



Yalan Haberlerin Haber Değeri, Yapısal Özellikleri ve Dolaşım Biçimleri: Teyitli Örnekler Üzerinden Bir Analiz

Kurbani Geyik | ORCID: [0000-0001-7154-5743](https://orcid.org/0000-0001-7154-5743) | E-Posta: kurbani.geyik@yobu.edu.tr

Yozgat Bozok Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, Yozgat, Türkiye

ROR ID: <https://ror.org/04qvdf239>

Öz

Haber üretim ve tüketiminde yeni medya ortamlarının öne çıkmasıyla birlikte yalan ve yanıltıcı içerikler, bilgi kirliliğine yol açmasının yanı sıra kamusal tartışmaları, toplumsal algıları ve siyasal süreçleri etkileyen önemli bir sorun haline gelişmiştir. Bu tür içerikler çoğu zaman doğrulukları sorgulanmaksızın tüketilmekte, haber biçimine benzer sunumlarına bağlı olarak geniş kitleler tarafından “gerçek” olarak algılanabilmektedir. Bu çalışma, yalan haber sorununu içerik doğruluğu tartışmasının ötesine taşıyarak, medyada dolaşıma sokulan yanlış-yanıltıcı içeriklerin hangi habercilik kodları aracılığıyla “haber gibi” sunulduğunu açığa çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, Türkiye’de dezenformasyonla mücadele eden platformlardan teyit.org tarafından 01.09.2024-01.10.2025 tarihleri arasında yanlış ya da yanıltıcı olarak işaretlenmiş 583 içerik ele alınmıştır. Amaçlı örnekleme yöntemi esas alınarak örnekleme dahil edilen içerikler, haber değerleri, 5N-1K uygulaması, kurgu formatı, nesnellik, görsel kullanım ve dolaşım kanalları gibi kategoriler üzerinden içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma bulguları, yalan haberlerin gazetecilikte önemli ve kamusal etki potansiyeli yüksek güvenlik ve siyaset gibi toplumsal hassasiyet içeren konulara odaklandığını, haber değerlerinden özellikle olumsuzluk, güncellik, etki ve sürpriz unsurları yoğun biçimde kullandığını göstermektedir. Bu tür içeriklerin gazetecilik değerlerini, yapılarını ve sunum stillerini stratejik olarak taklit ederken epistemik temellerini baltalayan bir uygulama olarak anlaşılması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler

Gazetecilik, Yalan Haber, Haber Değeri, Dijital Habercilik

Atıf Bilgisi

Geyik, K. (2026). Yalan Haberlerin Haber Değeri, Yapısal Özellikleri ve Dolaşım Biçimleri: Teyitli Örnekler Üzerinden Bir Analiz. Türkiye Medya Akademisi Dergisi, Sayı: 11 (Şubat 2026), 134-165. <https://doi.org/10.5281/zenodo.18818383>

Geliş Tarihi	26.12.2025
Kabul Tarihi	03.02.2026
Yayın Tarihi	28.02.2026
Değerlendirme	İki Dış Hakem / Çift Taraflı Körleme
Etik Beyan	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.
Yazar Katkıları	Kurbani Geyik (% 100)
Etik Komite Onayı	Çalışma Etik izin belgesi gerektirmemektedir.
Benzerlik Taraması	Yapıldı – Turnitin
Etik Bildirim	admin@turkiyemedyaakademisi.com
Çıkar Çatışması	Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.
Finansman	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
Telif Hakkı & Lisans	Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.



The News Value, Structural Characteristics and Circulation Patterns of Fake News: An Analysis Based on Verified Examples

Kurbani Geyik | ORCID: [0000-0001-7154-5743](https://orcid.org/0000-0001-7154-5743) | kurbani.geyik@yobu.edu.tr

Yozgat Bozok University, Faculty of Communication, Department of Radio, Television and Cinema, Yozgat, Türkiye

ROR ID: <https://ror.org/04qvdf239>

Abstract

With the rise of new media platforms in news production and consumption, false and misleading content has become a significant problem that not only leads to information pollution but also influences public debates, social perceptions, and political processes. Such content is often consumed without questioning its accuracy and, due to its news-like presentation, can be perceived as ‘true’ by large audiences. This study aims to move the problem of false news beyond debates centered solely on content accuracy by revealing the journalistic codes through which false and misleading content circulating in the media is constructed and presented as “news-like. To this end, 583 pieces of content flagged as false or misleading by teyit.org, a platform combating disinformation in Turkey, between 1 September 2024 and 1 October 2025 were examined. The contents included in the sample, based on a purposive sampling method, was analysed using content analysis method across categories such as news values, 5W-1H application, narrative format, objectivity, visual use, and distribution channels. The research findings show that fake news focuses on socially sensitive issues such as security and politics, which are important in journalism and have high public impact potential, and that it intensively uses news values, particularly negativity, timeliness, impact and surprise. It was concluded that this type of content production should be understood as a practice that strategically mimics journalistic values, structures, and presentation styles.

Keywords

Journalism, Fake News, News Value, Digital Journalism

Citation

Geyik, Kurbanı (2026). The News Value, Structural Characteristics and Circulation Patterns of Fake News: An Analysis Based on Verified Examples. Journal of Türkiye Media Academy, Issue: 11 (February 2026), 134-165. <https://doi.org/10.5281/zenodo.18818383>

Date of Submission	26.12.2025
Date of Acceptance	03.02.2026
Date of Publication	28.02.2026
Peer-Review	Double anonymized - Two External
Ethical Statement	It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.
Author Contribution	Kurbanı Geyik (% 100)
Ethical Approval	The work does not require an ethical approval certificate.
Plagiarism Checks	Yes – Turnitin
Conflicts of Interest	The author(s) has no conflict of interest to declare.
Complaints	admin@turkiyemedyakaademisi.com
Grant Support	The author(s) acknowledge that they received no external funding in support of this research.
Copyright & License	Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0 .

Giriş

İnternet teknolojileri, haber medyasına giriş maliyetini düşürmüş ve sıradan kullanıcıları haber üreticisine dönüştürmüştür. Bu yeni medya çağında, geleneksel haber kaynaklarına ilgi azalırken, haber tüketiminde sosyal medya platformları öne çıkmıştır (Newman vd., 2025). Haber üretim ve tüketim pratiklerinde yaşanan dönüşüm, doğru bilginin yanında yanlış, eksik ya da manipülatif bilgilerin de dolaşımını kolaylaştırmıştır. (Lazer vd., 2018). Bu dönemde bilginin değeri, doğruluk ölçütünden çok, duygusal etki yaratma ve paylaşılabirlik potansiyeline göre belirlenmektedir. Dolayısıyla yalan haberler yalnızca bir “bilgi hatası” değil, aynı zamanda toplumsal kutuplaşmayı, siyasal manipülasyonu ve medya güven krizini derinleştiren yapısal bir sorundur (Wardle & Derakhshan, 2017).

Uluslararası literatürde yalan haberler, genellikle siyasal kutuplaşma (Allcott, & Gentzkow, 2017), bilişsel yargılar (Pennycook & Rand, 2021) ve yayılma eğilimleri (Vosoughi vd., 2018) çerçevesinde ele alınmıştır. Son yıllarda, yalan haberlerin habersel yapılarının da analiz edildiği çalışmalar artmıştır. Nenno ve Puschmann'ın (2025), 24 ülkede Facebook'ta paylaşılan yalan haberlerin, haber değerlerini analiz ederek, Batılı, Eğitilmiş, Sanayileşmiş, Zengin ve Demokratik (WEIRD) olan ve olmayan ülkeler arasındaki farklılıkları açığa çıkarmıştır. Lazer ve arkadaşları (2018) ise yalan haberlerin, “haber gibi görünen ama gazeteciliğin doğruluk normlarından uzaklaşan” bir tür olarak, haberin işlevlerini istismar ettiğini ortaya koymuştur. Türkiye’de yapılan çalışmalar ise daha çok doğrulama süreçleri ve kullanıcı temelli analizlerle sınırlıdır. Türkiye’de yalan haber olgusuna ilişkin araştırmalar genellikle yanlış bilginin nedenleri, kullanıcı davranışları ve doğrulama pratikleri üzerinde yoğunlaşmıştır. Ancak bu çalışmalar, yanlış bilginin habersel yapısını ve haber değerleriyle ilişkisini sistematik biçimde incelememiştir. Örneğin, Tonga (2023), Türkiye’de 2021 orman yangınları sürecindeki yalan haberlerin dolaşımını, Gül (2024) yeni medyada yalan haber olgusunu incelemiş, ancak bu çalışmalarda haber yapısı ve haber değeri çerçevesi ele alınmamıştır. Bu noktadan hareketle tasarlanan çalışmada, ulusal literatürdeki söz konusu boşluğu doldurmak amacıyla yalan haberlerin haber gibi görünme stratejileri incelemektedir. Araştırma kapsamında, çalışmanın yapıldığı dönem itibarıyla, son 1 yılda, 1 Eylül 2024- 1 Ekim 2025 tarihleri arasında, Teyit.org platformunda yayımlanan, “yanlış/yanıltıcı” olarak sınıflandırılmış 583 haber metni, tematik olarak kategorize edilerek haber değerleri, yapısal özellikleri, dolaşım ve sunum biçimleri bakımından analiz edilmiştir.

1. Haber ve Gerçeklik

Haber, toplumlarda bilginin dolaşımını sağlayan temel iletişim biçimlerinden biridir. En yaygın anlatı, haberin bir yerlerde yaşanan olaylar, kişiler ya da şeylere dair en son, yeni ve dikkati çeken enformasyon olduğu yönündedir (Geyik, 2024). Ancak “haber” kavramı, çok daha karmaşık ve tartışmalı bir yapıya sahiptir. Haberin ne olduğu sorusu, iletişim

araştırmalarında epistemolojik, toplumsal ve kurumsal düzeylerde farklı biçimlerde ele alınmıştır. Leiter ve arkadaşları (2000: 27), haber kavramını açıklarken, bu olgunun temel özelliklerine dikkat çekmişlerdir. Onlara göre haber, okuyucunun ilgisini çekebilecek olayları konu alan metinler, yayımlandığında topluma yarar sağlayacağı düşünülen bilgiler veya insanların dikkatini çekecek ya da yaşamlarını ilgilendiren güncel gelişmeler, görüşler ve olgulardır. Bu tanımlar, haberin yalnızca bilgi aktarmaktan ibaret olmadığını, aynı zamanda bireylerin merakını giderme, yeni ve anlamlı olanı sunma işlevine sahip olduğunu göstermektedir. Başka bir ifadeyle, haberi oluşturan bilginin hem güncel hem de ilgi uyandırıcı nitelikte olması gerekir. Dolayısıyla sıradan, tekrarlanan ya da toplumsal ilgi taşımayan olaylara ilişkin veriler, bu bağlamda “haber” olarak değerlendirilmemektedir.

