Kasım 2023).

İsrail Kızılay Depolarını Vurdu!



Haber Hakkında: Halk Ana Haber tarafından son dakika haberi olarak servis edilen haberde İsrail'in yaptığı hava saldırısında Türkiye ve Filistin'e ait Kızılay depolarının vurulduğu haberi verilmiştir. İddia edilen habere göre depoların ve tesislerin kullanılmaz hale geldiği ve binada büyük bir hasar olduğu duyurulmuştur (Halk Ana Haber, 2023).

Haberin Analiz Edilmesi: İsrail'in hava saldırılarında Gazze'deki Türk Kızılay'ı ve AFAD'ın depolarının vurulduğu iddiaları gündem oluşturması üzerine hem Türk Kızılay'ı hem de AFAD sosyal medya hesaplarından kamuoyunu bilgilendiren bir açıklama yapmışlardır. Bu açıklamaları Anadolu Ajansı Teyit Hattı kendi sitesinde de paylaşmıştır. AFAD yaptığı açıklamada Gazze'de kullanılan herhangi bir bina ya da depolarının bulunmadığını duyurmuştur. Türk Kızılay'ın yaptığı açıklamada ise Gazze'de kurumlarına ait bir depo bulunmadığını ve vurulan depoların Filistin Kızılay'ına ait olduğunu belirtmiştir.

Haberde Kullanılan Sahte Haber Türü: Uydurma

Haber Fotoğraf İlişkisi: “İsrail Kızılay Depolarını Vurdu!” sahte haberi ile fotoğrafın uyumlu olduğu görülmektedir. Haberin fotoğrafla uyumlu olması okuyucu

kitlenin olayı zihninde daha iyi canlandırmasına yardımcı olmaktadır. Bu da Yurdalan'ın da (2020) ifade ettiği gibi haber sitelerinde yer alan fotoğraflar haberlerin doğruluğunu belgelemekte, okuyucu kitleye içeriği hakkında azda olsa bilgi vermektedir. Ayrıca internet sitesinde yer alan haberle ilgili videoda paylaşılmıştır. Paylaşılan bu video ile sahte haber daha da güvenilir kılınmaya çalışılmıştır.

Haberde Kaynak Sunumu: Halk Ana Haber sitesinde yer alan “İsrail Kızılay Depolarını Vurdu!” başlıklı haberde herhangi bir kaynak sunulmamıştır. İddia edilen haber Halk TV’de son dakika haberi olarak servis edilmiştir. Bu da göstermektedir ki haberi hızlı bir şekilde servis etmek için haberin doğruluğu ve güvenilirliği araştırılmamıştır. Çünkü yeni bir haberi ilk önce yayınlamak isteyen medya kuruluşları arasında rekabet bulunmaktadır. Bu sebeple haber hızlı bir şekilde verilerek gerçekliği sorgulanmamaktadır. Söz konusu paylaşılan sahte haberler de insanlar tarafından kısa süre içinde paylaşarak binlerce okuyucuya ulaşmaktadır (Okay, 2021: 17).

Sahte Haberin Paylaşıldığı Haber Siteleri: “İsrail Kızılay Depolarını Vurdu!” sahte haberi; Halk TV, Aydınlık Gazetesi, Bursada Bugün, Tele 1, Yeni Yaşam, Ses Kocaeli, İnegölonline, TR Haber ve Kıbrıs Gazetesi olmak üzere birkaç haber sitelerinde gerçek bir haber gibi sunulmuştur. Bu sahte haber; İnegölonline ve Kıbrıs Gazetesi’nde “İsrail Türk Kızılay’ı deposunu vurdu”, Aydınlık Gazetesi’nde “İsrail Filistin’de Kızılay’a saldırdı: Tesisleri ve depoları vurdu”, Bursada Bugün de “İsrail ve Filistin Kızılay’ı depolarını vurdu!”, Tele 1’de “İsrail Kızılay deposunu vurdu”, Yeni Yaşam’da “İsrail Gazze’de Kızılay depolarını vurdu”, Ses Kocaeli’nde “İsrail Türkiye’nin Kızılay deposunu vurdu” ve TR Haber’de “Son dakika: Katil İsrail Kızılay depolarını vurdu” başlığıyla haber sitelerinde sahte haber ‘gerçek’ bir haber gibi servis edilmiştir. Haber sitelerinde sunulan sahte haberde ise herhangi bir kaynağa rastlanılmamıştır. Bu haber teyitlenmiş olmasına rağmen internet sitelerinden kaldırılmak yerine başta gerçek bir haber gibi sunulmuş daha sonra haberin devamında sahte haber olduğu yazılarak AFAD ve Türk Kızılay’ın açıklamalarına yer verilmiştir.

Görsel 8: Kızılay deposu haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları (BuzzSumo, Erişim Tarihi: 12 Kasım 2023).



Son dakika...İsrail Kızılay Depolarını Vurdu!

halktv.com.tr

ile Halk Tv Gazeteci

Yayınlanma tarihi: 30 Ekim 2023

f 16

x 7

0

p 1

-

0

Toplam Katılım: 24

Baskın Facebook Tepkisi: Hiçbiri

Kızılay deposunun vurulduğu sahte haberi, Facebook'ta 16 etkileşim almış, X'de 7 kez paylaşılmış, Pinterest ise 1 defa dolaşıma sokulmuştur.

3.6.3. Örnek 3: “Hindistan’da Filistin’e destek yürüyüşünde yanlışlıkla İtalya bayrağı taşındılar” Haberi

Görsel 9: “Hindistan’da Filistin’e destek yürüyüşünde yanlışlıkla İtalya bayrağı taşındılar” Sahte Haberi (www.sondakika.com, Erişim Tarihi: 13 Kasım 2023).



Haber Hakkında: İsrail’in Gazze’ye yönelik yaptığı saldırı devam ederken, dünyanın birçok ülkesinde Filistin’e destek yürüyüşleri düzenlenmektedir. SonDakika.com tarafından yapılan haberde Hindistan’da düzenlenen Filistin’e destek yürüyüşünde ilginç görüntülerin ortaya çıktığı iddia edilmiştir. İddiaya göre Hindistan halkı Filistin bayrağı yerine yanlışlıkla İtalya bayrağı kullanmıştır. İsrail’e olan tepkilerini İtalya bayrağı sallayarak tepki gösterdikleri ileri sürülmüştür. Söz konusu olay ile ilgili görüntüler sosyal medyada viral olmuş ve video kısa süre içinde binlerce kez izlenip paylaşılmıştır (SonDakika, 2023).

Haberin Analiz Edilmesi: Anadolu Ajansı Teyit Hattı sosyal medyada viral olan

videoyu araştırmıştır. Videoda, Filistin’e destek amacıyla Hindistan’ın Kerela eyaletinde yürüyüş yapan kişilerin “Welfare Party’sinin” pankartını taşıdıkları tespit edilmiştir. Bunun üzerine AA Teyit Hattı açık kaynaklardan yaptığı arama neticesinde Welfare Party’sinin bayrak renklerinin yeşil, beyaz ve kırmızı olup üzerinde iki adet başak logosuna ulaşmıştır. Kısacası Welfare Party’sinin bayrağı ile İtalya’nın bayrağının benzer olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle destek yürüyüşü esnasında kullanılan bayrakların İtalya bayrağı olduğu öne sürülerek sosyal medyada dezenformasyona yol açılmıştır. Yani yürüyüş düzenleyen grup İtalya bayrağı değil, Hindistan Welfare Party’sinin bayrağını taşıdıkları tespit edilmiştir. Söz konusu bu bayraklar aşağıda gösterilmektedir (Teyit.org, 2023);



Haberde Kullanılan Sahte Haber Türü: Bağlamdan koparma

Haber Fotoğraf İlişkisi: SonDakika.com haber sitesinde yayınlanan “Hindistan’da Filistin’e destek yürüyüşünde yanlışlıkla İtalya bayrağı taşıdılar” başlıklı sahte haberde herhangi bir fotoğraf kullanılmamıştır. Haber sitesi fotoğraf yerine sosyal medyada paylaşılan videoyu kullanmıştır. Bir haberde fotoğraf kullanımı o haberin doğruluğunu ve güvenilirliği arttırırken benzer şekilde video kullanımı da habere olan güveni arttırmaktadır. Artık sahte haber üreticileri Çaycı’ya (2021: 800) göre fotoğraftan sonra hem destekleyici unsur olarak hem de sahte haberlerin inandırıcılığını arttırmak için video kullanmaktadırlar.

Haberde Kaynak Sunumu: SonDakika.com internet sitesinde yer alan “Hindistan’da Filistin’e destek yürüyüşünde yanlışlıkla İtalya bayrağı taşıdılar” başlıklı sahte haberi yazan gazeteci ismi yer almamaktadır. Haberde kullanılan video ise sosyal medyadan alınmıştır. Artık Durmuş’un da (2020: 222) belirttiği gibi muhabirler sosyal medya platformlarında paylaşılan içerikleri herhangi bir düzeltme yapmadan haber yaparak bu platformları haber kaynağı olarak kullanmaktadırlar. Çünkü Arslan’a (2022: 110) göre de sosyal medyada bir bilginin birçok kişi tarafından paylaşılması insanlarda “eğer bu kadar paylaşıldıysa doğrudur” mantığı oluşturmakta ve aynı bilgi milyonlarca kişi tarafından paylaşılmaktadır. Bu nedenle gazeteciler tarafından doğruluğu kanıtlanmadan sahte haberler

oluşturulmaktadır.

Sahte Haberin Paylaşıldığı Haber Siteleri: “Hindistan’da Filistin’e destek yürüyüşünde yanlışlıkla İtalya bayrağı taşıdılar” sahte haberi SonDakika.com, TGRT Haber, Haberler.com, ODA TV, Yurt Gazetesi, Gün Boyu Gazetesi ve Kocaeli Gazetesi gibi birçok haber sitesinde gerçek bir haber gibi servis edilmiştir. Bu sahte haber; TGRT Haber’de “Şok olay! Filistin’e destek yürüyüşünde İtalya bayrağı taşıdılar”, Haberler.com da “Şaka gibi olay! Filistin’e destek yürüyüşünde İtalya bayrağı taşıdılar”, ODA TV’de “Hintlilerin destek yürüyüşü viral oldu: İtalya bayrağını Filistin bayrağı sandılar”, Yurt Gazetesi’nde “Filistin’e destek protestosunda Filistin bayrağı yerine İtalya bayrağı açtılar”, Gün Boyu Gazetesi’nde “İsrail’i protesto etmek istediler! Filistin bayrağı yerine yanlışlıkla İtalya bayrağını kullandılar” ve Kocaeli Gazetesi’nde “Filistin’e destek yürüyüşünde yanlışlıkla İtalya bayrağı taşıdılar” başlığıyla sahte haberi yayınlamışlardır. Söz konusu yapılan sahte haberde herhangi bir kaynak kullanılmamıştır. Benzer şekilde iddia edilen haber teyitlenmiş olsa dahi haber sitelerinden kaldırılmamıştır.

Görsel 10: Hindistan haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları (BuzzSumo, Erişim Tarihi: 13 Kasım 2023).



İddia edilen sahte haber, Facebook’tan 38 paylaşım almış fakat diğer platformlarda herhangi bir etkileşim veya paylaşım olmamıştır.

3.6.4. Örnek 4: “Filistin Devlet Başkanı Mahmud Abbas’ın konvoyu vuruldu: Mahmud Abbas’a suikast girişimi” Haberi

Görsel 11: “Filistin Devlet Başkanı Mahmud Abbas’ın konvoyu vuruldu: Mahmud Abbas’a suikast girişimi” Sahte Haberi (Yeni Akit gazetesi, Erişim Tarihi: 14 Kasım 2023).

Filistin Devlet Başkanı Mahmud Abbas'ın konvoyu vuruldu: Mahmud Abbas'a suikast girişimi

Google News



2023-11-07 17:10:00 -



Filistin Başkanı Mahmud Abbas konvoyuna ateş açıldı. Kurşunların havada uçtuğu olayda, 1 koruma vuruldu.

Haber Hakkında: Yeni Akit gazetesi tarafından yapılan haberde Filistin Devlet Başkanı Mahmud Abbas'ın konvoyuna ateş açıldığı iddia edilmiştir. İddia edilen habere göre 'Ebu Cendel'in Çocukları' isimli örgüt Abbas'a yönelik tehdit içerikli mektuplar göndermiştir. Gönderilen bu mektupta "Başkan Abbas'a İsrail'e karşı somut adımlar atması için 24 saat zaman tanıyoruz. Aksi takdirde güvenlik güçleri itaatsizlik yapıp emirlere karşı gelecektir" şeklinde Mahmud Abbas yönetimine gönderilerek tehditte bulunduğu ileri sürölmüştür. Yapılan suikast sonucunda 1 korumanın vurulduğu açıklanmıştır (Yeni Akit, 2023).

Haberin Analiz Edilmesi: Teyit Hattı söz konusu olan haberi araştırmıştır. Bölgedeki güvenilir haber kaynaklarına ulaşan Teyit Hattı, görüntülerin Ramallah'ta bulunan Celesun (Jalazone) mülteci kampında uyuşturucu satıcılarına yönelik düzenlenen operasyonda kaydedildiği sonucuna ulaşmıştır. Yapılan operasyonla ilgili görüntüler X kişisi tarafından TikTok hesabında paylaşılmıştır. Paylaşımın ardından yüzlerce kişi tarafından görüntölenmiş ve yanlış bilgi sosyal medyada dolaşıma sokulmuştur.

Haberde Kullanılan Sahte Haber Türü: Çarpıtma

Haber Fotoğraf İlişkisi: Yeni Akit gazetesi tarafından servis edilen "Filistin Devlet Başkanı Mahmud Abbas'ın konvoyu vuruldu: Mahmud Abbas'a suikast girişimi" başlıklı sahte haber ile fotoğraf arasında uyum bulunmamaktadır. İddia edilen haber, Filistin Devlet Başkanı Mahmud Abbas'a yönelik suikast girişimidir. Fakat haber sitesinde suikast girişimi ile ilgili herhangi bir fotoğraf veya video bulunmamaktadır. Haberde sadece Mahmud

Abbas’a ait fotoğraf bulunmaktadır. Bu da haberin inandırıcılığı düşürmektedir. Haberin fotoğraf ile uyumlu olması Bayraktaroğlu’na (2009: 6) göre haberi birçok okura ulaşmasını sağlamaktadır. Haberi oluşturan öğeler arasında yer alan fotoğraf haberin merkezi konumuna yerleştirilmektedir. Nitekim “görmediğime inanmam” söylemi içinde okuyucu açısından gerçek olgusu gördüğü veya tanık oldukları üzerinden şekillenmektedir.

