IMASCONGRESS

INTERNATIONAL MARMARA SCIENCE AND SOCIAL SCIENCES CONGRESS

PROCEEDINGS BOOK

November 23 - 25, 2018 Kocaeli / TURKEY

Uluslararası Marmara Fen ve Sosyal Bilimler Kongresi

23 – 25 Kasım 2018 KOCAELİ

BİLDİRİLER KİTABI

(Tam Metin ve Özet)

Alan Editörleri

Sosyal Bilimler: **Doç.Dr. Öznur GÖKKAYA**
Öğr.Gör. İsmail KILICASLAN
Öğr.Gör. Barış DEMİR

Fen Bilimleri: **Doç.Dr. Arif ÖZKAN**
Dr.Öğr.Üyesi Serdar BİROĞUL
Öğr.Gör.Dr. Ömer GÜNGÖR
Öğr.Gör. Mustafa OF
Öğr.Gör. Kazım KAHRAMAN

Düzenleyen Kuruluşlar

Destekleyen Kuruluşlar

Bu kongre kitabı elektronik yayın (e-kitap) olarak yayınlanmıştır.

Her hakkı saklıdır.

Alan Editörleri

Sosyal Bilimler:	**Doç.Dr. Öznur GÖKKAYA**
	Öğr.Gör. İsmail KILICASLAN
	Öğr.Gör. Barış DEMİR
Fen Bilimleri:	**Doç.Dr. Arif ÖZKAN**
	Dr.Öğr.Üyesi Serdar BİROĞUL
	Öğr.Gör.Dr. Ömer GÜNGÖR
	Öğr.Gör. Mustafa OF
	Öğr.Gör. Kazım KAHRAMAN

ISBN: 978-605-245-598-2

Adres Kocaeli Üniversitesi Rektörlüğü, Umuttepe Yerleşkesi Kocaeli, TÜRKİYE
Telefon +90 262 303 1000
E-posta info@imascon.com
Web www.imascon.com

Eserin hukuki ve etik sorumluluğu yazarlara aittir. Tüm hakları saklıdır. Bu kitabın yayın hakkı Kocaeli Üniversitesi'ne aittir. İzinsiz kopyalanamaz ve çoğaltılamaz.

Teyit'e Muhtaç Haberler: Sosyal Medya ve Haberin Manipülasyonu

Öğr.Gör.Dr.Bayram Çağlar
Kocaeli Üniversitesi, Kandıra MYO, Türkiye

bcaglar@kocaeli.edu.tr,

Özet

Bu çalışma sosyal medyada dolaşıma sokulan manipülatif haberciliğin boyutlarını ortaya koymaya yöneliktir. Yazıda medya okuryazarlığının kuramsal yaklaşımı esas alınarak internet ve sosyal medya ile birlikte haberin biçim ve içeriğinin değiştiği varsayımından hareket edilmiş, teyit.org ismindeki haber doğrulatma sitesi örneklem olarak seçilmiştir. Sosyal medyanın iletişimde günlük hayatın önemli bir parçası haline gelmesiyle dünya ve ülkemizde temel bir soruna dönüşen ve bilinçli bir şekilde üretilen yalan, asparagas ve manipülatif haberciliğin ciddi tartışmalara neden olduğu açıktır. Bu bağlamda sosyal medyada dolaşıma sokulan herhangi bir haberi doğrulatmak veya yanlış olduğunu ortaya koymak adına söz konusu web sitesinin son bir yıl içindeki çalışmalarına başvurulmuştur. Araştırmada teyit.org'un verilerinden hareketle Türkiye'de sosyal medyada yayımlanan bazı haberlerin ideolojik temelli manipülatif ve asparagas olduğu hipotezi geliştirilmiştir. İncelemeye alınan sitenin verilerine göre sosyal medyada 681 tartışmalı haber yayınlanmıştır. Söz konusu haberlerin incelemesi gerçekleştirilerek bunların gerçeklikle (doğrulanabilirlik/yanlışlaşabilirlik) bağlantısı ortaya konulmuştur. Çalışmada yöntem olarak içerik analizi kullanılarak en yaygın 20 haber kategorileştirilmiş ve bunlar doğru, yanlış, karma(kısmen doğru, kısmen yanlış) başlıkları altında tablolaştırılmıştır. Ayrıca haberlerin kullandıkları görseller de analize dahil edilmiş fotoğraf, animasyon, grafik, kırpma ve diğer görselleştirme kipleri da çalışmada değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler manipülasyonun bilinçli yapıldığı ve amacının kutuplaştırma ve çatışma kültürüne yönelik olduğu şeklindedir. Bulguların değerlendirmesinden çıkan sonuç ise eleştirel sosyal medya okuryazarlığının başta sıradan insanlar olmak üzere herkes için acil bir gereksinim olduğu yönündedir.

Anahtar Kelimeler; Teyit.org, Sosyal Medya, Haber, Manipülasyon, Medya Okuryazarlığı.