Haberin, dış dünyadaki olay ve olguları olduğu gibi yansıtan “ayna” işlevine sahip olduğu görüşü, uzun yıllar boyunca gazetecilik anlayışının temel dayanaklarından biri olarak kabul edilmiştir. Bu yaklaşımda, haberin temel amacı, yorumdan ve öznel yargılardan arındırılmış biçimde olgusal gerçekliği kamuoyuna aktarmaktır. Gazeteciden beklenen, olayları kişisel değerlerinden, politik eğilimlerinden veya kurumsal çıkar baskılarından bağımsız biçimde gözlemleyip, doğru ve eksiksiz şekilde sunmasıdır. Bu anlayış, esasen liberal medya kuramlarının merkezinde yer alır. Liberal yaklaşıma göre haber, kamusal alanın sağlıklı işlemesi için gerekli olan bilgi akışını tarafsız biçimde sağlayabilir. Gazeteci de tıpkı bir ayna gibi, olayları yansıtan aracı konumunda rol oynar. Haberin nesnellik, dengelilik ve tarafsızlık ilkeleri bu modelin temel normlarını oluşturur. Ancak bu anlayış, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren eleştirel medya kuramları tarafından yoğun biçimde sorgulanmıştır. Eleştirel yaklaşımlar, haberin gerçekliği birebir yansıttığı fikrine temkinli yaklaşır. Dursun'un (2005, ss. 69-70) da belirttiği gibi, bu kuramlar açısından haber, ideolojik ve kurumsal süreçlerden bağımsız bir olgu değil, bu süreçlerin bir ürünü olarak şekillenir. Haberin dilsel kurgusu, seçilen kaynaklar ve çerçeveleme biçimleri, kaçınılmaz biçimde belirli güç ilişkilerini ve değer sistemlerini yansıtır. Dolayısıyla haber, dış dünyanın tarafsız bir yansıması değil, belirli toplumsal ve kültürel bağlamlarda gerçekliğin yeniden inşa edildiği bir temsil biçimi olarak değerlendirilmelidir.

Haber kavramını toplumsal-inşacı bir perspektiften ele alan Michael Schudson (1989), haberi “modern toplumun bilgi üretim sistemi” olarak tanımlar ve haberin işlevini, kamusal gerçekliğin inşasında merkezi bir araç olmasına bağlar. Ona göre haber, toplumun neyi önemli saydığına dair bir uzlaşmayı sürekli olarak yeniden üretir. Schudson'un yaklaşımı, haberin bilgi aktarma veya bilgilendirme işlevinden çok, onun kamusal gerçekliği kurma ve yeniden üretme işlevine odaklanır.

Tuchman (1978, s. 179) da haberi, “her gün taze olarak üretilmesi gereken, tükenebilir bir tüketim ürünüdür” şeklinde açıklamaktadır. Haberin gerçek dünyayı yansıtan bir rapor olmadığını savunan Tuchman'a göre, bu olguların gazetecilik kurumunun kendi normları ve üretim rutinleri içinde belirli bir düzene sokulmasıyla oluştuğuna işaret eder. Bu bakımdan “gerçek” dediğimiz şey, medyanın topladığı ve mesleki standartlar çerçevesinde

anlamlandırdığı bilgiden ibarettir. Dolayısıyla haber, yalnızca gerçekliği bildiren bir araç değil, onu örgütsel pratikler yoluyla kuran ve yeniden tanımlayan bir üretim sürecidir.

Haberin tanımına ilişkin farklı yaklaşımlar, onun işlevine dair de farklı önermelere yol açmıştır. Deuze (2005) haberi, modern toplumda güvenilir bilgi sağlayan profesyonel bir pratik olarak görürken, Kovach ve Rosenstiel (2007), haberin temel amacını “doğruluğa bağlı kamusal bilgilendirme” olarak açıklar. Dolayısıyla haberin niteliği, hem bilgi içeriği hem de toplumsal işlevi üzerinden anlaşılmalıdır. Haberde doğruluk, gazeteciliğin etik omurgasını oluşturmaktadır. Haberin içerdiği bilginin doğru olması, haberciliğin temel gerekliliğidir. Haberin doğruluğu, güvenilir olması, haberin gerçek anlamda haber olmasının koşulu olarak kabul edilir. Doğru ve yalan haber ayrımı ya da karşılaştırması da bu mantık çerçevesinde değerlendirilir (Tokgöz, 2015, s. 153).

2. Haberde Güvenilirlik

Haber kavrayışında öne çıkan nitelikler arasında “güvenilirlik” merkezi bir yer tutmaktadır. Gazetecilik ve genel olarak iletişim alanındaki tartışmalarda “güven” ile “güvenilirlik” kavramlarının birbirine yakın kullanıldığı görülmektedir. Bazı çalışmalarda bu iki terim neredeyse eş anlamlı kabul edilerek birbirinin yerine geçecek biçimde kullanılırken (Self, 1996), bazı araştırmacılar ise güveni, güvenilirliğin önkoşulu ya da bileşenlerinden biri olarak tanımlamaktadır (Hovland & Weiss, 1951). Haber bağlamında söz konusu olan güven, okurun yalnızca tekil bir habere değil, aynı zamanda o haberi üreten kuruma ve mesleki rutine duyduğu inancı ifade etmektedir. Bu inanç genellikle doğruluk, tarafsızlık, kaynakların açıkça gösterilmesi ve olayların bağlam içinde bütüncül sunumu gibi ölçütlerle ilişkilendirilmektedir. Başka ifadeyle, güvenilirlik tartışması, salt “doğru mu yanlış mı?” ikiliğini aşarak, haber üretiminin nasıl yapıldığına, hangi kaynaklara dayanıldığına ve bunların okura ne kadar şeffaf biçimde aktarıldığına odaklanmaktadır.

Kovach ve Rosenstiel (2007), güvenilir haberi, gerçeklik hakkında isabetli bilgi veren, bunu yerli yerine oturtan ve mesleki ilkelerle uyumlu yöntemler kullanarak sunulan içerik olarak yorumlamaktadır. Bu yaklaşıma göre, güvenilirlik açısından haberdeki bilginin doğruluğunun yanı sıra bilgiyi edinme yöntemlerinde başvuru ilkelere de önemlidir. Benzer biçimde Meyer (1988), haber güvenilirlik kriterleri olarak içerikte adil olma, doğruluk, tarafsızlık, olayın farklı boyutlarına yer verme gibi ölçütleri birlikte sıralamaktadır. Literatürde kullanılan kavramsal etiketler ve sınıflandırmalar farklılık gösterse de güvenilirlik kriterleri bağlamında ortak bir zeminin oluştuğu, kaynağın kim olduğunun gizlenmemesi, aktarımın açık ve anlaşılır olması, alıntılarının anlamı bozulmadan iletilmesi, olayın taraflarının dengeli şekilde temsil edilmesi ve neden-sonuç ilişkilerinin uygun bağlam içinde kurulması gibi kriterler, haber güvenilirliğinin temel bileşenleri olarak kabul edilmektedir.

Klasik güvenilirlik ölçütleri, sadece geleneksel haberciliğe özgü değildir. Günümüzde çevrimiçi haber üretimi için de aynı derecede belirleyici olmayı sürdürmektedir. Çevrimiçi

üretilen metinlerde kaynağın belirsiz bırakılması, kullanılan verilerin nereden geldiğinin açıklanmaması, dildeki bulanıklıklar veya bir tarafı öne çıkaran çerçevelmeler, habere güveni zedeleyen bir durumdur. Bu nedenle dijital ortamda güvenilirlik, her bir iddianın izlenebilir bir kanıt zinciriyle desteklenmesine bağlı olarak değerlendirilmelidir. Editöryal denetimin zayıfladığı, algoritmik sıralamanın görünürlüğü belirlediği günümüz medya ortamlarında, güvenilirlik kriterlerinin açıkça tanımlanması ve kamuyla paylaşılması, medya kurumlarının önemli sorumluluklarındandır.

3. Haber Değeri

Gazetecilik çalışmaları açısından “haber değeri kuramları”, bir olayın neden haber olarak seçildiğini, hangi yönlerinin öne çıkarıldığını ve kamuoyu açısından neden önemli görüldüğünü sistematik olarak açıklayan temel çerçevelerden biridir. Medyanın yayınlanmak üzere hangi olayları seçtiği, nasıl biçimlendirdiği ve ne tür anlamlarla sunduğu, belirli değer sistemlerine dayanmaktadır. Bu bağlamda haber değerleri, haberi yalnızca olgusal bir aktarımdan çıkarıp kültürel bir seçicilik sürecine dönüştürmektedir.

Haber değeri kavramı, gazetecilik ve iletişim araştırmalarında uzun süredir ele alınan bir konudur. Walter Lippmann (1922, s. 223), haberlerin seçilmesinde dikkate alınan faktörleri ilk kez ortaya koyan kişilerden biri olarak kabul edilmektedir. Ancak tarihsel olarak en etkili modellerden biri, Johan Galtung ve Mari Holmboe Ruge’un 1965 tarihli çalışmasında ortaya konulmuştur. Galtung ve Ruge (1965), olayların haber değerini belirleyen faktörler olarak, sıklık, eşik, açıklık, anlamlılık, uygunluk, beklenmediklik, süreklilik, kompozisyon, elit uluslar, elit kişiler, kişiselleştirme ve olumsuzluk etmenini öne sürerek, medyanın haberleri rastgele değil, belli bilişsel ve kültürel filtrelerle seçtiğini açıklamaktadır. Bu modele göre, “sıklık” faktörü, olayın gerçekleşme süresinin medya üretim ritmiyle uyumlu olmasını, “eşik”, olayın öneminin dikkat çekici bir düzeyi aşmasını, “açıklık”, olayın net biçimde tanımlanabilir olmasını ifade etmektedir. “Yakınlık”, haberin hedef kitleyle kültürel veya coğrafi yakınlığına, “uygunluk” ve “beklenmediklik” ise medyanın beklentilerle gerçek arasındaki gerilimi nasıl yönettiğine işaret etmektedir. “Süreklilik” ve “kompozisyon”, haberciliğin yalnızca tekil olaylara değil, yayın bütünlüğüne dayandığını, “elit uluslar/kişiler” ölçütleri ise haber seçimindeki güç ilişkilerini göstermektedir. “Kişiselleştirme”, soyut süreçlerin bireyler üzerinden somutlaştırılması, “olumsuzluk” ise felaket, suç veya kriz gibi dramatik olayların dikkat çekiciliğiyle ilgilidir.

Galtung ve Ruge’un haber değeri kuramının en önemli katkısı, gerçekliğin medya aracılığıyla inşa edilmesi olduğu fikridir. Galtung ve Ruge, haber değerlerini “gerçekliğin medya yoluyla filtrelene biçimi” olarak ele almakta, böylece haber üretimi, epistemolojik bir seçicilik süreci olarak kavramsallaştırılmaktadır. 1960’ların uluslararası medya sistemini yansıtan bu model, dijital çağın medya mantığını açıklamakta sınırlı kaldığı gerekçesiyle eleştirilmiş, bu haber değeri etmenlerinin güncellenmesine yönelik çalışmalar yapılmıştır. Harcup ve O’Neill (2017), İngiliz basınında yaptıkları analizler sonucunda,

haber değeri kuramını çağdaş haberciliğe uyarlamıştır. Bu araştırmacılar, sosyal medya çağında haberlerin seçilmesinde “paylaşılabilirlik” gibi yeni kriterlerin etkili olup olmadığını sorgulamıştır. Haberlerin öne çıkmasında rol oynayan yeni faktörleri tanımlayan Harcup ve O'Neill (2017), dijitalleşmenin haber seçimini dönüştürdüğünü, özellikle “görsellik”, “güncellik” ve “paylaşılabilirlik” faktörlerinin öne çıktığını savunmuştur. Onların güncellediği haber değerleri arasında, ayrıcalık, olumsuzluk, çatışma, sürpriz, görsel-işitsel çekicilik, paylaşılabilirlik, eğlence, drama, takip, güç ve seçkinler, ilgililik, büyüklük, ünlüler, olumlu haber ve medya kuruluşunun gündemi olmak üzere 15 faktör yer almıştır.

Haber değerini çok katmanlı bir yapı olarak ele alan Shoemaker ve Reese (1996) de “haber değerinin” yalnızca olayın doğasından değil, gazetecilik pratiklerinden, kurumsal yapılar ve ideolojik etkilerden de kaynaklandığını öne sürmektedir. Bu yaklaşıma göre, haber seçimi bireysel, rutin, örgütsel, dışsal ve ideolojik olmak üzere beş düzeyde gerçekleşmektedir. Bireysel düzeyde gazetecinin deneyimi, politik eğilimleri ve değerleri, rutin düzeyde ajans bağımlılığı, zaman kısıtları ve haber üretim kalıpları, örgütsel düzeyde medya politikaları ve mülkiyet ilişkileri belirleyicidir. Dışsal düzeyde ekonomik çıkarlar, reklamcı baskısı ve politik güç ilişkileri etkili olurken, ideolojik düzey, toplumsal değer sistemleri ve egemen söylemler aracılığıyla haberlerin çerçevesini yönlendirmektedir. Böylece haber, yalnızca “olanı” yansıtan bir bilgi değil, karmaşık ekonomik, kültürel ve ideolojik süreçlerin ürünü olarak ortaya çıkmaktadır.

