

# ÇARPITILMIŞ GERÇEKLİĞİN İNŞASI

## Cilt 2

Manipülatif İletişimin Görünümleri

---

Editör  
Osman Çalışkan



## ÇARPITILMIŞ GERÇEKLİĞİN İNŞASI CİLT 2 - Manipülatif İletişimin Görünümleri

Editör: Dr. Osman Çalışkan

Yayın No. : 3545  
Beşeri Bilimler / İletişim No.: 109  
ISBN : 978-625-439-671-7  
Takım ISBN : 978-625-439-672-4  
E-ISBN : 978-625-439-674-8  
Basım Sayısı : 1. Basım, Eylül 2021

© Copyright 2021, NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK EĞİTİM DANIŞMANLIK TİC. LTD. ŞTİ. SERTİFİKA NO.: 40340  
Bu baskının bütün hakları Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.ne aittir. Yayınevinin yazılı izni olmaksızın, kitabın tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla basımı, yayımı, çoğaltımı ve dağıtımı yapılamaz.

Nobel Yayın Grubu, 1984 yılından itibaren ulusal ve 2011 yılından itibaren ise uluslararası düzeyde düzenli olarak faaliyet yürütmekte ve yayınladığı kitaplar, ulusal ve uluslararası düzeydeki yükseköğretim kurumları kataloglarında yer almaktadır.

Genel Yayın Yönetmeni : Nevzat Argun -nargun@nobelyayin.com-  
Genel Yayın Koordinatörü : Gülfem Dursun -gulfem@nobelyayin.com-

Redaksiyon : Sergen Öz -sergen@nobelyayin.com-  
Sayfa Tasarım : Samet Tekin -samet@nobelyayin.com-  
Kapak Tasarım : Doğay Cüce (dogaycuce@hotmail.com)  
Nevzat İnan (nevzat.inan@gmail.com)

Görsel Tasarım Uzmanı: Mehtap Yürümez -mehtap@nobelyayin.com-  
Baskı Sorumlusu: Yavuz Şahin -yavuz@nobelyayin.com-  
Baskı ve Cilt : Atalay Matbaacılık / Sertifika No.: 15689-  
Büyük Sanayi 1 Cad. Elif Sok. No.:7/236-237 İskitler / ANKARA

### Kütüphane Bilgi Kartı

**Çalışkan, Osman.**

**Çarpıtılmış Gerçekliğin İnşası Cilt 2 - Manipülatif İletişimin Görünümleri / Editör: Osman Çalışkan**

1. Basım. XVI + 328 s. 16,5x24 cm. Kaynakça var, dizin yok.

ISBN: 978-625-439-671-7

TAKIM ISBN: 978-625-439-672-4

E-ISBN: 978-625-439-674-8

1. Manipülasyon 2. Medya 3. İletişim

### Genel Dağıtım

**ATLAS AKADEMİK BASIM YAYIN DAĞITIM TİC. LTD. ŞTİ.**

**Adres:** Bahçekapı mh. 2465 sk. Oto Sanayi Sitesi No:7 Bodrum Kat Şaşmaz-ANKARA - siparis@nobelyayin.com-

**Telefon:** +90 312 278 50 77 - **Faks:** 0 312 278 21 65

**E-Satış:** www.nobelkitap.com - esatis@nobelkitap.com / www.atlaskitap.com - info@atlaskitap.com

**Dağıtım ve Satış Noktaları:** Alfa Basım Dağıtım, Arasta, Arkadaş Kitabevi, D&R Mağazaları, Dost Dağıtım, Ekip Dağıtım, Kıda Dağıtım, Kitapsan, Nezih Kitabevleri, Pandora, Prefix, Remzi Kitabevleri

# Hakem Kurulu Listesi

**Prof. Dr. Süleyman İrvan** - Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi

**Prof. Dr. Volkan Ekin** - Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi

**Doç. Dr. Orhan Baytar** - Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi

**Doç. Dr. Alparslan Nas** - Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi

**Doç. Dr. Zühal Fidan Barıtcı** - Aksaray Üniversitesi İletişim Fakültesi

**Doç. Dr. Gonca Uncu** - Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi

**Doç. Dr. Ceren Yeğen** - Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi

**Doç. Dr. Elif Şeşen** - Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi

**Doç. Dr. Fatma Bilge Narin** - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi

**Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Güven** - Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi

**Dr. Öğr. Üyesi Yenal Göksun** - Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi

**Dr. Öğr. Üyesi Gönül Cengiz** - Gaziantep Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi

# Bölüm Yazarları

## **Hakikat-Sonrası Çağda Bilgi ve Manipülasyon**

Dr. Öğr. Üyesi Adem Bölükbaşı - Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi,  
İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, adembolukbasi@gmail.com,  
ORCID: 0000-0001-9795-6508

## **Hakikatin Yokluğunda Gerçeğe Boyun Eğmek: Covid-19 Aşısına Dair Yaratılan Algının Trol İletilerle Üretilmiş “Gerçeklik” Üzerinden Okunması**

Dr. Alim Alper Cesur - Kocaeli Üniversitesi, Gazanfer Bilge MYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, a.alpercesur@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7772-1816

## **Veri Gazeteciliği ve Veri Manipülasyonu**

Doç. Dr. Haldun Narmanlıoğlu - Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi,  
Gazetecilik Bölümü, hnarmanli@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-5137-8407

## **Hakikat-Sonrası Siyaset ve Yalan İlişkisi Bağlamında Yeni Medya Okuryazarlığı**

Dr. Mehmet Büyükaşar - Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi,  
Gazetecilik Bölümü, mehmetbuyukafsar@gmail.com  
ORCID: 0000-0001-9049-4849

## **İzlenim Yönetimi veya Muhatabın Manipülasyonu**

Nihal Sepetci - Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Basın ve Yayın Ana Bilim Dalı Doktora Öğrencisi, nihalsepetci07@gmail.com

## **Algı Yönetimi ve Manipülasyon: Covid-19 Pandemi Sürecinde ABD ve Çin Rekabeti**

Öğr. Gör. Serpil Seda Şimşek - Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi (JSGA), Jandarma ve Sahil Güvenlik Fakültesi, Sosyal Bilimler Bölümü, sseadasimsek@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8016-5566

## **Kamuoyu Araştırmaları/ Seçim Anketleri ve Manipülasyon: Farklı Kamuoyu Araştırma Şirketi Yöneticilerinin Twitter-Sosyal Medya Paylaşımları Üzerine Bir Araştırma**

Dr. Hayrullah Yanık, Pamukkale Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, hayrullahyanik06@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7636-8715

### **Bitkisel Tedavi Vaatlerini Manipülatif Boyutu: “Alternatif Tıp” Adlı Facebook Grubu Paylaşımlarının Analizi**

Dr. Öğr. Üyesi Ferihan Ayaz - Gaziantep Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, ferhanayaz@gantep.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3277-5188

### **Reklam, Etik ve Manipülasyon: Reklam Profesyonellerinin Gözünden Bir Değerlendirme**

Dr. Öğr. Üyesi Fatma Yasa, Pamukkale Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya Bölümü, fucar@posta.pau.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4288-6124

### **Fotoğraf-Sonrası Gerçekliğinde Soyut-Somut Yöndeşliği ve Kavramsal Manipülasyon**

Dr. Öğr. Üyesi İmran Uzun - Kocaeli Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Temel Eğitim Bölümü, imranuzun@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3733-4915

Öğr. Gör. İsmail Birlik - Bayburt Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Fotoğraf ve Kameramanlık Bölümü, ismailbirlik@bayburt.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4236-7957

### **Dijital Rashomon: Dağlık Karabağ Savaşı Üzerinden Haber Doğruluğuna İlişkin Bir Araştırma**

Dr. Mert Küçükvardar - mertkvardar@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5205-4674

Arş. Gör. Alaattin Aslan - Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, alaattin.aslan@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5053- 9256

### **Manipülasyon ve Etik**

Semra Ağaç Sucu - Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bilişim Doktora Öğrencisi, semraagacsucu@gmail.com

### **Medya Manipülasyonuna Karşı Eleştirel Düşünme**

Dr. Osman Çalışkan - Pamukkale Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, osmancaliskan84@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-8768-3542

# Teşekkür

Pandemi sebebiyle her zamankinden daha tuhaf zamanlar yaşadığımız bir dönemde, hakikate değer veren ve çarpıtılmış gerçeklikleri bilimsel bir perspektifle anlamlandırmaya mütevazî de olsa katkı sağlamak adına bu kitabın oluşmasında pay sahibi olan tüm bölüm yazarlarına; Hakem Kurulundaki değerli hocalarıma, yayınevinin titiz editöryal kadrosuna, kapak tasarımcılarına ve çalışmanın fikirden basılı kitaba dönüşmesi sürecinde desteklerini hiç esirgemeyen aileme ve eşime teşekkürü borç bilirim.

# Ön Söz

İnsan aklının, duygularının ve davranışlarının farklı amaçlar ve tekniklerle manipülasyonu, düşünce tarihinin ve toplumsal ilişkinin onulmaz hastalıklarından biridir. Manipülasyonun türü, tekniği ve vuku bulduğu ortam çeşitlilik gösterse de iletişim çalışmaları bağlamında manipülasyon konusu ayrı bir değeri hak eder. İletişimin kitleselleşmesi ve modern medya araçlarının yeni özellikleri, hastalık olarak tarif edilen bu durumu ilerleten başat faktörler arasında görülebilir. Manipülasyon olgusunun, iletişim bilimi çerçevesinde farklı uzmanlık alanlarının odaklandığı konularda değişen düzeylerde mutlaka irdelenmesi gerekmektedir. İletişim bilimcilerin bu olguyu farklı yönleriyle ele alması, hem bilimsel bir gereklilik hem de ahlaki bir yükümlülük olarak görülmüştür.

Yeni medya çağının alametifarikası, günümüz iletişim araç ve tekniklerinin önceki çağlara nazaran barındırdığı devasa kapasite dâhilinde aranmalıdır. Bu kapasite, iletişimde yönetilmiş, etkisi hesaplanmış, kurgulanmış ya da öngörülen durumların ötesinde iletişimin manipülasyonu bağlamında öngörülemeyen krizler doğuran sonuçları bünyesinde barındırır. Bu durumun iletişim bilimleri açısından dikkate değer öngörüsü ise dilin ikna amaçlı kullanımı çerçevesinde “manipülatif iletişim” çabasının sorgulanması gereğidir. Elinizdeki eser, bu gereklilikten hareketle, iletişim disiplini çerçevesinde manipülasyon olgusunu 13 farklı bölüm üzerinden ele almaktadır.