News in Need of Teyit: : Social Media and Manipulation of News

Abstract

This study aims to reveal the dimensions of manipulative journalism circulated in social media. On the basis of the theoretical approach on media literacy, the study was conducted with reference to the assumption that the content of the news has changed with the Internet and social media, and the news confirmation web site named *teyit.org* has been chosen as sample for the study. As the social media has become an important part of daily life in communications, it is clear that the false and manipulative news, which became a major problem both in the world and our country and which are produced deliberately, has caused serious discussions. In this context, in order to verify or falsify any news circulated on social media, the studies of the said web site in the last year have been referred to. In the study, we have developed the hypothesis that some of the news published on social media in Turkey have been ideological, manipulative and false, with reference to the data of teyit.org. According to the data of the web site reviewed, there were 681 controversial social media news posted. By reviewing the said news, we have revealed their connection with the reality (verifiability/falsifiability). In the study, the most common 20 news report have been categorized by using content analysis method, and they were tabulated under the titles of true, false and mixed (partially true and partially false). In addition, visual materials used in those news have been included in the analysis, and photographs, animations, graphics, clippings and other visualization modes have also been evaluated within the study. The data obtained indicates that the manipulations have been on purpose and that they aim to trigger a polarization and a culture of conflict. The conclusion of the findings suggests that a critical social media literacy is an urgent need for everyone, especially for ordinary people.

Keywords; Teyit.org, Social Media, News, Manipulation, Media Literacy.

1.Giriş

Medya okuryazarlığı çağımız post-endüstriyel bilgi toplumunda çok önemli rol oynar hale gelmiştir. Dünya üzerinde hemen her bireyin medya araçlarıyla ilişkisi tarihte olmadığı kadar büyümüş ve genişlemiştir. Bu bakımından medyadaki içeriklerin ne olduğuna ilişkin bilgi ve bilinçlenmeye yönelik ihtiyaç her zamankinden daha acil ve önemlidir. Bu bağlamda medya okuryazarlığı hemen her yaştan bireyi ilgilendirir duruma gelmiştir. Medya okuryazarlığı; medya mesajlarına erişme, onları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneğidir(yetisi). Dahası mesajların yaratılması, üretilmesi ve iletilmesindeki kültürel, ekonomik, siyasal ve teknolojik kısıtları anlamaktır. Medya okuryazarlığı iletişim kaynaklarını ve teknolojilerini, kullanılan kodları, üretilen mesajları ve bu mesajların seçimi, yorumu ve etkisini anlamaya yönelik bir analiz yetisidir (Mutlu, 2012:220). Bu bağlamda medya okuryazarlığı temel bir çalışma alanıdır. Çünkü medya sadece iletişim teknolojileri değildir. Her türlü resim, fotoğraf, imge, metin okumaya ve anlamaya yönelik çözümlemeye gereksinim duyar. Çünkü bir imgenin anlamı onun hemen yanında görülen ya da hemen arkasından gelen şeye göre değişir. O imgenin taşıdığı yetke(güç) içinde görüldüğü tüm bağlama yayılır (Berger, 2005: 29). Bu bakımdan medyada ve çevrede yaygın hale gelen iletişim araçları ve onların yaydığı mesajlar bağlamları dışında salt kendi başına analizi yetersiz kalabilmektedir. Özellikle yeni iletişim teknolojileri ve araçlarının yaygınlaşması milyonlarca mesajın çok hızlı bir şekilde yayılmasına ve bilgi kirliliği, manipülasyon ve dezenformasyon ortamının yaratılmasına imkan sağlamaktadır. Gönderi kaynağının bilinmesi ve kontrolü okur/tüketici açısından daha hassas ve daha fazla önem arz etmektedir. Çünkü medya araçlarında özellikle sosyal medyada haber veya "haberimsi bilgi" ve iletiler çeşitlenmiş, trol habercilik, kara propaganda, manipülasyon, gerçeği çarpıtma, yalanı yayma ve bundan kişisel, siyasi ve ekonomik getiriler elde etme noktasına varmış durumdadır. Özellikle sosyal medyada procostumer adı verilen okur/üretici kesimlerin/bireylerin/toplulukların ürettikleri anlık enformasyon hızla yayılmakta geri dönüşü olmayan dipsiz bir kuyuya düşmektedir. Bu çerçevede medya okuryazarlığı; sosyal medya okuyucuları, paylaşımcıları ve beğeni yapıcıları ve haber kaynağı olarak bu mecraları tercih eden ya da önceleyen kullanıcılar için kritik hale gelmektedir. Bu çalışmada özellikle sosyal medya iletişim platformları Facebook, Twitter, Youtebe, İnstagram gibi toplumun hemen her kesimi tarafından kullanın iletişim mecralarında haber özellikli yaygın bilgilerin doğruluğunun/yanlışlığının tespiti, bulguların test edilmesi ve yine sosyal medya üzerinden kullanıcıları aydınlatmaya çalışan *teyit.org* adlı haber doğrulama sitesinin incelemesi yapılmıştır. Teyit.org örneklemi çalışmada medya okuryazarlığı ve sosyal medya kuramı perspektifinden değerlendirilmiş, sosyal medya ve haberin manipülasyonu incelenmiş ve elde edilen veriler içerik analizi metoduyla değerlendirilmiş bu çerçevede sonuç ve tartışma kısmı yazılmıştır.