Haberde Kaynak Sunumu: Yeni Akit’in internet sitesinde “Filistin Devlet Başkanı Mahmud Abbas’ın konvoyu vuruldu: Mahmud Abbas’a suikast girişimi” başlıklı sahte haberde herhangi bir muhabir ismi veya haberin alındığı kaynak belirtilmemiştir. Bu açıdan bakıldığında Kavut’un da (2021: 132) altını çizdiği gibi haberde birincil veya ikincil kaynaklara başvurulması ya da konunun uzmanları ile röportaj yapılması haberin güvenilirliğini ve inandırıcılığını destekleyen bir unsur olmaktadır. Söz konusu haberde ise kaynak sunumu olmaması okuyucu kitleyi şüpheye düşürmesi gerekmektedir.

Sahte Haberin Paylaşıldığı Haber Siteleri: “Filistin Devlet Başkanı Mahmud Abbas’ın konvoyu vuruldu: Mahmud Abbas’a suikast girişimi” sahte haberi Yeni Akit, Cumhuriyet, Haber7.com, Hürriyet, Bursa.com, Ekonomim, Ege Postası ve En Son Haber gibi birden fazla haber sitesinde gerçekmiş gibi sunulmuştur. Bu haber Hürriyet ve En Son Haber’de “Filistin Devlet Başkanı Mahmud Abbas’ın konvoyuna saldırı”, Bursa.com ve Ege Postasında “Filistin Devlet Başkanı Abbas’ın konvoyu vuruldu”, Cumhuriyet’te “Son dakika: Filistin Devlet Başkanı Abbas’a suikast girişimi iddiası”, Haber7.com’da “Filistin Başkanı Mahmud Abbas’a suikast girişimi: Konvoyuna ateş açıldı” ve Ekonomim de “Filistin Devlet Başkanı Abbas’a suikast girişimi” başlığıyla sahte haberi servis etmişlerdir. İddia edilen sahte haberde ise herhangi bir kaynak kullanımına rastlanılmamıştır. Haberin sahteliğı açıklanmış olsa dahi haber sitelerinde yer almaktadır.

Görsel 12: Mahmud Abbas haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları (BuzzSumo, Erişim Tarihi: 14 Kasım 2023).



İddia edilen sahte haber; X’de 1 kez paylaşılmış, Etki Alanları Bağlamada ise 2 defa etkileşim almıştır.

3.6.5. Örnek 5: “Cezayir Parlamentosu Cumhurbaşkanı’na İsrail ile savaşa girme yetkisi verdi!” Haberi

Görsel 13: “Cezayir Parlamentosu Cumhurbaşkanı’na İsrail ile savaşa girme yetkisi verdi!” Sahte Haberi (Aydınlık, Erişim Tarihi: 15 Kasım 2023).



Haber Hakkında: Aydınlık gazetesi tarafından 3 Kasım 2023 tarihinde yapılan haberde Cezayir Parlamentosu’nun Cumhurbaşkanı’na İsrail ile savaşa girme yetkisi verildiği açıklanmıştır. İsrail’in Gazze şeridi başta olmak üzere Filistin’de yaptıkları saldırı sonucunda Cezayir Ulusal Halk Meclisi olağanüstü toplantı düzenlemiştir. Milletvekilleri mecliste “Cezayir ordusu seninledir Gazze” sloganları atmışlardır. Bunun üzerine Cezayir Parlamentosu Cumhurbaşkanı’na İsrail ile savaşa girme yetkisi verdiği ileri sürülmüştür (Aydınlık, 2023).

Haberin Analiz Edilmesi: Anadolu Ajansı Teyit Hattı, yapılan haberlerin arka planını araştırmak için AA Cezayir ofisi ile irtibata geçmiştir. Yapılan araştırmada Cezayir’in Senato ve altında yer alan Halk Meclisi’nin oluşturduğu iki meclisli bir yasama erkinin olduğuna ulaşılmıştır. Halk Meclisi’nin ise Cumhurbaşkanı’na savaşa girme yetkisi veremedikleri tespit edilmiştir. Kısacası yapılan analizler sonucu Cezayir Parlamentosu’nun Cumhurbaşkanı’na İsrail’e karşı savaş için tam yetki verdiği iddiası gerçeği yansıtmamaktadır.

Haberde Kullanılan Sahte Haber Türü: Uydurma

Haber Fotoğraf İlişkisi: “Cezayir Parlamentosu Cumhurbaşkanı’na İsrail ile savaşa girme yetkisi verdi!” başlıklı sahte haber ile fotoğraf arasında uyumlu bir ilişki bulunmaktadır. Bu sayede okur Arat’a (2020: 40) göre sahte haberi daha iyi anlamakta olayı akıllarında kolayca canlandırabilmektedir. Nitekim bu durumda haberi doğrulama gereksinimi duymamalarına var olan haberi olduğu gibi kabul etmelerine yol açmaktadır. Çünkü fotoğraf ile haberin uyumlu olması habere gerçeklik statüsü kazandırmaktadır.

Haberde Kaynak Sunumu: Aydınlik internet haber sitesinde “Cezayir Parlamentosu Cumhurbaşkanı’na İsrail ile savaşa girme yetkisi verdi!” başlıklı sahte habere kaynak olarak ‘haberler.com’ sitesi verilmiştir. İddia edilen kaynak sitesi araştırıldığında Aydınlik internet sitesinin haberler.com’dan söz konusu haber birkaç kelime değişikliği ile aynen alındığı tespit edilmiştir. Bu da Aydınlik internet haber sitesi servis ettiği haberin doğruluğunu ve güvenilirliğini araştırmadan olduğu gibi haberi alıp paylaştığı görülmektedir. Çoğu zaman muhabirler Aytekin ve Gürdalar’ın da (2022) açıklamalarına göre zahmetsiz ve kolay yolu tercih etmektedir. Bu nedenle bilginin ilk kaynağını tespit etmeden, doğruluğundan emin olmadan sahte bilgilerin dolaşıma sokulmasına sebebiyet vermektedirler.

Sahte Haberin Paylaşıldığı Haber Siteleri: “Cezayir Parlamentosu Cumhurbaşkanı’na İsrail ile savaşa girme yetkisi verdi!” başlıklı sahte haberi; Aydınlik, SonDakika.com, TR Haber, TGRT Haber, Haber7.com, ODA TV, Yeni Akit ve A Haber gibi haber sitelerinde gerçek bir haber gibi sunulmuştur. Bu sahte haber; SonDakika.com da “Cezayir’de cumhurbaşkanına yetki verildi! Savaşa girmeleri an meselesi”, TR Haber’de “Cezayir Parlamentosu’nda Cumhurbaşkanı Tebbun’a İsrail’e savaş ilan etme yetkisi verildi”, TGRT Haber’de “Netanyahu’yu çılgına çevirecek karar... Cezayir

Cumhurbaşkanı'na İsrail ile savaş yetkisi!", Haber7.com da "Bir ülke daha savaşa dahil oluyor! Cumhurbaşkanı İsrail ile savaşa girme yetkisi verildi", ODA TV'de "Bir ülke daha savaşa giriyor: Meclis yetki verdi", Yeni Akit'te "Cezayir Parlamentosu'ndan Cumhurbaşkanı'na İsrail yetkisi!" ve A Haber'de "Cezayir Meclisi'nden savaş yetkisi! Cumhurbaşkanı Tebbun'a İsrail'e savaş açma yetkisi" başlığıyla sahte haberi paylaşmışlardır ve herhangi bir kaynak belirtmemişlerdir. Söz konusu sahte haber teyitlenmiş olmasına rağmen haber sitelerinin yayınlarından kaldırılmamıştır.

Görsel 14: Cezayir Parlamentosu haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları (BuzzSumo, Erişim Tarihi: 15 Kasım 2023).



Aydinlik.com.tr sitesinde paylaşılan sahte haber, Facebook'ta 57 etkileşim almış, X'de ise 3 kez paylaşılmıştır. Toplam aldığı etkileşim ise 60'tır.

3.6.6. Örnek 6: "Yemen İsrail'e savaş ilan etti!" Haberi

Görsel 15: "Yemen İsrail'e savaş ilan etti!" Sahte Haberi (Millî Gazete, Erişim Tarihi: 15 Kasım 2023).



Haber Hakkında: Millî Gazetede yayınlanan haberde Yemen'in İsrail'e savaş açtığı ileri sürülmüştür. İddiaya göre İsrail'in Filistin'e yönelik yaptığı katliamlar sonucu savaş ilan ettiğini açıklamıştır. Askeri Sözcü Yahya Sarea “Yemen Silahlı Kuvvetleri olarak, ahlaki, insani ve dini sorumluluğumuz gereği ve Yemen halkının talebi ile Gazzeli mazlumlara yardım elini uzatıyoruz” şeklinde açıklamalarına yer verilmiştir. Sarea, Filistin'e yönelik saldırılarının sona erene kadar özel operasyonlar yürütmeye devam edeceklerinin de altını çizmiştir (Millî Gazete, 2023).

Haberin Analiz Edilmesi: Yemen'in İsrail'e savaş ilan ettiği ileri sürülen haber kısa sürede sosyal medyada yayılmış ve etkileşime neden olmuştur. Söz konusu haberi ise Anadolu Ajansı Teyit Hattı Türkiye'nin Yemen Sana Büyükelçiliğinden bilgi almıştır. Edinilen bilgiye göre savaş ilan eden Yemen değil, Yemen'de bulunan fakat İran hariç hiçbir ülke tarafından tanınmayan Husilerin İsrail'e savaş ilan ettiğini açıklamıştır. Bunun yanında Büyükelçilik: “Saldırıları, Yemen'in İsrail'e nota göndererek savaş açtığı şeklinde sosyal medyada yanlış aksettirilmektedir. Husi ordu sözcüsünün açıklamasında, savaş ilânı hususu yer almadığı gibi İsrail'i tanımayan Yemen'in İsrail'e nota ile bildirimde bulunması da mevcut şartlarda söz konusu değildir” şeklinde konuşmuştur. Kısaca Yemen'in İsrail'e savaş ilan ettiği iddia gerçeği yansıtmamaktadır.

Haberde Kullanılan Sahte Haber Türü: Çarpıtma

Haber Fotoğraf İlişkisi: “Yemen İsrail'e savaş ilan etti!” başlıklı sahte haber ile fotoğraf uyumlu gözükmemektedir. Böylece Eken ve Gezmen'e (2019: 465) göre fotoğrafın haberle uyumlu olması haberin daha iyi anlamlandırılması ve doğru algılanmasını sağlamaktadır. Bir başka deyişle fotoğrafın uyumlu oluşu haberin önemini arttırmakta ve haber metinlerini desteklemektedir. Bu da bireylerin haberi eleştirel okumamalarına yol açmaktadır.

Haberde Kaynak Sunumu: Millî Gazete'de yer alan “Yemen İsrail'e savaş ilan etti!” başlıklı haberde kaynak kullanımı mevcuttur. Nitekim haberin gerçek ve güvenilir olması gazetecilik ilkelerinden biri olan haberlerin mutlaka bir kaynağa dayanması ilkesi esas olmaktadır. Söz konusu haberde de kaynağın belli olması sahte haberi gerçek olarak algılanmasına sebep olmaktadır (Ökten, 2023: 27).

Sahte Haberin Paylaşıldığı Haber Siteleri: “Yemen İsrail'e savaş ilan etti!” başlıklı sahte haberi; Millî Gazete başta olmak üzere Bengü Türk, Haber7.com, Aydınlık,

SuperHaber ve Yenisöz gibi birçok haber sitesinde gerçek bir haber gibi paylaşılmıştır. Bu sahte haber; Bengü Türk'te “Yemen İsrail’e savaş ilan etti!”, Aydınlık da “Yemen’den İsrail’e savaş ilanı!”, Haber7.com da “Yemen’den son dakika İsrail ve savaş açıklaması! Tüm dünyaya ilan ettiler!”, SuperHaber’de “Yemen tüm dünyaya duyurdu! İsrail’e savaş ilan ettiler”, ve Yenisöz’de “Yemen İsrail’e resmen savaş ilan etti!” başlığıyla haberi yayınlamışlardır. Sahte haberi yayınlayan bu sitelerde ise herhangi bir kaynağa ulaşılmamıştır. İddia edilen haber Teyit Hattı tarafından doğru olmadığı ispat edilmiş olmasına rağmen haber sitelerinden kaldırılmamıştır.

Görsel 16: Yemen haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları (BuzzSumo, Erişim Tarihi: 16 Kasım 2023).



Paylaşılan sahte haber, Facebook'ta 48, X'de ise 70 kez etkileşim almıştır. Toplam da aldığı etkileşim ise 118'dir.

3.6.7. Örnek 7: “Bahreyn’de İsrail büyükelçiliği ateşi verildi” Haberi

Görsel 17: “Bahreyn’de İsrail büyükelçiliği ateşi verildi” Sahte Haberi (Haber7.com, Erişim Tarihi: 20 Kasım 2023).



Haber Hakkında: Haber7.com internet haber sitesinde İsrail'in Bahreyn'de bulunan büyükelçiliğinin ateşe verildiği öne sürülmüştür. Habere göre Filistin yanlısı grup Bahreyn'de bulunan İsrail büyükelçiliğinde ateşlerle saldırdıkları paylaşılmıştır. Bu olay sonrası İsrail, Bahreyn olmak üzere Orta Doğu'daki bazı elçilikleri de boşalttığı iddia edilmiştir (Haber7, 2023).

Haberin Analiz Edilmesi: İsrail'in Bahreyn'deki büyükelçiliğinin ateşe verildiği iddiası kısa süre içinde hem ulusal basında hem de sosyal medyada paylaşılmıştır. Bu sahte haber çeşitli internet haber sitelerinde ve sosyal medya kullanıcıları tarafından paylaşılarak yüzbinlerce izlenme sayısına ulaşmıştır. Teyit Hattı tarafından iddia edilen bu görüntü araştırılmıştır. Edinilen bulgulara göre video 30 Aralık 2012 tarihinde yüklenmiş, Bahreyn'in başkenti olan Manama'nın güneyinde yer alan polis karakoluna yönelik yapılan molotof kokteyli atıldığı sonucuna erişilmiştir. Kısacası video 2012 yılında Bahreyn'de göstericilerin polis karakoluna saldırdığı esnada çekilmiştir. Bahreyn'deki İsrail Büyükelçiliğinin ateşe verildi iddiası ise gerçeği yansıtmamaktadır.

Haberde Kullanılan Sahte Haber Türü: Bağlamdan Koparma

Haber Fotoğraf İlişkisi: “Bahreyn'de İsrail büyükelçiliği ateşi verildi” başlıklı sahte haberde fotoğraf kullanılmamıştır. Haber7.com sitesi fotoğraf yerine video tercih etmiştir. Yayınladıkları video ve haber içeriği arasında uyumlu bir ilişki söz konusudur. Haberin video ile uyumlu olması bireylerin Onursoy vd.'ne (2020: 496) göre haberin içeriğini ve haberin konularını teyit etme gereksinimi duymamalarına neden olmaktadır. Sahte olduklarını düşündükleri haberin görsellerle uyumlu olması okuyucular tarafından doğrulatma davranışına ihtiyaç duymamaktadırlar.

