

Araştırma Makalesi

# Batı Dijital Medyasının Türkiye'ye Yönelik Algı Manipülasyonu: Koronavirüs Haberleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma

 Mehmet Ulaş (Arş. Gör.)  
İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi  
mehmet.ulas@inonu.edu.tr

 Abuzer Yeşil (Öğr. Gör.)  
Malatya Turgut Özal Üniversitesi Kale Turizm ve Otel İşletmeciliği Meslek Yüksekokulu  
abuzer.yesil@ozal.edu.tr



Başvuru Tarihi: 06.04.2020

Yayına Kabul Tarihi: 30.05.2020

Yayınlanma Tarihi: 24.07.2020

<https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.715586>

## Öz

İçinde bulunduğumuz dijital çağ dijital medya aracılığıyla aktarılan mesajların doğru bir okuma süzgecinden geçirilmesini önemli hale getirmiştir. Medyada kamuoyuna sunulan içeriklerin salt gerçekliği aktarmaması ve yeniden arzu edilen şekilde içeriklerin inşa edilmesi algı ve algı yönetimi kavramlarını gündeme getirmektedir. Medya gücünü elinde bulunduran mecralar kamuoyunun zihinsel dünyasında arzu edilen yönde fikirlerin yer almasını sağlamak amacıyla bazı stratejilerden yararlanmaktadırlar. Bu stratejilerin başında manipülasyon ve dezenformasyon teknikleri gelmektedir. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemleri bağlamında amaçlı örneklem çeşitlerinden ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Ölçüt örnekleme için belirlenen üç kıstas bulunmaktadır: birincisi Corona virüs haberinde kullanılan görselin Türkiye'ye ait olması, ikincisi bu görselin kullanıldığı haberin içeriğinde Türkiye'nin yer almaması, üçüncüsü ise haberin dijital ortamda servis edilmiş olması şeklindedir. Belirlenen bu ölçütler bağlamında örneklem olarak BBC News, New York Times, CNN International, RT, The Associated Press, The Independent ve The Guardian medya organlarının Corona virüs ile ilgili dijital ortamlardaki haber içerikleri incelenmiş ve Türkiye'nin imajını olumsuz şekilde etkileyebilecek olan bu içerikler eleştirel söylem analizi bağlamında ele alınmıştır. Böylece bu çalışmada dijital medya ortamlarında manipülasyon ve dezenformasyon teknikleri ile birlikte yapılan algı yönetimi çabasının ortaya konulması amaçlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Medya, Algı, Algı Yönetimi, Manipülasyon, Dezenformasyon, Covid-19.



Research Article

# The Manipulation of Perception Against Turkey by Western Digital Media: An Empirical Research on Coronavirus News

 Mehmet Ulaş (Res. Asst.)  
İnönü University Faculty of Communication  
mehmet.ulas@inonu.edu.tr

 Abuzer Yeşil (Lect.)  
Malatya Turgut Özal University Kale Tourism and Hotel Management Vocational School  
abuzer.yesil@ozal.edu.tr



Date Received: 06.04.2020  
Date Accepted: 30.05.2020  
Date Published: 24.07.2020  
<https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.715586>

## Abstract

Reading correctly the transferred messages has become important through digital media in the digital age. The fact that the content presented to the public in the media hasn't conveyed the absolute reality and that the content have been reconstructed in the desired way have revived the concepts of perception and perception management. The mediums that have the power of the media have used some strategies in order to ensure ideas desired in the mental world of the public. Manipulation and disinformation techniques have been at the top of these strategies. In this study, criterion sampling, which is a purposeful sample in the context of qualitative research methods was used. There are three criteria for criterion sampling: firstly the image used in Corona virus news belongs to Turkey, secondly Turkey is not included in the content of the news using this image, thirdly news is served digitally. News contents in digital media related to Corona virus of BBC News, New York Times, CNN International, RT, The Associated Press, The Independent and The Guardian Media organs as samples were examined in the context of these criteria determined and these content that might affect Turkey's image in a negative way was discussed in the context of critical discourse analysis. Thus, it was aimed to reveal the perception management effort made with manipulation and disinformation techniques in digital media in this study.

**Keywords:** Digital Media, Perception, Perception Management, Manipulation, Disinformation, Covid-19.

## 1. Giriş

İki temel medya yaklaşımından biri olan ABD merkezli liberal yaklaşım medyanın 'etki'si konusuna yoğunlaşırken bunu ampirik çalışmalar neticesinde somut verilerle ortaya koymaya çalışmaktadır. Bu çalışmalar medyanın "güçlü veya sınırlı" etkileri olduğu sonuçlarına ulaşmıştır. Medyayı yasama, yürütme ve yargıdan sonraki 4. kuvvet olarak gören liberal yaklaşım, medyanın çok sesliliği sağladığı, insanlara farklı seçenekler sunarak bir düşünce pazarı oluşturduğu, siyasal iktidarı denetlediği, gözetimci rolü üstlendiği, dolayısıyla demokratik bir karakteri olduğu düşüncesini yansıtmaktadır. Avrupa merkezli eleştirel yaklaşımın medya ele alışı iletişim, toplum ve iktidar ilişkileri bağlamında gerçekleşmektedir. Medyanın "ideolojik" fonksiyonları ön plana çıkarılmaktadır. Kitle iletişim araçları ideolojik aygıtlardır. Hall; kitle iletişim araçlarının anlam ve anlam şekillerini yaratarak toplumda ideolojik bir fonksiyon icra ettiğini, dolayısıyla da kitle iletişim araştırmalarında önce medyanın ideolojisinin anlaşılması gerektiğini söylemektedir (Hall, 2014, s. 77-97). Eleştirel yaklaşımda kitle iletişim süreçleri toplumsal ve ekonomik yapı, dil ve kişilerin ruhsal durumlarıyla ilişkili olarak irdelenmiştir. Bu iletişim anlayışı dilbilim, felsefe, ruhbilim gibi farklı disiplinlere ait kuramların bulunduğu kavşak noktalarında şekillenmiştir (Altun, 2007). Bir eleştirel yaklaşım olarak değerlendirilen ekonomi-politik düşünce de sermaye ve üretimi kontrol edenlerin kitle iletişim araçlarını da kontrol ederek kendi lehlerine etki üretecek şekilde kullandıklarını ortaya koymaktadır.