*Çarpıtılmış Gerçekliğin İnşası* kitabı 2 ciltten oluşmaktadır. İlk cilt, medya ve iletişim mesleklerinde manipülasyonu konu edinirken elinizde bulunan ikinci cilt, manipülatif iletişim kapsamına dâhil edilebilecek muhtelif konuları kapsamaktadır. Bu bir anlamda manipülasyon kavramı ve meslekler özelinde şekillenen ilk cildin sınırlarını aşma çabası olarak görülebilir. Zira ilkinin devamı ve tamamlayıcısı olarak ikinci cilt, iletişim-manipülasyon ilişkisi çerçevesinde önemli konu ve kavramları müstakil başlıklar altında ama bir bütünlük içinde ele almaktadır.

Hakikat-sonrası (post-truth) kavramı ve tartışmaları, bu anlamda eserin üzerinde durduğu konulardan biridir. Bu bağlamda hakikat-sonrası iklimde bilginin nasıl üretildiği ve manipülatif yönü ile birlikte yine bu iklimde siyaset-yalan ilişkisi ele alınmakta, medya okuryazarlığının önemine dikkat çekilmektedir. İletişim ve bilişim teknolojileri sayesinde depolanabilen devasa boyutlardaki verinin gazeteci-

likte bir manipölasyon aracına nasıl dönüştüğü, kitabın üzerinde durduğu başka bir konudur. En çok tartışılan konulardan bir tanesi olan trol ve trolcölük, yine eserin önemli konularından biridir. Manipölasyonla ilişkili olarak izlenim yönetimi, kamuoyu araştırmaları, algı yönetimi konuları kitapta farklı başlıklar altında ele alınmaktadır. Buna ek olarak, manipölasyon konusu alternatif tıp uygulamaları, fotoğrafçılık çerçevesinde ve reklam sektörü profesyonelleri açısından, savaş haberciliği bakımından incelikte tartışılmaktadır. Manipölasyon bahsi yapıp etik konusuna değinmeden olmazdı. Bu bakımdan, anlamı ve iletişimi çarpıtan bir olgu olarak manipölasyon, etik ilişkisi bakımından da irdelenmektedir. Eser, medya manipölasyonuna karşı korunma mekanizması olarak eleştirel düşünme becerisine vurguyla kapanmaktadır.

**Osman Çalışkan**

Ağustos 2021, Denizli



# İçindekiler

<b>Hakem Kurulu Listesi .....</b>	<b>iii</b>
<b>Bölüm Yazarları .....</b>	<b>v</b>
<b>Teşekkür .....</b>	<b>vii</b>
<b>Ön Söz.....</b>	<b>ix</b>
<b>Hakikat-Sonrası Çağda Bilgi ve Manipülasyon .....</b>	<b>1</b>
Adem Bölükbaşı	
Özet.....	1
Giriş .....	2
1. Hakikat-Sonrası Durum.....	3
2. Hakikat-Sonrası ve Siber Uzay.....	6
3. Siber Uzayda Yalan Haberin Yükselişi.....	12
Sonuç.....	17
Kaynakça.....	18
<b>Hakikatin Yokluğunda Gerçeğe Boyun Eğmek: Covid-19 Aşısına Dair Yaratılan Algının Trol İletilerle Üretilmiş “Gerçeklik” Üzerinden Okunması.....</b>	<b>21</b>
Alim Alper Cesur	
Özet.....	21
Giriş .....	22
1. Hakikatin Yitimi ve Simülasyon Evreninin İnşası .....	23
2. Trollük Kavramına Genel Bakış.....	28
3. Araştırmanın Yöntemi ve Sınırlılıkları .....	35
4. Elde Edilen Bulgular: .....	36
Sonuç.....	43
Kaynakça.....	44
<b>Veri Gazeteciliği ve Veri Manipülasyonu .....</b>	<b>47</b>
Haldun Narmanlıoğlu	
Özet.....	47
Giriş .....	48
1. Gözetim ve Karşı Gözetim.....	50
2. Veri Gazeteciliği.....	53

3. Veri Manipülasyonu.....	55
Sonuç.....	60
Kaynakça.....	62

## **Hakikat-Sonrası Siyaset ve Yalan İlişkisi Bağlamında Yeni Medya Okuryazarlığı.... 65**

Mehmet Büyükafşar

Özet.....	65
Giriş.....	66
1. Dijital Medya ve Manipülasyon.....	67
2. Hakikat-Sonrası Dönemde Siyaset ve Yalan İlişkisi.....	70
3. Yeni Medya Okuryazarlığı Kavramı ve İşlevi.....	77
Sonuç.....	83
Kaynakça.....	85

## **İzlenim Yönetimi veya Muhatabın Manipülasyonu ..... 89**

Nihal Sepetci

Özet.....	89
Giriş.....	90
1. İzlenim Yönetimi Kavramı.....	92
2. İzlenim Yönetiminin Kavramsal Gelişimi.....	95
3. İzlenim Yönetimi Modelleri.....	97
3.1. Leary ve Kowalsky'nin İzlenim Yönetimi Modeli.....	97
3.2. Rosenfeld, Giacalone ve Riordan'ın İzlenim Yönetimi Modeli.....	97
3.3. Martinko'nun İzlenim Yönetimi Modeli.....	98
3.4. Sampson'un İzlenim Yönetimi Modeli.....	98
3.5. Gardner ve Martinko'nun İzlenim Yönetimi Modeli.....	98
4. İzlenim Yönetimi Taktikleri.....	99
5. Sanal Ortamda İzlenim Yönetimi.....	102
Sonuç Yerine: Sosyal Mecralarda Benliğin Manipülatif Sunumu Üzerine Bir Değerlendirme.....	108
Kaynakça.....	111

## **Algı Yönetimi ve Manipülasyon: Covid-19 Pandemi Sürecinde ABD ve Çin Rekabeti ..... 115**

Serpil Seda Şimşek

Özet.....	115
Giriş.....	116
1. Algı Yönetimi.....	118

1.1. Algı Yönetiminin Kullanımı.....	122
1.2. Algı Yönetimi Doktrinleri.....	123
2. Manipülasyon.....	125
2.1. Söylemsel Manipülasyon.....	127
2.2. Kısa Süreli Bellek Tabanlı Söylem Manipülasyonu ve Epizodik (Olaysal) Manipülasyon.....	132
2.3. Sosyal Bilişsel Manipülasyon.....	134
3. Pandemi Sürecinde ABD ile Çin'in Algı Yönetimi ve Manipülasyon Rekabeti....	135
3.1. ABD'nin "Çin Virüsü" Söylemi.....	137
3.2. Çin'in Karşı Söylemi.....	140
Sonuç.....	146
Kaynakça.....	147

**Kamuoyu Araştırmaları/ Seçim Anketleri ve Manipülasyon: Farklı Kamuoyu Araştırma Şirketi Yöneticilerinin Twitter-Sosyal Medya Paylaşımları Üzerine Bir Araştırma..... 153**

Hayrullah Yanık

Özet.....	153
Giriş.....	155
1. Kamuoyu Araştırmaları ve Manipülasyon.....	156
1.1. Tasarlanma Aşamasında Manipülasyon Yapılması veya Oluşması.....	158
1.2. Uygulama ve Analiz Aşamalarında Manipülasyon Yapılması veya Oluşması.....	159
1.3. Yayınlanma Aşamasında Manipülasyon Yapılması veya Oluşması.....	160
1.4. Yayınlandıktan Sonra Araştırmalarda Manipülasyon Yapıldığının İddia Edilmesi.....	164
2. Kamuoyu Araştırma Şirketi Yöneticilerinin Twitter Paylaşımlarının "Duygu Analizi" ve "İçerik Analizi" Yöntemiyle İncelenmesi.....	165
2.1. Yöntem.....	165
2.2. Bulgular.....	168
Sonuç.....	178
Kaynakça.....	181

**Bitkisel Tedavi Vaatlerini Manipülatif Boyutu: "Alternatif Tıp" Adlı Facebook Grubu Paylaşımlarının Analizi..... 191**

Ferihan Ayaz

Özet.....	191
Giriş.....	192

1. Alanyazın.....	193
1.1. Değişen Medyada Sağlık Bilgisi Arayışı.....	193
1.2. Manipülasyon, Tüketim Kültürü ve Sağlık .....	194
1.3. Alternatif Tıp ve Riskli Durumlar.....	195
2. Amaç.....	198
3. Yöntem.....	199
4. Bulgular.....	200
4.1. Paylaşımların Yıllara, Aylara ve Niteliğe Göre Dağılımı .....	200
4.2. Paylaşımların Cinsiyete ve Konuya Dağılımı .....	200
4.2.1. Yardım İsteme ve Alternatif Öneriler.....	202
4.2.2. Alternatif Market Duyurusu ve Yapılan Yorumlar.....	204
4.2.3. Reklam/Tanıtım Unsurları .....	206
4.3. Paylaşımlara Yapılan Eleştiriler.....	208
4.4. Paylaşımlarda Kullanılan Emojiler .....	210
Sonuç ve Tartışma.....	212
Kaynakça.....	215

**Reklam, Etik ve Manipülasyon: Reklam Profesyonellerinin  
Gözünden Bir Değerlendirme ..... 219**

Fatma Yasa

Özet.....	219
Giriş .....	220
1. Reklam Çalışanları Açısından Reklam Etiğinde Belirleyici Unsurlar.....	221
1.1. Sorumluluk Bilinci.....	221
1.2. Kurumsal Yapı .....	222
1.3. Toplum ve Kültür.....	223
1.4. Yasal Düzenlemeler .....	223
2. Yöntem.....	223
3. Bulgular.....	224
3.1. Reklam Etiği Nedir?.....	224
3.2. Etik Beyanname.....	226
3.3. Reklamda Etik İhlaller .....	226
3.4. Etik İnkilem .....	228
3.5. Reklamveren, İzleyici ve Ajans Yönetimi.....	230
3.6. Reklam ve Manipülasyon İlişkisi .....	232
3.7. Reklamda Manipülasyonun Sınırı .....	234