Haberde Kaynak Sunumu: Haber7.com haber sitesinde yer alan “Bahreyn'de İsrail büyükelçiliği ateşi verildi” başlıklı haberde herhangi bir kaynak sunumu yapılmamıştır. Diğer sitelerde yer verilen sahte haber incelendiğinde ise kaynağa rastlanılmamıştır. Haberlerin içeriğine bakıldığında ise aynı içeriğin kopyala/yapıştır sistemi ile alındığı görülmüştür. Bu durum Temel'in de (2020: 8) açıklamasına göre kopyala/yapıştır habercilik mantığı özgün haber üretimini engellemektedir. Aynı içeriğin sürekli yenilendiği bir internet haber medyası ortaya çıkmaktadır. Bu da hem sahte haberin yayılması hem de kopyala/yapıştır habercilik anlayışı başat sorunlardan biri olmaya devam etmektedir.

Sahte Haberin Paylaşıldığı Haber Siteleri: “Bahreyn’de İsrail büyükelçiliği ateşi verildi” başlıklı sahte haber; Haber7.com, İstiklal, SuperHaber, Diriliş Postası, Haber3.com, Gerçekgundem.com ve TR Haber gibi haber sitelerinde gerçek bir haber gibi yayınlamışlardır. Bu sahte haber; İstiklal de “Bahreyn’de İsrail büyükelçiliği ateşe verildi”, SuperHaber’de “Bahreyn’de İsrail büyükelçiliği molotoflarla ateşe verildi!”, Haber3.com da “İsrail Büyükelçiliği ateşe verildi”, Gerçekgundem.com da “Bahreyn’de İsrail Büyükelçiliği molotoflarla yakıldı” ve TR Haber’de “Son dakika... Bahreyn’de İsrail büyükelçiliği ateşe verildi” başlığıyla haberi paylaşmışlardır. Benzer şekilde haber sitelerinde kullanılan herhangi bir kaynağa rastlanılmamıştır. Teyit Hattı söz konusu haberi analiz etmiş ve sahte haber olduğunu ispatlamıştır. Bunun üzerine Diriliş Postası adlı haber sitesinden sahte haberin kaldırıldığı görülmektedir. Fakat diğer haber sitelerinden söz konusu haber kaldırılmamıştır.

Görsel 18: Bahreyn haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları (BuzzSumo, Erişim Tarihi: 20 Kasım 2023)



Haber7.com.tr sitesinde paylaşılan sahte haber, Facebook'ta 25, X'de ise 1 kez etkileşim almıştır.

3.6.8. Örnek 8: “İsrail ordusundan ‘Kassam Tugayları’ iddiası: Gerçek kimliğini bulduk” Haberi

Görsel 19: “İsrail ordusundan ‘Kassam Tugayları’ iddiası: Gerçek kimliğini bulduk” Sahte Haberi (Gazeteduvar, Erişim Tarihi: 20 Kasım 2023).



Haber Hakkında: Gazeteduvar.com haber sitesinde, İsrail ordusu El Kassam’ın sözcüsünü ifşa ettiğini açıklamıştır. İleri sürülen habere göre, İsrail ordusu Arapça sözcüsü Avihay Adraee, El Kassam Tugayları’nın sözcüsü Ebu Ubeyde’nin saklanan kimliğinin ‘Hudhayfah Kahlot’ olduğunu iddia etmiştir. Adraee bir konuşmasında “Hudhayfah Kahlot, ifşa oldun. Maske ve kefiyenin sana faydası olmayacak” demiştir (Gazeteduvar, 2023).

Haberin Analiz Edilmesi: 7 Ekim’den bu yana Gazze sınırındaki çatışmaların devam etmesiyle dezenformasyon ve yanıltıcı içerikli paylaşımlarda artış göstermektedir. Bu dezenformasyonlardan bir tanesi de İsrail ordusunun El Kassam sözcüsünü ifşa ettiği haberidir. Anadolu Teyit Hattı ise bu yanıltıcı bilginin kaynağını tespit etmiştir. Bir İsrail askerinin paylaştığı bilgi kanıt olarak gösterilerek iddia edilen haberin doğruyu yansıtmadığı bulunmuştur. Görüntü Teyit Hattı tarafından geçmişte paylaşıldığına ulaşılmış ardından İbranice, Arapça ve Farsça dillerinde açık kaynak taraması yapılmıştır. Yapılan taramada söz konusu iddianın bazı haber kaynaklarına da konu olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Haberin ayrıntılı incelenmesiyle İsrail medyasının görüntüyü 2014 yılında paylaşp El Kassam Sözcüsünün Ebu Ubeyde olduğunu daha önceden iddia edildiği tespit edilmiştir. İddia edilen fotoğrafın ise El Kassam tarafından da yalanlandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Haberde Kullanılan Sahte Haber Türü: Manipülasyon

Haber Fotoğraf İlişkisi: “İsrail ordusundan ‘Kassam Tugayları’ iddiası: Gerçek kimliğini bulduk” başlıklı sahte haber ile fotoğraf arasında uyum bulunmaktadır. Haberin fotoğrafla uyumlu olması haberin daha etkili hale gelmesini sağlamaktadır. Çünkü Gezgin ve Atik’in de (2017: 11) belirttiği gibi fotoğraf haberin tamamlayıcısı olup haberin kişilere

olduğu gibi aktarılmasını sağlamaktadır. Böylece fotoğraf okuyucuyla iletişim kurmada son derece etkili olmaktadır. Bu nedenle kişiler haberin sahte olup olmadığının peşine düşmemektedirler.

Haberde Kaynak Sunumu: Gazeteduvar.com sitesinde yer alan “İsrail ordusundan ‘Kassam Tugayları’ iddiası: Gerçek kimliğini bulduk” başlıklı haberde herhangi bir kaynağa rastlanılmamıştır. Haberde kaynak gösterilmemesi habere duyulan şüpheyi de arttırmaktadır. Doğru bilgiye ulaşabilmek için habere birden fazla kaynaktan ulaşmaya çalışmak ve eleştirel bir bakış açısıyla haberi okumak gerekmektedir. Çünkü hakikat sonrası bir dönemde sosyal medya ve internet ortamlarında karşılaşılan her bilgi doğru ve güvenilir olmamaktadır (Aytekin, 2017).

Sahte Haberin Paylaşıldığı Haber Siteleri: “İsrail ordusundan ‘Kassam Tugayları’ iddiası: Gerçek kimliğini bulduk” başlıklı sahte haberi; Gazeteduvar.com, Aydınlık, Yapraklihaber.com ve Haymana Gazetesi haber sitelerinde rastlanılmıştır. Bu sahte haber; Aydınlık’ta “Ebu Ubeyde kimdir? Ebu Ubeyde’nin yüzü ifşa mı oldu?”, Yapraklihaber.com da “İsrail ordusundan ‘Kassam Tugayları’ iddiası: Gerçek kimliklerini bulduk” ve Haymana Gazetesi’nde “Ebu Ubeyde hamas kimdir? Huzaiifa Kalut kimdir? Ebu Ubeyde Huzaiifa Kalut mu? İsrail El-Kassam sözcüsü Ebu Ubeyde’nin yüzünü ifşa mı etti?” başlığıyla sahte haberi servis etmişlerdir. Söz konusu haber doğrulanmış olmasına rağmen haber sitelerinde halen durmaktadır.

Görsel 20: Kassam Tugayları haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları (BuzzSumo, Erişim Tarihi: 21 Kasım 2023).



İleri sürülen sahte haber, Facebook’ta 13, X’de ise 2 kez paylaşılmıştır.

3.6.9. Örnek 9: “İsrail bağlantılı gemiye İHA’lı saldırı” Haberi

Görsel 21: “İsrail bağlantılı gemiye İHA’lı saldırı” Sahte Haberi (BirGün, Erişim Tarihi: 08 Aralık 2023).



Haber Hakkında: BirGün.com haber sitesinde, Reuters haber ajansı ABD’li savunma yetkilisini kaynak alarak, İsrail’in yönetimindeki konteyner gemisinin Hint Okyanusu’nda vurulduğunu açıklamıştır. Konteyner gemisinin İran’a ait olan insansız hava aracı tarafından vurulduğu iddia edilmiştir. Vurulan gemide ise küçük çaplı hasarların olduğu da bildirilmiştir (BirGün, 2023).

Haberin Analiz Edilmesi: “İsrail bağlantılı gemiye İHA’lı saldırı” sahte haberi sosyal medyada açık denizde yanan bir geminin videosu paylaşılmıştır. Paylaşılan videonun altına ise “Hint Okyanusu’nda seyreden İsraili bir şirkete ait konteyner gemisinin, Husi güçlerine bağlı kamikaze İHA’lar tarafından vurulduğu” yazılmıştır. Anadolu Ajansı Teyit Hattı ise iddia edilen videonun ekran görüntüsü alınarak tersine görsel arama metodu ile aramıştır. Elde edilen verilere göre videonun güncel olmadığı Hint Okyanusu’nda İran güçleri tarafından vurulan İsrail konteyner gemisini göstermediği açıklanmıştır. İddia edilen videonun ise 25 Mayıs 2021 tarihinde Sri Lanka’nın Colombo limanı açıklarında alevler içinde kalan MV X-Press Pearl konteyner gemisi olduğu sonucuna erişilmiştir.

Haberde Kullanılan Sahte Haber Türü: Çarpıtma

Haber Fotoğraf İlişkisi: “İsrail bağlantılı gemiye İHA’lı saldırı” başlıklı sahte haber ile fotoğraf birbirini desteklemektedir. Çünkü fotoğraf, haberciler için vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. Fotoğraf haberi destekleyen ve başlı başına haber olarak kabul edilmektedir. Nitekim fotoğrafın haberle uyumlu olması okuyucuların duyarlılaştırma etkisini daha da arttırmaktadır (Koyuncu ve Medin, 2015: 144).

Haberde Kaynak Sunumu: BirGün haber sitesinde yer alan “İsrail bağlantılı gemiye İHA’lı saldırı” başlıklı haberde kaynak kullanılmıştır. Haberlerde önemli konulardan bir tanesi de haberin kaynağa dayandırılmasıdır. Haber sitelerinin kaynak kullanımı insanlarda güven oluşturmakta ve paylaşılan içeriklere itibar etmektedirler. Bununla beraber güvendikleri bu içerikleri kendi sosyal medya hesaplarında paylaşarak sahte haberlerin hızlı yayılmasına da neden olabilmektedirler (Aydın, 2020: 80).

Sahte Haberin Paylaşıldığı Haber Siteleri: “İsrail bağlantılı gemiye İHA’lı saldırı” başlıklı sahte haber; BirGün.net, NTV, Türkiye Gazetesi, SuperHaber, İslam Cumhuriyeti Haber Ajansı ve Pusula Haber gibi haber sitelerinde paylaşılmıştır. Bu sahte haber; NTV ve Türkiye Gazetesi’nde “İsrail bağlantılı gemiye İHA saldırısı!”, SuperHaber’de “İsrail gemisi vuruldu: İHA’lı saldırı”, İslam Cumhuriyeti Haber Ajansı’nda “Yemen’den İsrail ile Bağlantılı Gemiye Saldırı” ve Pusula Haber’de “Yemen’de İHA saldırısı: Gemi alev aldı” başlığıyla sahte haberi paylaşılmıştır. Sitelerinde yayınladıkları sahte haberde ise herhangi bir kaynağa ulaşılmamıştır. Söz konusu sahte haberin Teyit Hattı tarafından doğru olmadığı ispatlanmış olmasına rağmen sitelerinden haber kaldırılmamıştır.

Görsel 22: İHA’lı saldırı haberinde toplam katılım ve paylaşım sayıları (BuzzSumo, Erişim Tarihi: 08 Aralık 2023).



Birgun.net sitesinde yayınlanan sahte haber, Facebook’ta 42, X’de ise 7 kez paylaşılmıştır. Toplamda aldığı etkileşim sayısı ise 49’dur.

SONUÇ

Hakikat sonrası çağda gerçekler önemini yitirmiş durumdadır. Bu çağda akıl ve mantıktan ziyade duygular ön planda tutulmuştur. Bireyler inanmak istediklerine inanmış, kendilerince olayları yorumlamışlardır. İnsanlar duydukları veya okudukları bilgiyi araştırma ya da sorgulama girişiminde bulunmamışlardır. Çünkü hakikat sonrası adı verilen bu çağda doğruların yerini kişilerin istek ve arzuları almıştır.

Hakikat sonrası bu dönemde habercilik pratikleri de değişime uğramıştır. Bu değişimle birlikte geleneksel medya yerini yeni medyaya bırakmıştır. Artık bireyler haber alma ihtiyaçlarını yeni medya ortamlarından gidermeye çalışmışlardır. Yeni medyayla birlikte doğru ve tarafsız haber mantığı da değişmiştir. Çünkü bu platformlarda bireylerde birer haberci konumundadırlar. Her bireyin haberci konumunda olması bilgilerin eski döneme nazaran daha hızlı yayılmasına neden olmuştur. İlk haber paylaşma ve çok fazla tık alma yarışına giren siteler ise bilgi kirliliğine yol açarak ‘sahte haber’ olgusunu görünür kılmıştır.

Sahte haber, hakikat sonrası bu dönemde kendini beslemiştir. Bu dönemde sahte haberler kontrolsüz bir şekilde yeni medya ortamlarında yayılma fırsatı bulmuşlardır. Yetersiz denetimler sonucu yayılan bu haberler kişilerin algılarını yöneterek hem bilgi kirliliğine hem de toplumun duyarsızlaşmasına yol açmıştır. Kontrolsüz yayılan bu haberler ise kuşkusuz toplumda tehdit oluşturmaktadır. Bu tehditin ortadan kalkması ve sahte haberlerle mücadele etmek amacıyla çoğu ülkede olduğu gibi ülkemizde de birçok doğrulama platformları kurulmuştur.

7 Ekim 2023 tarihinde başlayan İsrail-Filistin çatışması hem yurt içinde hem de yurt dışında medyanın en önemli konusu olmuştur. Çatışmayla ilgili gündemin meşgul olmasının yanı sıra sahte haberler de hızla yayılmıştır. İsrail-Filistin çatışmasıyla ilgili üretilen sahte haberler toplumu manipüle ederek yanlış yönlendirilmesine yol açmıştır.

Araştırma kapsamında ise 7 Ekim 2023 tarihinden beri İsrail-Filistin çatışmasıyla ilgili ortaya çıkan toplam 9 adet sahte haber ele alınmıştır. Bu haberler Anadolu Ajansı bünyesinde kurulan Teyit Hattının analiz ettiği haberlerden seçilmiştir. Buna ek olarak incelenen bu haberler “BuzzSumo” adlı sosyal medya analiz aracı ile haber sitelerinde ‘gerçek’ olarak sunulan haberlerin etkileşimleri ortaya konulmuştur.