2.Medya Okuryazarlığı ve Yeni Medya

Medya okuryazarlığı günümüzde tarihte hiç olmadığı kadar önem kazanmıştır. Özellikle internet, bilgisayar ve akıllı telefonlarla birlikte çoklu iletişim ortamları enformasyonun şekillenmesine ve muazzam derecede yayılmasını imkân sağlamaktadır. Bu dijitalleşmiş enformasyonun başta haber olmak üzere diğer kullanım/tüketim biçimleri yanlış, eksik, taraflı, manipülatif bir şekilde üstesinden gelinemeyecek kadar yaygınlaşmış bireylerin gerçekle bağlantısını kesmiştir. Genişleyen bu iletişim ağları toplumların doğruya ulaşmasında perdeleme işlevi görmektedir. Geleneksel medyadaki anlatım, ifade ve görselliğin sınırlı olmasına karşın yeni medya ve web 2.0'ın sosyal medyaya sağladığı imkanlar medya okuryazarlığını hatta bununda ötesinde eleştirel medya okuryazarlığını zorunlu kılmaktadır. Yeni medya ortamı geleneksel medyaya koşut bir şekilde gündelik yaşamdaki başat değerleri ve örüntüleri hızla yeniden üretmektedir. Bunlar toplumdaki başat ahlaki, toplumsal ve siyasal uzlaşımları yeniden tesis etmeye yöneliktir (Binark ve Bek, 2010:19-21). Bu çerçevede yeni medya okuryazarlığında internet üzerinden sunulan bilgi kümeleri arasından istenilene ulaşma, içeriğin değerlendirilmesi ve erişilen bilginin nasıl sunulması gerektiği çok daha önemli hale gelmektedir. Yeni medyada özellikle de sosyal medyada trol olgusunun gündeme gelmesiyle birlikte birçok olayın ve olgunun çarpıtılarak lanse edilmesi gerçeğiyle yüzleşmek zorunda kalınmıştır. Çalışmada da görüleceği üzere birçok haber ya da enformasyonda tamamen gerçek dışı bilgiler verilerek toplum etkilenmekte bir yönüyle sosyal ağ eylemliliği gerçekleştirilmektedir. Bunların en başında gelen bilgi manipülasyonu yapan trol

pratikleridir. Trol aktivitelerinin çoğunluğu maksatlı ve amaçlıdır. Buradan hareketle troller insanları tahrik etmek ve kızgınlıkla verilmiş yanıtlar yazacaklarını umarak, e-posta veya çevrimiçi grup mesajları göndermektedirler. Bu pratikte bulunanlar uzlaşma ve görüş birliği istemez, ısrarla istediklerini yapmaya çalışırlar. Trol eylemi bir içerik yüklemek şeklinde olduğu gibi herhangi bir haber (içerik) üzerinde oynama yaparak söz konusu mecranın güvenirliliğini tehlikeye atmaya veya manipülasyona neden olmayı hedeflemektedir (Binark ve Bayraktutan, 2013:104-105). Yeni medya ve sosyal medya ile birlikte enformasyon içeriklerinin güvenirliliği konusu temel bir sorun haline gelmiştir. Yeni ve sosyal medyadaki içeriklerin doğru okunup algılanmasında şu noktaların önemli olduğu söylenmektedir: Irkçılık, yabancı düşmanlığı (zenofobi), nefret söylemi, ötekileştirme, kutuplaştırma, kışkırtma, küfürlü sloganlar, parti yandaşlığı, anonimlik, inanç, mezhep ve cinsiyet ayrımı, trendtopic (TT) olan bazı konular (Binark ve Bayraktutan, 2013). Bu konularda yeterli duyarlılığı göstermek gerek trol pratikleri gerekse diğer dezenformasyon içerikleri hakkında bireysel kullanıcılar olarak tutum alınmasına bir ölçekte imkân sağlayabilmektedir.