Haber değerine söylemsel açıdan yaklaşan Caple ve Bednarek (2016) da kavramı dilbilimsel bir çerçevede ele almıştır. Onlara göre haber değeri, olayın doğasından çok, haber metninin söylemsel yapısında üretilmektedir. Başlıklarda kullanılan sıfatlar, görsel unsurlar, metaforlar ve anlatım stratejileri, bir olayın “haber değeri” kazanmasını sağlamaktadır. “Şok edici”, “tarihi” ya da “olağanüstü” gibi ifadeler, olayın önemini dilsel olarak inşa ettiğini savunan bu yaklaşım, haberin nesnel bir gerçeklik aktarımı değil, söylem düzeyinde yeniden üretilmiş bir temsil biçimi olduğunu öne sürmektedir. Dolayısıyla medya, anlam üreten bir kurum olarak kabul edilmekte ve bu bağlamda haber değeri ise anlamın üretildiği retorik düzlemde belirlenmektedir.

4. Haber Yazımında Teknik İlkeler

Gazetecilik pratiğinde, mesleğin yerleşik kültürünün şekillendirdiği bir dizi teknik kural bulunmaktadır. Bir metnin “haber” sayılabilmesi için yalnızca olayın gerçekleşmiş olması yeterli görülmez, olayın belirli dil ve kurgu tekniğiyle aktarılması gerekir. İç düzeni ve anlatım tekniği, bir metne haber formatı kazandıran unsurlardandır. Haber metinlerinde günümüzde en sık kullanılan kurgu yöntemi, en önemli bilginin en başa yerleştirildiği ters piramit tekniğidir. Bu tekniğe göre başlık, spot ve giriş paragrafı, okurun bilmek isteyeceği en kritik bilgiyi içerecek şekilde tasarlanırken, ayrıntılar ve yan bilgiler ise takip eden paragraflarda aktarılmaktadır (Tokgöz, 2015, ss. 334-353). Buna karşılık, dörtgen ya da kare olarak adlandırılan kurgu formatında da paragraflar görece eşdeğer kabul edilen bilgileri

içerecek şekilde düzenlenmekte, okuyucunun haberi kavraması için tamamını okuması gerekmektedir. Normal piramit tekniğinde ise anlatım ayrıntıdan ve arka plandan başlayarak ana noktaya doğru ilerlemektedir (Schudson, 2003, s. 185).

Haber metninin dili ve üslubu ise teknik kurgunun tamamlayıcı unsurudur. Aktarma fiillerinin doğru zaman çekimiyle kullanılması, haber dilinin en temel gerekliliklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Fiil zamanlarında uyumluluk, metnin hem dilbilgisel bütünlüğü hem de anlatılan olayın kronolojisini akıcı bir şekilde aktarmak için önemlidir (Toruk, 2008, s. 191). Bilginin kaynağının nasıl aktarıldığı da fiil tercihlerini belirlemektedir. Kaynak belirtilmeden, “edinilen bilgiye göre” ya da doğrudan gözleme dayanan aktarımlarda öyküsel bir dil ve şimdiki zaman kullanımı uygun görülürken, genel geçer durumların anlatımında geniş veya şimdiki zaman tercih edilmektedir (Çetinkuş ve Keleş, 2017). Kaynağın açıkça belirtildiği durumlarda ise yüklem, bilginin doğrudan alıntı mı yoksa dolaylı anlatım mı olduğuna göre biçimlendirilir. Bir kurum ya da kuruluşun yazılı açıklamasına dayanan haberlerde edilgen yapılar, bireysel beyana dayalı aktarımlarda ise etken fiiller daha yerindedir. Yazar açısından burada önemli olan, fiil tercihinin yalnızca dilbilgisel bir ayrıntı değil, bilginin sorumluluğunu ve kaynağını işaretleyen bir araç olduğunun farkında olunmasıdır.

Haber metninde, her yeni görüşün ayrı bir paragrafta ele alınması, sıfat ve iyelik eklerinin kullanımından kaçınılması, haberde adı geçen kişilerin unvan, ad ve soyadının ilk geçişte tam, devamında yalnızca soyadıyla verilmesi, sayısal verilerin okunabilir biçimde yazılması ve noktalama işaretlerinin yerinde kullanılması, haber yazımının yaygın kabul gören kuralları arasında öne çıkmaktadır (Tokgöz, 2015, ss. 302-303). Bu kurallar, teknik ayrıntılar gibi görünse de metnin hem okunabilirliğini hem de güvenilirlik algısını doğrudan etkilemektedir. Nitekim haber dili üzerine yapılan çalışmalar, sade ve tutarlı bir üslubun, okurun habere ve kuruma duyduğu güveni artırdığını ortaya koymaktadır (Meyer, 1988). Bu bağlamda habercilikteki teknik ilkelerin, yalnızca biçimsel birer “kılavuz” değil, aynı zamanda kamusal bilgi üretiminin kalitesini ve meşruiyetini belirleyen araçlar olduğu söylenebilir.

5. Yalan Haber

Yalan haber, hem epistemolojik hem de toplumsal düzlemde çokça tartışılan kavramlarından biridir. Yalan haber kavramı, dijital çağın bilgi ekosistemini anlamada temel bir anahtar kavram haline gelmiştir. Kavramın İngilizce karşılığı olan fake news, literatürde farklı biçimlerde tanımlansa da genel olarak gerçek haber biçiminde sunulan, ancak yanlış, çarpıtılmış ya da kasıtlı olarak yanıltıcı bilgi içeren haberler için kullanılmaktadır. Yalan haber kavramı, zaman zaman “sahte haber”, “yanlış bilgi” ve “dezenformasyon” gibi terimlerin yerine kullanılsa da anlam bakımından aralarında belirgin farklara dikkat çeken yaklaşımlar söz konusudur. Wardle ve Derakhshan (2017), yanlış bilgiyi, genellikle kasıt içermeyen, hatalı veya eksik bilgi paylaşımı olarak tanımlarken, dezenformasyonu, yanıltma amacı taşıyan ve kamuoyunu manipüle etmeyi

hedefleyen içerik olarak, sahte haberi ise haber formatını taklit eden ancak doğruluk açısından hatalı bilgi içeren iletişim biçimi olarak açıklamaktadır. Buna karşılık yalan haber ise haber biçiminde sunulan, okuyucuyu yanıltma potansiyeli taşıyan, izleyici çekmek veya aldatmak amacıyla kasıtlı olarak yanlış bilgiler içeren haber makaleleri olarak tanımlanmaktadır (Wardle & Derakhshan, 2017). Bu tanım, yalan haber kavramının yalnızca yanlış bilgiyle değil, aynı zamanda kasıtlı bir manipülasyon süreciyle ilişkili olduğuna işaret etmektedir.

Reuters Gazetecilik Araştırmaları Enstitüsü de yalan haber kavramını, "siyasi veya ticari olmak üzere belirli stratejik niyetle bilerek dolaşıma sokulan yanlış bilgiler" olarak tanımlamaktadır (RISJ, 2017). Bu kavramın akademik araştırmalarda nasıl kullanıldığını ele alan bir çalışma, yalan haberlerin "haber hiciv", "haber parodisi", "haber uydurma", "fotoğraf manipülasyonu" ve "reklam" gibi çeşitli içerik türlerini ifade etmek için kullanıldığını ortaya koymuştur (Tandoc vd., 2018). Bu tür kullanımlarda, haberin içerdiği bilginin gerçeklik düzeyi ve aldatma niyetine göre farklılıklar söz konusudur. Dolayısıyla yalan haberler, insanları aldatmayı amaçlayan ve belirli bir dezenformasyon türünü ifade eder.

Lippmann (1922), "Kamuoyu" isimli eserinde, medyada yalan haberlerin yarattığı sorunlara dikkat çekerek, demokrasinin temel meselesinin, haberleri propagandanın lekesinden korumak olduğunu vurgulamaktadır. Yalanları tespit etme becerisinden yoksun toplumların gerçek manada özgür kabul edilemeyeceğini ifade eden Lippmann (1922), demokratik sistemlerin sağlıklı işleyebilmesi, güvenilir bilgiye erişimle mümkün olacağını belirtmektedir. Bu nedenle yalan haberler ve dezenformasyon, yalnızca yanlış bilgi örnekleri değil, gerçekliğin manipülasyonuna dayanan daha geniş bir toplumsal sorunun göstergeleri olarak değerlendirilmektedir (Gu vd., 2017).

Yalan haber kavramı dijital çağın ürünü gibi görünse de tanımladığı olgular insanlık tarihi kadar eskidir. Manipülasyon, dezenformasyon, söylenti ve komplo teorileri gibi bu kavramla ilişkilendirilen içerikler, gazetecilik alanının ilk dönemlerinden bu yana farklı biçimlerde görülmüştür. Kavramın güncelliği, bu tür yanlış veya yanıltıcı bilgilerin dijital iletişim teknolojileri aracılığıyla üretilme, yayılma ve tüketilme biçimlerinden kaynaklanmaktadır (Kalsnes, 2018). Tarih boyunca her iletişim aracı, yanlış bilginin yayılması için yeni fırsatlar yaratmıştır. 15. yüzyıl ortalarında Gutenberg'in matbaayı geliştirmesi, bilginin çoğaltılma ve dağıtılma biçimini kökten değiştirmiştir. Matbaa, Reformasyon döneminde düşüncelerin kısa sürede geniş topluluklara ulaşmasını sağlarken, aynı zamanda ideolojik çatışmaların ve manipülatif içeriklerin de hızla yayılmasına aracılık etmiştir. Benzer biçimde, 19. yüzyılda fotoğrafın gazetecilikte kullanımı, savaşları ve toplumsal olayları belgelemeyi kolaylaştırmış, ancak bu araç, politik olarak sakıncalı kişilerin görüntülerden silinmesi için de bir propaganda aracına dönüşmüştür. 1938'de Orson Welles'in War of the Worlds adlı radyo oyunu, haber formatında sunulduğu için birçok dinleyici tarafından gerçek bir olay gibi algılanmış ve kitle iletişiminde biçimsel güvenin nasıl istismar edilebileceğini ortaya koymuştur. 1. ve 2. Dünya Savaşları sırasında

da devletler, radyoda basına kadar tüm iletişim kanallarını propaganda amaçlı kullanarak bilgi manipülasyonunu kurumsallaştırmıştır. Bu süreçte ortaya çıkan her yeni iletişim aracı yanlış bilgilerin hem kasıtlı (dezenformasyon) hem de kasıtsız (yanlış bilgi) biçimlerinde yayılmasını hızlandırmıştır. Böylece, bugün “yalan haber” olarak adlandırılan fenomenin kökleri, teknolojik dönüşümün yarattığı bu normsuzluk dönemlerine kadar uzanmaktadır.

Günümüzde internet, bu tarihsel sürecin en son halkası olarak öne çıkmaktadır. Dijital ağlar, geniş toplulukların düşünce biçimlerini etkilemesine imkan tanırken, doğru ya da yanlış her tür bilginin hızla yayılmasına ortam hazırlamaktadır. Özellikle algoritmaların içerikleri duygusal tepkiler üzerinden öne çıkarması, yalan haberlerin görünürlüğünü artırmakta ve propaganda süreçlerini otomatikleştirmektedir. Bu durum, teknolojinin gelişiminin yalnızca iletişimi kolaylaştırmadığını, aynı zamanda gerçeklik ile kurgu arasındaki sınırları bulanıklaştırarak yeni bir bilgi rejimi yarattığını göstermektedir (Gu vd., 2017).