Haber medya içeriğinde en temel işlevlerin başında gelmektedir. Medya bu işlevi haber olarak seçilecek toplumsal olgular, ele alma şekli, kullanılan dil ve aktarımda başvurulan tekniklerin etkin şekilde kullanılmasına kadar bir takım merhalelerden müteşekkil bir süreçte yerine getirmektedir (Kocabaşoğlu, 1977, s. 335-349). Liberal yaklaşıma göre medya profesyonelleri toplumsal gerçeklikleri anlama ve nesnel olarak aktarmayı başaran özerk ve mantıklı bireyler olup bu haberleri objektif olarak sunma kapasitesine de sahiptirler. Medyanın gerçekliğin aynası olduğu fikrinin bu noktada oluştuğu ifade edilebilir. Haberin nesnel sunumu için taraflara eşit mesafede olunması, bunun için de haberlerin dengeli verilmesi gerekmektedir. Denge için haberde kişisel düşünce, inanç ve duygu içeren yorumlarda bulunulmaması önemlidir. Denge için diğer bir durum ise haberin taraflarına eşit yer ve süre tanınması hepsinin düşüncelerinin aktarılmasıdır.

Eleştirel yaklaşım yönüne bakıldığında ise alt yaklaşımlarından biri olan araçsalcı yaklaşım, haberin yanlı olarak egemen sınıfların çıkarları doğrultusunda kurulduğunu ve dolayısıyla nesnel haberin söz konusu olamayacağını kabul etmektedir (Murdock, 1980, s. 39-57). Bu yaklaşıma göre haberci, medya patronunun kişisel çıkarları ve ait olduğu sermayedarlar sınıfının çıkarlarını devam ettirecek ölçüde mevcut gerçekliği çarpıtmaktadır (Dursun, 2003, s. 63-83). Bu durum medyanın manipülasyon ve algı oluşturma yönüne dikkat çekmektedir. Eleştirel yaklaşıma göre haber yapılanmış bir sürecin mamulüdür ve bu üretim süreci da haberin nesnel ve objektif olabileceği yanılması üzerine bina edilmiştir. Haber üretim sürecinde haber değeriyle ilişkili şekilde üretilen haber, aktarılan olay dışında ve ona karşın kurulabilir. Bu yönden bakıldığında haber, gerçeği temsil eden bir metin şeklinde kurulmaktadır. Bundan dolayı, "habercilik te inşa edici/kurucu bir pratiktir, bir iştir" (Dursun, 2003, s. 63-83).

Medyanın dijitalleştiği çağımızda manipülasyon ve algı yönetimi konuları bu bağlamlarda yoğun bir şekilde tartışılmaya devam etmektedir. Bu tartışma etrafında birçok çalışma yapılmıştır. Rek-Wozniak ve Wozniak (2020) yapmış oldukları çalışmada BBC'nin Ukrayna ve Polonya'da düzenlenecek olan Euro 2012 organizasyonuna 11 gün kala

yayınlanmış oldukları ‘nefret stadyumları’ belgeseli ile algı yönetimi çabasında olduklarını ve ahlaki bir panik algısı oluşturmak istediklerini ortaya koymaktadır. Liang ve Wang (2020) ise yapmış oldukları çalışmada haber ajanslarının ve medya profesyonellerinin dijital medya ortamında manipülatif etki oluşturmadaki rolünü ele almışlardır. Morgan (2018) ise yapmış olduğu çalışmasında ile dijital medyanın gelişen teknoloji sonrasında siyasette manipülatif amaç ile kullanıldığından bahsetmektedir. Kellner (2004) yapmış olduğu çalışmada 11 Eylül saldırılarından sonra Bush’un medyayı etkin bir şekilde kullanarak tüm dünya üzerinde olumlu bir imaj inşası içerisinde olduğunu belirterek medyanın siyasette aktif kullanımı ve algı inşası gücünü ortaya koymuştur. Aydınalp (2019) yapmış olduğu çalışmada terör örgütü PKK’nın, TSK tarafından Ağustos 2015 ile Haziran 2016 tarihleri arasında gerçekleştirdiği ‘Hendek Operasyonları’ sırasında sosyal medya üzerinden yürütülen devlete yönelik kara propaganda ve terör örgütüne yönelik propaganda amaçlı manipülatif Twitter paylaşımları incelenmiştir. Toktay (2019) yapmış olduğu çalışmada ürk Silahlı Kuvvetleri ve Özgür Suriye Ordusu’nun müşterek düzenlediği Zeytin Dalı Harekatı’na yönelik terör örgütü PKK/YPG ve sempatanlarının sosyal medyadaki dezenformasyon, manipülasyon ve propaganda uygulamaları, nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi ve daha çağdaş bir araştırma yöntemi olan netnografi kullanılarak ortaya çıkarılmakta ve örgütün sosyal medya algı yönetimi stratejisi ve teknikleri örnekler eşliğinde açıklamaktadır.

Dijital medyada içeriklerin çok hızlı bir şekilde güncellenebilmesi, haber akışının çok hızlı hale gelmesi manipülasyon ve algı yönetimlerini daha kolay yapılır hale getirmektedir. Zira izleyici ve okuyucular tarafından birçok haberin içeriğine ilişkin sorgulama yapma zamanı dahi kalmayabilmektedir. Bu çalışmada son dönemlerin en önemli tartışma konularının başında gelen Coronavirüs (Covid-19) hakkında dijital Batı medyasında yapılan haberlerin içeriklerinde Türkiye’ye dönük manipülatif ve algı inşa edici yaklaşımların ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Özellikle Türkiye ile ilgili içeriği olmayan haberlerde Türkiye görsellerinin kullanılmasının arka planı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda ölçüt örnekleme ile belirlenmiş olan BBC News, New York Times, CNN International, RT, The Associated Press, The Independent ve The Guardian gibi medya organlarında yer alan bulgular değerlendirilmiştir.

## **2. Dijital Medya Üzerinden Dezenformasyon ve Manipülasyon İnşası**

Dijital medya kavramı geleneksel medya yapısının dijitalle evrilmiş şeklini izah etmek için kullanılmaktadır. Dijital medyanın sosyal medyayı da içeren geniş bir kavramsallaştırma olduğu gerçekliği karşımıza çıkmaktadır. Dijital medya diğer ismi ile yeni medya yalnızca paylaşım merkezli uygulamaları değil aynı zamanda bütün dijitalleşme gösteren medya araçlarının da ifade edildiği biçimdir (Demirel, 2018, s. 825).