3.Manipülasyonun Yeni Ortamı Sosyal ağlar

Bugünün toplumlarındaki iletişim biçimi geniş ölçekte yataydır. Bu iletişim internet ve onun sağladığı imkânlarla kablosuz ağlara dayanmaktadır. Facebook ve Twitter gibi sosyal ağların toplumsal ayaklanmalar yaratmadığı bir gerçektir fakat insanlar arasında etkileşimde bulunmak ve olası aktivitelere uluslararası destek sağlamak gibi bir işlev gördüğü yadsınamaz. Teknoloji toplumsal hareketleri ya da herhangi bir toplumsal davranışı belirlemez ama internet ve (akıllı) cep telefon ağları, bir takım siyasal hedefleri olan kesimler için örgütlenme ve kültürel ifadeler için platform oluşturur (Castells, 2013:99). Bugün bir (1) milyardan fazla insan Facebook kullanmakta, günün her dakikası Youtube'a 100 saat uzunluğunda içerik yüklenmekte, 250 bin tweet atılmakta ve 2.4 milyon parça içerik Facebook'ta paylaşılmaktadır (Wardle, 2016:24). Kablosuz iletişim aygıtları verileri, insanları, örgütleri, her şeyi birleştirmektedir ve dolayısıyla içinde bulunduğumuz dönemde internetteki önemli pratikler sosyal ağ siteleri üzerinden yürümektedir. Sosyal ağ siteleri sadece kişisel arkadaşlık ya da sohbet amaçlı değil pazarlama, e-ticaret, eğitim, kültürel yaratıcılık, medya ve eğlenceye erişim, sağlık uygulamaları, sosyo-politik eylemcilik dahil her türden faaliyetin gerçekleştiği platformlar haline gelmiştir (Castells, 2013). Bu ağlar üzerinden kurulan platformlarda seferberlik, örgütlenme, kafa yorma, koordine olma ve karar verme konusunda belirleyici etkiler bulunmaktadır. Sosyal ağlar üzerinden gönderilen görüntü ve fikirler virüs gibi hızla yayılmakta ve bulaşıcı bir hastalık olarak tüm topluma yayılmaktadır. Castells sosyal ağların bariz bir merkezi bulunmadığını internete dahil olan özneler tarafından bir kez üretildiğinde kendi işleyiş mantığı çerçevesinde hareket ettiğini kaydeder (akt: Taş, 2007:315). Öte yandan ne kadar farklı kimlik kurgusu üzerine yatırım yapılırsa yapılsın belli olaylar ve durumlar karşısında sanal uzama taşınan toplumsal ve kültürel bagaj açılmakta ve verili/doğal kabul edilen öğelerden yararlanılmaktadır. Geleneksel medyada olduğu gibi yeni medya/sosyal medya da güç ilişkilerinin bir yansımasıdır. Her iki durumda da yeniden gerçekleştirilen üretim, değiştirme, başka biçimlere dönüştürme durumu bulunmaktadır (Binark ve Bek, 2010:156). İnternetin görsel rejimi, yarattığı görünürde sınırsız çeşitliliğe karşın iletişim süreci önceden belirlenmiş düşünce filtreleri tarafından şekillendirilmektedir (Nalçaoğlu,2007:54). Bazen de internette kullanılan göstergeler imledikleri anlamlarından ve bağlamından çoğu zaman koparılmakta ve yüzergezer hale getirilmektedir (Binark, 2010:141). Son yıllarda medya kullanıcılarının artan bir şekilde interneti haber kaynağı olarak kullandığı gözlemlenmektedir (Dağtaş, 2007:115). Yeni medya ortamlarında internetin, enformasyonun dolaşımına kazandırdığı hızla birlikte belirli bir bilgiyi/enformasyonu ilk yayınlayan olabilmek geleneksel medyayla kıyaslandığında çok daha önemli hale gelmiştir. Böylesi bir hıza ulaşmak adına elde edilen bilginin/enformasyonun teyit edilmeden, doğrulamadan yayına konulması büyük sıkıntılar yaratabilmektedir. Bu durumda yanlış bir çok bilginin internette dolaşmasına imkan sağlanırken, özellikle 'duyum' temelli bilginin kimi zaman da yönlendirme amaçlı içeriklerin bizzat bireysel kullanıcılar tarafından da üretildiği ve yayıldığı görülmektedir (Binark ve Bayraktutan, 2013:70-71). Yeni medyanın iletişim ve etkileşim araçları olarak hayatın içine girmesiyle birlikte özel yaşamın gizliliği, paylaşılan/yayımlanan içeriğin asıl kaynağının gösterilmemesi, üretilen içeriklerin olgunlaşmadan ve doğruluğu teyit edilmeden yayılması, haberin sınırlarının belirsizleşmesi, haberlerde ve diğer bilgilerde yanıltıcı etiketleme ve başlıklandırılma ve nefret söylemi gibi alanlarda önemli sorunlar yaşanmaktadır (Binark ve Bayraktutan, 2013:39).

4.Çalışmanın Yöntemi

İnternet ortamında dolaşan metinler niteliksel ve niceliksel olarak içerik çözümlemesine tabi tutulabilmektedir (Binark, 2007:35). Bu çalışmada niteliksel içerik analizi yapılarak teyit. org'daki 20 haber kategorileştirilmiştir. Analiz birimi haber olan kategoriler; ırkçı, zenofobik (yabancı düşmanlığı), İslâmafobik, kutuplaştırıcı, cinsiyetçi, partizanca, çatışmacı, etnikçi ve bilgisizlik olarak düzenlenmiştir. Kategoriler haberler okunduktan sonra içeriklerine göre tanımlanmıştır. 13 yanlış, 5 doğru ve 2 karma haber değerlendirmeye alınmış kategorileştirilmiştir. Bu kategoriler kendi içinde yüzdelik oranlara göre değerlendirilmiş doğru, yanlış ve karma haber sayıları oranlar şeklinde bir dağılım gerçekleştirilmiştir. Çalışmada üç (3) ayrı tablo oluşturulmuştur. Bunlar, teyit.org'dan alınan haberlerin genel olarak toplam sayısını vermektedir ve 'haber durumu' olarak ifade edilmiştir. İkinci tabloda 'haberlerin kaynağı ve sosyal medyadaki dağılımına' ilişkindir. Üçüncü tablo ise analizi yapılan haberlerin içeriklerine ilişkin kategori çözümlemelerinden oluşmaktadır. Çalışma sosyal ağları evren olarak alırken teyit.org'un örneklem verileriyle sınırlandırılmıştır. Veriler sitenin 11 Ekim 2018-11 Kasım 2018 tarihleri arasında yayınladığı haberlerin bir kısmını kapsamaktadır.