McNair (2018), yanlış haber olgusunu dijital bilgi ekosisteminde siyasal iletişim, propaganda ve eğlence arasındaki ayrımın giderek kaybolmasının bir ürün olarak açıklamaktadır. Ona göre dijital medya çağında, haberin esas ölçütü doğruluk olmaktan çıkmış, bunun yerini, kamuoyunda duygusal etki yaratma ve dikkat çekme kapasitesi almıştır. Bu bağlamda yalan haberler, bilginin çarpıtılmasından öte haber üretim süreçlerini belirleyen ekonomik ve kültürel dinamiklerdeki köklü değişimin bir göstergesi olarak da ortaya çıkar. Allcott ve Gentzkow (2017) da benzer biçimde, sosyal medya çağında yalan haberin “yüksek paylaşılabirlik” özelliği sayesinde hızla yayıldığını, böylece gazeteciliğin doğruluk normlarını zayıflattığını belirtir.

Tsfati ve arkadaşları (2020), yalan haberlerin haber değeri ölçütlerine uyum gösterdiğini, yanlış bilginin, bu ölçütler gözetilerek bilinçli biçimde tasarlandığını ifade etmektedir. Dikkat çeken, siyasal sonuçlar doğurma potansiyeli taşıyan ve güçlü aktörlere göndermede bulunan anlatılar haberleştirmeye daha yatkın olmasına bağlı olarak, yalan haberlerin hedefinde çoğu zaman siyaset sahnesindeki aktörlerin bulunduğu görülmektedir (Humprecht, 2019). Yapılan çalışmalar, yalan haberlerin çoğu zaman sezgiye ters gelen iddialar içerdiğini, olumsuz duygulanımı tetiklediğini ve yoğun duygusal çağrışımlarla örüldüğünü ortaya koymuştur (Bakir & McStay, 2018). Bu durum, geleneksel haber kriterlerinden “olumsuzluk” ile “seçkin/ünlü kişiler” ölçütleriyle de tutarlıdır. Diğer taraftan, gündemin merkezinde bir seçim, referandum ya da kritik bir siyasal dönemeç olduğunda “ilgi” ölçütünü de kendiliğinden karşılayabilen yalan haberlerde, bir aktörün iddiasına karşı başka bir aktörün reddi, Galtung ve Ruge'nin (1965), “belirsizlik” kategorisini doğrudan karşılamasa bile, iddianın doğruluğuna ilişkin çatışma haber değerine ek bir katkı sunmaktadır. Yalan haber konularının yerel gündemle eşzamanlı akışlar sergilediği bulgusu (Humprecht, 2019) ise “süreklilik” ölçütünün de dolaylı biçimde karşılandığını düşündürmektedir. Yalan haber, gerçek haber akışını yankılayarak ve tamamlayarak görünürlüğünü de artırabilmektedir.

Caple ve Bednarek'in (2016), haber değerlerinin dilsel, görsel ve metinsel kaynaklarla metne yerleştirildiği görüşü göz önünde bulundurulduğunda, yalan haberlerin neden negatiflik ve çatışmayı abartılı biçimde kullandığını, neden ünlü/etkili aktör referanslarına yaslandığını ve neden dikkat çekici görsel-işitsel öğelerle “haberlik” etkisi kurduğu daha iyi anlaşılmaktadır. Nitekim son dönemde yapılan çalışmalar, “yalan haber değerleri”nin bu alanlara sistematik biçimde yaslandığına işaret etmektedir (Baissa vd., 2025). Tandoc Jr. ve arkadaşlarının çalışmasına göre (2021), yalan haberlerin kapsadığı haber değeri etmenleri geleneksel habere benzediği, olumsuzluk, güncellik ve ünlü/elit ilişkilendirmesinin daha baskın, bağlamsallaştırmanın ise daha zayıf kaldığı görülmektedir.

5.1. Gazetecilik Epistemolojisi Açısından Yalan Haber

Gazeteciliğin epistemolojisi, haberin nasıl üretildiği, hangi kanıtlarla meşrulaştırıldığı ve izleyici tarafından nasıl benimsendiği üzerine kurulu bir bilgi rejimini ifade eder. Bu rejim, doğruluk iddialarını teknik olarak sınamanın yanı sıra kurumsal normlar, meslek etiği, kanıt zincirlerinin görünürlüğü, hataların nasıl düzeltildiği ve izleyiciyle kurulan güven sözleşmesi gibi unsurları da kapsamaktadır (Eldridge & Bødker, 2019).

Yalan haber olgusu ise bu rejimi birden fazla noktadan zorlamaktadır. Yalan haberin epistemolojik açıdan sorun oluşturmalarının temel nedeni, sahte ya da yanıltıcı içeriğin haber biçimini ikna edici bir yüzey olarak kullanabilmesidir. (Carlson, 2020). Daha önce yapılan çalışmalar, yalan haberlerin zamanlılık, olumsuzluk ve elit kişilere gönderme vurgusu gibi geleneksel haber değerlerini yoğun biçimde kullanarak “haber gibi görünme” etkisi yarattığını göstermiştir (Tandoc Jr. vd., 2021). Bu benzerlik etkisi, doğruluk iddiası zayıf içeriklerin platformlarda hızla dolaşıma girmesini kolaylaştırmaktadır. Platformların sıralama ve öneri mekanizmaları, etkileşim sinyallerini ödüllendirdiğinde dikkat ekonomisinin teşvikleri, epistemik normların önüne geçmekte, böylece görünürlük, doğrulanabilirlikten bağımsız bir meşruiyet izlenimi üretebilmektedir (Harcup & O'Neill, 2017). Böyle bir zeminde yalan haber, doğrulamanın yetişemediği anlarda epistemik boşlukları dolduran “hızlı ama kırılğan” bir enformasyon alternatifi gibi değer görmektedir. Bu alternatif güçlendikçe gazeteciliğin bilgiye dayalı otoritesi aşınmakta, güven ilişkisinde bozulma ortaya çıkmaktadır. Yalan haberin yükselişinin etkisiyle meşru gazetecilik pratiklerine yönelik şüpheyeye bağlı olarak ortaya çıkan epistemik kriz, günümüzde giderek daha da derinleşmektedir. Bu kriz, özellikle popülist aktörlerin ana akım medyayı sistematik biçimde gayrimeşrulaştırdığı söylem iklimiyle birleşerek liberal demokratik uzlaşmayı sorgulayan küresel bir konjonktüre yerleşmektedir. ABD Başkanı Donald Trump gibi figürlerin kullandığı medya karşıtı retorik, “yalan haber” etiketini siyasal mücadelede araçsallaştırarak gazeteciliğin epistemik otoritesini hedef almakta, böylece “neyin doğru, kimin yetkili” olduğu sorusu siyasal kutuplaşmanın merkezi bir eksenine dönüşmektedir (McNair, 2018). Bu süreç, yalnızca ulusal kamusal alanlarla sınırlı kalmamakta, büyük güç rekabetinin enformasyon boyutunda, uluslararası alanlarda da haber medyasının meşruiyeti üzerine bir mücadeleyi görünür kılmaktadır (Bennett & Livingston, 2018). Haberde “doğruluk”, “güven” ve “nesnellik” gibi kavramların anlamı

bizzat siyasal stratejilerin konusu haline gelmektedir. Bilgi bozukluğu literatürü bu tabloyu, ulus-devletlerin içinde ve arasında yürütülen enformasyon savaşlarının sivil kamular üzerindeki etkileriyle birlikte ele almakta, kavramsal belirsizliğin ve etiket savaşlarının, gazeteciliğin kanıt temelli meşruiyet iddiasını zayıflatan bir yankı odası ürettiğini göstermektedir (Wardle & Derakhshan, 2017).

6. Yöntem

Bu çalışma, Türkiye’de doğrulama platformları tarafından yanlış veya yanıltıcı olarak sınıflandırılan içeriklerde, “haber gibi görünme” stratejileri kapsamında kullanılan habercilik kodlarını incelemektedir. Bu bağlamda, yalan/yanıltıcı içeriklerde haber değerleri, yapısal özellikler, dolaşım ve sunum biçimlerine odaklanılarak, habercilik alanının hangi yerleşik kodları kullanılarak olağanlık görünümünün üretilmeye çalışıldığının belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmanın evreni, Türkiye merkezli medya platformlarında yayımlanıp yanlış olduğu ortaya konan içeriklerdir. Evrenin tamamına erişim mümkün olmadığından amaçlı örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Amaçlı örneklemede, örnekleme giren vakalar araştırma sorularına en çok ışık tutacağı düşünülenlerden seçilmektedir. Seçim ölçütü, birimin çalışmanın amacına en uygun bilgiyi üretecek nitelikte olmasıdır (Sencer, 1989: 386). Bu noktadan hareketle belirlenen örneklem, Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı’nın (IFCN) İlkeler Kılavuzu’nu imzalayan ve Türkiye’de çevrimiçi söylenti ve asılsız haberlere yönelik doğrulama platformu teyit.org’un, araştırma dönemi itibarıyla, son 1 yılda, “yanlış/yanıltıcı” olarak doğruladığı içeriklerle sınırlandırılmıştır. Veri toplama sürecinde teyit.org sitesinin arşivi manuel olarak taranmış, araştırma döneminde tarihe göre filtreleme yapılarak, 01.09.2024-01.10.2025 tarihleri arasında 731 içerik tespit edilmiş, bunlardan yanlış/yanıltıcı olarak işaretlenen 583’ü incelenmiştir.

Haberler, içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Sosyal bilimlerde yaygın bir araştırma yaklaşımı olan içerik analizi tekniği (Geray, 2006), metin ve görsel içeriklerin nesnel, sistematik ve nicel olarak betimlenmesi biçiminde tanımlanmaktadır (Berelson, 1952). Krippendorff, (2004) ise içerik analizini, verilerden yinelenebilir ve geçerli çıkarımlar üretmeye imkan veren bir yöntem olarak açıklamaktadır. Bu yöntem kapsamında, Tandoc’un (2018) çalışmasından yararlanılarak araştırmaya özgü kodlama yapılmıştır. Örneklem dahilindeki içeriklerin “haber gibi görünme” stratejileri kapsamında hangi haber değeri ölçütlerinin öne çıkarıldığı, temel habercilik ilkelerinin ne ölçüde ve nasıl kullanıldığı, dil tercihleri aracılığıyla nasıl “haber” olarak sunulduğunu ve bu durumun konu türlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek üzere, Tablo 1’de yer alan kodlama listesi oluşturulmuştur. Belirlenen tarih aralığındaki içeriklerin incelemesi tamamlandıktan sonra veri seti, Excel üzerinden iletişim alanında yüksek lisans yapan iki öğrenci ile birlikte farklı zamanlarda bağımsız olarak kodlanmıştır. Ön analizlerde uyumayan kodlamalar yeniden ele alınmış, ortak bir karar çerçevesinde kodlamalara son

şekli verilmiştir. Poindexter ve McCombs'un (2000) yöntemine göre yapılan hesaplamada kodlayıcılar arasındaki uyum, % 84,3 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 1. Kodlama listesi