3.8. Geçmiş ve Günümüz .....	235
3.9. Gelişen Teknolojilerin Etkisi .....	237
3.10. Dünya ve Türkiye Karşılaştırması .....	238
Sonuç .....	239
Kaynakça .....	241

**Fotoğraf-Sonrası Gerçekliğinde Soyut-Somut Yöndeşliği ve Kavramsal Manipülasyon .....** 245

İmran Uzun - İsmail Birlik

Özet .....	245
Giriş .....	246
1. Manipülatif Temsil Aracı Olarak Fotoğraf .....	252
1.1. Fotoğrafta Kavramsal Tavır ve Soyutun Semiyolojisi .....	257
Sonuç Yerine .....	262
Kaynakça .....	263

**Dijital Rashomon: Dağlık Karabağ Savaşı Üzerinden Haber Doğruluğuna İlişkin Bir Araştırma.....** 265

Mert Küçükvardar - Alaattin Aslan

Özet .....	265
Giriş .....	266
1. Dijital Rashomon .....	267
2. Araştırma Metodolojisi .....	269
3. Gazetecilikte Doğruluk Kontrolü .....	270
4. Haber Doğrulama Platformları ve Teyit.org Örneği .....	271
5. Dağlık Karabağ Savaşı Haberlerine İlişkin İnceleme .....	274
Sonuç .....	282
Kaynakça .....	284

**Manipülasyon ve Etik .....** 287

Semra Ağaç Sucu

Özet .....	287
Giriş .....	287
1. Manipülasyon ve Etiğe Dair Kuramsal Çerçeve .....	289
1.1. Etkileme, İkna, Manipülasyonda Temel Ayrımlar .....	291
1.2. Manipülasyon ve Aldatıcı Etki .....	292
1.3. "İnandırma Ustaları" ve Özgürlük Miti .....	294

2. Ağ Toplumunda Manipülasyon ve Etiğin Yeni Görünümleri.....	296
2.1. Ağın Bireysel Düzeyde Getirdiği Etik Sorunlar.....	296
2.2. Ağın Grup Düzeyindeki Etik Sorunları .....	299
2.3. Ağın Müesseseler Düzeyindeki Etik Sorunları.....	300
3. Cesur Dünya'dan Veri Gülümlü Dünyaya.....	302
Sonuç.....	304
Kaynakça.....	305

**Medya Manipülasyonuna Karşı Eleştirel Düşünme ..... 309**

Osman Çalışkan

Özet.....	309
Giriş .....	310
Eleştirel Düşünme.....	312
Sonuç: "Biz"e Karşı "Onlar" Söyleminin Eleştirel Düşünmeye Etkisi.....	322
Kaynakça.....	326

# Dijital Rashomon: Dağlık Karabağ Savaşı Üzerinden Haber Doğruluğuna İlişkin Bir Araştırma

Mert Küçükvardar - Alaattin Aslan

## Özet

Dijital iletişim araçları bilginin yayılmasını sağlarken öte yandan manipüle edilmesini kolaylaştırmaktadır. Bu durum, ortaya çıkan olaylar hakkında hakikatin ne olduğunu bilememe sorunsalını ortaya çıkarmaktadır. Kült bir film olarak Rashomon ile günümüz bilgi akışı arasında bağlantı kurulması mümkündür. Rashomon etkisi olarak da bilinen bu olgu, olayın içerisinde yer alan kişiler tarafından gerçeğin çelişkili olarak anlatıldığı, karmaşık ve sınırları belli olmayan durumlar için kullanılmaktadır. Günümüzde verilen haberlerin öznel yargılarla yorumlanması, haberi aktaran kişilerin durumları değiştirerek kurgulamasıyla birlikte bilgi bir manipülasyona uğrayarak habere dönüşmektedir. Dijital ortamda verilen haberlerin tıpkı filmde olduğu biçimiyle devamlı olarak farklı anlatılmasıyla bir Dijital Rashomon'dan bahsetmek mümkün hâle gelmiştir. Bugün birçok sosyal medya mecrasının geleneksel haber kaynaklarına kıyasla daha fazla okuyucuya ulaşması gerçek bilginin doğruluğu üzerine tartışmaları beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla dijital platformlarda yer alan çoğu bilginin Rashomon etkisinde olduğu ve habercilik açısından gerçek bilginin aktarılmasının zorlaştığı söylenebilir.

Çalışmada doğru bilginin ve gerçeğin habercilik açısından nasıl ele alındığı tartışılmaktadır. Haberlerin doğrulanması üzerine bir girişim olan Teyit.org üzerinden Dağlık Karabağ Savaşı'na ilişkin yapılan haber değerlendirmeleri ve doğruluk

kontrolleri incelenmiştir. Çalışmada betimsel analiz kullanılmıştır. Ayrıca konuya ilişkin verilerin elde edilmesi amacıyla doküman inceleme yöntemi kullanılmıştır. İddialar ile ilgili varılabilecek 4 farklı sonuç ve paylaşılan iddialara yönelik değerlendirilebilecek çeşitli bilgi türleri bulunmaktadır. Teyit.org üzerinde yer alan arama motorundan “Azerbaycan”, “Ermenistan”, “Karabağ” anahtar sözcükleri kullanılarak 28 içerik tespit edilmiştir. Dağlık Karabağ Savaşı’na yönelik ortaya atılan haberler incelendiğinde söz konusu haberlerin %93’ünün yalan/yanlış kategorisinde yer aldığı gözükmektedir. Dağlık Karabağ Savaşı’na yönelik bilgilerin en fazla yayıldığı platformun %64 ile sosyal medya olduğu görülmektedir. Teyit.org tarafından yapılan değerlendirmeler sonucunda Dağlık Karabağ Savaşı’na yönelik ortaya atılan haberlerin %75’inin hatalı ilişkilendirme olarak değerlendirildiği görülmektedir. Sonuç olarak dijital ortamdaki bilgi kirliliğinin yüksek olduğu ve doğrulama platformlarının gerçek bilginin ortaya çıkarılmasında önemli görevler üstlendiği söylenebilir.

## Giriş

Dijital platformların yaygınlık kazanmasıyla güvenilir kaynaklar artmaya bunun sonucu olarak da gerçek bilgi tartışmalı hâle gelmeye başlamıştır. Özellikle habercilik açısından bakıldığında dijital platformlar sahte haberlerle dolmaktadır. Bu noktada gerçeğin ortaya çıkarılması, kontrol edilmesi, nesnel olarak değerlendirilmesi açısından geleneksel gazetecilikten ayrılan biçimiyle gerçek zamanlı olarak bilginin kontrol edildiği doğrulama çalışmalarına olan ihtiyaç ortaya çıkmaya başlamıştır. İnsanlar bilgi bolluğu içerisinde ve dijital ortamın körüklediği partizan anlayışla birlikte gerçeğe ulaşmaya çalışmaktadır. Kurgu olayların kolayca gerçekmiş gibi gösterildiği bir düzlemde gazetecilere önemli görevler düşmektedir. Rashomon etkisi, olayların tartışmalı yorumları ile anlaşmazlıklar ve bunlara ilişkin kanıtlarla veya öznellik/nesnellik, bellek ve algıyla ilgilenen birçok entelektüel girişimde ortaya çıkmaktadır. Ancak Rashomon etkisi en verimli zeminini önce antropolojide daha sonra iletişim çalışmaları, sosyoloji ve sosyal psikolojide göstermiştir (Anderson, 2016). Dolayısıyla dijital platformlarda çoğu bilginin bir Rashomon etkisinde olduğu söylenebilir. Bu durum habercilik açısından bakıldığında gerçeğin tam olarak ne olduğunu söylemeyi zorlu kılmaktadır. Habercilik açısından gerçeklik eski bir tartışma konusudur. Amerika Birleşik Devletleri’nin üçüncü başkanı Thomas Jefferson 1807 yılında John Norvell’e yazdığı bir mektupta bu konuyla ilgili dikkat çekici cümleler kullanmıştır: “Bir gazeteye hiç bakmayan bir insanın, onları okuyandan daha bilgili olduğunu eklemeliyim. Zira hiçbir şey bilmeyen kişi, akıllı batıl ve yanılgılarla dolu olandan gerçeğe daha yakındır. Hiçbir şey okumayan kişi yine de büyük gerçekleri öğrenecektir.” (Jefferson, 1807).



Son 10 yılda milyonlara ulaşan dijital platformlar ile birlikte eskiden beri süren gerçekliğin ve bilginin doğruluğu tartışması iyiden iyiye kendini hissettirmektedir. Nitekim Dünya Ekonomik Forumu 2013 yılında sahte, yanıltıcı bilgilerin yayılması konusunu bir “dijital orman yangını” olarak nitelendirmiş ve bunun küresel bir risk olduğunu vurgulamıştır (WEF, 2013). Sahte haberler son dönemde genellikle siyaset, din, ticaret, bilim gibi çeşitli alanlarda ele alınmaktadır. Sahte haberler çeşitli yetkilileri seçmek, ön plana çıkarmak veya karalamak gibi siyasi bağlamlarla olabileceği gibi aşı karşıtlığı gibi bilimsel düzeyde de ortaya çıkabilmektedir. Nitekim yapılan araştırmalarda Covid-19 hakkında atılan Tweetler incelendiğinde pandemi konusunda yanlış bilgilerin bilime dayalı kanıtlardan daha fazla tweet edildiği görülmüştür (Farmer, 2020:10). Bu ve benzeri birçok örnekte görülebileceği üzere geniş tabanlı platformlar sayesinde gerçekliğin saptırılması küresel bir güç kazanmıştır.

Bu çalışmada Teyit.org’da yer alan Dağlık Karabağ Savaşı’na ilişkin haberler ele alınmıştır. Anahtar kelimelerle yapılan aramalar sonucunda tespit edilen içerikler incelenmiştir. Haber, iddia, ortam, ulaşılan sonuç ve elde edilen bilgi türüne ait veriler inceleme bölümünde yer alan tablo ve grafiklerde ayrıntılı olarak gösterilmiştir. Çalışmanın amacı Rashomon etkisi olarak bilinen durumların habercilikle olan bağlantısını dijital platformlar üzerinden değerlendirmek, habercilik açısından ise doğruluk kontrolü platformlarının işleyişi ve önemini çeşitli örnekler üzerinden incelemektir. Betimsel analiz kullanıldığı çalışmada Dağlık Karabağ Savaşı’na ilişkin 28 içerik tespit edilmiştir. Gerçeğin nasıl saptırıldığına yönelik örnekler üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır.