5.Haber Doğrulama ve Teyit.org

Teyit.org, haberleri takip ve doğrulatmadaki öncelikli çizgisini şu şekilde ifade etmektedir: Şüpheli görünen haberler teyit.org editörleri tarafından incelemeye alınır. İncelemeye alınacak haberleri önceliklendirmek için üç (3) özellik bulunmaktadır; şüpheli haberin önemli olması, yaygın yani viral hale gelmesi ve aciliyet arz etmesi (https://teyit.org/, 12.11.2018, E.T.). Yeni medya ortamında yayılan enformasyon ve haberlerde geleneksel medyada olduğundan farklı olarak bir eşik bekçisi bulunmamaktadır. Teyit.org'un böylesi bir eşik bekçiliği işlevi gördüğü ileri sürülebilir. Fakat bu haber doğrulama/yanlışlama/belirsizlik durumu enformasyonun yayınlama aşamasından sonra gerçekleştirilmektedir. Bu durumun yeni bir kavramlaştırmaya gereksinim duyduğu açıktır. Çalışmada teyit.org editörleri tarafından analizi yapılan toplam 681 haberden örneklem bütünlüğünü temsil etmesine yönelik 20 haber seçilmiş ve bunların niteliksel içerik analiz yapılmıştır. Analiz birimi haberdir. Söz konusu haberlerde *doğru, yanlış, karma (kısmen doğru/kısmen yanlış)* biçiminde değerlendirme yapılmıştır. Sitenin politika başlığı altında yaptığı analizde 78 doğru, 532 yanlış, 57 kısmen doğru/yanlış (karma) ve 14 belirsiz haberin olduğu belirtilmektedir (https://teyit.org/, 12.11.2018, E.T.). Bu başlık altındaki haberlerin 20'si seçilerek bunların içerik analizi yapılmıştır. Haberlerin dengeli dağılması ve örneklemin temsili adına yanlış haberlerin çoğunluğu nedeniyle 13, doğru 5 ve 2 karma haber seçilmiştir. Belirsiz haber kategorisi değerlendirme dışı bırakılmıştır. Analizi birimi haber olan kategoriler; *ırkçı, zenofobik (yabancı düşmanlığı), İslâmafobik, kutuplaştırıcı, cinsiyetçi, partizanca, çatışmacı, etnikçi ve bilgisizlik* olarak düzenlenmiştir. Söz konusu haberlerin içerik analizi yapılırken şöyle bir tablo oluşturulmuştur.

Tablo-1. Teyit. org'daki Değerlendirilen Haber Sayısı:

Haber Durumu	Analiz Edilen Haberler	Yüzdelik Dağılım	Toplam Haber Sayısı
Doğru	78	11.45 (%)	681
Yanlış	532	78.12 (%)	
Kısmen doğru/yanlış: (Karma)	57	8.37 (%)	
Belirsiz	14	2.05 (%)	

Kaynak:Veriler https://teyit.org/, web adresinden alınmıştır. 12.11.2018, E.T.

Teyit.org'un verilerinde 78 doğru habere karşın, 532 yanlış ve 57 karma (kısmen doğru/yanlış) ve 14 belirsiz kategorisi bulunmaktadır. Toplam 681 haberde %78.12'lik bir oranla yanlış bilgi ve enformasyonun sosyal medyayı domine ettiği görülmektedir. Doğru haberlerin ise % 11.45'te kalması

sosyal medyanın esasında bilgi ve haber kaynağı olarak kullanılmasının sakıncalarını ortaya koymaktadır. Tablodaki diğer kategoriler karma ve belirsizliğin yüzdelik oranın düşük olması manipülasyonun yanlış ve doğru haber üzerinden gerçekleştirildiğini göstermektedir.

Tablo-2.Analizi Yapılan Haberlerin Sosyal Medya Dağılımı

	Haberde Adı Geçenler	Konusu	D	Y	K	Yayın Kaynağı	Paylaşım Sayısı
1	Suriyeli (Mülteci)	Konya'da yaşayan Suriyelinin sudan bedava yararlandığı iddiası		Y		Facebook/Twitter	23 bin 250 paylaşım
2	Suriyeli (Mülteci)	Rachid Yusuf isimli Suriyeli mültecinin Türkiye hakkında söylediği sözlere ilişkin iddia.		Y		Facebook	26 bin paylaşım
3	Suriyeli (Mülteci)	Türkiye'de son 6 ayda 225 bin Suriyelinin doğum yaptığı iddiası.		Y		Twitter	4 bin beğeni
4	Suriyeli (Mülteci)	Adıyaman'da Atatürk heykeline saldırdığı belirtilen kişinin Suriyeli olduğu iddiası		Y		Twitter	330 bin kişi görüntüledi.
5	Mustafa Varank	Mustafa Varank'ın FETÖ lideri Gülen'le çekildiği iddia edilen fotoğrafı.		Y		Facebook	5 bin paylaşım
6	Kemal Kılıçdaroğlu	Şehit cenazesinde poz veren Kılıçdaroğlu fotoğrafı iddiası.			K	Twitter	13 bin paylaşım
7	Afganistan	Afganistan'da dokuz (9) yaşındaki kız çocuğunun para karşılığı satıldığını gösteren fotoğraf iddiası.		Y		Facebook	519 paylaşım
8	Mehmet Uysal	Müftü yardımcısı olduğu belirtilen Mehmet Uysal Adana'daki geneleve kayyım atandı iddiası.		Y		Twitter	13 bin beğeni
9	Rahip Andrew Craig Brunson	The Economist dergisindeki karikatürün Rahip Brunson'ın tahliyesinden sonra		Y		Facebook	5 bin paylaşım