Dijital medya sunmuş olduğu enformasyon ile kitleler halinde yaşayan toplumsal yapıyı etkilemekte aynı zamanda bu etkiyi oluştururken medyanın gücünü elinde bulunduran güç odaklarının düşünce yapısını temsil etmesi bağlamında da başka bir baskıya maruz kalmaktadır. Dijital medya isteyerek veyahut istemeden kurgulanan sanal gerçekliklerin paylaşımına imkân sunmaktadır. İsteyerek veya istem dışı bir şekilde paylaşılan iletiler, gerçek dışı bilgiler, sosyal medya uygulamaları üzerinden erişim sağlayan kullanıcıların zihinsel dünyasında manipülatif etkiler inşa edebilmektedir.

Tarihi gelecek, siyasal yapı ve finansal durum bağlamında güç merkezi haline gelmek için uğraş gösteren mecralar açısından kitle iletişim araçlarının kontrolü ve yönlendirici gücünü elinde bulundurabilir olmak kritik bir avantajdır. Kitle iletişim araçlarının

üzerinde inşa edilen denetimi elinde bulundurmanın sağladığı yadsınamaz imkânlar ve yararlar vardır. Kitle iletişim araçları gündem belirleme etkisinden ötürü toplumsal yapının hangi mesele hakkında konuşacağını, dikkatini hangi sorunlara veyahut çözümlere yönlendireceğini belirlerken aynı zamanda bu mecraları elinden bulunduran güç sahiplerinin faaliyetlerini meşru ve değerli gösterirken karşı tarafı olumsuz sunup o yöne olabilecek eğilimleri engellemek istemektedir.

Dijital medyada karşımıza en çok çıkan kavramların başında manipülasyon (bir grubun yada şahsın kendi istekleri doğrultusunda gerekirse zarar vererek talep ettiği şeyleri karşı tarafa kabul ettirebilme sanatı) (Pratt, 2017, s. 2-8) ve dezenformasyon (Webster sözlüğünde “dezenformasyon kelimesinin dezenformatzia’dan tercüme edildiği, kamuoyunda etki oluşturmak veyahut gerçeklikleri saklamak için, kasıtlı bir şekilde doğru olmayan bilgilerin gizlice yayılması) kavramlarının geldiği yadsınamaz bir gerçekliktir. (Çınarlı, 2004, s. 169-170).

Chomsky’e göre; kitle iletişim araçları bir manipülasyon, denetim inşası aracı ve beyin yıkamaya yönelik olarak kullanılan güçlü ve ayrıcalıklara sahip kimselerin kendi menfaatlerine hizmet etmekte olan araçlardır. Medyanın bu sanal gerçeklik pratikleri bağlamında Batı dünyasında ifade edilen ve üzerinde sıklıkla durulan basın özgürlüğü meselesi özelinde duyulan kaygıların inandırıcılığı bulunmamaktadır. Oysa ki demokratik bir iletişim politikasının kamuoyunun faydasını gözeten bunun yanı sıra kaygılarını ifade etme şansı tanıyan yapıda olması gerekmektedir. Bunun dışında tasarlanan ve kamuoyuna sunulan politika medyanın gücünü elinde bulunduran mecraların kendi kişisel çıkarları ve menfaatleri doğrultusunda ortaya koymuş oldukları bir politikadan başka bir şey olmayacaktır (Chomsky, 2002, s. 205).

Amerika’da “zihin menajerleri” şeklinde tanımlanan bireyler bir mesele hakkında istenilen imajların oluşturulmasında ve bu oluşturulan imajın hedef kitleye aktarılmasında kritik bir rol üstlenirken aynı zamanda bu amaç doğrultusunda sosyal gerçeklik pratiği ile bağdaşmayan mesajlar oluşturabilmekte, bu mesajlar ile kasıtlı bir şekilde yaratılan manipülasyon sayesinde sunulan içeriklerin gerçeklikten ayrı olarak istenilen biçimde algılanmasına sebep olmaktadır. Paulo Freire, bireyin zihin dünyasının manipülasyonunu bir tür fetih vasıtasına benzetmektedir. Toplumun iktidarını elinde tutan seçkin şeklinde izah edilen kişiler kendi çıkar ve menfaatleri bağlamında kitleleri yönlendirebilme gücünü elinde bulundurmaktadır. Kamuoyunun bilinci şekillendirirken iki temel teknikten faydalanılmaktadır. Bunlardan ilkinin iletişim formu oluşturmaktadır. Mitler, bireylere hükmedebilmek adına kullanılmakta ve kamuoyunun bilinç dünyasına profesyonelce yerleştirildiği takdirde bireyler düşünce dünyalarının manipüle edildiğinin farkına dahi varamamaktadır. Bölünmüşlük şeklinde izah edilen bu teknik, enformasyon iletiminde ve haber akışı meselesinde sıklıkla kullanımına başvurulmuş bir tarzdır. Hedef kitleye sunulan enformasyonda görülen bölünmüşlük, tüketim ekonomisinin bizlere öğrettiği görülen her boşluğu reklam ile doldurma ihtiyacının bir yansımasıdır. Her türlü haberde, enformasyon iletimi sırasında aralara reklamların sokulması, hedef kitlenin bütünü anlamlandırabilme pratiğini zorlaştırmakta ve istenilen şekilde manipülasyon inşa edilemesine olanak sunmaktadır. İkinci tekniği ise enformasyonun güncelliği oluşturmaktadır. Güncellik meselesi bölünmüşlük durumuna hız kazandırtmanın yanı sıra, enformasyon iletim sisteminin manipülasyon etkisini arttırmaktadır. Medyanın gücünü elinde bulunduran seçkinler birden fazla teknik ve yöntem ile hedef kitlenin zihinsel dünyasının manipülasyonunu inşa edebilmektedir. Bu durum medyanın hedef kitle üzerindeki etkisinin izahını oluşturmaktadır (Mora, 2011, s. 168-171).