Kaynak Türü	Yalan haberin yayımlandığı ana mecra; gazete, televizyon, haber sitesi, sosyal medya
Konu	İçeriğin baskın teması; Hükümet ve siyaset, güvenlik, ekonomi, eğitim, çevre ve enerji, kaza ve afet, bilim, sağlık ve teknoloji, din, toplumsal sorunlar ve insan hakları, insan ilgisi, haber derleme (Birden fazla tema varsa baskın çerçeve seçilir)
Haber Değerleri	Metinde bulunan haber değeri faktörleri; olumsuzluk, güncellik, yakınlık, etki, yenilik, sürpriz (Var/Yok)
Birincil Haber Değeri	En baskın haber değeri: olumsuzluk, güncellik, yakınlık, etki, yenilik; sürpriz (tek seçim)
5N-1K Uygulaması	“Kim, ne, nerede, ne zaman, neden, nasıl” unsurlarının haberde açık ve anlaşılır biçimde yer alıp almadığıdır (Tam/Eksik)
Görsel Kullanım	Habersel inandırıcılığı artırmak amacıyla kullanılan görsel türü (fotoğraf, video veya grafik).
Baskın Kaynak	Haberde en çok ağırlık taşıyan bilgi kaynağı; Hükümet yetkilisi/kolluk/siyasetçi, iş insanı, sivil toplum temsilcisi, başka bir medya kuruluşu, akademisyen/uzman, sıradan yurttaş, sporcu/oyuncu/sanatçı (Tek seçim).
Haber Formatı	Metnin sunum biçimi: Ters piramit; liste, kronoloji, ters kronoloji; anlatı (karma biçimlerde baskın yapı seçilir)
Nesnellik	İçerikte, herhangi bir kaynağa atfedilmeyen, genelleiyici veya değerlendirme içeren ifadelerle gazetecinin kendi yorumunun, değerlendirmesinin veya tutumunun açıkça yer alıp almadığı. (Var/Yok)

7. Bulgular

Çalışmanın bulguları, Türkiye’de farklı medya platformlarında yayınlanan ve teyit.org tarafından yanlış veya yanıltıcı bilgi içerdiği tespit edilen 583 içeriğin ana konu dağılımı, Türkiye’de yalan haber üretiminin ve dolaşımının tematik eksenlerini ortaya koymaktadır. Tablo 2’deki verilere göre, güvenlik temalı içeriklerin belirgin bir şekilde öne çıktığı görülmektedir. “Güvenlik” başlığı altında toplanan 160 içerik, tüm haberlerin yüzde 27,44’ünü oluşturmaktadır. “Hükümet ve siyaset” başlığı altında yer alan 112 içerik ise

yüzde 19,21’lik bir orana sahiptir. Bu iki kategori birlikte değerlendirildiğinde, incelenen yalan haberlerin yüzde 46,65’inin doğrudan güvenlik ve siyasal alanla ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Bu bulgu, yalan haberlerin özellikle toplumsal risk algısını, siyasal kutuplaşmayı ve otorite/güven ilişkisini tetikleyebilecek hassas alanlarda yoğunlaştığına işaret etmektedir.

Üçüncü sırada, ünlülerle ilgili iddialar, spor, kurtarma hikayeleri, vahşi yaşam ve sıra dışı olaylar gibi içeriklerin yer aldığı “insan ilgisi” kategorisi, 102 haber ve yüzde 17,50’lik oranla dikkat çekmektedir. Bu durum, yalan haberlerin siyasal ya da güvenlik temelli krizlerin yanı sıra duygusal, dramatik, magazin ve gündelik yaşamla ilişkili anlatılar üzerinden de üretildiğini göstermektedir.

Tedavi, hastalık, aşı, teknoloji ve bilimsel otorite iddiaları üzerinden yalan haberlerin yer aldığı “bilim, sağlık ve teknoloji” kategorisinin yüzde 7,38 oranına sahip olduğu belirlenirken, kriz anlarında hızla dolaşıma giren, görsellerle desteklenen ve çoğu zaman eski ya da bağlamından koparılmış görüntülerle beslenen “Kaza / afet” kategorisindeki içeriklerin oranının ise yüzde 8,75 olduğu saptanmıştır. Göç, sığınmacılar, toplumsal cinsiyet temelli şiddet, ayrımcılık ve protestolar gibi temalardan oluşan “toplumsal sorunlar / insan hakları” kategorisinin de 42 içerikle yüzde 7,20 oranına sahip olduğu ortaya konulmuştur.

Bulgulara göre, “çevre ve enerji”, “ekonomi ve “din” kategorilerinde ise diğerlerine göre daha az içerik tespit edilmiştir. “Din” kategorisinin yüzde 4,80, “çevre ve enerji” kategorisinin yüzde 3,95 ve “ekonomi” kategorisindeki içeriklerin oranının da 3,77 olduğu görülmüştür. Genel olarak bakıldığında, ana konu dağılımı, Türkiye’de yalan haberlerin kamusal tartışmanın en kırılgan olduğu alanlarda, özellikle güvenlik ve siyaset başlıkları altında yoğunlaştığını, bunun yanında duygusal ve dramatik anlatıların öne çıktığı insan ilgisi içeriklerinin de sahte habersel görünümün önemli bir taşıyıcısı olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 2. Haber konuları

Konu	Frekans	Yüzde (%)
Güvenlik	160	27.44
Hükümet ve siyaset	112	19.21
Toplumsal sorunlar / insan hakları	42	7.20
Kaza / afet	51	8.75
Bilim, Sağlık ve Teknoloji	43	7.38
Din	28	4.80

Çevre ve enerji	23	3.95
Ekonomi	22	3.77
İnsan ilgisi	102	17.50
Toplam	583	100

7.1. Yalan Haberlerin Değeri

Yalan haberlerde, haber üretim sürecinde başvuru alan haber değerlerinin, hangi sıklıkla ve hangi kombinasyonlar halinde kullanıldığının belirlenmesi, yanlış bilginin haber estetiğini nasıl yeniden ürettiğini anlamak açısından önemlidir. Bu doğrultuda, incelenen içeriklerde hem çoklu haber değerlerinin birlikte kullanıldığı örnekler hem de belirli değerlerin birincil öge olarak öne çıktığı vakalar dikkat çekmekte, bu durum, yalan haberlerin tematik bağlama göre farklılaşan ancak tutarlı örüntüler sergileyen bir değer mimarisi kurduğunu göstermektedir. Bulgular, hem haber değeri kullanımlarının genel düzeydeki eğilimlerini hem de bu değerlerin farklı konu alanlarında nasıl özgül habersel çerçeveler oluşturduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 3'te yer alan verilere göre, 583 içeriğin önemli bir kısmı birden fazla haber değerini karşılamaktadır. İçeriklerin yüzde 88.68'inin güncellik, yüzde 83.9'unun sürpriz, yüzde 74.44'ünün etki değerine sahip olduğu belirlenirken, bunları yüzde 71.25 oranıyla olumsuzluk, yüzde 68.68 oranıyla yakınlık ve yüzde 53.88 ile de yenilik faktörü izlemektedir. Bu yapı, yalan haberlerin habersel görünümü inşa ederken zamansal aciliyet, beklenmediklik/şaşırtıcılık ve toplumsal/kişisel etki iddiasını neredeyse “çekirdek” bir set olarak kullandığını göstermektedir.

Tablo 3. Haber değerleri

Konu	Frekans	Yüzde (%)
Olumsuzluk	415	71.25
Güncellik	517	88.68
Yakınlık	400	68.68
Etki	434	74.44
Yenilik	314	53.88
Sürpriz	489	83.53

Haber değerlerinin, yalan haberlerin konu bazında dağılımına bakıldığında belirli faktörler dikkat çekmektedir. Tablo 4'teki veriler, yalan haberlerin “habersel görünüm”

üretirken başvurduğu haber değerlerinin konu alanlarına göre belirgin biçimde farklılaştığını ortaya koymaktadır. Genel olarak güvenlik, kaza/afet, toplumsal sorunlar/insan hakları ve hükümet ve siyaset kategorilerinde olumsuzluk, güncellik ve etki değerlerinin yoğunlaştığı, insan ilgisi, bilim, sağlık ve teknoloji gibi görece yumuşak haber alanlarında ise sürpriz ve yenilik değerlerinin baskın hale geldiği görülmektedir. Bulgulara göre, güvenlik kategorisinde 160 içeriğin yüzde 90,62'sinin olumsuzluk, yüzde 93,12'sinin güncellik ve yüzde 88,75'inin ise etki unsuruna haiz olduğu saptanmıştır. Aynı kategoride haberlerin yüzde 81,25'inin yakınlık, yüzde 71,78'inin sürpriz ve yüzde 42,50'sinin de yenilik değerine sahip olduğu belirlenmiştir.

Kaza/afet kategorisindeki haberlerin tamamının olumsuzluk değer eksenli olduğu, güncellik ve etki değerlerinin ise aynı kategorideki içeriklerin yüzde 96'sında yer aldığı görülürken, bu tür yalan haberlerin klasik kriz haberciliği mantığını haber değeri düzeyinde yoğun biçimde taklit ettiği anlaşılmaktadır.

Hükümet ve siyaset kategorisindeki 112 içeriğin haber değerlerine bakıldığında da içeriklerin yüzde 90,18'inin güncellik, yüzde 81,25'inin yakınlık, yüzde 79,46'sının sürpriz değerine sahip olduğu dikkat çekmektedir. Olumsuzluk ve etki değerlerini içeren bu kategorideki yayınların oranının da yüzde 70 gibi oldukça yüksek düzeydedir. Bu dağılım, siyasal yalan haberlerde “beklenmedik ve yeni gelişme” estetiğinin özellikle öne çıkarıldığı düşündürmektedir.

Toplumsal sorunlar ve insan hakları başlığı altındaki içeriklere ilişkin bulgulara bakıldığında, 42 yalan haberin tamamına yakınının güncellik değerini içerdiği, olumsuzluk (% 83,33), yakınlık (% 83,33) ve etki (% 92,86) değerlerinin de birlikte yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Bu alan, yalan haberlerin çoğunlukla “bize yakın mağduriyet/tehdit” anlatıları kurarak hem duygusal yankı hem de kamusal önem izlenimi ürettiği bir tematik kümelenmeye işaret etmektedir.

Buna karşılık bilim, sağlık ve teknoloji alanında sürprizin yüzde 100, yeniliğin ise yüzde 81,40 gibi çok yüksek oranlara ulaştığı tespit edilirken, olumsuzluk değerinin yüzde 48,84 gibi oranla, diğer kategorilere göre düşük kalmıştır. Bulgular, bu tür yalan haberlerin daha çok “olağanüstü keşif”, “mucizevi çözüm” veya “şaşırtıcı gelişme” gibi anlatılar üzerinden habersel meşruiyet üretmeye çalıştığını göstermektedir.

İnsan ilgisi kategorisinde de sürpriz (% 96,08) ve yenilik (% 66,67) değerlerinin baskın, olumsuzluk (% 31,37) ve etki (% 24,51) değerlerinin düşük olması, bu tür içeriklerin kamusal önem iddiasından ziyade ilginçlik, duygusallık ve paylaşılabirlik üzerinden habersel görünürlük kazandığını ortaya koymaktadır.

Diğer kategorilerden “din” başlığı altındaki içeriklerin sürpriz ve yakınlık, çevre ve enerji ile ekonomi alanında ise haberlerin önemli kısmı güncellik, etki ve yenilik değerlerini içermektedir.