## 1. Dijital Rashomon

“İnsanoğlu zayıftır, o yüzden yalan söyler. Hatta kendine bile!”<sup>1</sup>

Bilgi üretimi ve bunun yansımalarının insanlığın gelişim sürecinin en önemli belirleyicisi olduğu herkes tarafından kabul edilebilecek bir olgudur. Bilginin değeri, elde edilmesindeki yollar ve elde edilen bilginin yayılmasındaki süreç insanlığın ilerlemesini sağlayacak önemli dönemeçlere işaret etmektedir. Öyle ki epistemolojinin konusu olarak bilginin ne olduğuna dair sorulan soruya her çağda filozofların görüşleri dâhilinde bir cevap aranmış ve çeşitli yöntemler ortaya konmuştur. Bu bağlamda öne çıkan en önemli özellik insan faktörünün ve yaşadığı çevrenin üretilen bilgi üzerine yaptığı etkidir. Bilgi üretiminde insan, etkin bir unsurdur ve bilginin bir parçasıdır; öyleyse hiçbir zaman, insandan bağımsız bir bilgiden bahsedebiliriz.

---

<sup>1</sup> Filmde Budist rahibin söylediği söz.

meyiz. Bunun sonucu olarak tümel, mutlak anlamda kozmik özsel nedenliliğe ilişkin kesin bilgi yoktur (Fazlıoğlu, 2018:69). Bilginin insan varlığına bağlı hâli onun değişiminde zihni mülhaza, argümantasyon, analiz ve sonuca varma süreçlerinde insan etkisinin çok fazla olduğu ve insan zihni olmaksızın bilginin var olmayacağı ikilemini bir arada düşünmemize yol açmaktadır.

Bilgi üretim sürecinin başlangıcı zihinsel süreçler ile tasvir edilebilir bunlar; zihne bilgiye dair verilerin alınması ve işlenen verinin bir bağlam ile enformasyona dönüşmesi, enformasyonun gündelik yaşama dair bir davranış biçimi hâlini alarak bilgi hâlini almasıdır. Günümüz dünyasının üretilen bilgi ve bilginin yayılması konusunda yaşadığı süreç ve hız inanılmaz boyutlara ulaşmaktadır. Dijitalleşme bir yandan hızlı iletişim olanakları sunarken diğer taraftan iletilen haber, bilgi, görsel vb. enformasyon parçalarının manipüle edilmesine neden olabilecek araçlara ulaşımı kolaylaştırmaktadır.

Bu bağlamda kült bir film olarak Rashomon ile günümüz bilgi akışı arasında bir benzerlik kurmanın son derece mümkün olduğu ve belki de yaşadığımız bu kaotik durumu bir nebze olsun açıklamayı mümkün kılacağı ön görülmektedir. Film ismini “Rashomon” yağmurdan kaçan birkaç kişinin hayretle sığındıkları kale kapısından almaktadır. Oduncu ve rahibin hayretler içinde bir şeylere şaşırıp kaldıkları ve bir yabancı gelmesi ile olayı ona anlatmaları ile başlamaktadır. Film en basit hâliyle bir çapulcunun, ormanda bir yere gitmekte olan samuray ve karısını tuzağına düşürmesi ve kadına tecavüz edip samurayı öldürmesi olarak özetlenebilir. Aslında gerçek bu kadar basittir fakat filmin ünlü yönetmeni Akira Kurosava, olay zamanına geri dönerek olayı yaşayan samuray, çapulcu, samurayın karısı ve olay anında sesleri duyup kuytu bir köşede olanları izleyen oduncunun gözünden anlatmaktadır. Özellikle filmin mahkeme sahnesinde yargıcın görüntüsü ve sesinin duyulmaması seyirciye olay hakkında gerçeğe varmak için yargıçlık görevini vermektedir.

Her bir kahraman olayı tekrar anlattığında ise öznel yargıların durumu nasıl değiştirerek betimlediği oldukça ilgi çekicidir. Çapulcunun kendisini acımasız, güçlü ve karşısında kendisiyle dövüşen samurayın bugüne kadar karşılaştığı en iyi kılıç kullanan kişi olduğunu ve onu öldürmenin aslında kendisine şan ve şeref kattığını anlatmaktadır. Kadın ise çapulcu tarafından tecavüze uğradığından ve buna neden olan kocasının güçsüzlüğünden utandığından, bu duruma tanıklık eden kocasını elleriyle öldürdüğünden bahsetmektedir. Bir medyum aracılığıyla ruhu davet edilen samuray ise karısının çapulcu ile birlikte olduğunu ve kendisine ihanet ettiği için intihar ettiğini söylemektedir. Bu durum yargıçlık görevini üzerine alan seyirci için son derece zorlayıcıdır. Tam bu sırada olayları dışarıdan bir gözle izleyen oduncunun ne söyleyeceği son derece önemlidir. Olayı yaşayan karakterlerin anlat-

tıkları ile olayın açıklığı kavuşacağı, hakikate ancak böyle ulaşacağı sanılsa da oduncunun anlatımı ile olay örgüsü iyice karmaşık bir hâl almaktadır. Bunun nedeni ise eksik olan kayıp hançer hakkındaki samurayın söyledikleri, hançerin çapulcuda bulunmaması ve oduncunun samurayın bedenine saplı hâlde olan hançerden hiç bahsetmemiş olmasından kaynaklanmaktadır. Peki yargıç olarak seyircinin bir karar vermesi gerekirse nasıl bir karar vermelidir? Gerçek nedir?

Önümüze çıkan her olay ve haber tıpkı filmdeki karakterlerin olayı kendi açılarından, öznel bir yargı ile anlatması gibi farklı gerçekleri barındırmakta ve farklı yönleri elbette bulunmaktadır. Fakat özellikle dijital iletişim araçları sayesinde bilginin manipüle edilmesinin kolaylaşması her olay için hakikat nedir? sorusunu sormamıza neden olmaktadır. Öyle ki Danimarkalı bir grup araştırmacının Amerika'da yapılan 2016 yılındaki başkanlık seçimleri ve İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden ayrılması üzerine yaptıkları bir çalışmada insanların dijital ortamlardan ulaştıkları haberlerin paylaşımında büyük oranda partizan bir tavır takındıkları ve doğruluğunu araştırmadan birçok haberi paylaştıkları sonucuna varmışlardır (Osmundsen, 2021:14). Günümüz dünyası filmin başında betimlenen Japonya kadar yıkık, perişan hâlde olmasa da dijital ortamların kaostan beslendiği ve gelen haberlerin tıpkı filmde olduğu gibi sürekli olarak bir manipülasyona uğradığı görülmektedir. Günümüzde bu durum öylesine kanıksanan bir hâl almıştır ki Post-Truth olarak adlandırılan bu durum 2016'da Oxford Dictionary tarafından yılın kelimesi olarak seçilmiştir. Kavramın içerdiği anlamı ifade etmek gerekirse "Post-truth" bir sıfat olarak, "nesnel hakikatlerin belirli bir konu üzerinde kamuoyunu belirlemede duygulardan ve kişisel kanaatlerden daha az etkili olması durumu" şeklinde tanımlanmaktadır. Kavramı dilimize "**gerçek-ötesi**", "**gerçek-sonrası**" ya da "**post-olgusal**" şeklinde çevirmek mümkündür (Teyit.org, 2020). Bu anlamda bir doğrulama girişimi olarak Teyit.org üzerinden Dağlık-Karabağ Savaşı'nın merkeze alındığı bir araştırma ile günümüz haber akışının insanlar tarafından nasıl kontrol edildiği üzerinde durulacaktır.

## 2. Araştırma Metodolojisi

Çalışmada nitel araştırma türlerinden olan betimsel analiz kullanılmıştır. Buna ek olarak konuya ilişkin verilerin elde edilmesi amacıyla doküman inceleme yöntemi kullanılmış ve ayrıca bilginin doğruluğu, gazetecilikte doğruluk kontrolü, haber doğrulama platformları konularına ilişkin bilgiler verilmiştir. Doküman inceleme yöntemi çoğunluklu araştırılması amaçlanan olgu ya da olgular konusunda bilgi barındıran yazılı, görsel ve benzeri araçlardan elde edilen verilerin toplanması ile yorumlara ulaşılması gibi süreçleri kapsamaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2000:140).

Çalışmada Teyit.org üzerinden Dağlık Karabağ Savaşı'na ilişkin yapılan haber değerlendirmeleri, doğruluk kontrolleri ve ulaşılan sonuçlar incelenmiştir. Çalışmanın amacı, haber açısından doğruluk kontrolünün öneminin irdelenmesi ve haber doğrulama platformlarının nasıl işlediğinin örnekler üzerinden analiz edilmesidir. Bunlara ek olarak Rashomon etkisinin habercilik açısından nasıl ortaya çıkabileceği Dağlık Karabağ Savaşı'na yönelik çıkan haberler üzerinden değerlendirilmiştir.

### 3. Gazetecilikte Doğruluk Kontrolü

Bilgi akışı ve bilgi bolluğunun giderek artmasıyla birlikte bilginin doğruluğu önem kazanmıştır. Burada doğruluk kontrolü devreye girmektedir. Gazetecilikte doğruluk kontrolü, bilginin yayımlanmadan önce gerçeklerin süzgecinden geçirilmesini ifade etmektedir. Bilim insanları, politikacılar, gazeteciler gibi kamuya mal olmuş kişilerden gelen bilgilerin belirli prosedürlerden geçirilerek hikâye hâline getirilmesi ve bunların yayılması süreçlerini içermektedir. Gazetecilikte doğruluk kontrolünün temel amacı “en çok kimin yalan söylediğini” belirlemekten ziyade kamuya bilgi sağlamak ve ortaya çıkan iddialar hakkında en doğru gerçeği ortaya çıkarmaktır (Amazeen, 2015). Gazetecilikte doğruluk kontrolü her ne kadar dijital platformların ortaya çıkışından sonra halk gözünde önem kazanmış olsa da geleneksel gazeteciliğin yaygın olduğu yıllarda da etkinliğini sürdürmüştür.