Dijital medyada ise manipülasyon birçok tekniğin kullanımı ile gerçekleştirilebilir. Sözelimi; sunulacak olan iletilerin içerisinde yer alan görseller üzerinde montajlama sayesinde farklılıklar ortaya konulabilir. İletinin içeriğini oluşturan metinler değişime uğratarak veyahut eksik bir şekilde sunularak gerçekliğin dışından bir bağlam üzerinde inşa edilebilir ve doğru olanın çok ötesinde farklı anlamlar ve hedef kitle tarafından algılanmalar ortaya çıkabilir. Gerçeklikte varlığı söz konusu olmayan veriler kamuoyunu tarafından sözüne inanılacak kişiler kaynak gösterilerek sunulabilir. Sahte hesaplar kurularak gerçeği yansıtmayan enformasyon iletileri kişilere sunulabilir. Bireyler üzerinde korkuya sebep olacak içerikler tehdit ve güvensizlik hissi ile birlikte sosyal medya platformlarında yayılabilir. İletinin içeriğinde kullanılan sesler, görseller ve renk yansımalarıyla bireylerin zihin dünyalarına istenilen özellikleri bünyesinde barındıran mesajlar verilebilir. Farklı farklı ileti içeriklerin ayrı ayrı veyahut birlikte ve aynı zamanda sistematik olarak kullanımı ile çeşitli kahramanlar oluşturulabilir. Bu unsurlar bir araya getirildiği zaman sosyal linç, gerçek dışı hesaplar, sahte bir şekilde kurgulanan etiketler vasıtası dijital medya ortamında manipülasyon ve algı yönetimini noktasında kullanılan tekniklerdir (Eraslan, 2018, s. 129-219).

Dezenformasyon; devletler, istihbarat birimleri ve medyada hedef kitle üzerinde arzu edilmekte olan davranışları oluşturabilmek amacıyla yürütülmekte; bu amaçlara uygun faaliyetleri kitle iletişim araçlarını kullanarak, provokatörler aracılığıyla ve son dönemin toplumsal yapı içerisinde popüler iletişim ortamı olarak adlandırılan yeni medya vasıtası ile gerçekleştirmektedir. Dezenformasyon, enformasyon toplumunda bir problemdir ve bu durum toplumlara zarar verir (Yoloğlu, 2017, s. 8-15).

Dezenformasyon genel anlamda gerçeklik ile ilişkisi bulunmayan bir olay veya olguyu varmış gibi aktarmak hedefi ile üretilmiş olan yalan/yanlış bilgi tabanıdır. Bu üretilen bilgiler bilinçli bir şekilde yanlışlar üzerine üretilmekte ve hedef kitlenin zihinsel dünyasına ve harekete geçecek eylemlerine yönelik beklentilerin istenileni yakalama çabası gütmektedir. Dijital medya ortamları bu dezenformasyon yayımı bakımından gücü elinde bulunduranlara çok önemli fırsatlar sağlamaktadır Dezenformasyon bir organizasyon veyahut da bir birey eliyle üretiliyor olsa da dönem dönem haber kanalları tarafından ve bazen de gazeteler tarafından kasıtlı bir şekilde üretilmiş olan enformasyonu referans alarak gerçeği yansıtmayan haberler kurgulayabilmektedir. Medyanın burada ki asli görevi dezenformasyon üretmek veya üretilenin kaynağı olmamakla birlikte, dezenformasyon amacına yönelik üretilmiş olan bilgilere taşıyıp hedef kitleye yönelik iletiyi ulaştırmaktır (Turan C. , 2015, s. 110). Dijital medyanın alt dallarından olan sosyal medya vasıtası neticesinde küresel bağlamda artışın görüldüğü gerçeği yansıtmayan ve hedef kitleyi yanıltabilecek haberlerin çoğu ülkede kritik etkileri görülmüş ve sosyal, ekonomi ve politik olaylarda tabir yerinde ise tahribat gücü ve olasılığı yüksek olan kitlesel etki oluşturacak bir silaha evrilmiştir. Dijital dünya karakteristik özellikleri bağlamında salt bir şekilde fikirlere etki etmeye odaklanmaz bunun yanı sıra gerçek olmayan, bir kısmı gerçeklik taşıyan iletileri sunarak dedikodu oluşturup kafa karışıklığı ile güvensizliği tırmandırıp nesnel bir realitenin varlığının olduğu fikrine adeta meydan okur (Manor, 2018).

Manipülasyon ve dezenformasyon arasındaki ilişkisellik şu şekilde ifade edilebilir: Dezenformasyon, manipülasyonu yapabilmek adına kullanılan bir yöntemi temsil eder. Kullanılan bu yöntem geleneksel medyadan ve dijitalleşen medyadan güç edinen bir sistemdir. Salt bir şekilde geleneksel medya araçları ile değil gelişen teknolojik yapı ve değişen toplumsal yapı ile birlikte hayatımıza dahil olan dijital medya da olanakları ile

dezenformasyon ve manipülasyona imkan sağlayan ortamlardır. Haberlerin içeriğini oluşturan iletilerin yanı sıra içerikte kullanılan görsel unsurların da serbest bir şekilde ve kontrol mekanizması olmaksızın dolaşımına imkân sağlayan dijital medya ortamları, hedef kitle konumunda yer alan kamuoyunun farklı ve istenilen şekillerde yönlendirmelerine maruz kalmasına sebep olabilmektedir. Dijital dünyanın kritik unsurlarından olan internet *bünyesindeki* teknik donanım özellikleri sayesinde görüntü üzerinden inşa edilen manipülasyonuna olanak tanımakta, bunun yanı sıra haberlere konu teşkil edebilecek bir görsel içeriğin doğruluk yönünün birden fazla kaynak tarafından denetlenmesini gerekli kılar vaziyettedir (Bozkurt, 2012, s. 111).