“Netanyahu’ya hayatının şoku: Keskin nişancı yeğeni kara harekâtında öldü” başlıklı

sahte haber sabah gazetesinin haber sitesinde yayınlanmıştır. Haberde herhangi bir kaynak kullanılmamıştır. Sabah gazetesi ülkemizde köklü bir geçmişe sahip olan ve tirajı yüksek olan gazetelerden biridir. Bu da göstermektedir ki profesyonel haber yapan kuruluşlara okuyucu kitle tarafından güven duyulmakta ve itibar edilmektedir. Fakat medya kuruluşlarının demokratik işlevlerini yerine getirmemesi itibar kaybına neden olmaktadır. Ve bu haber siteleri okuyucu gözünde dezenformasyon, mezenformasyon, manipülasyon, çarpıtma ve sahte habere zemin hazırlayan kuruluşlar olarak görülmektedir. Medya kuruluşlarının ekonomik çıkarlarını düşünüp ne yazık ki doğru haber verme görevlerini göz ardı etmişlerdir (Porghamrezaeieh, 2022: 260).

Halk Ana Haber tarafından son dakika haberi olarak “İsrail Kızılay Depolarını Vurdu!” sahte haberi servis edilmiştir. Medya kuruluşları Parlak’ın da (2018: 60) altını çizdiği gibi birbirleriyle rekabet içine girmektedir. Artık ‘son dakika haberciliği’ sektördeki işlevlerini tartışılır hale getirmiştir. Son dönemlerde elde edilen bilgilerin anında paylaşılması gerekli bir unsur olarak görülmeye başlanmıştır. Bu da haberin önce servis etme kaygısıyla sahte haberlerin varlığını ön plana çıkarmıştır. Doğruluk süzgecinden geçirilmeden haberlerin anında verilmesi haber kuruluşlarına duyulan güveni de zedelemektedir.

Aydınlık haber sitesinde “Cezayir Parlamentosu Cumhurbaşkanı’na İsrail ile savaşa girme yetkisi verdi!” başlıklı sahte habere yer vermiştir. Haber sitesi kaynak olarak ‘haberler.com’ sitesini kullanmıştır. Aydınlık haber sitesinin haberi analiz etmeden olduğu gibi servis etmesi zahmetsiz ve kolay yolu seçtiği söylenebilir. Çünkü haber siteleri Duman’a (2019: 1648) göre maddi olarak tasarrufta bulunup hazır haber verme yönelimine eğilmişlerdir. Haber merkezlerinin yaptığı haberlere hiç müdahalede bulunmadan web sayfalarında yayınlamışlardır. Bu da gazeteciliğinin değerinin yitirilmesine neden olmuştur. Haberleri özgür araştırma yerine hazır almaları da gazetecilik etik kuralların ihlaline yol açmıştır. Söz konusu haberlerin sahte olması da internet haber sitelerinde katlanarak çoğalmasına neden olmuştur.

“Hindistan’da Filistin’e destek yürüyüşünde yanlışlıkla İtalya bayrağı taşıdılar” başlıklı sahte haber SonDakika.com haber sitesinde yer almıştır. Haber sitesi söz konusu haberi sosyal medyada viral olan videodan alarak haberleştirmiştir. Sosyal medyanın haber kaynağı olarak kullanılması gazetecilik etiği açısından tartışılması gereken bir konudur.

Medya kuruluşların ekonomik kaygıları doğrultusunda haber kaynaklarına olay yerinde ulaşabilmesi için çok sayıda muhabir istihdam ettirmediği görülmektedir. Bunun sonucunda masa başında haber üretilerek sahte haber oluşumuna katkı sağlamaktadır. Çünkü Taşkıran ve Kırık'ın da (2016: 230) belirttiği gibi gazetecilik mesleğinin temel değerleri arasında nesnellik özelliği yer almaktadır. Nesnellik özelliği, haber üretiminde tarafsız davranılmasıdır. Sosyal medya kullanıcıların hesaplarında paylaştıkları herhangi bir olayın nesnel olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu sebeple sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanacak gazetecilerin içeriği sorgulayıp analiz etmesi gerekir. Bunun yanında paylaşılan görüntülerin nesnel olması gerekliliğini de göz önünde bulundurulması önem taşımaktadır.

Haber7.com haber sitesi ise “Bahreyn’de İsrail büyükelçiliği ateşi verildi” başlıklı haberi servis etmiştir. Söz konusu haber farklı internet sitelerinde de hiçbir değişiklik yapılmadan paylaşıldığı görülmüştür. Bu haber siteleri kaynak göstermeden kendi ürettikleri haber gibi sitelerinde paylaşmaktadırlar. Bu tarz haber sitelerin sayısı da giderek artış göstermiştir. Aslında gazeteciliğin temel işlevi Şahin’in de (2015: 330) ifade ettiği gibi “haberlin yazılması, düzeltilmesi-düzenlenmesi ve yayınlanmasıdır”. Muhabir olay yerinde topladığı haberleri kurallar doğrultusunda yazmaktadır. Yazılan her haber redaksiyona tabi tutulmaktadır. Muhabirin yazdığı haber ise editör denetimden geçerek haber sitelerinde yayımlanır. Tüm bunlar gazetecilik kuralları içinde şekillenmektedir. Fakat bugüne kadar bu kurallara uymayan birçok haber sitesi bulunmaktadır. Kopyala-yapıştır haber mantığı ile yapılan haberlerin sayısı artarak sahte haberlere de zemin hazırlanmaktadır.

Yapılan analizler sonucunda; Sabah.com, Halktv.com, Yeniakit.com, Milligazete.com, Haber7.com, Gazeteduvar.com, BirGün.net, Aydınlık.com ve SonDakika.com gibi Türkiye’de faaliyet gösteren haber sitelerinin İsrail-Filistin çatışmasıyla ilgili sahte haberleri ‘gerçek’ olarak servis edildiği analiz edilmiştir. Bu haber sitelerin çoğu köklü bir geçmişe sahip olmasına rağmen ekonomik çıkarları, doğru ve güvenilir haber verme görevlerinin önüne geçmiştir. Nitekim topluma doğru bilgi vermekten ziyade finansal gelir elde etmeye çalıştıkları gözle görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre ise haber kuruluşlarının köklü bir geçmişe sahip olması doğru ve güvenilir haber verme eğilimleri arasında negatif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bir başka bulgu ise Halk Ana Haber tarafından yayınlanan son dakika haberidir. Geçmişten bugüne kadar medya kuruluşları arasında rekabet ön planda olmaktadır. Bu rekabetin amacı ise haberi önce servis

eden haber kuruluşu profili kazanmaktır. Bu da haberin ilk önce servis edilerek doğruluğu ve güvenilirliği teyit edilmeden paylaşılmasına ve dezenformasyona yol açmaktadır. Dolayısıyla haber kuruluşları arasında bir yarışın olması sahte haberlerin varlığını daha da arttırdığı söylenebilmektedir. Kısacası haber kuruluşlarının haberi önce servis etme kaygısının olması sahte haber verme eğilimleri arasında pozitif ilişki bulunmaktadır.

Haber kuruluşlarının ekonomik kaygı içine girmeleri de sahte haberlerin ortaya çıkmasına yol açmaktadır. İsrail-Filistin çatışması örneğinde de görüldüğü gibi bazı haber siteleri daha fazla tıklanma almak için sahte haberleri yayınlamışlardır. Çünkü haber sitelerinin reklam alabilmek için tıklanma sayılarının yüksek olması gerekmektedir. Bu yüzden tıklanma alabilmek için haberleri daha ilgi çekici başlık veya fotoğraflar kullanılarak dezenformasyona neden olmaktadır. Sonuç olarak bakıldığında haber kuruluşlarının ekonomik kaygı içine girerek haberlerin tıklanma sayısının artmasını istemeleri gerçek habere ulaştırma eğilimleri arasında negatif ilişki görülmektedir. Diğer önemli bir konu ise habercilerin gazetecilik etik kurallarını öğrenip meslek hayatlarında bu kuralları uygulamalarıdır. Çünkü gazetecilik etik kuralları içerisinde gazetecinin “gerçekleri nesnel bir biçimde, çarpıtmadan” aktarmak yer almaktadır. Bunun yanında gazetecilerin görevi olayları analiz etmeleri, güvenilir bilgi kaynaklarına ulaşmaları, hız kaygıları etik ilkelerinin önüne geçmeden mesleklerini yerine getirerek sahte haberlerin önüne büyük oranda geçilebilmektedir. Bu nedenle haber kuruluşlarının gazetecilik etik ilkelerine dikkat etmeleri gerçek haber verme eğilimleri arasında pozitif ilişki söz konusudur.

Yapılan analizler sonucunda sahte haberlerin neredeyse çoğu yayından kaldırılmayıp ‘gerçek’ haber gibi sunulmaya devam etmektedir. Sahte haberler ne kadar çok haber sitelerinde yer alırsa kullanıcıya ulaşma ihtimali o kadar artmaktadır. Çünkü hakikatin önemsizleştiği bu dönemde gerçek değerini kaybetmiş, sahte olan her şey daha ön planda tutulmuştur. Sahte haberlerin kısa sürede binlerce kişiye ulaşması yeni medyayla birlikte daha kolay hale gelmiştir. Bu noktada habercilere büyük görevler düşmektedir. Yapılan her bir haber tekrar gözden geçirilmeli ve mümkün olduğunca her haber sitelerinin kendine ait doğrulama platformları bulunmalıdır. Ayrıca temel eğitimden başlayarak medya okuryazarlığı ve dijital okuryazarlığa dair eğitimlerin verilmesi yerinde olacaktır. Ebeveynlere yönelik seminerler düzenlenmeli ve sahte haber konusunda bilinçlendirmelidirler. Bunların yanında doğrulama platformları ve işlevleri anlatılarak haberin araştırılması sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Adıyaman, Fırat (2022). “Hakikat Ötesi Çağda Profesyonel Bilgi Doğrulayıcılığı Kimliği”, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 21(3): 1312-1328.
- Akar, G. Ayşe ve Arslan, Nihayet (2021). Post-Truth Dönem Öncesinde Toplumsal Bir İletişim Aracı Olarak Hatıra, *Akademik Dil ve Edebiyat Dergisi*, 5(1): 450-467.
- Akkaya Telci, Burcu (2017). “İnternet Haberciliğinde Kadına ve Çocuklara Yönelik Şiddet Haberlerinde Etik Sorunlar: Yanlış Fotoğraf Kullanımı”, ed. Berrin Kalsın, *Tüm Boyutlarıyla İnternet Haberciliği*, Ankara: Gece Kitaplığı.
- Aksu, Simge ve Çetin, Selçuk (2019). “Post-Truth İçerikler ve Paylaşılma Motivasyonları Üzerine Bir İnceleme”, *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 27(4), 1309-3487.
- Akyıldız, Mahmut (2023). “Yalan Haber ve Dezenformasyonun Sosyal Medyada Yayılımı: Kahramanmaraş Depreminin Haarp Silahı Olduğu İddiası”, *Türkiye Medya Akademisi Dergisi*, 3(6): 523-543.
- Akyüz, S. Selim (2020). Yanlış Bilgi Salgını: COVID-19 Salgını Döneminde Türkiye’de Dolaşıma Giren Sahte Haberler. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (34), 422-444.
- Akyüz, S. Selim ve Akpınar, Gönül (2023). “Politik ve Kişisel Yakınlıkların Sosyal Medyada Yanlış Bilgi ve Yalan Habere Verilen Tepkilere Etkisi”, *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 7 (2): 158-174.
- Akyüz, S. Selim, Gülnar, Birol ve Kazaz, Mete (2021). “Yeni Medyada Haber Güvenilirliği Sorunu: Üniversite Öğrencilerinin Sahte/Yalan Haberlere Yönelik Doğrulama Refleksleri”, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(36): 2816 – 2840.
- Alejandro, Jennifer. (2010). *Journalism in the Age of Social Media*. University of Oxford: Reuters Institute.
- Algül, And ve Sütçü, Cem. S. (2015). “Değişen Haber Algısı: Kullanıcılar Sosyal Medyada Haberleri Nasıl Değerlendiriyorlar?”, *Global Media Journal TR Edition*, 6 (11): 18-34.
- Allcott, Gentzkow ve Yu (2019). Trends in the diffusion of misinformation on socialmedia, <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2053168019848554>, Erişim Tarihi: 21.11.2023.

- Allcott, Hunt ve Gentzkow, Matthew. (2017). Social Media And Fake News İn The 2016 Election, Journal of Economic Perspectives, 31(2): 211-236.
- Alpay, Yalın (2021). Yalanın Siyaseti, İstanbul: Destek Yayınları.
- Altıok, Metin (2018). “Gerçeklik ve Hakikat”, <https://www.mersinhaberci.com/yazi/2301/gerceklik-ve-hakikat.html>, Erişim Tarihi: 12.12.2021.
- Altunbey Özbay, Feyza ve Alataş, Bilal (2020). Çevrimiçi sosyal medyada sahte haber tespiti, DÜMF Mühendislik Dergisi, 11(1): 91-103.
- Aras, İlhan ve Günar, Altuğ (2018). “Birleşik Krallık’ın Avrupa Birliği’nden Ayrılma Referandumu: Brexit Süreci ve Sonuçları”, Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi, 6(2): 90-110.
- Araslı, Osman ve Tiryaki, Salih (2021). Gazetecilik ve Haber Süreklilik, Değişim ve Dijitalleşme, Palet Yayınları: Konya.
- Arat, Tugay (2020). “İletişim Aracı Olarak Fotoğraf”, Aksaray İletişim Dergisi, 2(1): 40-50.
- Arendt, Hannah (2021). Siyasette Yalan. çev. İmge Oranlı ve Berfu Şeker. İstanbul: Sel yayıncılık.
- Arık, Emel (2013). “Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği Örneği”, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (36), 2147-4524.
- Arkan, Z. Nilgün (2022). “Hakikat Sonrası Çağda Yalan Haber Üzerinden Söylem Analizi: Twitter Örneği”, Marmara Üniversitesi: İstanbul”, Doktora Tezi.
- Arslan, Şerif (2022). “Sosyal Medya ve Dezenformasyon Tehdidinde Gazetecilik”, Aksaray İletişim Dergisi, 4(2): 107-134.
- Atabek, Nejdett ve Uztuğ, Ferruh (1998). Haberde çerçeveleme ve öne çıkarma, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi: Kurgu, (15): 96-105.
- Atik Taşkiran, İlke (2018). Dijital Gazetelerin Sosyal Medya Stratejileri ve Sosyal Medyanın Haber Okunurluğuna Etkisi, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (30): 218-240.
- Atikkan, Zeynep ve Tunç, Aslı (2011). Blogdan Al Haberi: Haber Blogları, Demokrasi ve Gazeteciliğin Geleceği Üzerine, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Atlı, Yavuz ve Yücel, Nurcan (2016). “Hibrit İletişim Teknolojileri”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 21(3): 785-797.