		yayımlandığı iddiası.					
10	Rahip Andrew Craig Brunson	A Haber'in "Rahip Brunson 15 Temmuz'da İzmir'i savundu" alt bandı kullandı iddiası.		Y		Facebook	3 bin paylaşım
11	Kamu Hastaneleri	ALO 182'den alınan randevularda 4,5 TL katılım payı alındığı iddiası.			K	Facebook	3 bin 500 paylaşım
12	Atatürk-Obama	Videonun Atatürk'ün ABD'de en iyi lider seçildiğini ve Obama'nın bunu takdim ettiğini gösterdiği iddiası.		Y		Facebook	40 bin paylaşım/ 1,2 milyon görüntüleme
13	Atatürk	"Atatürk Putu Kampanyası" kupürünü gösterdiği iddiası.		Y		Twitter/Facebook	385 retweet/ 745 beğeni
14	Emine Erdoğan	Emine Erdoğan'ın satrançta yanlış hamle yaptığını gösterdiği iddiası.		Y		Twitter/Oda TV	10 bin beğeni
15	Ara Güler	Elinde süt ve ekmek tutan çocuk fotoğrafının Ara Güler'e ait olduğu iddiası.		Y		Twitter	10 bin beğeni
16	A Haber	A Haber'in "ABD'yi TL korkusu sardı" şeklinde alt bant kullandığı iddiası.	D			Facebook/Twitter	500 bin görüntülendi/ 13 bin paylaşım
17	TRT	TRT Haber'in "3 bin yıllık cami restore edildi" başlıklı haber yaptı iddiası.	D			Twitter	4 bin beğeni/500 retweet
18	Nasreddin Hoca	Nasreddin Hoca kitabında çok eşlilikten bahsedildiği iddiası.	D			Sosyal medya/ Facebook	21 bin 531 paylaşım, 1.6 milyon beğeni
19	Atatürk	Iraklı din adamının "Iraklı bir Atatürk'e ihtiyacımız var" dediği iddiası.	D			Twitter	2 bin 439 beğeni/ bin 403 retweet

20	Kanada	Kanada'da Türkiye'deki kadınların seçme ve seçilme hakkıyla ilgili karikatür yayınlandığı iddiası.	D			Twitter	Bin 827 beğeni/ 897 retweet
	Toplam Beğeni /Paylaşım: 2 Milyon 615 Bin 803						

Kaynak:Veriler, https://teyit.org/, web adresinden alınmıştır. 12.11.2018, E.T.

Teyit.org'un verilerine bakıldığında tablodaki haberler sosyal medyanın en popüler siteleri Facebook ve Twitter'ı kaynak göstermektedir. 20 haberde veya enformasyonda 2 milyon 615 bin 803 beğeni/reweet/paylaşım gerçekleştirilmiştir. Bu rakamın yüksekliği Türkiye'deki gazete tirajlarına bakıldığında çok rahat anlaşılabilmektedir (https://www.medyatava.com/tiraj, 20.11.2018, E.T.). Katie Langin (2018), sosyal medyada özellikle Twitter'da yanlış bilginin doğrudan altı (6) kat daha hızlı yayıldığını bunun bot hesaplardan değil gerçek kullanıcılar tarafından gerçekleştirildiğini ifade etmektedir (Langin,2018: http://www.sciencemag.org/news/2018/03/fake-news-spreads-faster-true-news-twitter-thanks-people-not-bots, 20.11.2018, E.T.). Tablodaki dağılıma bakıldığında özellikle karşıt düşünce yapısına sahip kesimlerin, politik amaçlı ve diğer tarafı karalamak amacıyla kasıtlı bilgi ve haber ürettiğini görmek mümkündür. Bu tarz bilgi yayımı ideolojik ve perdeleme işlevi görerek kendi gibi düşünenleri rahatlatırken karşı kesimi daha da 'ötekileştirmekte' hatta düşmanlaştırmaktadır. Seçilen 20 haberde 13 yanlış bilginin (haberin) çoğunlukla mevcut hükümet ve ona yakın kesimlerin faaliyetleri aleyhinde çarpıtılarak dolaşıma sokulması dikkat çekicidir. Doğru haberler de ise yine benzer özellikler bulunmaktadır. İktidarın siyasi çizgisine yakın olduğu varsayılan olgular titizlikle araştırılmış ve sosyal medyada eleştiri odaklı yayınlanma yoluna gidilmiştir. Bazı yanlış haberlerin kamuoyunda tanınan gazeteciler tarafından retweet edilmesi ve paylaşılması ise sosyal medyadaki bilginin kaynağının sorgulanmadığı gerçeğini göz önüne sermektedir. Gazeteci Abdurrahman Dilipak'ın Twitter hesabından 'Atatürk Putu Kampanyası' haberini araştırmadan duyurması bu konuda önemli bir örnek oluşturmaktadır. Haberin gerçeği ise Milliyet Gazetesi'nin 1960'lı yıllarda "Atatürk Heykeli Kampanyası" şeklindedir (https://teyit.org/gorselin-milliyet-gazetesinin-ataturk-putu-kampanyasi-kupurunu-gosterdigi-iddiasi/, 20.11.208, E.T.)