Küreselleşen dünyada medyanın toplumsal yapı üzerinde bir güç unsuru olduğu gerçeğini fark eden sermaye sahibi kişilerin, yapmış oldukları yatırımları enformasyon alanına doğru gerçekleştirdikleri görülmektedir. Yaşanan bu gelişmeler haberlerin karakteristik özelliklerinde değişim yaşanmasına sebep olmuş ve adeta haber gerçeği yansıtan toplumsal bir ahlak meselesinden belli bir cenaha hizmet eden ticari bir metaya dönüşmüştür. Bu durum haberlerin sunduğu içerik bağlamında bir dezenformasyona uğramasını ve hedef kitleye yönelik bir manipülasyon inşasını hedeflediği gerçeğini karşımıza çıkarmaktadır. Medya toplumun dünya üzerinde yaşanan gelişmelere yönelik olarak doğru, tarafsız ve gerçeği yansıtan bilgi elde etme ihtiyacını karşılamak gibi önemli bir misyonunu arka plana atarak, sunulan haberlerde güç odaklarının faydasını ve çıkarlarını gözeterek manipülatif etkiye sahip içerikler inşa etmeye başlamış ve reyting ve tirajları yükseltmeyi amaç edinen yeni ve gerçekliği tartışılır bir hale gelen habercilik anlayışını kendine misyon edinmiş durumdadır. Bu yaşanan dönüşümlerden ötürü toplumsal yapı içerisinde yer alan bireylerin anlam dünyasının düzenli bir halde oluşmasında söz sahibi pozisyonda bulunan medya kuruluşlarından bireylere aktarılan mesajların, gerçeklik olgusunu ne kadar temsil ettiği son dönemlerde sıklıkla tartışılmaktadır. Çeşitli programlar yardımı ile haber içeriğinde sunulan görsellerde ve videolarda inşa edilen manipülasyonlar ve bilinçli bir şekilde üretimi yapılan içerikler bireylerin fikir dünyasını, değerlerini ve gerçeklik anlayışını değiştirilebilir bir konuma gelmiştir. Özellikle siyasi amaçlar doğrultusunda kritik öneme sahip kamuoyunun arzu edilen şekilde düşünmesini sağlamak bakımından bu imkânlar bir fırsat bütünü sağlamaktadır. Bireylerin yönlendirilmesinde önemli bir etkiye sahip olan haber içerikleri ile düşünce dünyasına yönelik çeşitli algıların inşa edilmesi ve zihinsel bir bulanıklığın ortaya çıkarılması sağlanmaktadır.

### **3. Dijital Medya'da Algı ve Gerçeklik ile Toplum Mühendisliği**

Algı, bireyin çevresinde yaşanan olaylara ve etrafındaki durumlara yönelik farkında olma durumu şeklinde izah edilebilir. Algıların zihinsel dünyada yoruma tabi tutulması, devamında değerlendirilmesi ve anlamlandırılmasına, neticesinde ise bilinçli bir biçimde zihinsel bütünlük ortaya koymasına algılama denilmektedir. Algılamanın oluşabilmesi açısından uyarıcının, bireyi herhangi bir tepkiye yönelten en alt düzeyi temsil eden mutlak algı eşiğinin üzerinde yer alması gerekir (Turan H. , 2015, s. 186). Algı bir dizi işlemin, bir sürecin neticesini temsil etmekte ve herhangi bir meseleye yönelik algının oluşması için bir uyarıcının yanı sıra uyarım, bir duyum ve duyumu alabilecek bir organizmanı varlığı şeklinde izah edilebilecek ana unsurlar gerekmektedir. Bu ana unsurlar arasındaki ilişkisellik ve organizmanın uyarıcıdan edindiği duyumları kayıtlı halde bulunan bilgiler aracılığıyla örüntülemesi neticesinde da algı oluşmaktadır. Bu örüntüleme sürecinin ifadesi ise organizasyon şeklinde isimlendirilir. Algının birden fazla türü mevcuttur.

Simgesel, görsel, duygusal ve seçimleyici algı şeklinde algı türleri bunlardan birkaçını yansıtmaktadır (Karabulut, 2014, s. 316-318).

Algı Yönetimi kavramı ise, ABD Savunma Bakanlığı tarafından literatüre kazandırılmıştır. Bu açıdan algı yönetimi kavramsallaştırması, dış tarafta bulunan izleyicilerin duygu dünyalarına, güdülerine ve son olarak amaçlarına etkide bulunmak hedefiyle seçilmiş olan enformasyonu yayma faaliyetidir. Görüntü itibari ile hedeflenenler ve elde edilen sonuçlar bakımından propaganda ile benzeşik özellikler taşısa da, araçsal ve yöntemsel açıdan farklılıklar bulundurmaktadır. Bu farklılıklardan önemli olanı, tek yönlü ve de dikey bir süreçten öte, çok yönlü ve yatay bir süreç şeklinde olmasıdır (Erol & Ozan, 2014, s. 186-187). Dijital medyanın bir ürünü olan sosyal medyada ise algı yönetimi kavramsallaştırması şu şekilde izah edilmektedir: Sosyal medyanın bünyesinde barındırdığı birden fazla araç ve uygulamaları kullanıp (ses, resim, video, mesaj vd.) bir gruba ya da kişiye yönelik kurgulanan sistematik yönlendirme şeklindedir. Sosyal medya aracılığıyla uygulamaya konulan algı yönetimi tekniklerini çeşitli başlıklar altında toplamıştır. 18 başlık altından toplanan yöntemler şu şekildedir: 1-İçerikte yer alan görsellerin manipüle edilmesi, 2- içerikleri Cımbızlama ve Çarpıtma, 3- içerikte yer alan videolarda montaj ve kurgu, 4- İçeriğe konu olan kişinin Magazinleştirilmesi ve itibarsızlaştırılması, 5-içerikteki enformasyonları uydurma ve neticesindeki enformasyon manipülasyonu, 6-İçerikte yer alan istatistik verileri ile yanıltma, 7-İçerikte yer alan meselenin meşrulaştırılması, 8-Sanal köstebeklik yapma, 9-İçerikte yer alan iletiler ile infial yaratma, 10-Zihinsel dünyada etki üretme, 11-İçerik ile bir kahraman veyahut sosyal mit yaratma, 12-Sosyal ağlar üzerinden kampanya inşa etme, 13-Yapılan yorumlar ve beğeniler üzerinden bir algı yönetimi, 14- Etiketleme yapmak, 15-Dijital ortamda olan Sosyal linç, 16-Gerçeği yansıtmayan Sahte(Fake)hesaplar, 17- çağrışım ve 18- Yasa dışı göstermedir (Eraslan, 2018, s. 119-219).