- Atmaca, A. Ömür (2016). “Olay İncelemesi ABD’nin Hakikat Ötesi Başkanı: Donald Trump”, *The Turkish Yearbook of International Relations*, (47): 105-111.
- Aydın, A. Fikret (2020). Post-Truth Dönemde Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Pandemi Süreci, *Asya Studies*, 4(12): 76-90.
- Ayhan, Bünyamin ve Dağ, Harun (2019). “Köşe Yazarları ve Yanlış Bilgi: Malumatfuruş Sitesi Üzerinden Bir İnceleme”, *V Human & Civilization Congress From Past To Future*.
- Ayık, Sevim (2019). “Dijital Çağda Medyanın Küreselleşmesi ve Yeni Medyanın Ekonomi Politikası”, ed. Zafer Özdemir ve Aysel Çetinkaya, *Dijital Çağda Habercilik Kuram ve Uygulamada Yeni Yönelimler*, İstanbul: Der Yayınları.
- Aytekin, Gülbahar (2017). <https://www.guvenliweb.org.tr/blog-detay/sosyal-medyada-yalan-haber-nasil-tespit-edilir>, Erişim Tarihi: 21.11.2023.
- Aytekin, Gülbahar ve Güldalar, Evren (2022). <https://www.guvenliweb.org.tr/blog-detay/fake-news-dijital-cagda-dezenformasyon-ve-yalanin-yukselisi>, Erişim Tarihi: 15.11.2023.
- Aziz, Aysel (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*, Ankara: Mobel Yayınları.
- Barnett, Tara (2022). What does a Video Journalist do?, <https://www.practicaladultinsights.com/what-does-a-video-journalist-do.htm>. Erişim Tarihi: 10.08.2022.
- Basmacı, Göksel (2018). “İnternet Gazeteciliğinde Etik Değerler ve Güncel Tartışmalar”, *İnternet Haberciliği: Kuram, Uygulama ve Eleştiri*, ed. Kenan Duman, İstanbul: Beta Basım Dağıtım Yayınları.
- Baum, Matthew-Menczer, Filippo-Metzger, Miriam ve Pennycook, Gordon (2018). “The science of fake news”, *Science*, 359(6380).
- Bayraktaroğlu, A. Muhammet ve Bayraktaroğlu, Berrin (2009). “Gazetelerde Yer Alan Haber Fotoğraflarında Kötünün Sunumu Üzerine Bir İnceleme”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi ART-E* 2009-04.
- Becan, Cihan (2018). “Sosyal Medya Bağımlılığının Haber Takibi Motivasyonları Üzerine Etkisi”, *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3): 238-256.
- Block, David (2019). *Post-truth and Political Discourse*. Spain: Palgrave Macmillan.

- Budak, Emrah (2020). “Dijital Gazetecilik Akademisi Üzerine Bir Araştırma: Newslabturkey.Org Örneği”, Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (24), 189-214.
- Budak, Emrah (2021). “Dijital Haberciliğe Farklı Bir Bakış: Podcast Yayınları”, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 9(1): 373-398.
- Budak, Emrah (2022). “Teknolojik Yeniliklerin Yarattığı Yeni Habercilik Formları Üzerine Bir İnceleme: Türkiye’de Podcast Haberciliği”, Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, (40): 257-276.
- Bulut, Serkan (2020). “Egemen Söylemin Kıyısındakiler: Alternatif Bir Platform Olarak YouTube’da Gazetecilik ve Gazeteciler Üzerine Bir İnceleme”, Erciyes İletişim Dergisi, 7(2): 727-748.
- Cevizci, Ahmet (1999). Paradigma Felsefe Sözlüğü, İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Ceyhan, A. İlkay (2019). Dijital İletişim Çağında Siyasetin Dijitalleşmesi Üzerine Bir İnceleme: Post-Truth ve Dijital Siyasetin Sahte Haber Ekseninde Analizi, Prof. Dr. Alâeddin Asna Anısına Yeni Zamanlar ve Halkla İlişkiler Sempozyumu Özel Sayısı, 27(4): 1-17.
- Chau, Celement (2010). YouTube as a participatory culture, New directions for youth development, Wiley, (128): 65-74.
- Chen, Brian (2009). Aug. 13, 2004: ‘Podfather’ Adam Curry launches daily source code, <https://www.wired.com/2009/08/dayintech-0813/>, Erişim Tarihi: 17.08.2022.
- Çaba, Deniz (2019). Sosyal Medya Çağında Gazetecilik ve İnovasyon: Twitter’da Gazetecilik Pratikleri Üzerine Bir Analiz, Ankara Üniversitesi İlef Dergisi, 6 (1), 95-120.
- Çakır, Hamza (2007). “Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği”. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(22),123-149.
- Çalışır, Gülsüm ve Aksoy, Fatih (2018). “Sahte Haberler Hakkında İzleyici Perspektifi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, Çukurova I. Uluslararası Multidisipliner Çalışmalar Kongresi, Aralık 13-16, Adana.
- Çaycı, Berk (2021). Sosyal Medyada Sahte Haber Paylaşımları Üzerine Bir İnceleme, ASEAD 7. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu Ejser 7th International Symposium On Social Sciences.

- Çınar, M. Dudu (2019). “Yerel İnternet Gazeteciliği: Çorum Örneği”, Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 2(3).
- Çoban, Bahşende (2019). “Post Truth Çağında Dijital Gazetecilik ve Haber Başlıklarında “Tık Tuzağı”, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi”, 27(4): 35-49.
- Çömlekçi, M. Fatih (2019). “Hakikat-Ötesi Dönemde Medyaya Güven: Uluslararası Raporlar Üzerinden Bir İnceleme”, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (49): 2147-4524.
- Çöteli, Sami (2017). “İnternet Gazeteciliği, Takip ve Güvenilirlik Kıstasları”, Journal of Current Researches on Social Sciences, 7(4): 2547-9644.
- Dağtaş, Erdal ve Yıldırım, Ozan (2019). “Kültür Endüstri ve İnternet: Bireysel Özgürleşme ve Toplumsal Dayanışmayı Twitter Üzerinden Okumak”, Sosyal Medya Çalışmaları, ed. Tuba Livberber ve Salih Tiryaki, Konya: LiteraTürk Yayınları.
- Dahi, Ayşegül (2022). “Gerçek-Sonrası Dönemde Sosyal Medya Dezenformasyonu ve Sahte Haberler: Türkiye’de Covid-19 Salgını Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi: İstanbul.
- Damar, Emirkan (2019). <https://www.aramamotoru.com/buzzsumo-nedir/>, Erişim Tarihi: 27.11.2023.
- Değirmencioğlu, Gürsoy (2016). “Dijitalleşme Çağında Gazeteciliğin Geleceği ve İnovasyon Haberciliği”, TRT Akademi, 1(2): 590-606.
- Delibacak, Burak (2022). <https://www.puntodijital.com/olmazsa-olmaz-sosyal-medya-araclari#:~:text=BuzzSumo%2C%20anahtar%20kelime%20ve%20ifade,tahmin%20etmek%20ciddi%20anlamda%20kolayla%C5%9F%C4%B1r.,> Erişim Tarihi: 09.01.2024.
- Dilmen, Necmi (2014). Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları”, Marmara İletişim Dergisi, 12(12): 113-122.
- Dogrula.org (2024). <https://www.dogrula.org/biz-kimiz/>, Erişim Tarihi: 03.02.2024.
- Dolgunyürek, D. Özlem (2018). “İnternet Gazeteciliğinde Ortaya Çıkan İhlâllerin Önlenmesi İçin Çözüm Önerileri ve İnternet Gazetecilerinin Hakları”, Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(1): 205- 234.
- Doyle, Bob (2019). The first podcast. Thetilt. 22.12.2021 tarihinde <https://www.thetilt.com/content/the-firstpodcast>, Erişim Tarihi: 17.08.2022.

- Dönmez, İ. Hakan (2010). İnternet Haberciliğinde Tıklanma Kaygısı ve “Kapan” Manşetler, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (14): 105-127.
- Duman, Kenan (2019). Haber Kaynağı Olarak Sosyal Ağların Kullanımı: Türk İnternet Haber Siteleri Üzerine Bir Analiz, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, E-Gifder, Volume: 7, International Turkish World Press Symposium Special Number, December, 2019, 1637-1654.
- Duman, Mustafa (2019). “Geleneksellik-Gerçeklik İlişkisi Bağlamında Bilginin Niteliği ve Folklorda Yalan Haber”, Folklor/Edebiyat, S. 100, s. 971-984.
- Dumanlı Kürkçü, Duygu (2016) Yeni Medya ve Gençlik, İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Durmuş, K. Seda (2020). “Sosyal Medya Kaynaklı Olayların Geleneksel Haber Mecralarında Kullanımı”, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11:218-236.
- Eğitimci, U. Tayyibe (2021). “Hakikat Sonrası Dönemde Hakikati Sorgulatan Bir Sinema Türü: Sahte-Belgesel”, SineFilozofi Dergisi, (3), 51-66.
- Eken, İhsan ve Gezmen, Başak (2019). “Haber Fotoğraflarında Suriyeli Mültecilerin Temsili: Suriye Olaylarının Anadolu Ajansı Almanaklardaki Fotoğraflar Üzerinden İncelenmesi”, Turkish Studies Social Sciences, 14(3): 465-488.
- Entman, M. Robert. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, Journal of Communication, 43(4): 51-58.
- Erdem, H. Subhi (2012). Varlığın Cezbesinde Dil ve Hakikat-Nietzsche Değinileriyle, Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 2(3): 13-33.
- Erdem, Murat (2023). <https://www.erdempsikiyatri.com/manipulasyon-ne-demek>, Erişim Tarihi: 18.08.2023.
- Erdoğan Tarakçı, İnci ve Baş Mehmet (2018). Post-Truth Medya ve Tüketici Davranışlarına Etkisi: “Genç Yetişkinler” Üzerine Keşifsel Bir Araştırma. İşletme Araştırmaları Dergisi, 10(4), 1110- 1122.
- Erdoğan, Emre- Uyan Semerci, Pınar- Eyolcu Kafalı, Birnur ve Çaytaş, Şaban (2022). İnfodemi ve Bilgi Düzensizlikleri Kavramlar, Nedenler ve Çözümler, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Erdoğan, İlker (2013). Yeni medya gazeteciliğinde etik bir paradigma belirlemenin kapsamı ve sınırları. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 36, 254-272.

- Eren, Bilal (18. 06. 2020). Yanlış ve Sahte Bilginin 7, <https://erenbilal.medium.com/yanl%C4%B1%C5%9F-ve-sahte-bilginin-7-t%C3%BCr%C3%BC-400674d92d6d>, Erişim Tarihi: 18.12.2022.
- Erkan, Gülsüm ve Ayhan, Ahmet (2018). “Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (30): 201-223.
- Eroğlu, Şahika ve Çakmak, Tolga (2020). “Post-Truth Dönemini Anlamak: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Yeni Medya Araçları Kapsamında Bilgi Bozuklukları ve Doğrulama Algılarının Değerlendirilmesi”, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (39), 307-325.
- Evrin Ağacı (2018). <https://evrimagaci.org/hakkimizda-7204>, Erişim Tarihi: 03.02.2024.
- Fidan Barıtcı, Zühal (2021). “Hakikat ve Hakikat Sonrası Siyaset”, Siyasal İletişim Teorik Tartışmalar Kavramlar, Kuramlar ve Stratejiler, Ed: Enderhan Karakoç ve Onur Taydaş, Ankara: Nobel Yayınları.
- Fidan Barıtcı, Zühal ve Kaynak, Hatice (2022). “Hakikat Sonrası Çağda Parodi Haberlerin “Gerçek (!)” Olarak Sunumu”, Dijital Sis Yeni Medya Çağında Bilginin ve Gerçeğin Değişen Konumu, ed. Fadime Şimşek İşliyen ve Mustafa İşliyen, Çizgi Kitapevi: Konya.
- First Draft. (2019, Ekim). Introduction. First Draft’s essential guide to understanding information disorder, First Draft. https://firstdraftnews.org/wpcontent/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x76701.
- Foça, M. Atakan (01.03.2019). Sözlük: Yanlış bilginin en yaygın yedi türü, <https://teyit.org/sozluk-yanlisbilginin-en-yaygin-7-turu/>, Erişim Tarihi: 25.12.2022.
- Foerstel Leonora (2000). Medya ve Savaş Yalanları Gerçekler Nasıl Karartılıyor? çev. Ahmet Antmen. İstanbul: Yodam Yayınları.
- Gezgin, Suat (2002). “Geleneksel Basın ve İnternet Gazeteciliği”, İnternet Çağında Gazetecilik, ed. Serhan Yedig ve Haşim Akman, İstanbul: Metis Yayınları.
- Gezgin, Suat ve Atik Abdulkadir (2017). Basın Fotoğrafçılığı, Eğitim Kitabevi.
- Goffman, Erving (1974). Frame analysis: An essay on the organization of experience, Harvard University Press.