Bulgulardan, yalan haberlerin, her kategoride o alanın meşru haberleştirme pratiklerine uygun olarak, haber değerleri düzeyinde habercilik normlarını sistematik biçimde taklit ederek “haber gibi görünme” stratejisini kurduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4. Konu bazında haber değerlerinin dağılımı

Haber Konusu	Haber Değerleri											
	Olumsuzluk		Güncellik		Yakınlık		Etki		Yenilik		Sürpriz	
	(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)
Güvenlik	145	90.62	149	93.12	130	81.25	142	88.75	68	42.50	115	71.88
Hükümet ve Siyaset	82	73.21	101	90.18	91	81.25	88	78.57	58	51.79	89	79.46
Toplumsal Sorunlar / İnsan Hakları	35	83.33	39	92.86	35	83.33	39	92.86	11	26.19	33	78.57
Kaza / Afet	51	100.00	49	96.08	21	41.18	49	96.08	28	54.90	47	92.16
Bilim, Sağlık ve Teknoloji	21	48.84	37	86.05	15	34.88	36	83.72	35	81.40	43	100.00
Din	23	82.14	23	82.14	24	85.71	20	71.43	14	50.00	27	96.43
Çevre ve Enerji	16	69.57	21	91.30	8	34.78	19	82.61	17	73.91	21	91.30
Ekonomi	10	45.45	20	90.91	19	86.36	16	72.73	15	68.18	16	72.73
İnsan İlgisi	32	31.37	78	76.47	57	55.88	25	24.51	68	66.67	98	96.08

Çalışmada, incelenen her bir yalan haberin kendisini en güçlü biçimde “haber” olarak kurarken dayandığı temel haber değeri olarak “birincil haber değeri” de tespit edilmiştir. Tablo 5’teki verilerin genel dağılımına göre, veri setinin bütününde birincil haber değeri olarak olumsuzluk öne çıkmaktadır. 583 yalan haberin neredeyse yarıya yakını, yüzde 42’sinde, birincil haber değeri olarak olumsuzluk faktörü tespit edilmiştir. Bunu, sırasıyla yüzde 28.64 oranıyla sürpriz, yüzde 11.84 ile etki, yüzde 8.75 ile yenilik, yüzde 4,97 ile güncellik, yüzde 3,09 oranıyla da yakınlık değeri izlemektedir. Bu bulgu, yalan/yanıltıcı içeriklerin habersel meşruiyet üretiminde en temel stratejinin, olayları çoğunlukla zarar, tehdit, kriz, çatışma ve risk gibi olumsuz çerçevede sunmak olduğunu düşündürmektedir. Olumsuzluğun birincil değer olarak baskınlaşması, yalnızca “dikkat çekme” hedefini değil,

aynı zamanda haberciliğin geleneksel “kötü haber” mantığını taklit ettiğini göstermektedir.

Tablo 5. Birincil haber değerlerinin genel dağılımı

Birincil haber değeri	Frekans (n)	Yüzde (%)
Olumsuzluk	249	42.71
Güncellik	29	4.97
Yakınlık	18	3.09
Etki	69	11.84
Yenilik	51	8.75
Sürpriz	167	28.64

Tablo 6’daki konu bazlı birincil haber değeri dağılımına bakıldığında ise güvenlik ve kaza/afet gibi kategorilerde olumsuzluk, buna karşılık bilim, sağlık ve teknoloji ile insan ilgisi gibi haber alanlarında çoğunlukla sürpriz ve kısmen yenilik değerinin yoğunlaştığı anlaşılmaktadır. Özellikle insan ilgisi kategorisinde temel meşrulaştırma stratejisinin “olağan dışılık”, “şaşırtıcılık” ve “ilginçlik” üzerinden kurulduğu, haberin “ağırlığı” beklenmediklik, merak uyandırma ve duygusal yankı üretme potansiyeliyle oluşturulmaktadır. Hükümet ve siyaset ile toplumsal sorunlar / insan hakları kategorileri ise iki eğilim arasında ara bir konumda görünmektedir. Bu alanlarda üretilen asılsız içeriklerde olumsuzluk ve etki faktörlerinin, birincil değer olarak varlığı dikkat çekmekte, sürpriz ve güncellik unsurlarıyla da belirli ölçüde yoğunlaşmaktadır. Bu durum, yalan içeriklerin siyasal ve toplumsal konularda hem kriz/tehdit anlatısını hem de beklenmedik gelişme iddiasını birlikte kullanarak habersel etkisini artırmaya çalıştığını düşündürmektedir. Genel olarak, bulgular, yalan haberlerin “haber gibi görünme” stratejisinin tek bir sabit değer üzerinden değil, konu alanlarının habercilikteki yerleşik mantığına uygun biçimde işleyen bir birincil değer seçimi üzerinden kurulduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 6. Konu bazında birincil haber değerleri dağılımı

Konu	Olumsuzluk		Güncellik		Yakınlık		Etki		Yenilik		Sürpriz	
	(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)
Güvenlik	111	69.38	5	3.12	0	0.00	18	11.25	7	4.38	19	11.88
Hükümet ve Siyaset	40	35.71	13	11.61	5	4.46	18	16.07	4	3.57	32	28.57
Toplumsal Sorunlar / İnsan	26	61.90	3	7.14	1	2.38	5	11.90	1	2.38	6	14.29

Hakları												
Kaza / afet	40	78.43	2	3.92	0	0.00	4	7.84	1	1.96	4	7.84
Bilim, Sağlık ve Teknoloji	6	13.95	1	2.33	0	0.00	4	9.30	14	32.56	18	41.86
Din	12	42.86	0	0.00	2	7.14	3	10.71	2	7.14	9	32.14
Çevre ve Enerji	4	17.39	0	0.00	1	4.35	9	39.13	5	21.74	4	17.39
Ekonomi	3	13.64	2	9.09	1	4.55	8	36.36	5	22.73	3	13.64
İnsan ilgisi	7	6.86	3	2.94	8	7.84	0	0.00	12	11.76	72	70.59

7.2. Yalan Haberlerin Yapısal Özellikleri

Yalan haberlerin yapısal özelliklerini belirlemek üzere ilk olarak ele alınan baskın kaynak kategorisine ilişkin bulgular, içeriklerde aktarılan yanlış/yanıltıcı bilginin hangi aktöre dayandırılarak sunulduğunu ortaya koymuştur. Kodlama sürecinde, içerikte açıkça bir kaynak gösterilip gösterilmediği incelenmiş, herhangi bir kaynak belirtilmediği durumlarda ise, içeriği paylaşan medya kuruluşu ya da sosyal medya kullanıcısı bilginin kaynağı olarak kabul edilmiştir. Buna göre, paylaşımı yapan tarafın niteliğine bağlı olarak içeriklerde baskın kaynak, siyasetçi, hükümet yetkilisi, kolluk, uzman, akademisyen, spor, sıradan yurttaş/kullanıcı şeklinde sınıflandırılmıştır. Bu yaklaşım, yalan haberlerin habersel meşruiyeti hangi aktörler üzerinden kurmaya çalıştığını görünür kılmayı amaçlamaktadır.

Tablo 7. Baskın kaynak dağılımı

Baskın kaynak	Frekans (n)	Yüzde (%)
Hükümet yetkilisi	17	2.92
Kolluk	6	1.03
Siyasetçi	24	4.12
İş insanı	0	0.00
Sivil toplum temsilcisi	5	0.86
Başka bir medya kuruluşu	93	15.95
Akademisyen	6	1.03
Uzman	10	1.72
Sıradan kullanıcı	404	69.30

Sporcu	14	2.40
Oyuncu	2	0.34
Sanatçı	2	0.34

Tablo 7'ye göre, incelenen yalan haberlerde en fazla baskın kaynak olarak sıradan kullanıcıların öne çıktığı görülmektedir. Örneklem dahilindeki 583 içeriğin 404'ünde, aktarılan bilginin kaynağının sıradan yurttaş ya da bireysel sosyal medya kullanıcıları olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, yalan haberlerin çoğunlukla kurumsal, resmi ya da uzman kaynaklara dayandırılmaksızın, bireysel paylaşımlar üzerinden yayınlandığını göstermektedir. Başka bir ifadeyle, bu içeriklerde bilginin doğruluğu, kurumsal otorite, uzmanlık ya da resmi teyit mekanizmalarından ziyade, sıradan sosyal medya kullanıcıların iddiası ve görünürlüğü üzerinden inşa edilmeye çalışıldığı saptanmıştır. Sıradan kullanıcıları, 93 içerikte “başka bir medya kuruluşu”, 24 içerikte ise “siyasetçi” kaynaklı yayınlar izlemiştir. Yalan haberlerin başka medya kuruluşlarına atıfla sunulması, bu içeriklerin kendilerini meşrulaştırmak için mevcut medya çıktılarının otoritesinden yararlanmaya çalıştığını göstermektedir.

Baskın kaynak olarak, hükümet yetkilileri (n=17), kolluk kuvvetleri (n=6), akademisyenler (n=6) ve uzmanlar (n=10) ise sınırlı düzeydedir. Bu durum, yalan haberlerde resmî ve uzman temelli meşrulaştırma stratejilerinin görece zayıf kaldığına işaret etmektedir. Benzer biçimde sivil toplum temsilcileri, sporcular, oyuncular ve sanatçılar gibi aktörlerin de düşük frekanslarla temsil edildiğini ortaya koyan bulgulardan, yalan haberlerin çoğunlukla kurumsal çeşitlilikten yoksun bir kaynak yapısıyla üretildiği anlaşılmaktadır.

Tablo 8. Yalan haberlerin nesnellik görünümü

Yorum	Frekans (n)	Yüzde (%)
Var	328	56.26
Yok	255	43.74

Yalan haber içerikleri kurgulanırken, habercilik ilkelerinden nesnellik konusunda ne oranda uyum sağlandığı, yalan haberlerde yoruma yer verilip verilmediği ele alınmıştır. Tablo 8'e göre, incelenen içeriklerin 255'inde içeriği oluşturan tarafın öznel görüşlerine yer verilmediği, buna karşılık 328 içerikte açık biçimde yorum yapıldığı tespit edilmiştir. Nesnellik görünümüne sahip içerikler, biçimsel olarak daha “aktarımı esas alan” bir haber izlenimi yaratırken, görüş içeren içeriklerde ise yorum, değerlendirme ve yönlendirme unsurlarının belirgin biçimde öne çıktığı saptanmıştır. Bu durum, yalan haberlerin bir

bölümünde nesnellik ilkesinin bilinçli olarak ihlal edildiği, bir bölümünde ise nesnellik görüntüsü korunarak içeriğin habermiş gibi sunulduğunu göstermektedir.

7.3. Yalan Haberlerin Dolaşım ve Sunum Biçimleri

Çalışmada, örneklem dahilinde incelenen 583 yalan haberin meşru bir haber metni olarak konumlandırma stratejilerinin bütüncül biçimde analiz edilmesi için bu içeriklerin hangi mecralarda yayınlandığı, nasıl tasarlanıp sunulduğu ve görsel kullanım durumu bakımından da değerlendirilmiştir.

Tablo 9'daki veriler, 583 yalan/yanıltıcı içeriğin hangi medya türleri üzerinden dolaşıma girdiğini ortaya koymaktadır. Bulgulara göre, içeriklerin büyük çoğunluğu sosyal medya platformları aracılığıyla yayınlanmıştır. İncelenen 583 içeriğin 555'inin X, Instagram ve TikTok gibi sosyal medya platformları üzerinden dolaşıma girdiği belirlenmiştir. Bu bulgu, yalan haberlerin günümüz medya ekosisteminde esas dolaşım alanının geleneksel medya olmadığı, sosyal medya olduğunu göstermektedir. Yalan haber kayağı olarak medya türleri arasında ikinci sırada ise 16 içerikle internet haber siteleri gelirken, bunu geleneksel medyadan 6 içerikle televizyon ve 4 içerikle gazete izlemiştir. Bulgular, yalan haberlerin çoğu zaman doğrudan geleneksel medyada üretilmekten ziyade, sosyal medya merkezli bir dolaşım mantığıyla yaygınlaştığını ortaya koymaktadır.