Gerçeklik kavramsallaştırması gerçek kavramından hareketle kullanılmakta olan, gerçek anlamda varlığı olan şeylerin tümünü izah etmekte kullanılır. Gerçeklik, ayrı bir hedef gözetilerek tasarımdan geçirilen, düşünülen, imgelenen şeylerin tersine gerçekte karşılığı olan ve bu karşılığı algıdan bağımsız bir şekilde var olan olguların tamamıdır (Akarsu, 1984, s. 83). İçinde bulunduğumuz dönemin izahında kullanılan iletişim ve kitle iletişim araçlarının, teknolojik bağlamdaki gelişmelere ve insan hayatını kolaylaştırmaya dönük söylemleri ile içinde bulunduğumuz gerçeklik pratiği arasında çelişkilerin olduğu yadsınamaz bir gerçekliktir (Babacan, Haşlak, & Hira, 2011, s. 71).

Jean Baudrillard simülakrlar simülasyon eserinde günümüzde medyanın her türlü alana uzandığından gerçekliğe yönelik algının köklü bir değişime uğradığını ifade etmiştir. Bunun neticesi olarak yaşamakta olduğumuz fiziki gerçeklik ile medya eliyle oluşturulan sanal gerçeklik ve kendi ifadesi ile hipergerçeklik şeklinde iki tür gerçeklik olgusunun oluştuğunu belirtmektedir. Baudrillard'a göre gerçeklik algısı ile ilgili bir sakatlanma yaşayan toplum bu sakatlığın neticesinde sağlıklı bir şekilde düşünme yetisini kaybeder ve son olarak bir tepkisiz kalma ve sessiz yığınlara dönüşme gerçekleşir (Baudrillard, 2018, s. 111).

Medya, üretilen içeriklerin tarafsız ve objektif yapısını kaybetmesinden ötürü gerçeklik olgusu bağlamında her zaman bir tartışmaya konu olmuştur. Bireyler medya aracılığıyla kendilerine sunulan gerçeklik ile kendi yaşantıları arasındaki gerçeklik arasında bir karşılaştırma yapmaktadırlar. Medyanın bireylere sunmuş olduğu gerçeklikler sadece hayatın gerçekliğinden kesitlerdir. Medyada yaşanan teknolojik gelişmeler bir taraftan

hayatı kolaylaştırmakta lakin diğer taraftan gerçek olan ile yanılısma olan arasındaki farkın idrak edilmesi noktasında zorluk oluşturmaktadır. Medya enformasyon depolayan ve bunu hedef kitleye ileten araçlar konumuna gelmiştir. Algı yönetimi ile birlikte düşünüldüğünde medyanın tanımlanma şekli değişime uğramış ve medya bilginin üretildiği, bu bilgilerin kitlelere aktarımı sağlayan bunu yaparken belirlenen hedefler doğrultusunda gerçekliği çarpıtan ve hedefe uygun bir şekilde ileti hazırlayan araçlar olarak ifade edilebilir. Günümüz medyasının misyonu hedef kitleyi oluşturan toplumsal yapıya yönelik doğru ve tarafsız bir bilgi aktarımı değil çıkar ve menfaatlere göre şekillenen içeriklerin sunulduğu ve bir ekonomik politiğin temsili olan yapıya dönmüştür. Bu bağlamda medya toplumsal yapıyı arzu edilen yönde dönüştüren bir toplum mühendisliği görevi üstlenmiştir. Karabulut, 'toplum mühendisliği' kavramsallaştırmasını şu şekilde ifade etmektedir: Toplumu oluşturan gruplar ve sınıfların belirlenen hedefe yönelik şekilde biçimlendirilmesini amaç edinen düzenlemeler bütünüdür (Karabulut, 2014, s. 97). Kişilerin, grupların veyahut da toplumların bilinçli bir şekilde manipüle edilmesi meselesinde karşımıza çıkan kavramsallaştırma toplum mühendisliğidir. Toplum mühendisliği, hedeflenen planlar neticesinde toplumun mevcut yapısı içinde sahip olduğu inançlar, değerler bütünü, kültürel yapı ve ahlaki anlayışlarında; kişilerin arzularının dışında yer alan değişikliklerin inşa edildiği, sistematik planlar bütünüdür. Bu tip faaliyetlerin karakteristik özellikleri bir değişim ve dönüşüme kapalı olan toplumsal yapılarda ya da toplumun bu yaşanacak olan değişime hazır bulunmadığı dönemlerde gizli bir şekilde, imajlar oluşturarak, manipülatif anlatımlar yoluyla ve aktörler tarafından yürütülmesidir. Nasyonal sosyalistler ise toplum mühendisliği kavramsallaştırmasını toplumun bütününe yanıltmak şeklinde kullanmışlardır (Özdağ, 2015, s. 198).

Algı yöneticileri belirledikleri hedef kitlelerinin istenilen hale gelmeleri sürecinde çeşitli yollar tercih etmektedirler. Yöneticiler ilk olarak hedef kitle hakkında detaylı bilgileri elde etmekte ve onların süreçteki zayıf yönlerini tespit etme gayreti göstermektedirler. Sonra bu veriler ışığında konunun özelinde temalar ve sloganlar ortaya koymaktadırlar. Tam da bu dönemde işin içine dâhil edilen medya ile birlikte bir sanal gerçeklik inşası yapılmakta ve hedef kitlenin sanal ile gerçeklik arasında ki ayrımı yapabilme durumu zorlaştırılmaktadır. İzahı gerçekleştirilen bu meseleyi Amerikalı Siyasetçi Henry Kissinger şu şekilde yorumlamaktadır "Bir durumun gerçeklik teşkil etmesi çok önemli bir detay değildir lakin gerçekmiş gibi algılanması son derece önemli bir detaydır" şeklinde dile getirilmiştir (Öksüz, 2013, s. 12-15). Modernleşme kuramcılarına göre medyanın modernleşme ve kalkınma sürecinde kritik bir rolü vardır, medya modernleşmenin ve kalkınmanın destekleyici gücü konumundadır çünkü medya modernleşmenin araçsal halidir. Medyanın dördüncü süper güç konumunda olması burada medyaya yüklenen anlamın ne kadar önemli olduğunun göstergesi niteliğindedir. Medyanın asli görevi hedef kitleye doğru ve tarafsız bir bilgi akışını gerçekleştirmesidir. Ancak modernleşmenin aracı şeklinde izah edilen medya, toplum mühendisliği tasarımının hayat bulması, istenilen şekilde dizayn edilen mesajların hedef kitleye sunulması bağlamında ve yarattığı algı ile adeta toplumu yönetmenin bir "aracına dönüşmüş durumdadır.