- Gölbaşı, S. Dilan, Metintaş, Selma ve Önsüz, M. Fatih (2022). “Web sitelerinde yer alan COVID-19 ile ilişkili mitlerin infodemi açısından değerlendirilmesi: bir içerik analizi”, *Turkish Journal Of Public Health*, 20(1):138-151.
- Göllü, Y. Evrim (2017). Dünden Bugüne İnternet Gazeteciliği, *Gorgene E-Dergisi*, (1), (Çevrimiçi) <https://gorgondergisi.com/dunden-bugune-internet-gazeteciligi/>, Erişim Tarihi: 25.04.2022.
- Göncü, Semih ve Sim, Şükrü (2019). “Post-Truth Zeminde Suriyeli Mülteciler Hakkında Çıkan Haberlere Dair Bir İnceleme”, *Düşünce ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1): 1-28.
- Gönenç, E. Özgür ve Kılınç, Hüseyin (2020). “İnternet Gazeteciliği ve Etik”, *İletişim Çalışmaları*, ed. Aytekin İşman, Aydın Ziya Özgür ve Mustafa Öztunç, Sakarya: Sakarya Üniversite Yayınları.
- Günenç, Mesut (2019). *David Hare’in Oyunlarında Post-Truth Söylem*. Konya: Çizgi Kitapevi Yayınları.
- Güven, Süleyman (2022). “Dijital Dünyada Propaganda ve Dezenformasyon”, *Dijital Sis Yeni Medya Çağında Bilginin ve Gerçeğin Değişen Konumu*, ed. Fadime Şimşek İşliyen ve Mustafa İşliyen, Çizgi Kitapevi: Konya.
- Hançerlioğlu, Orhan (1997). *Felsefe Ansiklopedisi Kavramlar ve Akımlar (Cilt 2, E-I)*, İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Hermida, Alfred (2010). *Twittering the news. The emergence of ambient journalism*, *Journalism Practice*, 4 (3): 297-301.
- <https://app.buzzsumo.com/content/web?q=https%3A%2F%2Fhalktv.com.tr%2Fdunya%2Fson-dakika-israil-kizilay-depolarini-vurdu-779600h>, Erişim Tarihi: 12.11.2023.
- <https://app.buzzsumo.com/content/web?q=https%3A%2F%2Fwww.birgun.net%2Fhaber%2Fisrail-baglantili-gemiye-ihali-saldiri-486158>, Erişim Tarihi: 08.12.2023.
- <https://app.buzzsumo.com/content/web?q=https%3A%2F%2Fwww.milligazete.com.tr%2Fhaber%2F17403484%2Fyemen-israile-savas-ilan-etti>, Erişim Tarihi: 16.11.2023.
- <https://app.buzzsumo.com/content/web?q=https%3A%2F%2Fwww.yeniakit.com.tr%2Fhaber%2Ffilistin-devlet-baskani-mahmud-abbasin-konvoyu-vuruldu-mahmud-abbasa-suikast-girisimi-1803082.html>, Erişim Tarihi: 14.11.2023.
- <https://app.buzzsumo.com/content/web?q=https://video.haber7.com/video-galeri/252994-bahreynde-israil-buyukelciligi-atese-verildi>, Erişim Tarihi: 20.11.2023.

<https://app.buzzsumo.com/content/web?q=https://www.aydinlik.com.tr/haber/cezayir-parlamentosu-cumhurbaskanina-israil-ile-savasa-girme-yetkisi-verdi-431038>,
Erişim Tarihi: 15.11.2023.

<https://app.buzzsumo.com/content/web?q=https://www.gazeteduvar.com.tr/israil-ordusundan-kassam-tugaylari-iddiasi-gercek-kimligini-bulduk-haber-1644142>,
Erişim Tarihi: 21.11.2023.

<https://app.buzzsumo.com/content/web?q=https://www.sabah.com.tr/fotohaber/dunya/neta-nyahuya-hayatinin-soku-keskin-nisanci-yegeni-kara-harekatinda-oldu>, Erişim Tarihi: 11.11.2023.

<https://app.buzzsumo.com/content/web?q=https://www.sondakika.com/dunya/haber-hindistan-da-filistin-e-destek-yuruyusunde-16452994/>, Erişim Tarihi: 13.11.2023.

<https://artigercek.com/guncel/hatayda-konteynerleri-su-basti-elektrik-akimina-kapilan-bir-kisi-oldu-267262h>, Erişim Tarihi: 23.11.2023.

<https://dbs.iletisim.gov.tr/hakikatler>, Erişim Tarihi: 20.11.2023.

<https://factcheckingturkey.com/>, Erişim Tarihi: 13.10.2023.

<https://gununyalanlari.com/>, Erişim Tarihi: 12.10.2023.

<https://halktv.com.tr/dunya/son-dakika-israil-kizilay-depolarini-vurdu-779600h>, Erişim Tarihi: 12.11.2023.

<https://haymanagazetesi.org/haber/17357240/ebu-ubeyde-hamas-kimdir-huzaifa-kalut-kimdir-ebu-ubeyde-huzaifa-kalut-mu-israil-el-kassam-sozcusu-ebu-ubeydenin-yuzunu-ifsa-mi-etti>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://kibrisgazetesi.com/israil-turk-kizilayinin-depolarini-vurdu/>, Erişim Tarihi: 12.02.2024.

<https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 10.10.2023.

<https://tele1.com.tr/israil-kizilay-deposunu-vurdu-942097/>, Erişim Tarihi: 12.02.2024.

<https://teyit.org/>, Erişim Tarihi: 11.10.2023.

<https://teyit.org/analiz/hindistandaki-gazzeyle-dayanisma-gosterisinde-italyan-bayraklari-kullanildigi-iddiasi>, Erişim Tarihi: 13.11.2023.

<https://tr.irma.ir/news/85355505/Yemen-den-%C4%B0srail-ile-Ba%C4%9Flant%C4%B1l%C4%B1-Gemiye-Sald%C4%B1r%C4%B1>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://video.haber7.com/video-galeri/252994-bahreynde-israil-buyukelciligi-ate-se-verildi>,
Erişim Tarihi: 20.11.2023.

<https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/aktuel/cinli-kurtariciyi-yapay-zekayla-musliman-yaptilar-iddiasi/1815434>, Erişim Tarihi: 22.11.2023.

<https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/aktuel/goruntuler-hint-okyanusunda-husiler-terafindan-vurulan-israil-kargo-gemisini-mi-gosteriyor-/1817043>, Erişim Tarihi: 08.12.2023.

<https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/aktuel/hindistanda-filistine-destek-amaciyla-yuruyus-duzenleyenler-italya-bayragi-mi-kullandi-/1816781>, Erişim Tarihi: 13.11.2023.

<https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/aktuel/konteyner-kentte-elektrige-kapilan-bir-kisinin-hayatini-kaybettigi-iddiasi-/1816639>, Erişim Tarihi: 23.11.2023.

<https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/aktuel/videonun-hindistandaki-bir-hirsizlik-olayini-gosterdigi-iddiasi/1816573>, Erişim Tarihi: 22.11.2023.

<https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/gazze/cezayir-parlamentosu-cumhurbaskani-tebbuna-israile-karsi-savas-icin-tam-yetki-verdi-iddiasi/1816870>, Erişim Tarihi: 15.11.2023.

<https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/gazze/goruntuler-filistin-devlet-baskani-mahmud-abbasa-yonelik-suikast-girisimini-gosteriyor/1816905>, Erişim Tarihi: 14.11.2023.

<https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/gazze/goruntulerin-bahreyndeki-israil-buyukelciliginin-ate-se-verildigi-ani-gosterdigi-iddiasi/1816768>, Erişim Tarihi: 20.11.2023.

<https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/gazze/israil-el-kassam-sozcusunu-ifsa-mi-etti/1816812>,
Erişim Tarihi: 20.11.2023.

<https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/gazze/israil-gazzede-turk-kizilayi-ve-afad-binasini-vurdu-iddiasi/1816848>, Erişim Tarihi: 12.11.2023.

<https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/gazze/oldurulen-israil-askerinin-netanyahunun-yegeni-oldugu-iddiasi/1816900>, Erişim Tarihi: 11.11.2023.

<https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/gazze/yemenin-israile-savas-ilan-ettigi-iddiasi/1816862>,
Erişim Tarihi: 15.11.2023.

<https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/politika/turkiyede-okullarin-dort-gune-inecegi-iddiasi/1816245>, Erişim Tarihi: 22.11.2023.

<https://www.ahaber.com.tr/video/gundem-videolari/cezayir-meclisinden-savas-yetkisi-cumhurbaskani-tebbuna-israile-savas-acma-yetkisi>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.aydinlik.com.tr/haber/cezayir-parlamentosu-cumhurbaskanina-israil-ile-savasa-girme-yetkisi-verdi-431038>, Erişim Tarihi: 15.11.2023.

<https://www.aydinlik.com.tr/haber/ebu-ubeyde-kimdir-ebu-ubeydenin-yuzu-ifsa-mi-oldu-430788>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.aydinlik.com.tr/haber/israil-filistinde-kizilaya-saldirdi-tesisleri-ve-depolari-vurdu-430124>, Erişim Tarihi: 12.02.2024.

<https://www.aydinlik.com.tr/haber/yemenden-israile-savas-ilani-430371>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.benguturk.com/yemen-israile-savas-ilan-etti>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.birgun.net/haber/israil-baglanti-gemiye-ihali-saldiri-486158>, Erişim Tarihi: 08.12.2023.

<https://www.bursa.com/haber/filistin-devlet-baskani-abbas-in-konvoyu-vuruldu-803713.html>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.bursadabugun.com/haber/israil-ve-filistin-kizilayi-depolarini-vurdu-1654017.html>, Erişim Tarihi: 12.02.2024.

<https://www.cumhuriyet.com.tr/dunya/son-dakika-filistin-devlet-baskani-abbasa-suikast-girisimi-iddiasi-2138493>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.dirilispostasi.com/bahreynde-israil-buyukelciligi-ate-se-verildi>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.dogrulukpayi.com/>, Erişim Tarihi: 09.10.2023.

<https://www.egepostasi.com/haber/Filistin-Devlet-Baskani-Abbas-in-konvoyu-vuruldu/318560>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.ekonomim.com/dunya/filistin-devlet-baskani-abbasa-suikast-girisimi-haberi-714754>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.ensonhaber.com/gundem/filistin-devlet-baskani-abbasin-konvoyu-vuruldu>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.ensonhaber.com/medya/hayatinin-sokunu-yasadi-hindistanda-akillara-durgunluk-veren-hirsizlik>, Erişim Tarihi: 22.11.2023.

<https://www.gazeteduvar.com.tr/israil-ordusundan-kassam-tugaylari-iddiasi-gercek-kimligini-bulduk-haber-1644142#:~:text=%C4%B0srail%20ordusunun%20Arap%C3%A7a%20s%C3%B6zc%C3%BCs%C3%BC%2C%20%C4%B0zzeddin,ger%C3%A7ek%20kimli%C4%9Fini%20bulduklar%C4%B1n%C4%B1%20ileri%20s%C3%BCrd%C3%BC.,> Erişim Tarihi: 20.11.2023.

<https://www.gercekgundem.com/dunya/bahreynde-israil-buyukelciligi-molotoflarla-yakildi-438943>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.gunboyugazetesi.com.tr/israili-protesto-etmek-istediler-filistin-bayragi-yerine-yanlislikla-italya-232850h.htm>, Erişim Tarihi: 12.02.2024.

<https://www.haber3.com/dunya/israil-buyukelciligi-atese-verildi-haberi-6153909>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.haber7.com/dunya/haber/3364009-yemenden-son-dakika-israil-ve-savas-aciklamasi-tum-dunyaya-ilan-ettiler>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.haber7.com/dunya/haber/3364768-bir-ulke-daha-savasa-dahil-oluyor-cumhurbaskanina-israil-ile-savasa-girme-yetkisi-verildi>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.haber7.com/dunya/haber/3365799-filistin-baskani-mahmud-abbasa-suikast-girisimi-konvoyuna-ates-acildi>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.haberler.com/dunya/hindistan-da-filistin-e-destek-yuruyusunda-16452993-haberi/>, Erişim Tarihi: 12.02.2024.

<https://www.hurriyet.com.tr/video/filistin-devlet-baskani-mahmud-abbasin-konvoyuna-saldiri-42357653>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.iha.com.tr/haber-cinli-arama-kurtarma-personeli-musliman-oldu-1147775>, Erişim Tarihi: 22.11.2023.

<https://www.inegonline.com/dunya/haber/israil-turk-kizilayi-deposunu-vurdu-1052011207/>, Erişim Tarihi: 12.02.2024.

<https://www.istiklal.com.tr/haber/bahreynde-israil-buyukelciligi-atese-verildi/797948>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.kocaeligazetesi.com.tr/haber/17246889/filistine-destek-yuruyusunda-yanlislikla-italya-bayragi-tasidilar>, Erişim Tarihi: 12.02.2024.

<https://www.malumatfurus.org/>, Erişim Tarihi: 12.10.2023.

<https://www.milligazete.com.tr/haber/17403484/yemen-israile-savas-ilan-etti>, Erişim Tarihi: 15.11.2023.

<https://www.ntv.com.tr/dunya/israil-baglantili-gemiye-ihali-saldiri,e5BmKoaL0U6BKypWSRRiQ>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.odatv4.com/dunya/bir-ulke-daha-savasa-giriyor-meclis-yetki-verdi-120009571>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.odatv4.com/dunya/hintlilerin-destek-yuruyusu-viral-oldu-italya-bayragini-filistin-bayragi-sandilar-120007202>, Erişim Tarihi: 12.02.2024.

https://www.pusulahaber.com.tr/yemende-iha-saldirisi-gemi-alev-aldi-1749204h.htm#google_vignette, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.sabah.com.tr/fotohaber/dunya/netanyahuya-hayatinin-soku-keskin-nisanci-yegeni-kara-harekatinda-oldu>, Erişim Tarihi: 11.11.2023.

<https://www.seskocaeli.com/haber/17393165/israil-turkiyenin-kizilay-deposunu-vurdu>, Erişim Tarihi: 12.02.2024.

<https://www.sondakika.com/dunya/haber-cezayir-parlamentosu-cumhurbaskani-tebbun-a-16496304/>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.sondakika.com/dunya/haber-hindistan-da-filistin-e-destek-yuruyusunda-16452994/>, Erişim Tarihi: 13.11.2023.

<https://www.superhaber.com/bahreynde-israil-buyukelciligi-molotoflarla-atese-verildi-video-469133>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.superhaber.com/israil-gemisi-vuruldu-ihali-saldiri-haber-472988>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.superhaber.com/yemen-tum-dunyaya-duyurdu-israile-savas-ilan-ettiler-haber-470270>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.technolat.com/ogrencilere-mujde-okullar-artik-4-gun>, Erişim Tarihi: 22.11.2023.

<https://www.tgrthaber.com.tr/dunya/netanyahuyu-cilgina-cevirecek-karar-cezayir-cumhurbaskanina-israil-ile-savas-yetkisi-2913442>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.tgrthaber.com.tr/dunya-videolari/sok-olay-filistine-destek-yuruyusunda-italya-bayragi-tasidilar>, Erişim Tarihi: 12.02.2024.

<https://www.trhaber.com/dunya/cezayir-parlamentosunda-cumhurbaskani-tebbuna-israile-savas-ilan-etme-yetkisi-verildi-h592290.html>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.trhaber.com/dunya/son-dakika-bahreynde-israil-buyukelciligi-atese-verildi-h580360.html>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

<https://www.trhaber.com/dunya/son-dakika-katil-israil-kizilay-depolarini-vurdu-h710035.html>, Erişim Tarihi: 12.02.2024.