Gazetecilikte doğruluk kontrolü temelde ikiye ayrılmaktadır. Bunlardan ilki olan içsel doğruluk kontrolü ilk olarak ABD’de 1920-1930 yıllarında gazeteciler arasındaki nesnellik normlarının yerleşmeye başladığı ilk dönemde çeşitli haber dergilerinde ayrı bir rol olarak ortaya çıkmıştır. İlk başta daha basit hâliyle ortaya çıkan doğruluk kontrolü ilerleyen yıllarda daha geniş doğrulama rutinlerini barındırmaya başlamıştır. Doğruluk kontrolünün bir diğer kısmını ise dış doğruluk kontrolü oluşturmaktadır. Dış doğruluk kontrolü, bir siyasi iddia, haber veya kamuoyunda ortaya çıkan metinlerin doğruluğunu kanıtlar üzerinden sorgulama ve bunların analizini yapma süreçlerinden oluşmuştur. Özellikle internetin yaygınlık kazanmaya başladığı 2000’li yılların başında ABD’de ortaya çıkan bu girişim gerçekleri kamuoyuna daha geniş biçimiyle açıklamaya çalışmıştır (Graves & Amazeen, 2019).

Doğruluk kontrolü tüm dünyada her geçen gün etki alanını genişletmektedir. ABD’de doğruluk kontrolü önemli ölçüde gazeteciler tarafından yürütülmektedir. Doğu Avrupa’da ise ağırlıklı olarak kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşları tarafından yürütülmektedir (Graves & Cherubini, 2016). Doğruluk denetimi özellikle ABD’de siyasi gazeteciliğin temel bir parçası hâline gelmiştir. Bunun temel nedeni politikacıların konuşmalarında ortaya çıkan siyasi iddiaların doğruluğunu değerlendiren bir uygulama biçimiyle uygulanmasıdır (Graves, 2016). Politikacıla-

rın konuşmaları dışında özellikle internet platformlarında yaşanan artışla birlikte sahte haberler çoğalmıştır. İnternetin sahte haberlerin birincil kaynağı hâline gelmesi bilginin doğrulama sürecini zorlaştırmıştır. Bugün birçok sosyal medya mecrası geleneksel haber kaynaklarına göre daha fazla okuyucuya ulaşmaktadır. Bu bağlamda ABD’de yapılan bir araştırmada insanların yaklaşık %47’inin sosyal medyadan haberleri takip ettiği ve özellikle ağırlıklı olarak Facebook üzerinden gündemi takip ettikleri ortaya konulmuştur. Bu nedenle sosyal medya sahte haber içerikleri için anahtar kanalların başında gelmektedir (Lazer, Baum, Benkler, vd., 2018:1094-1096). Facebook, 2016 başkanlık kampanyasından bu yana, platformunda yanlış haber içeriklerinin yayılmasını önlemek için bir dizi tedbir almıştır. Özellikle de doğruluk denetçileri tarafından yanlış veya yanıltıcı olarak değerlendirilen paylaşımları "tartışmalı" olarak etiketlemektedir (Nyhan, 2017). Nitekim 2020 senesi içerisinde yapılan ABD başkanlık seçimlerinin sonuçlarına yönelik yapılan tartışmalarda Twitter da benzer yöntemi uygulamıştır.

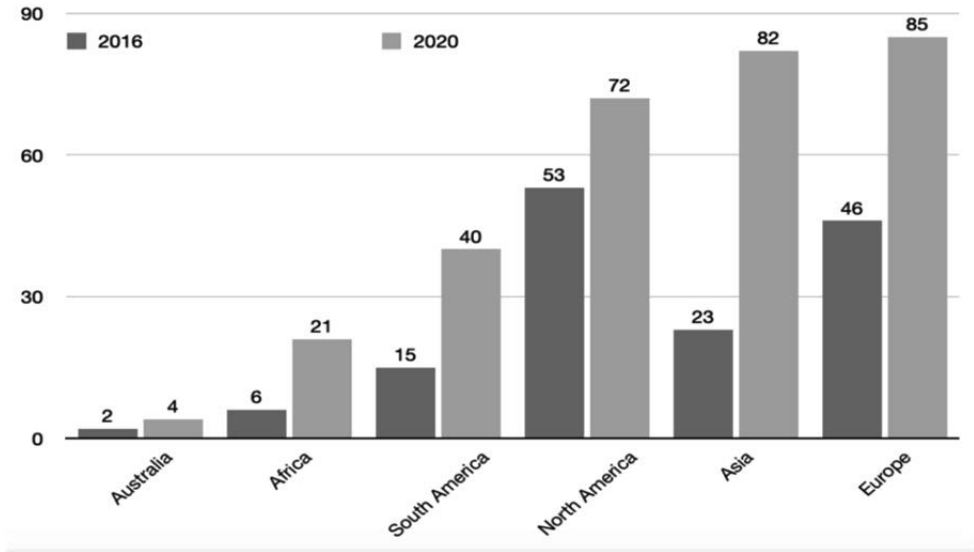
Doğruluk kontrolü ile ilgili yapılan bir başka çalışmada ise alternatif gerçeklerin kamuoyunu yönlendirdiği ortaya çıkmıştır. 2017 yılındaki Fransa cumhurbaşkanlığı seçim kampanyası üzerine çevrim içi olarak yürütülen bir çalışmada 2480 seçmen kullanılmıştır. Avrupa mülteci kriziyle ilgili resmî kaynaklardan gelen bilgiler ve alternatif olarak sunulan diğer bilgilerin kullanıcılara sunulmasıyla dikkat çekici sonuçlara ulaşılmıştır. Buna göre, alternatif gerçekler oldukça ikna edicidir. Doğruluk kontrolü seçmenlerin gerçeklere dayalı bilgisini geliştirmektedir ancak politika sonuçlarını veya adayın desteğini etkilememektedir (Barrera, Guriev, Henry, vd., 2020). Bir başka çalışmada ise siyasi söylentilerin çürütüldükten sonra bile yayılmaya ve önem kazanmaya devam ettiği ortaya konulmuştur (Shin, Jian, Driscoll vd., 2016). Bu gibi durumlar her geçen gün bilgiyi doğrulamayı zorlaştırmaktadır ve aynı zamanda doğrulama platformlarının önemini artırmaktadır.

#### 4. Haber Doğrulama Platformları ve Teyit.org Örneği

Sosyal medyanın meşru ve yaygın olarak kullanılan bir platform olması bu alanda ortaya çıkan haber içerikleriyle ilgili kapsamlı sorunların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Başlıca olarak Facebook, Twitter, Instagram gibi popüler mecralardan yayılan sahte haberler toplum üzerinde son derece olumsuz etkiler yaratmıştır. Bu gelişmelerin ışığında sahte haberlerin tespiti üzerine araştırmalar yürütülmektedir ve inceleme platformlarının sayısı her geçen gün artmaktadır. İnternet üzerinden yayılan sahte haberlerin tespitinde veri madenciliği teknikleri kullanılmaktadır. Ancak bunun yeni bir teknik olması yetersizlikleri de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle alan araştırmacıları (Shu, Sliva, Wang, Tang vd., 2017) sahte haberlerle ilgili daha fazla çalışma yapılması ve mevcut veri madenciliği algoritmalarının

sosyal medya ağlarına uygulanacak şekilde uyarlanması çağrısında bulunmaktadır. Çevrim içi doğruluk kontrol endüstrisi, yakın bir dönemde Amerikan siyasetinin etkili bir yönü olarak ortaya çıkmıştır. 2003'te "FactCheck.com", 2007'de "PolitiFact" platformları ortaya çıkmıştır. Yine 2007'de "The Fact Checker" platformu Washington Post tarafından kullanılmıştır (Marietta, Barker, & Bowser, 2015:577). The Washington Post gazetesi "The Fact Checker" doğrulama web sitesinin amacını şu şekilde açıklamıştır: "Zor konuları açıklamaya, eksik bağlamı sağlamaya çalışacağız. Aynı zamanda politikacılar, diplomatlar ve diğerleri tarafından gerçeği gizlemek veya gölgelemek için kullanılan çeşitli durumların analizi yapıp ortaya çıkaracağız." (Kessler, 2017).

Haber doğrulama platformları 2014 yılında ciddi bir atılım göstermiştir. Dünyanın dört bir yanından gelen kontrol grupları; Poynter Enstitüsü'nün bir birimi olarak Uluslararası Fact-Checking Network (IFCN) isimli şemsiye organizasyonu altında toplanmıştır. Bu dönemlerde aynı zamanda muhabirler laboratuvarı olarak değerlendirilen Duke Üniversitesi Sanford Kamu Politikası Okulunda bir gazetecilik araştırma merkezi kurulmuştur. Bu merkez temel olarak doğruluk kontrolüne odaklanmaktadır. Aynı zamanda haber medyasına ve diğer konulara güven konusunda da araştırmalarını sürdürmektedir. Duke Reporters Lab'ın yayınladığı rapora göre (Grafik 1), dünyadaki aktif haber doğrulama platformlarının sayısı 300'ü aşmıştır. Bu daha önceki yıllara göre ciddi bir atılımdır (Stencel & Luther, 2020).



**Grafik 1:** 2016-2020 yılları arası doğrulama platformları  
(Duke Reporters Lab 2020)

Grafik incelendiğinde Güney Amerika'daki doğrulama platformlarının sayısı'nın iki katına çıktığı görülmektedir. Afrika ve Asya'nın sayısı ise üç katından fazla artmıştır. Kuzey Amerika'da yer alan platformların da üçte bir oranında fazlaştığı görülmektedir. Bu durum dünyada doğrulama platformlarının sayı ve öneminin giderek fazlaştığını göstermektedir. Türkiye'de yer alan doğrulama platformlarına yönelik inceleme çalışmaları da bulunmaktadır. Yapılan bir çalışmada haber doğrulama platformlarının sınırlılıklarının bulunduğu, bu platformların mevcut sorunlarla mücadelede tek başına yeterli olamayacağı vurgulanmıştır. Aynı zamanda haber doğruluğu açısından haber doğrulama platformlarının dışında halkın bilinç kazanması gerektiği, dijital okuryazarlık seviyelerinin fazlaştırılması gerekliliği vurgulanmaktadır (Çömlekçi, 2019:1549).