Enformasyon ve iletişim alanında yaşanan gelişmeler, toplumsal yapıya yönelik yönlendirmeleri bir baskı ile değil de gizli olarak yürütülmekte olan stratejik çalışmalar ile gerçekleştirebilmeyi mümkün kıldığı gibi zorunlu da kılmaktadır. Teknolojinin sağladığı bu fırsatlar sayesinde hedef kitleye yönelik olarak istenilen bilgiler elde edilebilmektedir. Bu bilgiler toplum mühendisliğinin inşasını üstlenenler tarafından hedeflerine yönelik kaynak teşkil etmektedir (Atabek, 2003, s. 12).

Günümüzde yaşanan toplumsal ve teknolojik gelişmeler toplumsal yapıyı ekonomik anlamda, siyasal ve kültürel anlamda bütün iletilere açık bir çeşit enformasyon tüketimi toplumuna dönüştürmüştür. Üretilmiş olan yeni teknolojiler ile birlikte bireylerin sıkı bir şekilde denetime tabii tutulduğu, her türlü içeriğin ve iletinin değişime uğratarak belirli hedeflere doğru yöneltildiği, dezenformasyon ve de manipülasyon aracılığıyla küresel ölçekte harekete geçirilen toplum mühendisliğinin etkileyici bir hız ve ivme ile bütün toplumlara uyarlandığı ve uygulandığı görülmektedir.

Medya, arzu ettiği bir gerçekliği inşa edip bunu istenilen şekilde iletme hedefiyle kitleye sunarak manipülasyon yapabilmektedir. Burada asıl amaç kitleleri yönlendirebilmek, etki altına alabilmek, arzu edilen biçimde düşünmeye sevk etmektir. Mumford'un ifadesiyle, "mekanik yeni dünya kurulmuştur (Mumford, 1996, s. 45).

Sonuç olarak algı yönetimi ile birlikte bir toplum tasarısında bulunmak isteyenler, her geçen gün gelişim gösteren ve kendini yenileyerek yoluna devam eden dijital medyaya ve dijitalleşen insana karşı duyarsız kalmamıştır. Dijital medya ve gelişen teknolojik yapının neticesi olan ve kullanım oranları göz önüne alındığında sosyal medya uygulamaları bu duyarsız kalmayı haklı çıkarır neticededir. Geleneksel medya anlayışı ile birlikte inşa edilemeye çalışılan algı ve toplum mühendisliği dijital medya ve dijital medyanın sunmuş olduğu fırsatlar ile çok daha hızlı ve uygulanabilir bir hale gelmiştir. Özellikle sosyal medyada etkili bir kontrol mekanizmasının varlığının olmayışı bu alanların daha da provokasyona açık bir hale gelmesini sağlayan unsurlardandır. Belirli bir amaç doğrultusunda hedef kitlenin detaylı bir analizi oluşturulmak istenen toplum mühendisliğinin temelini oluşturur. Doğru stratejik hamleler ile doğru içeriklerin hazırlanması ve bu içeriklerin doğru medya kanalları ile sunulması da yeni toplumsal yapının görselliğini ortaya koymaktadır.

#### 4. Yöntem

Teun A. van Dijk, Eleştirel Söylem Analizi, alışlagelmiş söylem analizi kavramsallaştırmalarının yanı sıra ideoloji, toplumsal yapı, egemenlik, güç, yeniden üretim, toplumsal düzen, sınıfsal yapı ve cinsiyet kavramlarını içermektedir (Van Dijk, 2015, s. 465-485). Van Dijk'in Eleştirel söylem analiz modeli Makro ve Mikro yapı şeklinde iki bölümde ele alınmıştır. Makro yapıda haberin girişi, habere konu olan ana olay, haberde geçen olayı izah eden kaynaklar ve haber içeriğindeki bağlam bilgisi gibi unsurlar yer almaktadır. Mikro yapıda ise haberden kullanılan cümlelerin etken/edilgen ya da basit/bileşik yapıda olduğunu inceleyen sentaktik çözümleme, haberin içeriğindeki cümlelerdeki neden sonuç ilişkiseliliği ortaya koyan bölgesel uyum, haberler içeriğinde ideolojik olarak muhabir veya editörün yaklaşımını ortaya koyan sözcük seçimleri ve haberin inandırıcılığını ve ikna ediciliğini inceleyen retorik çözümlenmeleri yer almaktadır. (Özer, 2012, s. 137-138).

Çalışmada BBC News, New York Times, CNN International, RT, The Associated Press ve The Independent ve The Guardian kanallarının Corona virüs ile ilgili dijital ortamlardaki paylaşımları amaçlı örneklem tekniği ile taranmış, bu paylaşımlarda Türkiye'nin imajını olumsuz şekilde etkileyebilecek olan haber içerikleri eleştirel söylem analizi bağlamında ele alınmıştır. Böylece bu çalışma ile bu kanalların başka ülkelerle ilgili olan Coronavirüs haber içeriklerinde Türkiye görsellerine yer vermesi ile oluşturulmak istenen olumsuz algı ve olumsuz bilinç inşa etme çabasının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

## 5. Bulgular



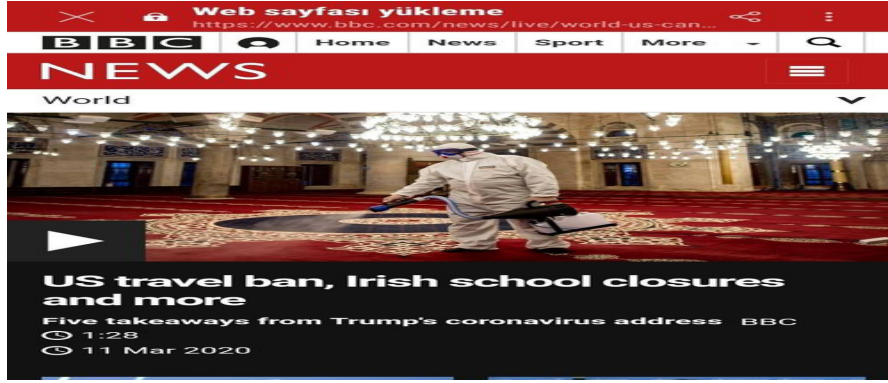
**Şekil 1: BBC News Haberi**

**Kaynak:** <https://www.ahaber.com.tr/gundem/2020/03/18/son-dakika-independentten-kirli-algı-operasyonu-baskan-erdogani-hedef-gosterdiler>