<https://www.turkiyegazetesi.com.tr/dunya/israil-baglantili-gemiye-ihla-1010653>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

- <https://www.yeniakit.com.tr/haber/filistin-devlet-baskani-mahmud-abbasin-konvoyu-vuruldu-mahmud-abbasa-suikast-girisimi-1803082.html>, Erişim Tarihi: 14.11.2023.
- <https://www.yeniakit.com.tr/video/cezayir-parlamentosundan-cumhurbaskanina-israil-yetkisi-85771.html>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.
- <https://www.yenisoz.com.tr/haber/yemen-israile-resmen-savas-ilan-etti-4638/>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.
- <https://www.yurtgazetesi.com.tr/dunya/filistine-destek-protestosunda-filistin-bayragi-yerine-italya-bayragi-actilar-h235124.html>, Erişim Tarihi: 12.02.2024.
- <https://yalansavar.org/>, Erişim Tarihi: 10.10.2023.
- <https://yapraklihaber.com.tr/israil-ordusundan-kassam-tugaylari-iddiasi-gercek-kimliklerini-bulduk/>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.
- <https://yeniyaşamgazetesi5.com/israil-gazetede-kizilay-depolarini-vurdu/>, Erişim Tarihi: 12.02.2024.
- Iglesias-Puzas MD, Conde-Taboada, Aranegui-Arteaga ve diğerkleri (2021). “Fake news” in dermatology. Results from an observational, cross-sectional study, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/ijd.15254>, Erişim Tarihi: 21.11.2023.
- İlgaz Büyükbaykal, Ceyda (2012). Basında Etik Anlayışı. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi| Istanbul University Faculty of Communication Journal, (20).
- Işık, Umur ve Koz, K. Alp (2014). “Çöp Yığınlarında Haber Aramak: İnternet Gazeteciliği Üzerine Bir Çalışma”, E-Journal of New World Sciences Academy, 9(2): 27-43.
- Izzati, Navia (2020). The Impact of Video Journalism Practice on News Production and Content Quality, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi, (14): 77-87.
- İkizoğlu, Süeda (2020). “Fotoğraf ve Gerçeklik İlişkisinin Toplumsal Belleğin İnşasındaki Rolü ve Önemi”, Akademik Sanat, 5(11): 127-139.
- İnce, Mustafa (2017). Türk Spor Basınında Asparagas Haber ve Spor Ekonomisine Etkileri. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(2): 547-563.
- İrak, Hakan (2022). Post-Truth Çağda Dijital Dezenformasyon: Covid-19 Aşı Karşıtı Haberler Üzerine Bir İnceleme, Ahi Evran Akademi, 3(1): 115-129.
- İrvan, Süleyman (2022). <https://www.newslabturkey.org/2022/11/07/yanlis-bilgiyle-dogru-mucadele-dogrulama-platformlari-nasil-islemeli/>, Erişim Tarihi: 03.02.2024.

- İsi, Hasan (2015). “Gerçek” ve “Hakikat” Sözcükleri Üzerine Felsefî ve Dilbilimsel İnceleme”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(41): 182, 195.
- Jardelino, Cavalcanti ve Toniolo (2020). A proliferação das fake news nas eleições brasileiras de 2018, <https://journals.ipl.pt/cpublica/article/view/99>, Erişim Tarihi: 21.11.2023.
- Kalsın, Berrin (2016). “Geçmişten Geleceğe İnternet Gazeteciliği: Türkiye Örneği”, *The Journal of Academic Social Science Studies*, (42), 75-94.
- Karagöz, Kezban (2018). “Post-Truth Çağında Yayıncılığın Geleceği”, *TRT Akademi*, 3(6), 678-705.
- Karakaş, Onur ve Doğru, Y. Bahadır (2021). Covid-19 Aşılarına Yönelik Üretilen Yeni Medya İçeriklerinin PostTruth Kavramı Bağlamında Analizi. *Asya Studies-Academic Social Studies / Akademik Sosyal Araştırmalar*, 5(16), 163-182.
- Kavaklı, Nurhan (2019). “Yalan Haberle Mücadele ve İnternet Teyit/Doğrulama Platformları”, *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1): 663-682.
- Kavut, Sevgi (2021). “Eleştirel Söylem Analizi Bağlamında Haber Sitelerinde Dijital Kimlik Başlıklı Haberlerin İncelenmesi”, *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 7 (1): 127-138.
- Kaya, Sertaç (2021). Sosyal Medyadaki Yalan Haberlerin Kişilerin Tercihleri Üzerine Etkisi: ABD Başkanlık Seçimi Örneği, *Communication and Technology Congress-CTC* (s. 907-914), İstanbul-Turkey: İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Kazan, Hüseyin (2019). “Dijital çağda gazetecilikte yeni kavramlar: Robot gazeteciliği, veri gazeteciliği, hiper yerel gazetecilik”, *Dijital Çağda Habercilik Kuram ve Uygulamada Yeni Yönelimler*, ed. Zafer Özdemir ve Aysel Çetinkaya, İstanbul: Der Yayınları.
- Kazan, Hüseyin (2021). “Dijital Habercilik Bağlamında Trajik Haberlerde Etik ve Bireyler Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma”, *International Journal of Social Inquiry*, 14(2): 661-692.
- Kazaz, Mete ve Akyüz, S. Selim (2019). *Sahte Haber, LiteraTürk Yayınları*: Konya.
- Keskin, Musa (2022). “Pandemi Gölgesinde Brexit: Birleşik Krallık ve Avrupa Birliği Ekonomilerine Etkileri”, *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, (1): 61-81.

- Keyes, Ralph (2019). Hakikat Sonrası Çağ Günümüz Dünyasında Yalancılık ve Aldatma, Çev. Deniz Özçetin, Ankara: Deli Dolu Yayınları.
- Kılıç, Seyfi (2015). Türkiye’de geleneksel gazetecilik anlayışına alternatif bir yaklaşım: İnternet gazeteciliği, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı Doktora Tezi, Antalya.
- Kırdemir, Barış (2020). Türkiye’nin Dezenformasyon Ekosistemi, EDAM.
- Kırık, A. Murat ve Yegen, Ceren (2017). “Değişen Habercilik Pratikleri Çerçevesinde Sosyal Medyada Yurttaş Gazeteciliği”, ed. Berrin Kalsın, Tüm Boyutlarıyla İnternet Haberciliği, Ankara: Gece Kitaplığı.
- Kırmızıgül, Bayram (2020). Post Truth Çağda Algı ve Algı Yönetimi Turizm Destinesyonlarında Algı Oluşturma. Ankara: Gazi Kitapevi Yayınları.
- Kiely, Eugene ve Robertson, Lori (2016, 18 November). How to spot fake news. Fact Check.org, <https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/>, Erişim Tarihi: 18.10.2022.
- Kiraz, Ersel (2020). Sosyal Medyada Sahte Haberin Yayılmasında Kullanıcı Faktörü, İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İnif E-Dergi), 5 (1): 9-24.
- Kocabay Şener, Nihal (2018). “Doğruluk Kontrol Merkezi” ve “Yalan Haber” Kavramlarına İlişkin İçeriklerin Medyada Yansımalarının Araştırılması, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (29. Özel Sayısı): 355-373.
- Koçyiğit, Ahmet (2023). “Olağanüstü Hallerde Sosyal Medyada Dezenformasyonla Mücadele ve Kriz İletişimi: Kahramanmaraş Depremi Üzerine Bir Analiz”, Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi, (10): 68-86.
- Korap Özel, Elif ve Deniz, Şadiye (2019). “Tık” ve “Etik” Arasında Sıkışan Gazetecilik: İnternet Gazeteciliğinin Ortaya Çıkardığı Yeni Etik Sorunlar ve Gazetecilerin Konuya Bakış Açısı Üzerine Bir Araştırma. Erciyes İletişim Dergisi, 6(1), 443-466.
- Koşar, E. Semih (2015). Bir haber toplama tekniği: video habercilik. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (23), 26-41.
- Koyuncu, Serhan ve Medin, Burak (2015). Haber Fotoğraflarında 2003 Irak Savaşı Karşıtlarının Temsili. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5(2): 137-168.
- Köseliören, Mihrali ve Çakır, Cihan (2019). Dijitalleşme Sonucunda Dönüşen Gazetecilik: Blog Gazeteciliği, Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu 02- 03 Mayıs 2019.

- Kreitner, Richard (2016, Kasım 30). Post-Truth and Its Consequences: What a 25-Year-Old Essay Tells Us About the Current Moment. The Nation. <https://www.thenation.com/article/archive/post-truth-and-itsconsequences-what-a-25-year-old-essay-tells-us-about-the-currentmoment/> adresinden alınmıştır. Erişim Tarihi: 27.03.2022.
- Kurt, Gülşan (2022). “Youtube Gazeteciliği Ekseninde Dönüşen Geleneksel Gazetecilik: Gerçektivi Örneği”, Journal of Communication Science Researchs, 2(3): 184-201.
- Kutlu, Asuman ve Doğan, Evin (2020). Kesin Bilgi, Yayımlım: Hakikat Sonrası Çağda Yalan Haberlere İlişkin Y Kuşağının Tutum ve Davranışları, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 34: 83-101.
- Kuyucu, Mihalıs (2020). “Dijital Dönüşüm Sürecinde Gelişim Gösteren İnternet Gazeteciliğinin Üniversitede Eğitim Gören Gençlerin Haber Alma Tercihlerine Etkisi”, 5th International Scientific Research E-Congress (IBAD- 2020) September 1-2, 2020.
- Kuyucu, Mihalıs (Michael) (2014). “Çevresel Haber Ortamı Olarak Twitter ve Twitter Gazeteciliği”, Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, 2(3), 159-189.
- Kuyucu, Mihalıs ve Kırık, A. Murat (2020). “Gazetecilik ve Dijital Dönüşüm: Türkiye’deki Basılı Gazeteler Dijital Yakınsama Serüvenlerinde QR Kodu Uygulamasından Faydalandı mı?”, Dijital Dünya ve Teknolojik Gelişmelerin Sosyal Bilimlere Etkisi, ed. İhsan Eken ve Başak Gezmen, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Madsar, Serhat (2021). “Sosyal Medya ve Post-Truth İlişkisi: Covid-19 Aşı Haberleri Üzerine Bir İnceleme”, Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi, (7): 48-63.
- Mcintyre Lee (2019). Hakikat Sonrası. çev. Mehmet Fahrettin Biçici. İstanbul: Tellekt Yayınları.
- Mecacci, Adrea (2016). Aesthetics of Fake. An Overview. Aisthesis, Pratiche, linguaggi e saperi dell'estetico, 9(2): 59-69.
- Miguel Descalso, Alessandra. R. (2015). The medium is the message: The rise of citizen journalism and podcasting, Erişim <https://born2invest.com/articles/the-medium-is-the-message-the-rise-of-citizenjournalism-and-podcasting/>, Erişim Tarihi: 13.12.2022.

- Nisan, Fatma ve Şentürk Kara, Eylem (2022). “Yalan Haber ve Etik”, Dijital Sis Yeni Medya Çağında Bilginin ve Gerçeğin Değişen Konumu, ed. Fadime Şimşek İşliyen ve Mustafa İşliyen, Çizgi Kitapevi: Konya.
- Okay, A. Serkan (2021). “Gelenekselden Dijitale İçeriğin Üretimi ve Dönüşümü Dijital Habercilik Bağlamında Bir Araştırma”, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi: İstanbul.
- Okkay, İpek (2017). “Geleneksel Habercilikten İnternet Haberciliğine Geçiş Sürecinde Ortaya Çıkan Etik Sorunlar”, ed. Berrin Kalsın, Tüm Boyutlarıyla İnternet Haberciliği, Ankara: Gece Kitaplığı.
- Okkay, İpek (2019). “Haber Tüketiminin Dijitalleşmesi ile Birlikte Pazarlama Stratejilerinin Yeni Medyadaki Dönüşümünün Yol Açtığı Etik Sorunlar”, Dijital Çağda Habercilik Kuram ve Uygulamada Yeni Yönelimler, ed. Zafer Özdemir ve Aysel Çetinkaya, İstanbul: Der Yayınları.
- Onay, Alay (2018). “Haber İçeriklerinde Dijital Dönüşüm: BBC Türkçe İncelemesi”, Dijital Medya ve Gazetecilik, ed. Olcay Uçak, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Onursoy, Sibel, Turan, E. Alper, Yeşilyurt, Segah ve Astam, F. Kübra (2020). Yalan Habere Karşı Tutum ve Davranışlar: Üç Üniversite Örneğinde Durum Araştırması, Türk Kütüphaneciliği, 34(3): 485-508.
- Onursoy, Sibel, Turan, E. Alper, Yeşilyurt, Segâh ve Astam, F. Kübra (2020). “Yalan Habere Karşı Tutum ve Davranışlar: Üç Üniversite Örneğinde Durum Araştırması” Türk Kütüphaneciliği, 34(3): 485-508.
- Orak B. Gizem (2020). Sosyal Medyada Hakikat Ötesi (Post-Truth) Kavramının Eleştirel Kuramlar Çerçevesinde İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi.
- Oxford Languages, Word of the Year 2016, <https://languages.oup.com/word-of-the-year>, Erişim Tarihi: 28.03.2022.
- Ökten, Serkan (2023). Doğru Habercilik ve Medya Etiği, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları: İstanbul.
- Önder, H. Burcu (2016). “Dijital Kültür ve Dijital Aktivizm Karşısında Stratejik Halkla İlişkilerin Değişen Durumu”, Orta Karadeniz İletişim Çalışmaları Dergisi, 1(1): 29-35.
- Özata, Fatma Zeynep (2013) “Sosyal Medya Platformları”, Dijital İletişim ve Yeni Medya, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

- Özdemir, M. Zeynep (2023). <https://app.evimdekipisikolog.com/blog/iliskilerde-manipulasyon-nedir-nasil-anlasilir-kendinizi-nasil-koruyabilirsiniz/>, Erişim Tarihi: 10.11.2022.
- Özdemir, S. (2015). ‘Alaycı taklit’ ile ‘yeniden yazma’ arasında bir teknik: Parodi. Türk Dili, No.761, 78-80.
- Özdemir, Zafer (2018). “İnternet Gazeteciliği ve Güven”, Dijital Çağda İletişim, ed. Suat Gezin, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Özdemir, Zafer (2019). “Dijital Dönüşümün Gazetecilik Mesleğine Getirdiği Yeni Roller”, ed. Zafer Özdemir ve Aysel Çetinkaya, Dijital Çağda Habercilik Kuram ve Uygulamada Yeni Yönelimler, İstanbul: Der Yayınları.
- Özmen, Kürşat (2022). “Gazeteciliğin Değişimi ve Youtube'daki Temsili”, Kültürel Çalışmalar ve Medya Dergisi, 2(1): 12-27.
- Özüdoğru, Şakir (2014). Bir Web 2.0 Uygulaması Olarak Bloglar: Blogların Dinamikleri ve Blog Alemi. Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 4(1), 36-50.
- Özyal, Burak (2016). “Postmodern Tüketim İdeolojisi Perspektifinden Dijital Habercilik Pratikleri”, Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi.
- Parlak, M. Ogün (2018). Yeni Medya ve Haberciliğin Dönüşümü, Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(14): 59-8.
- Pavlik, John V. (2013). Yeni Medya ve Gazetecilik, Çeviren: Müge Demir ve Berrin Kalsın, Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Peker, M. Rıza ve Acar Şentürk, Zülfiye (2021). “İnternet Gazeteciliğinde Etik Bir Sorun: Tık Tuzağı Kullanımı”, Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences, 7(42):1260-1271.
- Pınarbaşı, T. Esin ve Astam, F. Kübra (2020). “Haberin Dönü(Şü)Mü: Sosyal Medya Gazeteciliği Pratikleri”, İnif E-Dergi, 5(1), 70-87.
- Porghamrezaeieh, Savash (2022). Hakikat Sonrası (Hakikat Ötesi) Çağın Haber Olgusuna Etkisi, Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8 (2): 251-264.
- Prego, Victoria (2017, Mart). uno-magazine.com/number-27/informative-bubbles, Erişim Tarihi: 05.04.2022.
- Sarıhan, Zekeriya ve Taşçıoğlu, Raci (2022). Post- Truth Çağında Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturma Gücü: Yeni İnfaz Düzenlemesi Örneği, İNİF E- Dergi, 7(1): 129-150.