Tablo 9. Yalan haberlerin dolaşım kanalları

Mecra	Frekans (n)	Yüzde (%)
Sosyal medya	555	95.20
Haber sitesi	16	2.74
Televizyon	6	1.03
Gazete	4	0.69
Belirtilmemiş	2	0.34

Yalan içeriğin “haber gibi görünme” stratejisinin önemli temel yapısal bileşenlerinden biri olan metinsel kurgu boyutu da incelenmiştir. Gazetecilik alanında başvuru kurgu formatlarına göre yapılan değerlendirmelere dair verilerin yer aldığı Tablo 10, 583 içerikten 502'sinin “anlatı” formunda kurgulandığını ortaya koymaktadır. Bu bulgu, yalan haberlerin haberciliğin klasik “bilgi aktarma” mantığından ziyade, olay örgüsü kuran, iddia veya alıntı merkezli bir anlatım üzerinden ikna üretmeye yöneldiğini göstermektedir. Buna karşılık, incelenen içerikler arasında ters piramit formatının görece sınırlı düzeyde kaldığı belirlenmiştir. İçeriklerin sadece yüzde 13,04'ünde ters piramit tekniğine başvurulduğu saptanmıştır. Ters piramit tekniğine sınırlı düzeyde başvurulduğunu ortaya koyan bulgulardan, yalan haberler oluşturulurken geleneksel haber yazımındaki bilgi hiyerarşisini bire bir taklit etmek yerine, daha esnek ve hikayeleştirici anlatım biçimlerinin

tercih edildiği anlaşılmaktadır. Liste/derleme formatına ise içeriklerin sadece 5’inde tespit edilmiş, kronoloji formatına ise rastlanmamıştır.

Tablo 10. Haber kurgu formatı dağılımı

Haber formatı	Frekans (n)	Yüzde (%)
Anlatı	502	86.11
Ters piramit	76	13.04
Liste	5	0.86
Kronoloji	0	0.00
Belirtilmemiş	0	0.00

5N-1K uygulamasına ilişkin bulgular da içeriklerin haber formuna yaklaşma düzeyinin önemli ölçüde sınırlı kaldığını göstermektedir. İçeriklerin büyük çoğunluğunda 5N-1K’nın eksik olduğu saptanmıştır. İncelenen yalan haberlerin sadece yüzde 15,09’unun 5N-1K ilkesine uygun düzenlendiği belirlenmiştir. Bu bulgu, yalan haberlerin habersel biçimi çoğunlukla “tamamlanmış bilgi” üzerinden değil, parçalı ve seçici bilgi sunumu üzerinden inşa ettiğini düşündürmektedir. 5N-1K uygulamasına göre eksik bilgi içeren haberlerde belirsiz aktör, muğlak zaman-mekan ve netleşmeyen bağlam gibi unsurlarla dikkat çekmektedir.

Tablo 11. Yalan haberlerde 5N-1K uygulaması

5N-1K uygulaması	Frekans (n)	Yüzde (%)
Eksik	495	84.91
Tam	88	15.09

Örnekleme yer alan 583 yalan/yanıltıcı haberde, “haber gibi görünme” stratejisinin önemli bir bileşeni olan görsel-işitsel materyal üzerinden inandırıcılık ve dikkat üretmek için hangi görsel türlerinin tercih edildiğini ortaya koyan bulgular da elde edilmiştir.

Tablo 12’deki verilere göre, yalan haberlerin büyük çoğunluğunun video eşliğinde sunulduğu belirlenmiştir. İncelenen 583 içerikten 396’sının görsel türünün video formatı olduğu saptanmıştır. Video, görüntü hareketi, ses/müzik, montaj ritmi ve altyazı gibi unsurlarla “kanıt” izlenimi üretebildiğinden, iddiaların gerçeklik etkisini artıran bir araç işlevi sunabilmektedir. Bu nedenle video kullanımının baskın oluşu, yalan haberlerin

habersel meşruiyeti yalnızca dilsel/biçimsel kalıplarla değil, görsel-işitsel performansla da kurduğunu göstermektedir.

Yalan haberlerde kullanılan görsel türleri arasında, ikinci sırada fotoğraf yer almaktadır. İçeriklerin 153'ünde fotoğraf yer aldığı belirlenmiştir. Videoya göre sınırlı düzeyde kullanılsa da yalan haberlerin önemli bir bölümünün “tek kare kanıt” mantığına yaslandığı, iddianın doğruluğunu açıklama ve kaynaklandırma yerine, görseli bir kanıt ikamesi olarak konumlandığı anlaşılmaktadır. Özellikle sosyal medya bağlamında fotoğraf, hızlı tüketilen bir içerik türü olduğundan, kullanıcıların ayrıntılı sorgulama yapmadan çıkarımda bulunmalarını kolaylaştırabilir.

Grafik temelli kombinasyonlara ise yalan haberlerde çok az yer verilmektedir. İncelenen içeriklerin sadece 2'sinde grafik + fotoğraf kullanıldığı görülmektedir. Bu bulgu, yalan haberlerin infografik / istatistik görselleştirmesi gibi daha teknik ve kurumsal bir sunum repertuvarına sınırlı ölçüde başvurulduğunu göstermektedir.

İncelenen içeriklerden 32'sinde de herhangi bir görsel kullanılmadığı saptanmıştır. Bu bulgu, her yalan haberin mutlaka görsel temelli bir ikna stratejisine dayanmadığını, bazı içeriklerin başlık, kısa metin, iddia cümlesi ya da otorite atfı üzerinden haber izlenimi oluşturmaya çalıştığını ortaya koymaktadır. Ancak bu oranın düşük olması nedeniyle genel eğilim, yalan haberlerin daha çok bir görsel unsurla desteklenerek dolaşıma sokulduğu yönündedir.

Tablo 12. Yalan haberlerde görsel unsur kullanımı

Görsel Türü	Frekans (n)	Yüzde (%)
Fotoğraf	153	26.24
Video	396	67.92
Grafik + fotoğraf	2	0.34
Yok	32	5.49

Sonuç

Bu çalışma, Türkiye’de yayınlanan yanlış ya da yanıltıcı olduğu teyit edilmiş içeriklerin, meşru bir haber metni izlenimi sunmak için hangi habercilik kodlarını ve stratejilerini kullandığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu doğrultuda, Türkiye’de çevrimiçi söylenti ve asılsız haberlere yönelen doğrulama platformu teyit.org’un, araştırma dönemi itibarıyla, son 1 yılda, “yanlış/yanıltıcı” olarak doğruladığı 583 içerik değerlendirilmiştir.

Araştırma sonuçları, yalan/yanıltıcı içeriklerin sadece yanlış bilgi içermediğini, gazeteciliğin yerleşik değerlerini, yapısal formlarını ve dolaşım pratiklerini sistematik biçimde taklit ederek “haber gibi görünme” iddiasını inşa ettiğini göstermektedir. Bu

bağlamda çalışma, yalan haberleri içerik doğruluğundan ziyade habercilik estetiği ve meşruiyet üretimi üzerinden ele alarak literatüre bir katkı sunmaktadır.

İncelenen 583 içeriğin konu dağılımına ilişkin bulgulara göre, Türkiye’de yalan haber üretimi ve dolaşımı belirli tematik eksenler etrafında yoğunlaşmaktadır. Güvenlik ve hükümet/siyaset başlıklarının toplamda neredeyse içeriklerin yarısını oluşturması, yalan/yanıltıcı içeriklerin rastgele konu seçimine dayanmadığını, aksine, gazetecilikte tarihsel olarak önemli ve kamusal etki potansiyeli yüksek görülen alanlara odaklandığını göstermektedir. Bu bulgu, gazetecilik literatüründe haber gündeminin ağırlıklı olarak siyaset, güvenlik ve kamu düzeni gibi sert haber (hard news) kategorileri ekseninde tasarlandığını ortaya koyan çalışmalarla örtüşmektedir (Shoemaker ve Cohen, 2012). Yalan haberlerin bu konulara yönelimi, geleneksel haber gündemi taklidinin yanı sıra, toplumsal hassasiyetlerin istismarı olarak da değerlendirilmelidir. Güvenlik ve siyaset gibi alanlar, belirsizlik, tehdit algısı ve duygusal yoğunluk üretmeye elverişli konular olmasına bağlı olarak, yanlış ve yanıltıcı bilgilerin daha hızlı yayılmasına elverişli bir alan olarak öne çıkmaktadır. Bu bakımdan yalan haberlerin, gazeteciliğin “önemli” saydığı normatif çerçeveyi kullandığı, ancak bu çerçeveyi doğruluk ve kamusal sorumluluk ilkelerinden kopararak yeniden işlevselleştirdiği söylenebilir.

Çalışmanın bulguları, haber değeri unsurları bakımından da geleneksel gazetecilikle büyük ölçüde örtüşmektedir. Özellikle medya içeriklerinde öne çıkan olumsuzluk, güncellik, etki ve sürpriz gibi haber değerlerinin yoğun biçimde kullanılması, bu içeriklerin rastlantısal olarak değil, haberciliğin dikkat çekme ve önem atfetme mantığına uygun biçimde kurgulandığını göstermektedir. Bu durum, Galtung ve Ruge’un (1965) klasik haber değeri yaklaşımıyla uyumlu olduğu kadar, haberlerin seçimi ve yapılandırılmasında belirli olay türlerinin sistematik biçimde öne çıkarıldığını savunan daha sonraki haber değeri çalışmalarının bulgularıyla da örtüşmektedir (Harcup ve O’Neill, 2017). Yalan haberler, “haber olmaya değer” olduğu bilgisine dayanarak, olağan dışılık, çatışma, tehdit ve aciliyet gibi unsurları öne çıkarmakta, böylece haber üretiminde kullanılan editoryal önceliklendirme mantığını yeniden üretmektedir. Bu bağlamda, yalan haberlerin haber değerlerini kullanma biçimi, gazeteciliğin seçme ve çerçeveleme mekanizmalarının bilinçli ya da sezgisel olarak taklit edildiğine işaret etmektedir.

Baskın kaynaklara ilişkin bulgular ise yalan haberlerin önemli bir kısmının bir kaynağa dayandırılmadığını, bunun yerine sıradan sosyal medya kullanıcılarının kaynak olarak konumlandırıldığını göstermektedir. Yalan haberlerde kaynak, doğruluğu garanti eden bir unsur olmaktan ziyade, çoğu zaman tamamen silinen ya da belirsizleştirilen bir unsur olarak öne çıkmaktadır. İncelenen içeriklerin bir kısmında baskın kaynak olarak başka medya kuruluşları ya da siyasetçiler gibi aktörlerin öne çıkması, yalan haberlerin zaman zaman kurumsal otoriteyi ödünç alarak kendini meşrulaştırma stratejisine başvurduğunu göstermektedir. Bu bulgu, Carlson’ın (2017) kurumsal güvenceler ve yönetsel dayanaklar üzerinden bilgi iddiasının kamusal alanda kabul görmesini sağlayan bir meşrulaştırma pratiği olduğu görüşüyle de örtüşmektedir.

İncelenen yalan haberlerin dolaşım kanallarına ilişkin bulgulara bakıldığında da bu içeriklerin ağırlıklı olarak sosyal medya platformları üzerinden yayıldığı görülmektedir. Bu durum, yalan haberlerin sosyal medyaya özgü olduğu düşünülmemelidir. Haber sitesi, gazete ya da televizyon haberi görünümü taşıyan içeriklerin de sosyal medyada yeniden yayınlandığı dikkate alındığında, yalan haberlerin melez bir medya ekosistemi içinde dolaşıma girdiği söylenebilir.