Medya ve sosyal medya ortamında yayımlanan, doğruluğu konusunda şüphe uyandıran haberlerin içeriğini araştıran Teyit.org 2016 yılında bir sosyal girişim olarak ortaya çıkmıştır. İnternet üzerinden ortaya çıkan haberlerdeki iddiaların sonuçlandırılması amacıyla çeşitli yöntemler belirlemiştir. İddialar ile ilgili varılabilecek 4 farklı sonuç bulunmaktadır (2020):

- 1- Doğru: Elde edilen kanıtlar ortaya konulan iddianın doğru olduğunu göstermektedir.
- 2- Yanlış: Elde edilen kanıtlar ortaya konulan iddianın yanlış olduğunu göstermektedir.
- 3- Karma: Elde edilen kanıtlar ortaya konulan iddiadaki önermelerin hem doğru hem de yanlış yönleri olabileceğini göstermektedir.
- 4- Sonuçlandırılmadı: Elde edilen kanıtlar ortaya konulan iddianın doğru, yanlış ya da karma olarak değerlendirilmesi açısından yeterli olmamaktadır.

Manipüle edilmiş içerikleri ortaya çıkarmak amacıyla hazırlanan “Doğrulama El Kitabı” adlı eserde ise belirli teknikler ortaya konulmuştur. Bu teknikler haberlerde yer alan iddiaları analiz etmektedir. Paylaşılan iddialara yönelik çeşitli bilgi türü değerlendirmeleri bulunmaktadır (Wardle, 2020:10-12):

- 1- Hatalı ilişkilendirme: Bir olay ile ilgili ilişkilendirilen fakat farklı bir olayı yansıtan fotoğraf, video, alıntı, haber başlıkları gibi içerikleri ifade etmektedir.
- 2- Uydurma: Kurgu olan, herhangi bir gerçeklik değeri taşımayan içerikleri ifade etmektedir.
- 3- Parodi: Eğlence amaçlı ortaya çıkan ancak kullanıcıları yanıltabilecek düzeydeki içerikleri ifade etmektedir.
- 4- Taklit: Kişi, kurum ya da diğer unsurlara yönelik oluşturulan sahte içerikleri ifade etmektedir.

5- Çarpıtma: Gerçeklerin saptırılması ve farklı bir yöne doğru çekilmesini ifade etmektedir.

6- Manipülasyon: Bilgilerin değiştirilmesi, metinden çıkarılması gibi durumları ifade etmektedir.

Son zamanlarda, makine öğrenimi ve yapay zekâ yoluyla sahte haberleri tespit etmek amacıyla birçok çalışma yapılmıştır. 2018 yılında, MIT CSAIL'deki (Bilgisayar Bilimi ve Yapay Zekâ Laboratuvarı) araştırmacıları, genellikle sahte haberlerde görünen yaygın kalıpları, kelimeleri ve sembolleri derlemiştir. Bu sayede yanlış bilgileri tanımlamak için bir makine öğrenimi algoritması oluşturmuştur (Hao, 2018). Bugün birçok doğrulama platformu bu algoritmalarından yararlanmaktadır.

## 5. Dağlık Karabağ Savaşı Haberlerine İlişkin İnceleme

Nisan 2021 tarihi itibarıyla Dağlık Karabağ Savaşı'na ilişkin ilgili kategorilerle birlikte Teyit.org üzerinde yer alan arama motorundan “Azerbaycan”, “Ermenistan”, “Karabağ” sözcükleriyle yapılan tarama sonucu 28 içerik tespit edilmiştir. Bu içeriklere yönelik paylaşılan bilgi, paylaşımın yapıldığı platform, paylaşım ile ilgili ortaya atılan iddia, iddiaya yönelik analiz sonucu, ilgili içerikte yer alan bilgi türüne yönelik veriler Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1:** Dağlık Karabağ Savaşı'na yönelik yapılan paylaşımlar

Paylaşılan Bilgi	Paylaşımın Yapıldığı Platform	Ortaya Atılan İddia	Sonuç	Bilgi Türü
Ermeniler tarafından esir alınan kadının fotoğrafı değil Azeri sanatçı tarafından çizilen bir tablo iddiası	Sosyal medya	1992’de Azerbaycan’ın Dağlık Karabağ bölgesinin Hocalı kasabasında yaşanan katliam sırasında Ermeniler tarafından kaçırılıp tecavüz edilen bir kadının gösterilmesi.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Azerbaycan’da seferberlik ilan edildiği iddiası	Sosyal medya ve haber siteleri	Azerbaycan’da seferberlik ilan edildiğine dair bazı paylaşımlar yapıldığı.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
27 Eylül çatışmasında Pakistan’ın Azerbaycan’a desteğini gösterdiği iddiası	Sosyal medya	Azerbaycan ve Ermenistan arasında başlayan çatışmalara Pakistan’ın verdiği desteği gösteren bir videonun paylaşılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Fotoğrafın Azerbaycan Ermenistan	Sosyal medya	Düşen helikopterin Azerbaycan’a veya Er-	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme



çatışmasında düşen helikoptere ait olduğu iddiası		menistan'a ait olduğuna yönelik paylaşımlar yapılması.		
Dağlık Karabağ'da Ermenistan'a karşı savaşan Sultan Murat tümeninin militanları olduğu iddiası	Sosyal medya ve haber siteleri	Paylaşılan bir fotoğrafın Ermenistan'la çatışmak için Azerbaycan'a gönderilen "Sultan Murat" tümeni militanlarını gösterdiğine yönelik paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
İran üzerinden Ermenistan'a giden yardım tırının Azerbaycanlılar tarafından yakıldığını gösterdiği iddiası	Sosyal medya	Ermenistan'a İran üzerinden gönderilen yardım tırının Azerbaycanlılar tarafından yakıldığına yönelik paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Tebriz'deki Azerbaycanlıların Ermenistan'a giden tırları yaktığını gösterdiği iddiası	Sosyal medya ve haber siteleri	Tebriz'de güneyli yurttaşlarımız Ermenistan'a giden birkaç kamyonu yakıp imha etti ifadesiyle ilgili paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Ece Üner tarafından atılan tweet iddiası	Sosyal medya	Haber spikeri Ece Üner tarafından yazılmış gibi gösterilen paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Taklit
Videonun savaşтан kaçan Azerbaycanlıları gösterdiği iddiası	Sosyal medya, Telegram grupları	Askerler ve sivil kıyafetli bazı kişilerin yer aldığı videoda bulunan kişilerin savaşтан kaçan Azerbaycanlı olduklarına yönelik paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Atatürk'ün Türkiye'nin Azerbaycan ile kara sınırı olması için İran'dan toprak satın aldığı iddiası	Sosyal medya	Sosyal medyada Mustafa Kemal Atatürk'ün İran'dan toprak satın aldığına yönelik paylaşımlar yapılması.	Belirsiz	Sonuçlandırılmadı
Fotoğrafın Erdoğan'ın üzerine imza attığı SİHA'dan ve Ermenistan'dan olduğu iddiası	Sosyal medya ve haber siteleri	Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın imzaladığı SİHA'nın Dağlık Karabağ bölgesinde devam eden çatışmalar sırasında Azerbaycan tarafından kullanıldığına yönelik paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme

Pakistan Savunma Bakanlığının 'Üç devlet tek millet' paylaşımı yaptığı iddiası	Sosyal medya ve haber siteleri	Pakistan Savunma Bakanlığının sosyal medya hesabından "Üç devlet, tek millet" notuyla bir tweet paylaşımı yapıldığına yönelik içeriklerin yayılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Videonun Türk F-16'sının düşürdüğü Ermeni uçağını gösterdiği iddiası	Sosyal medya	Türk F-16'sı tarafından vurulan Ermenistan'a ait SU-25 uçağını gösteren video paylaşımı yapılmadı.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Ermenistan Başbakanı Paşinyan'ın istifa ettiği iddiası	Sosyal medya	Ermenistan Başbakanı Nikol Paşinyan'ın istifa ettiğine yönelik paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Uydurma
Azerbaycan ile Ermenistan arasındaki çatışmalara paralı askerler gittiği iddiası	Sosyal medya ve haber siteleri	Türkiye desteğiyle Azerbaycan'a gittiği iddia edilen ve Suriye Millî Ordusu mensuplarını gösterdiği söylenen paylaşımlar yapılması.	Belirsiz	Karma
Videonun Ermenistan'da zorla askere alınan gençleri gösterdiği iddiası	Sosyal medya	Ermenistan'da polisler tarafından zorla askere gönderilen gençlere yönelik paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Fotoğrafın Karabağ'daki güncel Ermenistan PKK iş birliğini gösterdiği iddiası	Sosyal medya ve haber siteleri	Dağlık Karabağ'da Ermenistan ile YPG ve PKK'nın iş birliği yaptığını gösteren paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Videonun roket kullanan Ermenistan askerini gösterdiği iddiası	Sosyal medya, internet siteleri	Omzundaki silah alev alan bir askeri gösteren videonun Ermenistan Azerbaycan çatışmasından olduğuna yönelik paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Çatışma görüntülerinin Karabağ'dan olduğu iddiası	Sosyal medya	Karabağ'da çekildiği iddia edilen bir görüntüye yönelik paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme

Fotoğrafın Gence'den değil Suriye'den olduğu iddiası	Sosyal medya, Telegram grupları	Gence saldırısının ardından Azerbaycan medyasında paylaşılan bir fotoğrafın gerçek olmadığına yönelik paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Çarpıtma
Fotoğrafın Rusya'nın Ermenistan'a askerî sevkiyatını gösterdiği iddiası	Sosyal medya	Rusya'ya ait askerî uçakların Ermenistan'ın başkenti Erivan'a askerî yardım gönderdiğine yönelik paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Fotoğrafın Gence ve Mingecevir'e yapılan saldırıdan olduğu iddiası	Sosyal medya	Gence ve Mingecevir'e yapılan saldırıyla ilişkilendirilen bir fotoğrafa yönelik paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Fotoğrafın İran'ın Ermenistan'a silah taşıdığını gösterdiği iddiası	Sosyal medya	Karabağ çatışmaları sırasında İran'ın Ermenistan'a silah yardımı yaptığına yönelik paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Uydurma
Videonun düşürülen Ermenistan uçağına ait olduğu iddiası	Sosyal medya	Bir hava aracının yerden açılan ateşle düşürüldüğüne yönelik paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Ronaldo'nun Azerbaycan'a destek için saçlarını kazıtıp ay yıldızlı tişört giydiği iddiası	Sosyal medya	Ronaldo'nun Azerbaycan'a destek için saçlarını kazıtıp ay yıldızlı forma giydiğine yönelik paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Manipülasyon
Videonun Karabağ'daki çatışmaları izleyen İranlıları gösterdiği iddiası	Sosyal medya	Azerbaycan ile Ermenistan arasında 27 Eylül 2020'de başlayan çatışmaları izleyen İranlıları gösteren paylaşımların yapılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Videonun Karabağ'dan kaçan Ermenileri gösterdiği iddiası	Sosyal medya	Araba konvoyunun Karabağ'dan kaçan Ermenileri gösterdiğine yönelik paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Paşinyan'ın dövüldüğünü gösteren videonun güncel olduğu iddiası	Sosyal medya	Paşinyan'ın dövüldüğü ve yaralı hâlinin gösterildiğine yönelik paylaşımlar yapılması.	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme

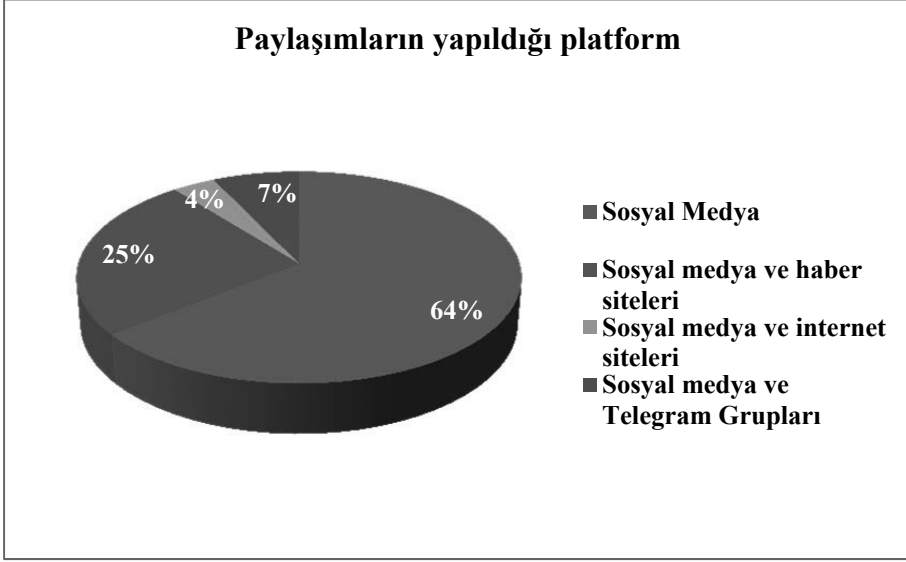
Teyit.org ekibi, “Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu üzerine Doğruların El Kitabı” çalışmasından yola çıkarak bilgi türü değerlendirmesi yapmıştır.

Grafik 2 incelendiğinde Dağlık Karabağ Savaşı boyunca çıkan iddialar arasından Teyit.org'un analiz ettiği haberlere yönelik yapılan incelemeler sonucunda ilgili haberlerin %93'ünün yalan/yanlış kategorisinde yer aldığı gözükmektedir. Diğer %7'lik haber dilimine yönelik yapılan değerlendirme sonucu ise belirsiz olarak değerlendirilmiştir.



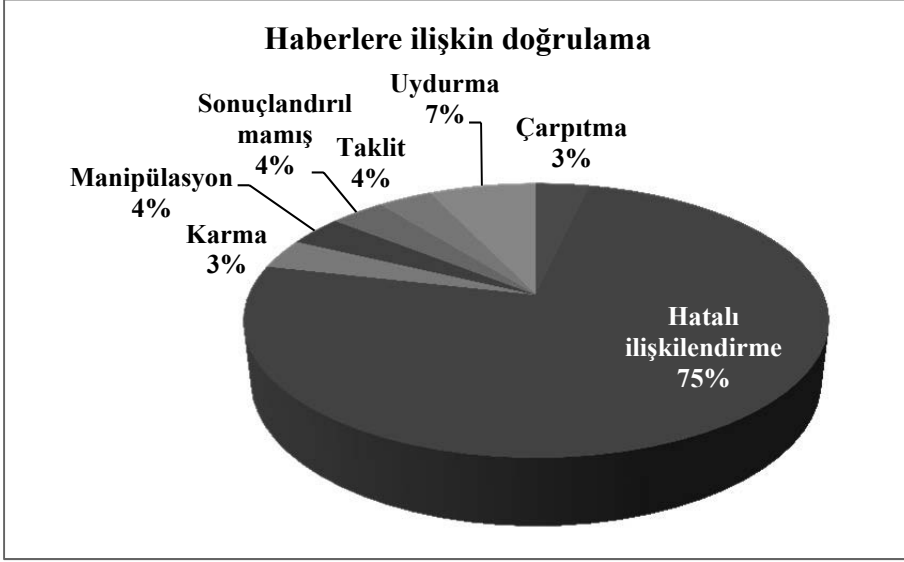
**Grafik 2:** Haberlere ilişkin sonuçların dağılımı

Grafik 3'e bakıldığında Dağlık Karabağ Savaşı'na yönelik bilgilerin yayıldığı platformların başında 18 içerik (%64) ile sosyal medya gelmektedir. İkinci sırada 7 içerik (%25) ile hem sosyal medya hem de haber sitelerinde yayılan içerikler yer almaktadır. Bunu 2 paylaşım (%7) ile sosyal medya ve Telegram grubunda paylaşılan içerikler izlemektedir. 1 (%4) haber içeriğiyle sosyal medya ve internet siteleri ise son sırada gelmektedir. Sosyal medyanın paylaşımlar açısından ilk sırada gelmesi kaynağı belirsiz, çoğunlukla yanlış bilgilerin burada paylaşılma ihtimalini artırmaktadır. Bu da benzer olarak yapılan ve sosyal medyanın yalan haber yayma açısından öncü olduğunu öne süren bazı araştırmaları güçlendirir niteliktedir.



**Grafik 3:** Dağlık Karabağ Savaşı'na yönelik bilgilerin paylaşıldığı platformlar

Grafik 4'te Dağlık Karabağ Savaşı'na yönelik ortaya çıkan haberlere ilişkin doğrulamaların sonucu gösterilmiştir. Teyit.org tarafından yapılan değerlendirme sonucunda bu haberlerin %75'inin hatalı ilişkilendirme ile oluşturulduğu görülmektedir. Bu haberleri %7 ile uydurma haberler izlemektedir. Paylaşılan haberlere yönelik doğrulama faaliyetleri sonucu %4'ünün sonuçlandırılmadığı gözükmektedir. Haberlerin %4'ü ise manipülasyon içermektedir. Paylaşılan haberlerin %4'ü taklit, %3'ü çarpıtma, %3'ü ise karma niteliktedir. Hatalı ilişkilendirmeler özellikle sosyal medyada yapılan paylaşımların içeriğinin olayı yansıtmaması veya olayla hiç ilgisi olmamasından kaynaklanmaktadır.



**Grafik 4:** Haberlere ilişkin sonuçların dağılımı

Dağlık Karabağ Savaşı'na yönelik ortaya çıkan paylaşımlar haber doğruluğu üzerinden örneklendirilebilir. Sosyal medyada sahte (fake) hesaplarla kişileri taklit eden birçok kullanıcı bulunmaktadır ve buna yönelik çeşitli araştırmalar yapılmıştır (Goswami, 2018:535-544). Örneğin, Grafik 5'te Show TV haber spikeri Ece Üner'i taklit eden bir hesaptan Dağlık Karabağ Savaşı ile ilgili çeşitli paylaşımlar yapılmıştır. Paylaşım sonrası ilgili içerik internette hızlıca yayılmıştır. Fakat kısa bir süre sonra hesabın sahte olduğu ortaya çıkmıştır. Buna benzer birçok sahte hesap ve içerik sosyal medyada yer almaktadır. Gündem olan olaylarla ilgili harekete geçen sahte hesaplar çoğunlukla bu gibi durumların ortaya çıkmasına neden olmaktadır.



**Grafik 5:** Taklit haber paylaşımına yönelik bir örnek

Dağlık Karabağ Savaşı'nda en sık görülen bir başka haber paylaşım türü ise hatalı ilişkilendirmedir. Hatalı ilişkilendirmeye ilişkin araştırmalar bulunmaktadır (Allcott, Gentzkow & Yu, 2019). Grafik 6'da yapılan bir hatalı ilişkilendirme örneği görülmektedir. Teyit.org ekibinin incelemesinde sosyal medyada ortaya çıkan bir videoda Pakistan'ın Azerbaycan'a destek verdiğine yönelik bir iddiaya rastlanmıştır. Onaylı hesabı bulunan sosyal medya kullanıcıları, eski siyasetler de dâhil olmak üzere çoğu kişi bu paylaşımı retweet etmiştir. Ancak ilgili iddia incelendiğinde paylaşılan videonun aslında Pakistan'ın kendi tarihine ait bir kutlama günü olduğu görülmektedir. Buna benzer birçok hatalı ilişkilendirilen bilgi sosyal medya platformlarında yer almaktadır. Bu nedenle büyük veri yığınları içerisinde doğru bilginin elde edilmesi güçleşmektedir.



**Grafik 6:** Hatalı ilişkilendirme haber örneği

Haber içerikleriyle ilgili karşılaşılan bir başka durum ise manipülasyondur ve bununla ilgili de araştırmalar bulunmaktadır (Fitzpatrick, 2018). Grafik 7'de Dağlık Karabağ Savaşı'nda futbolcu Cristiano Ronaldo'nun Azerbaycan'a destek vermek amacıyla ay yıldızlı tişört giydiğine yönelik yapılan bir paylaşım yer almaktadır. Sosyal medyada yayılan bu içerik tipik bir manipülasyon örneğidir. Fotoğrafta yer alan ay yıldız ilgili tişörtlü sonradan eklenmiştir ve futbolcunun yaptığı paylaşımın Azerbaycan ile ilgili hiçbir bağlantısı bulunmamaktadır. Ancak buna rağmen ilgili paylaşımın altına futbolcuyu öven çok sayıda yorumun yazıldığı görülmektedir.