- Sarioğlu, E. Başak (2020). “Yalan Haber, “Post-Truth” Kavramı ve Medya Üçlemesi: Geçmişten Günümüze Gündem Belirleyen Örnekler”, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 9(1): 377-397.
- Soğukdere, Şuheda ve Öztunç, Mustafa (2020). Sosyal Medyada Koronavirüs Dezenformasyonu, Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi, (5): 59-85.
- Şahin, Muzaffer (2015). “Muhabir, Haber, Editör, Arşiv ve Arama Özelliğiyle Gazi Haber Sistemi, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 40: 2147-4524.
- Şahin, Muzaffer (2022). “Asparagastan Sahte Habere”, Yeni Medya, Toplum ve İletişim Biliminin Dönüşümü, ed. Himmet Hülür ve Cem Yaşın, Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Şen, A, Fulya (2020). “Bir Dijital Gazetecilik Uygulaması Olarak Video Gazeteciliği ve Çevrimiçi Haber Videoları”. Erkmen, Özlem, Ataman, Bora, Çoban Barış (der.). Yeni Gazetecilik:Mecralar, Deneyimler, Olanaklar. 177-214. İstanbul: Kafka.
- Şener, Orhan (2020). “Gazeteciler İçin Podcast”, Sivil Toplum Kuruluşları İçin Hak Temelli Gazetecilik Kılavuzu, ed. Tezcan Durna, Ankara: um:ag Vakfı Yayınları.
- Şenol Cantek, Funda ve Cantek (2007). “Artık Ben de Bir Yazarım" Milliyet Gazetesi Blog Sayfası ve Blog Yazarlığı”, İleti-ş-im, 0(7), 27- 54.
- Şimşek İşliyen, Fadime (2021). Hakikat Sonrası Çağda Parodi Haberlerin Yükselişi ve Etik Sorunlar. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi), 6(1), 222-238.
- Şimşek İşliyen, Fadime (2022). “Yanlış Bilgiyi Doğru Okumak Üzerine Genel Bir Değerlendirme”, ed. Mustafa İşliyen ve Fadime Şimşek İşliyen, Dijital Sis Yeni Medya Çağında Bilginin ve Gerçeğin Değişen Konumu, Çizgi Kitapevi: Konya.
- Şimşek, Ahmet ve Yalı, Sibel (2019). Gerçekten Öyle Mi Olmuş? Post-Truth Zamanlarda Tarihin Temsili, İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Şimşek, Volkan (2018). “Post-Truth ve Yeni Medya: Sosyal Medya Grupları Üzerinden Bir İnceleme”, Global Media Journal TR Edition, 8(16): 1-14.
- Şüküroğlu, V. Karani (2023). “Hakikat Sonrası Çağ ve Dijital Kültür”, ed. İsmail Karakulle ve Ali Çakır, Dijital Çağda İletişim: İmkân ve Sınırlılıklar, Eğitim Yayınevi: Ankara.
- Tandoc, Jr. E. C., Lim, Z. W. and Ling, R. (2018). “Defining fake news”, Digital Journalism, 6(3): 1-17.

- Taş, Oğuzhan ve Taş, Tuğba (2018). “Post-Hakikat Çağında Sosyal Medyada Yalan Haber ve Suriyeli Mülteciler Sorunu”, Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (29): 183-208.
- Taşkıran, İzzet ve Kırık, A. Murat (2016). Gazetecilerin Sosyal Medyayı Haber Kaynağı Olarak Kullanımı: Medya Profesyonellerinin Bakış Açılarını Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma, *Intermedia International E-Journal*, 3(4): 213-241.
- Temel, Duygu (2020). Çevrimiçi Haberin Kaynağı: Türkçe Haber Sitelerinde Kopyala-Yapıştır Habercilik, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (33): 5-31.
- Tepe, Harun (2016). Platon'dan Habermas'a Felsefede Doğruluk ya da Hakikat, Ankara: Bilge Su Yayıncılık.
- Terzi, Adem (2020). “Post-Truth Kavramı ve Türkçe Karşılıkları Üzerine”, *Türk Dili*, Nisan 2020, Yıl 69, S. 820.
- Tok, İpek (2020). “Hakikat Ötesi (Post-Truth) Çağda Yeni Medyada Yalan/Sahte Haberle Mücadele”, *Dijital Okuryazarlık: Araçlar, Metodolojiler, Uygulamalar ve Öneriler*, ed. Şeref Sağıroğlu vd., Ankara: Atlas Akademik Basın Yayın.
- Tok, İpek (2021). “Ulusal Gazetelerin Bir Haber Mecrası Olarak Youtube’u Kullanma Biçimlerinin İncelenmesi”, *Selçuk İletişim Dergisi*, 14(01): 306-335.
- Tokgöz, Oya (2015). İletişim Kuramlarına Anlam Vermek Başlangıcından Günümüze Anglo-Amerikan İletişim Kuramı, Ankara: İmge Yayınları.
- Tokgöz, Oya (2015). Temel Gazetecilik, Ankara: İmge Yayınları.
- Tonga, Halide (2023). “Post-Truth Çağda Yalan Haberler: 2021 Yılı Orman Yangınları Haberleri Üzerine İnceleme”, *Yeni Yüzyıl'da İletişim Çalışmaları, Yeni Yüzyıl'da İletişim Çalışmaları Dergisi Kongre Özel Sayısı*, 200-217.
- Topbaş, Benan (2021). Video İçerik Üretiminde Geleneksel Medya Organlarının Yeni Medyaya Adaptasyonu: Cnn Türk Örneği, *The Turkish Online Journal Of Design Art And Communication*, 11(2): 393-402.
- Topçu, Emre ve Çaycı, Berk (2022). “Sosyal Medyada Dezenformasyon: COVID-19 Pandemisi Örneği. *TAM Akademi Dergisi*, 1 (2), 161-191.
- Topsakal, Taybe (2021). “Dijital Ortamda Yanlış Bilgi ve Haberlerin Yayılması: Koronavirüs Salgın Haberlerine Dair Bir İnceleme”, *İNİF E- Dergi*, 6(1): 382-400.

- Torlak, Pınar ve Kazaz, Mete (2023). Yeni Medya Haber İlişkisi: Televizyonda Whatsapp Haberciliği Örneği Üzerine Bir İnceleme, İletişim Çalışmaları Dergisi, 9(2): 189-209.
- Toruk, İbrahim (2008). Gutenberg’den Dijital Çağa Gazetecilik Türkiye’de Haber Siteleri, Konya: LiteraTürk Yayınları.
- Tufan Yeniçıktı, Nagihan (2015). Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları: Facebook ve Twitter Kullanıcıları Üzerine Kullanımlar ve Doyumlar Araştırması, Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Doktora Tezi, 2016.
- Turan, Cem (2015). Açıklığın Yanılsaması: Dezenformasyon Çağımızın Kitle İmha Silahı mı?, Akademik Bilişim Konferansı, Yayın No:4286280.
- Türkçe Sözlük (1998). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Uçak, Sergen (2021). “Simülasyonun Yeniden Üretildiği Bir Alan Olarak Yeni Medya: Dijital Habercilik ve Yeni Gerçeklik Algısı”, Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi.
- Ulaş, Turan ve Baloğlu, Enes (2021). “Dijital Çağda Haber Doğrulama ve Güvenilirlik”, Gazetecilik ve Haber Süreklilik, Değişim ve Dijitalleşme, ed. Osman Araslı ve Salih Tiryaki, Palet Yayınları: Konya.
- Uluk, Murat (2021). Hakikat Sonrası Çağda Yeni Medya ile Yalan Haber, Ankara: Dorlion Yayınları.
- Uzun, Ruhdan (2020). “Sahte Haber Oksimoronu Işığında Değişen Haber Ortamını Yeniden Düşünmek”, Ed. Özlem Erkmen, Bora Ataman ve Barış Çoban, Yeni Gazetecilik Mecralar, Deneyimler, Olanaklar, İstanbul: Kafka Yayıncılık.
- Uzunoğlu, Sarphan ve Uyar, Verda (2021), Türkiye’de Doğru Bilgiyi Aramak: Çöldeki Vahanın Peşinde, Newslab Turkey, <https://www.newslabturkey.org/wp-content/uploads/2021/04/rh-2.pdf>, Erişim Tarihi: 09.10.2023.
- Ünal, Demet (2020). “Yeni Medyada Gazeteciliğin Dönüşümüne Dair Nitel Bir Araştırma”, 19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi, 1(3), 238-253.
- Ünal, M. Fırat, Sıtkı Büyük, Şeyma ve Orhan, Recep (2023). “Olağanüstü Dönemlerde Habercilik”, TRT Akademi, 8(18): 680-699.

- Ünal, Recep ve Taylan, Ahmet (2017). Sağlık İletişiminde Yalan Haber-Yanlı Enformasyon Sorunu ve Doğrulama Platformları, Atatürk İletişim Dergisi, Atatürk İletişim Dergisi, (14): 81-100.
- Ünver, H. Akın (2020). Türkiye’de doğruluk kontrolü ve doğrulama kuruluşları. EDAM, Oxford CTGA & Kadir Has Üniversitesi, Siber Politikalar ve Dijital Demokrasi, <https://edam.org.tr/wpcontent/uploads/2020/06/T%C3%BCrkiyede>.
- Wardle, Claire (2017). <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>, Erişim Tarihi: 07.01.2022.
- Wardle, Claire ve Derakhshan, PhD Hossein (2017). Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe.
- Waszak, Kasprzycka-Waszak ve Kubanek (2018). The spread of medical fake news in social media – The pilot quantitative study: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211883718300881>, Erişim Tarihi: 21.11.2023.
- www.aa.com.tr, Erişim Tarihi: 26.10.2023.
- Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yıldırım, Besim (2010). “Gazeteciliğin Dönüşümü: Yöndeşen Ortam ve Yöndeşik Gazetecilik”, Selçuk İletişim Dergisi, 6(2), 230-253.
- Yılmaz, Hasan (2018). “İnsan İlişkilerinde Manipülasyon Ölçeği”, MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(4): 450-467.
- Yılmaz, S. Sırrı (2016). “Medya Güvenilirliği: Gençlerin Medya Güvenilirliği Üzerine Ampirik Bir Çalışma”, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 4(1): 392-417.
- Yurdalan, Özcan (2020). <https://atolyebia.org/egitimler/haber-fotografciligi-egitim-notu/>, Erişim Tarihi: 12.11.2023.
- Yurdigül, Yusuf ve Yüksel, Hakan (2012). “Gazeteciliğin Dönüşümü: Yeni Medyaya Entegrasyon Sürecinde Değişen Habercilik Pratikleri, Akdeniz İletişim Dergisi, (18): 140-161.
- Yüksel, Hakan (2014). İnternet Gazeteciliğinde Bilgi Kirliliği Sorunu. Atatürk İletişim Dergisi, (6): 125-138.

- Yüksel, Hakan (2022). “İnternet Medyasında Alternatif bir Alan Olarak Blog Haberciliği”, A’dan Z’ye Yeni Medya Çalışmaları, İstanbul: Efe Akademi Yayınlar.
- Zabcı, Filiz (2021). “Hakikat, Retorik ve Siyaset”, Hakikat Sonrası Siyaset, Felsefe, Medya, Uluslararası İlişkiler, Ed. Bülent Özçelik, Ankara: Nika Yayınları.
- Zinderen, Aslıhan (2021). “YouTube Ortamındaki Haberciliği Haritalandırmak: Gazetecilerin YouTube Haber Kanalları Üzerine Tanımlayıcı Bir Çalışma”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 25(3): 932-950.
- Zuckerman, Ethan (January 30, 2017) Stop Saying ‘Fake News’ It’s Not Helping, Erişim Linki: <http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stopsaying-fake-news-its-nothelping/>, Erişim Tarihi: 07.07.2022.



EK1: Etik Kurul Onay Formu

TEZ DEĞERLENDİRME FORMU

Aksaray Üniversitesi Proje Değerlendirme Formu		
Öğrencinin Adı Soyadı:		EVET
Kapak		X
1	Proje Başlığı tutanaktaki başlıkla aynı mı?	X
2	Kapakta yıl doğru mu?	X
3	Kapak format kılavuzdaki kapak formatına uygun mu?	X
4	Kapakta yazılan tüm yazılar doğru olarak verilmiş mi?	X
4	Sayfa numaraları tam verilmiş mi?	X
5	Şekil, Çizelge vb. listeleri verilmiş mi? Sıralaması doğru mu?	X
6	Özet, Abstract, Giriş, Sonuçlar vb. bölümler var mı?	X
7	Yazım hataları kontrolü yapıldı mı?	X
8	Hazırlanan projenin önemini anlatıyor mu?	X
9	Kılavuza uygun mu?	X
10	Bilim kodu, sayfa adedi, anahtar kelimeler ve proje danışmanı yazıldı mı?	X
11	Kaynakların tamamına metin içinde atıf yapıldı mı?	X
12	Kaynak formatı Kılavuzdaki kaynak formatına uygun olarak hazırlanmış mı?	X
13	Atıf formatı kılavuzdaki atıf formatına uygun mu?	X
☐ X ☐		
14	Etik Beyan açıklaması okundu, uyuldu ve imzalandı mı?	X
15	Sayfa kenar boşluklar ve sayfa numaraları kılavuzdaki formatına uygun mu?	X
16	Paragraf boşlukları ve metin satır aralığı kılavuza uygun olacak şekilde düzenlenmiş mi?	X
17	Başlık yazımları kılavuzdaki başlık formatlarına uygun mu?	X
18	Yazı tipi ve boyutu kılavuzdaki yazı tipi ve boyutu formatına uygun mu?	X
19	Şekil, Çizelge vb. açıklama ve numaralandırmaları kılavuzdaki formata uygun olarak yazılmış mı?	X

Bu projenin tarafımdan “Proje yazım kuralları” okunarak dikkatlice hazırlanmış olduğunu ve doğabilecek her türlü olumsuzluktan sorumlu olacağımı kabul ederim.

Öğrencinin imzası