Çalışmanın bulguları, yalan haberlerin yapısal özellikleri açısından da dikkat çekici bulunmuştur. Haber kurgu formatı, 5N-1K uygulaması ve nesnellik gibi göstergeler bakımından değerlendirilen içeriklerin önemli bir kısmının eksik bilgiyle yapılandırıldığı, ancak bu eksikliğin, habercilik estetiğiyle maskelendiğini belirlenmiştir. Özellikle anlatı temelli kurgu ve seçici bilgi sunumunun benimsendiği, sorgulanması güç bir yapıda düzenlendiği saptanmıştır. Çalışmanın bulguları, yalan haberlerin yapısal özellikleri bakımından yalnızca içerik düzeyinde değil, içeriğin kurgulanma biçimi açısından da sistematik bir stratejiye işaret etmektedir. Haber kurgu formatı, 5N-1K uygulaması ve nesnellik göstergeleri birlikte değerlendirildiğinde, yalan haberlerin önemli bir bölümünün eksik bilgiyle yapılandırıldığı, buna karşın bu eksikliğin haberciliğe özgü biçimsel kodlar aracılığıyla görünmez kılındığı anlaşılmaktadır. Bu bulgu, yalan haberlerin yapısal özellikleri bakımından Tandoc Jr. ve arkadaşları (2021) tarafından yalan haberlerle ilgili yapılan çalışmanın bulgularıyla kısmen örtüşmektedir. Tandoc Jr. ve arkadaşlarının çalışmasında, incelenen yalan haberlerde ters piramit formatının sıklıkla benimsendiği, çoğunlukla biçimsel anlamda nesnellik ilkesinin ihlal edildiğini ortaya koyarken, bu araştırmada da değerlendirilen yalan/yanıltıcı içeriklerin önemli bir kısmının anlatı temelli kurgu tekniğine göre düzenlendiği, nesnellik ilkesinin ise benzer şekilde ihlal edildiği saptanmıştır. İçeriklerde yorumların sıklıkla yer alması, bu metinlerin tarafsız bilgi aktarımından çok, yönlendirici ve yorumlayıcı bir söylem üzerinden meşruiyet kurduğunu göstermektedir. Özellikle sosyal medya merkezli dolaşımın baskın olduğu bir medya ekosisteminde, anlatı temelli ve öznel kurguların, ters piramit ve biçimsel nesnellikten daha işlevsel hale geldiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla bu çalışma, yalan haberlerin haberciliği yalnızca taklit etmekle kalmadığını, platform dinamiklerine uyum sağlayarak haber kurgusunu yeniden şekillendirdiğini ortaya koymaktadır.

Araştırma bulgularından, yalan haberlerin, haber değerlerini, kaynak kullanımını, dolaşım pratiklerini ödünç alarak, gazeteciliğin toplumsal güvene dayalı meşruiyetini istismar etmektedir. Bu bulgular, yalan haberlerle mücadelenin yalnızca içerik doğrulama faaliyetleriyle sınırlı kalmaması gerektiğini göstermektedir. Habercilik okuryazarlığının, özellikle haber değeri, kaynak sorgulama ve medya biçimleri üzerine yoğunlaşacak şekilde yeniden düşünülmesi gerekmektedir.

Extended Abstract

The spread of false and misleading news has become one of the most significant problems for the new media ecosystem. On new media platforms, misleading and false

content is becoming increasingly widespread not only as misinformation but also through formats, values, and visuals traditionally associated with journalism. Therefore, there is a need for studies that go beyond verifying facts and focus on structural and communicative strategies through which false news gains ‘news-like’ legitimacy.

In this context, this study examines fake news in Turkey, focusing on journalistic characteristics. The aim of the research is to determine how false and misleading news mimics journalistic codes through news values, thematic preferences, structural characteristics, and circulation patterns. Accordingly, the study investigates which news values are emphasised in fake news, which topics dominate their thematic distribution, how news formats and narrative structures are used, whether fundamental journalistic principles such as objectivity and the 5Ws and 1H are upheld, and through which media environments and visual formats fake news is disseminated.

The empirical basis of the study is consists of all content published between 1 September 2024 and 1 October 2025 on *teyit.org*, an independent fact-checking organisation in Turkey. Of the total 731 news items identified during this period, 583 news items labelled as false or misleading were included in the sample. The content was evaluated using qualitative content analysis methods supported by quantitative frequency distributions. A detailed coding scheme was developed to identify multidimensional journalism characteristics, including topic categories, news values, dominant sources, news format, application of the 5W-1H principle, objectivity, visual use, and distribution channels.

The findings show that fake news in Turkey closely mirrors traditional journalism, particularly in terms of news values and topic selection. Security-related content emerges as the most dominant theme, followed by government and politics. This thematic concentration is consistent with studies that define politics and security as the central areas of ‘hard news’.

In terms of news values, negativity, timeliness, impact and surprise are the prominent elements in the data set. The frequent co-occurrence of multiple news values in a single piece of news reveals that fake news is not randomly generated, but follows a deliberate prioritisation logic consistent with news selection criteria in journalism.

However, structurally, significant deviations from traditional journalism have been identified. While previous studies emphasised the prevalence of the inverted pyramid format in fake news, this research demonstrates a strong trend towards narrative-based structures. Many fake news stories rely on storytelling techniques and selective quotations rather than hierarchical information structures. Furthermore, the 5W-1H principle is often poorly applied, and important contextual elements are omitted. Neutrality also emerges as a significant point of difference.

A significant portion of the sample contains evaluative language, indicating a systematic deviation from neutral journalism norms. These findings show that fake news not only imitates journalism but selectively adopts its formal elements while setting aside epistemic safeguards such as verification, balance, and neutrality.

In terms of circulation and presentation, social media platforms have been identified as the primary channels for the spread of fake news. However, many news items adopt the visual and textual appearance of news websites, newspapers or television news, demonstrating the hybrid nature of contemporary fake news circulation.

According to the findings of the research, it has been concluded that fake news should be understood not as the opposite of journalism, but as a practice that strategically mimics journalistic values, structures, and presentation styles while undermining their epistemic foundations. This study, which reveals how fake news operates through the symbolic and structural resources of journalism, highlights the need for media literacy initiatives that address not only factual accuracy but also the formal and structural dimensions of news content.

Kaynakça | References

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election on JSTOR. *The Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-235.
- Baissa, B., Fuoli, M., & Grieve, J. (2025). The news values of fake news. *Discourse & Communication*, 19(3), 418-440. <https://doi.org/10.1177/17504813241280489>
- Bakir, V., & McStay, A. (2018). Fake News and The Economy of Emotions: Problems, causes, solutions. *Digital Journalism*, 6(2), 154-175. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Free Press.
- Caple, H., & Bednarek, M. (2016). Rethinking news values: What a discursive approach can tell us about the construction of news discourse and news photography. *Journalism*, 17(4), 435-455. <https://doi.org/10.1177/1464884914568078>
- Carlson, M. (2020). Journalistic epistemology and digital news circulation: Infrastructure, circulation practices, and epistemic contests. *New Media & Society*, 22(2), 230-246. <https://doi.org/10.1177/1461444819856921>
- Çetinkuş, H., & Keleş, N. (Ed.). (2017). *Muhabir. Anadolu Ajansı Yayınları*.
- Dursun, Ç. (2005). Haber ve habercilik/Gazetecilik üzerine düşünmek. İçinde S. Alankuş (Ed.), *Gazetecilik ve habercilik* (ss. 69-90). IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Eldridge, S. A., & Bødker, H. (2019). Confronting Uncertainty: The Contours of an Inferential Community. *Journalism & Communication Monographs*, 21(4), 280-349. <https://doi.org/10.1177/1522637919878729>
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64-90. <https://doi.org/10.1177/002234336500200104>
- Geray, H. (2006). *Toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş: İletişim alanından örneklerle* (2. bs). Siyasal.
- Geyik, K. (2024). Yeni Medyada Haber Değeri Unsuru Olarak Olumsuzluk Faktörünün Dönüşümü. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 13, 221-246. <https://doi.org/10.56676/kiad.1441149>
- Geyik, K. (2025). Din Haberciliğinde Dezenformasyon ve Doğrulama: Teyit.org ve AA Teyit Hattı'nın Karşılaştırmalı Analizi. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 263-293. <https://doi.org/10.47951/mediad.1628133>
- Gu, L., Kropotov, V., & Yarochkin, F. (2017). The Fake News Machine: How Propagandists Abuse The Internet And Manipulate The Public. *Trend Micro*. <https://library.cyentia.com/report/2245>
- Gül, K. (2024). Yeni medyada yalan haber olgusu ve doğrulama platformu olarak Teyit.org üzerine bir inceleme. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(3), 419-

458. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iausos/issue/86239/1433509>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is News?: News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15(4), 635. <https://doi.org/10.1086/266350>
- Humprecht, E. (2019). Where 'fake news' flourishes: A comparison across four Western democracies. *Information, Communication & Society*, 22(13), 1973-1988. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1474241>
- Kalsnes, B. (2018). Fake News. İçinde B. Kalsnes, *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.809>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect* (1st rev. ed., Completely updated and rev). Three Rivers Press.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. SAGE.
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Leiter, K., Harriss, J., & Johnson, S. P. (2000). *The complete reporter: Fundamentals of news gathering, writing, and editing* (7th ed). Allyn and Bacon.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Transaction Publishers.
- McNair, B. (2018). *Fake news: Falsehood, fabrication and fantasy in journalism*. Routledge.
- Meyer, P. (1988). Defining and Measuring Credibility of Newspapers: Developing an Index. *Journalism Quarterly*, 65(3), 567-574. <https://doi.org/10.1177/107769908806500301>
- Nenno, S., & Puschmann, C. (2025). All The (Fake) News That's Fit to Share? News Values in Perceived Misinformation across Twenty-Four Countries. *The International Journal of Press/Politics*, 19401612241311893. <https://doi.org/10.1177/19401612241311893>
- Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C. T., Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2025). Reuters Institute digital news report 2025. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/RISJ-8QQF-JT36>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The Psychology of Fake News. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388-402. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>
- Poindexter, P. M., & McCombs, M. E. (2000). *Research in mass communication: A practical guide* (1. bs). Bedford.
- RISJ. (2017). How can we combat fake news? – The role of platforms, media literacy, and journalism | Reuters Institute for the Study of Journalism. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/how-can-we-combat-fake-news-role-platforms-media-literacy-and-journalism>
- Schudson, M. (1989). The sociology of news production. *Media, Culture & Society*, 11(3), 263-

282. <https://doi.org/10.1177/016344389011003002>
- Schudson, M. (2003). The sociology of news. Norton.
- Self, C. (1996). Credibility. İçinde D. W. Stacks & M. B. Salwen (Ed.), An integrated approach to communication theory and research (ss. 421-441). Lawrence Erlbaum Associate.
- Sencer, M. (1989). Toplum bilimlerinde yöntem (3. bs). Beta Basım.
- Shoemaker, P. J., & Cohen, A. A. (2012). News Around the World (0 bs). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203959091>
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). Mediating the message: Theories of influences on mass media content (2. ed). Longman.
- Tandoc, E. C. (2018). Five ways BuzzFeed is preserving (or transforming) the journalistic field. Journalism, 19(2), 200-216. <https://doi.org/10.1177/1464884917691785>
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "Fake News": A typology of scholarly definitions. Digital Journalism, 6(2), 137-153.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tandoc Jr., E. C., Thomas, R. J., & Bishop, L. (2021). What Is (Fake) News? Analyzing News Values (and More) in Fake Stories. Media and Communication, 9(1), 110-119.
<https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3331>
- Tokgöz, O. (2015). Temel gazetecilik (11. baskı). İmge Yayınevi.
- Tonga, H. (2023). Post-truth çağda yalan haberler: 2021 yılı orman yangınları haberleri üzerine inceleme. Yeni Yüzyıl'da İletişim Çalışmaları, 2(6), 200-217.
<https://dergipark.org.tr/pub/iyyuicd/issue/75912/1253837>
- Toruk, İ. (2008). Gutenberg'ten dijital çağa gazetecilik: Türkiye'de haber siteleri (1. baskı). Literatürk.
- Tsfati, Y., Boomgaarden, H. G., Strömbäck, J., Vliegenthart, R., Damstra, A., & Lindgren, E. (2020). Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: Literature review and synthesis. Annals of the International Communication Association, 44(2), 157-173. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1759443>
- Tuchman, G. (1978). Making news: A study in the construction of reality. Free Press.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. Science, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Avrupa Konseyi.
<https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>