Tablo-3. Haberlerin İçerik Kategorileri

İçerikler	Haberlere Dağılımı	Doğru Haberde (%)		Yanlış Haberde (%)		Karma Haberde (d/y) (%)		İncelenen Haber Sayısı
Irkçı	5	1	(%)5.55	4	(%)16	-	-	20
Zenofobik	5	-	-	5	(%)20	-	-	
İslâmafobik	6	3	(%)16.66	3	(%)12	-	-	
Kutuplaştırıcı	11	5	(%)27.77	6	(%)24	2	(%)66.66	
Cinsiyetçi	4	2	(%)11.11	2	(%)8	-		
Partizanca	1	-	-	-	-	1	(%)33.33	
Çatışmacı	9	5	(%)27.77	4	(%)16		-	
Etnikçi	2	1	(%)5.55	1	(%)4		-	
Bilgisizlik	1	1	(%)5.55	-	-	-	-	
TOPLAM	44	18	(%)99.96	25	(%)100.00	3	(%)99.99	

Teyit. org'un verilerine göre analizi yapılan haberlerin doğru olanlarında %27.77 kutuplaştırıcı, % 27.77 çatışmacı, % 16.66 İslâmafobik, %11.11 cinsiyetçi (kadın üzerinden), % 5.55 ırkçı, %5.55 etnikçi ve %5.55 bilgisizlik kategorilerinin anlatılara hakim olduğu tespit edilmiştir. Yanlış enformasyon veren haberlerde ise %24 kutuplaştırıcı, % 20 zenofobik (yabancı düşmanı), % 16 ırkçı, % 16 çatışmacı, % 12 İslâmafobik, % 8 cinsiyetçi ve % 4 etnik ayrımcı bir yaklaşım bulunmaktadır. Karma (kısmen doğru) haberlerde ise % 66.66 kutuplaştırıcı ve % 33.33 partizanca bir anlatının varlığı

görülmüştür. Yabancı düşmanlığının daha çok Suriyelilere ve mültecilere yönelik olduğu diğer toplumların da benzer bir antipatinin haberlerde/enformasyonda temel hedef haline geldiği anlaşılmaktadır. Veriler sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen enformasyonların ideolojik ve manipülatif yönde işlediği hipotezini doğrulamaktadır. Kutuplaştırıcı, çatışmacı ve ötekinin varlığına yönelik yanlış haber/enformasyon kasıtlı ve bilerek üretilmekte ve kara propagandaya hizmet etmektedir.

6.Sonuç

Çalışmadan çıkan sonuç sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullananlar başta ırkçılık olmak üzere, zenofobi (yabancı düşmanlığı/ bu çalışmada özellikle Suriyeli), İslâmafobi, kutuplaştırıcı, cinsiyetçi, partizanca, çatışmacı, etnik ayrımcı manipülatif enformasyona maruz kalmaktadır. Teyit.org'un verilerinin çok az bir kısmının analiz edilmesine rağmen sosyal medya kullanıcılarının çok fazla sayıda gerçek dışı çarpıtılmış bilgi ve haberle baş etmek zorunda olduğu anlaşılmaktadır. Analiz yapılan haberlerde görülmektedir ki sosyal medyada manipülatif bir şekilde kasıtlı ya da bilmeyerek dolaşıma sokulan ve diğer bireyler tarafından beğenilen ya da paylaşılan enformasyonların kutuplaştırıcı ve çatışmacı bir ortama yol açabileceği olasılığı bulunmaktadır. Teyit.org'un verilerinde sosyal medya üzerinden paylaşılan enformasyonlarda yanlış sayısının oldukça yüksek olduğu bilgisine ulaşılması buna karşın doğru ve karma haberin çok daha düşük oranlarda kalması ağ kullanıcılarının aşırı derecede manipüle edildiğini göstermektedir. Kullanıcılar bu enformasyonlara 2.5 milyonun üzerinde beğeni ya da paylaşım yapması da adeta bu tarz dezenformasyona teşvik anlamına gelmektedir. Analizi yapılan haberlerde özellikle ideolojik ve politik tarafgirliğin öne çıktığı ve bu çerçevede sosyal ağlarda paylaşımı yapılan haberlerin belli bir hedefinin olduğu anlaşılmaktadır. Teyit.org'un verilerine göre analizi yapılan haberlerin doğru olanlarında %27.77 kutuplaştırıcı, % 27.77 çatışmacı, % 16.66 İslamafobik, %11.11 cinsiyetçi (kadın üzerinden), % 5.55 ırkçı, %5.55 etnikçi ve %5.55 bilgisizlik kategorilerinin anlatılara hakim olduğu tespit edilmiştir. Yanlış enformasyon veren haberlerde ise %24 kutuplaştırıcı, % 20 zenofobik (yabancı düşmanı), % 16 ırkçı, % 16 çatışmacı,%12 İslâmafobik, % 8 cinsiyetçi ve % 4 etnik ayrımcı bir yaklaşım bulunmaktadır. Karma (kısmen doğru) haberlerde ise %66.66 kutuplaştırıcı ve % 33.33 partizanca bir anlatının varlığı görülmüştür. Yabancı düşmanlığının daha çok Suriyelilere ve mültecilere yönelik olduğu diğer toplumların da benzer bir antipatinin temel hedefi haline geldiği anlaşılmaktadır. Sonuç olarak söz konusu haberlerin içeriklerinde ideolojik kamplaşmalara yönelik çabaların bulunduğu bunun üzerinden bir kutuplaşma ve çatışma umulduğu tezini ileri sürmek abartılı olmayacaktır.