**Grafik 7:** Manipülasyon haber örneği

Sonuç olarak özellikle sosyal medya çok sayıda hatalı ilişkilendirme, taklit, manipülasyon gibi bir çok farklı biçimiyle sorunlu haber içeriklerini bünyesinde barındırmaktadır. Bu içerikler her yeni bir olayda farklı ve güncel biçimlerle kullanıcıların karşısına çıkmaktadır. Böylesi bir bilgi kirliliği içerisinde doğrulama platformlarına önemli görevler düşmektedir. Bu bağlamda kullanıcılar okuryazarlık düzeylerini yükselterek sahte haberler ile başa çıkma şansına sahiptir.

## Sonuç

Karmaşık haber akışı ve üretilen bilginin bolluğu nedeniyle insanların doğru habere ulaşma noktasında uzman olarak gördükleri kişilerden güvenilir haber almasına yönelik anlayış dijital platformlarla birlikte kırılmaya başlamıştır. Bu durum gerçekliğin ve haberde doğru bilginin ne olduğu sorunsalını ortaya çıkarmaktadır. Rashomon etkisi ile görülen olaylar hakkındaki öznellik durumları ve anlatılanların güvenilir olabileceği algısı dijital ortamda her geçen gün kuvvetlenmektedir. Sosyal ve kültürel farklılıkla bütünleşen Rashomon etkisi, gerçeklik konusunda insanlara geçerli olan bir epistemolojinin oluşmasını imkânsız kılmaktadır. Bu etki aynı zamanda insanların bildiklerini düşündükleri şeyi nasıl bildikleri hakkında bir sorgulamaya itmektedir (Anderson, What is the Rashomon effect?, 2016:82). Heider (1988:74) bu durumla ilgili şunları söylemiştir: “Burada ortak bir gerçeklik var fakat bu konuda gerçekten farklı gerçeklerin bulunma ihtimalinden



söz edilebilir. Ancak Rashomon etkisi hakkında düşünmenin değeri, ortaya çıkarılabileceğimiz nispeten az sayıda etnografik anlaşmazlık vakasının çok ötesine geçer. Burada inceleyebileceğimiz türden etkiler, ön yargılar veya tercihler tartışılmaz olsa bile tüm etnografyada iş başındadır. Bu noktada habercilik açısından gerçeğin ortaya çıkarılması ve doğru bilginin yayılması açısından doğrulama platformları önemli görevler üstlenmektedir.

Sahte haberler, haberler metinlerindeki manipülasyonlar ve buna paralel olarak doğrulama platformları ile ilgili çalışmalar her geçen gün sayı ve etki alanını artırmaktadır. Sahte haberler ve manipülasyonların yayılmasıyla uğraşan araştırmacılar mevcut sorunları düzeltebilecek bir ekosistem oluşturmak zorundadır. Sahte haberlerin azaltılması bu alanda yapılacak akademik araştırmalar ile ilintilidir. Başta ABD olmak üzere gelişmiş ülkelerin bile bu durumla başa çıkmakta zorlandığı bir düzlemde nispeten daha az gelişmiş ülkelerin durumu daha karmaşıktır. Bu nedenle küresel olarak sorunları giderebilecek kapsamlı araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Gazetecilikte haber doğrulama platformları manipülasyonla mücadele yönündeki ilk adımlardan birini temsil etmektedir.

Haber doğruluk kontrolü ve doğrulama platformlarına yönelik literatür incelendiğinde bu konuyla ilgili daha fazla çalışmaya, karşılaştırmalı ve ayrıntılı çalışmalara ihtiyaç duyulduğu görülmektedir. Aynı zamanda gazetecilerin doğrulama açısından gösterdiği bireysel çabanın kimi zaman objektiflik ile çeliştiği durumlar (Nieminen & Rapeli, 2018:11) ortaya çıkarmasından dolayı ABD dışındaki ülkelerde yer alan gazeteciler arasında gerçek bir kontrol hareketinin ortak mekanizmada toplanması gerekmektedir. Teyit.org da incelediği içerikler üzerinden sahte haberlere yönelik bir farkındalık oluşturma çabası içerisindedir. Özellikle dijital okuryazarlık düzeyinin artırılması, yalan, hatalı bilgilerle mücadeleye yönelik bilinç düzeyinin yükseltilmesi, dezenformasyonun sosyal medya üzerinden nasıl işlediğinin çözümlenmesi en kritik süreçleri oluşturmaktadır. Bu süreçlere yönelik daha kapsamlı çözümlenmelere ihtiyaç duyulmaktadır.

Sonuç olarak, Roshomon etkisi olarak adlandırılan öznel yargıların nesnel gerçeğin önüne geçerek haber akışında manipülasyona neden olduğu görülmektedir. Özellikle araştırmacıların bilimsel bir araştırma konusu olarak doğruluk kontrolü ve doğrulama platformlarının önem ve potansiyelini yeni keşfettikleri anlaşılmaktadır. İlerleyen yıllarda bu konuyla ilgili atılacak adımlar sahte haberler ve manipülasyonun yoğun olduğu içerikler ile ilgili mücadelede belirleyici olacaktır. Dolayısıyla bu çalışmanın doğruluk kontrolü ve doğrulama platformlarına yönelik gelecek araştırmalar için bir farkındalık oluşturacağı umulmaktadır.

## Kaynakça

- Allcott, H., Gentzkow, M., & Yu, C. (2019). Trends in the diffusion of misinformation on social media. *Research & Politics Journal*, 6(2), 1-8.
- Amazeen, M. (2015). Revisiting the Epistemology of Fact-Checking. *Critical Review*, 27(1), 1-22.
- Anderson, R. (2016). The Rashomon Effect and Communication. *Canadian Journal of Communication*, 41(2).
- Anderson, R. (2016). What is the Rashomon effect? B. Davis, R. Anderson, & J. Walls içinde, *Rashomon Effects Kurosawa, Rashomon and their legacies* (s. 66-85). London: Routledge.
- Barrera, O., Guriev, S., Henry, E., & Zhuravskayaa, E. (2020). Facts, alternative facts, and fact checking in times of post-truth politics. *Journal of Public Economics*, 182, 1-19.
- Çömlekçi, M. (2019). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Haber Doğrulama Platformlarının Pratikleri. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7, 1549-1563.
- Farmer, L. (2020). *Fake News in Context*. London: Routledge.
- Fazlıoğlu, i. (2018). *Sözün Eşiğinde*. İstanbul: Papersense.
- Fitzpatrick, N. (2018). Media Manipulation 2.0: The Impact of Social Media on News, Competition, and Accuracy. *Athens Journal of*, 1(4), 45-62.
- Goswami, M. (2018). Fake News and Cyber Propaganda: A Study of Manipulation and Abuses on Social Media. R. Manukonda içinde, *Mediascape in 21st Century: Emerging Perspectives* (s. 535-544). Kanishka Publish.
- Graves, L. (2016). *Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism*. New York: Lucas Graves Columbia University Press.
- Graves, L., & Amazeen, M. (2019). Fact-Checking as Idea and Practice in Journalism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, 1-16.
- Graves, L., & Cherubini, F. (2016). *The Rise of Fact-checking Sites in Europe*. Oxford: Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Hao, K. (2018, 10 3). *Even the best AI for spotting fake news is still terrible*. 11 16, 2020 tarihinde Technologyreview: <https://www.technologyreview.com/2018/10/03/139926/even-the-best-ai-for-spotting-fake-news-is-still-terrible/> adresinden alındı
- Heider, K. (1988). The Rashomon Effect: When Ethnographers Disagree. *American Anthropologist*, 90(1), 73-81.
- Jefferson, T. (1807, 05 11). *From Thomas Jefferson to John Norvell*. 06 08, 2021 tarihinde Founders Online: <https://founders.archives.gov/documents/Jefferson/99-01-02-5737> adresinden alındı.
- Kessler, G. (2017, 1 1). *About The Fact Checker*. 12 3, 2020 tarihinde The Washington Post: <https://www.washingtonpost.com/politics/2019/01/07/about-fact-checker/> adresinden alındı

- Lazer, D., Baum, M., Benkler, Y., Berinsky, A., Greenhill, K., Menczer, F., et al. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
- Marietta, M., Barker, D., & Bowser, T. (2015). Fact-Checking Polarized Politics: Does The Fact-Check Industry Provide Consistent Guidance on Disputed Realities? *The Forum*, 13(4), 577-596.
- Nieminen, S., & Rapeli, L. (2018). Fighting Misperceptions and Doubting Journalists' Objectivity: A Review of Fact-checking Literature. *Political Studies Review*, 3(17), 1-14.
- Nyhan, B. (2017, 10 23). *Why the Fact-Checking at Facebook Needs to Be Checked*. 12 4, 2020 tarihinde The New York times: <https://www.nytimes.com/2017/10/23/upshot/why-the-fact-checking-at-facebook-needs-to-be-checked.html> adresinden alındı.
- Osmundsen, M. (2021). Partisan polarization is the primary psychological motivation behind "fake news" sharing on Twitter. *American Political Science Review* (, s. 1-17.
- Shin, J., Jian, L., Driscoll, K., & Bar, F. (2016). Political rumoring on Twitter during the 2012 US presidential election: Rumor diffusion and correction. *New Media & Society*, 19(8), 1-22.
- Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 1-16.
- Stencel, M., & Luther, J. (2020, 10 13). *Fact-checking count tops 300 for the first time*. 11 25, 2020 tarihinde FACT-CHECKING NEWS: <https://reporterslab.org/category/fact-checking/> adresinden alındı
- Teyit.org. (2020, 1 1). *Metodoloji*. 11 4, 2020 tarihinde Teyit: <https://teyit.org/metodoloji> adresinden alındı.
- Wardle, C. (2020). Bilgi Düzensizliği Çağı. C. Silverman içinde, *Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu üzerine Doğrulama El Kitabı* (M. Yılmaz, Çev., s. 10-12). European Journalism Centre.
- WEF. (2013). *Digital Wildfires in a Hyperconnected World*. World Economic Forum.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2000). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.