Tartışma Ve Öneriler

Günümüz en önemli sorunu enformasyon yoğunluğudur. Bunların doğru ve yanlış olduğunu anlayabilmek ve her bilgiyi doğruymuş gibi kabullenmemek adına, internette özellikle kullanıcı orijinli üretilen içeriklere şüpheyle bakmak gerekmektedir. Bu bağlamda çok az bir zaman ayırarak görsellerin ya da metinlerin gerçekliğine ulaşabilmek mümkündür. Günümüz toplumlarının bilgi, eğlence ve diğer iletişim gereksinimlerini karşılayan internet teknolojileri sağladıkları kolaylıkların yanı sıra gerçek dışı, manipülatif bilgiye de platform oluşturabilmektedir. Bu bağlamda sosyal ağ kullanıcılarının paylaşım ve beğenilerinde medya okuryazarlığı bilgisine gereksinim duyduğu görülmektedir. Ağ kullanıcılarının doğru olsalar bile sosyal medyada orijini belli olmayan, güvenirliliği riskli, bireysel paylaşımlara şüpheyle yaklaşmaları gerekmektedir. İnternet teknolojilerinin sıradan bir kullanıcıya herhangi bir konuda muazzam teknik imkânlar sunduğunu bu nedenle gerek fotoğraf, resim ve gerekse metinler üzerinde küçük oynamalar yaparak manipülatif enformasyon oluşturabileceklerini gözden kaçırmamalıdırlar. İnternet ve sosyal medya kullanıcıları teyit.org'un haberleri/enformasyonu doğrulatmak için kullandığı web tarama siteleri Youtube Dataviewer , Geoguessr, First Draft News, imgops, Izitru, FotoForensics gibi sitelerden yararlanarak birçok içeriği doğrulatma yoluna gitmeleri mümkündür.

Kaynaklar

BERGER, J.(2005). *Görme Biçimleri* (Çev.Y.Salman). Ankara: Metis Yayınları.

BİNARK, M. ve BAYRAKTUTAN, G.(2013). *Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

BİNARK, M. ve BEK, M.G.(2010). Eleştirel Medya Okuryazarlığı İçin Öncelikli Eylem Planı: Toplumsal Cinsiyet, s.157-218, *Eleştirel Medya Okuryazarlığı: Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar.* İstanbul: Kalkedon Yayınları.

BİNARK, M.(2010). Uygulamalı Kültürlerarası İletişim Atölyesi Deneyimi: Bir Doğu'ya Yolculuk Öyküsünün Değerlendirilmesi, s.129-156, *Eleştirel Medya Okuryazarlığı: Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar* (Edit:Binark, M ve M.G. Bek). İstanbul: Kalkedon Yayınları.

BİNARK, M.(2007). Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorunlar ve Yöntem Sorunu, s.21-44, *Yeni Medya Çalışmaları*(der.M. Binark). Ankara: Dipnot Yayınları.

CASTELLS, M.(2013). *İsyan ve Umut Ağları: İnternet Çağında Toplumsal Hareketler*.(Çev. Ebru Kılıç). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

DAĞTAŞ, E.(2007).Yurttaşlık Haklarının İnşası Ekseninde Eskişehir Yerel Basınından Online/Çevrimiçi Bir Örnek: Midas Gazetesi. s.97-144, *Yeni Medya Çalışmaları* (der.M.Binark), Ankara: Dipnot Yayınları.

LANGİN, K.(2018). Fake News Spreads Faster Than True News on Twitter—Thanks to People, Not Bots, http://www.sciencemag.org/news/2018/03/fake-news-spreads-faster-true-news-twitter-thanks-people-not-bots, Erişim Tarihi: 20.11.2018).

MUTLU, E.(2012).İletişim Sözlüğü. Ankara: Sofos Yayınları

NALÇOĞLU, H.(2007). İnternet ve Görselin İmhası: İnternet İçeriğini Analiz Etmek İçin Kuramsal Bir Model Arayışları, s.45-68, *Yeni Medya Çalışmaları*(der.M. Binark), Ankara: Dipnot Yayınları.

TAŞ, O.(2007). Şebeke Toplumunda Direniş: Hacker Kültürü ve Teknoloji Etiği, s.309-344, *Yeni Medya Çalışmaları* (der. M. Binark), Ankara: Dipnot Yayınları.

WARDLE, C.(2016). Kullanıcı Üretimi İçeriği Doğrulamak.. s.24-31, *Doğrulama El Kitabı:Kriz Anlarında Dijital Verilerin Doğrulanması İçin Rehber* (Edit: C.Silverman ve R.Tsubaki).(Çev. G.Özturan, G.Deniz, E.Sorkun, O.Önal, B.Göbekciolu, V.Hatem, Ş.Erol, A.Tatar ve Ş.Uyanık), Maastrich: Europen Journalism Centre.

http://www.teyit.org, Erişim Tarihi:12.11.2018.