**Tablo 1: BBC NEWS Haberi Çözümlemesi**

<b>Başlık</b>	Trudeau and wife isolate after she tests positive (Trudeau ve eşi, eşinin testini pozitif çıkmasından sonra kendilerini izole ettiler)
<b>Haberin Girişi</b>	Sophie Grégoire Trudeau, wife of Canadian PM Justin Trudeau, has tested positive for coronavirus after returning from a trip to London, a statement from the PM's office says (Başbakanlık ofisi yaptığı açıklamada, Kanada Başbakanı Justin Trudeau'nun karısı Sophie Grégoire Trudeau'nun Londra'ya yaptığı geziden döndükten sonra koronavirüs için yaptırdığı testin çıktığı belirtildi)
<b>Fotoğraf</b>	Türkiye'de oynanan bir futbol karşılaşmasının tribünlerinden bir enstantane
<b>Durum</b>	Kanada Başbakanı'nın eşinin Covid-19 testinin pozitif çıkması üzerine Başbakan Trudeau ile beraber sosyal izolasyona tabi olmaları habere konu olmuştur. Başbakan'ın kendisi enfekte olmamasına rağmen onun da bir süre yalnız kalacağını ifade eden haberde eşinin son durumu ile ilgili de bilgi verilmiştir.
<b>Sentaktik Çözümleme</b>	Haber Kanada Başbakanlık Ofisi'nin diliyle verilmiş ve genelde etken çatılı cümleler kullanılmıştır. Hem basit hem de bileşik cümleler haberde yer almaktadır.
<b>Bölgesel Uyum</b>	Haber içeriğinde önce Kanada Başbakanı'nın eşinin sağlık durumundan bahsedip sonra başbakanın izolasyona yönelmesinden ve ardından da başbakanın teste gerek duymamakla birlikte işlerini yürüteceğinden söz etmektedir. Son olarak Kanada'da resmi olarak tespit edilmiş vaka sayısı verilmektedir.
<b>Sözcük seçimleri</b>	Haber muhabir ya da editör kaynaklı olmadığı için birincil ya da ikincil kaynak söz konusu değildir. Editör haberi düzenlerken nötr bir tavır takınmış, haberin içeriğine etki etmemiştir.
<b>Haber Retoriği</b>	Haber Kanada Başbakanlık Ofisi'ne dayandırılarak güvenilirliği sağlanmaya çalışılmıştır. Yine Kanada'daki resmi vaka sayısı verilerek bu durum pekiştirilmiştir. Ancak haberde kullanılan görsel Türkiye'den olup haberin içeriğiyle ilgili bulunmamaktadır. Bu durum bir algı yönetimi çabası görüntüsü vermektedir.

Yukarıda çözümlemesi yapılmış olan haberde Türkiye ile ilgili bir içerik olmamasına rağmen haberin sunumundaki görselde Türkiye ile ilgili bir fotoğrafın kullanılması Covid19 virüsü ile ilgili Türkiye'ye dönük bir algı çalışması izlenimi uyandırmaktadır. Haber içeriği ile görsel birlikte değerlendirildiğinde 'Kanada Başbakanının eşinin Londra seyahati dönüşünde yapılan Covid19 testinin pozitif çıkmasına rağmen haberin görselinde Türkiye ile ilgili bir görselin kullanılmış olması bir İngiliz medya organı olan BBC News'in dikkatleri Londra'dan uzaklaştırıp Türkiye'ye yöneltmeye dönük bir algı yönetimi çalışması şeklinde okunabilir.



Şekil 2: BBC News Haberi

Kaynak: <https://www.takvim.com.tr/guncel/2020/03/16/uluslararası-medya-ve-türkiyedeki-uzantılarından-cirkin-algı-operasyonu-koronavirus-haberlerinde-ülkemizi-hedef-aldılar>

Tablo 2: BBC NEWS Haberi Çözümlemesi

<b>Başlık</b>	US travel ban, Irish school closures and more (ABD seyahat yasağı, İrlanda okul kapanışları ve daha fazlası)
<b>Haberin Girişi</b>	Five takeaways from Trumps coronavirus adress (Trump'tan koronavirüse dönük beş paket)
<b>Fotoğraf</b>	İstanbul'daki Kılıç Ali Paşa Camii
<b>Durum</b>	ABD Başkanı Donald Trump'ın koronavirüs tedbirleri bağlamında açıkladığı beş paket, yine koronavirüs sebebiyle İrlanda'da okulların kapanması ve batıdan yine virüs ile ilgili bazı haberler haberin içeriğinde yer almaktadır.
<b>Sentaktik Çözümleme</b>	Haberde edilgen çatılı cümleler kullanılmasının yanı sıra hem basit hem de bileşik cümleler haberde yer almaktadır.
<b>Bölgesel Uyum</b>	Haber içeriğinde öncelikli olarak ABD Başkanı Trump'ın virüs bağlamında almış oldukları beş paketlik önlemlerin izah edildiği görülmektedir. Aynı zamanda batı dünyasının virüs ile ilgili mücadelesine yer verilen haberde son olarak tedbirlerin artırılmasına ve sıkı tedbirlerin her geçen gün artarak gidebileceği ihtimaline yer verilmiştir.
<b>Sözcük seçimleri</b>	Van Dijk'in eleştirel söylem analizinde birincil kaynak olan muhabir tarafından kaleme alınan bir haber içeriğidir. Lakin muhabirin içeriğe yönelik bir etkisinin olmadığı görülmektedir
<b>Haber Retoriği</b>	Haberin içeriğinde ABD yönetiminin virüse yönelik almış olduğu beş paketlik önlemin detaylarından bahsedilmesi ve Avrupa'nın örnek verilerek sayısal verilerin ortaya konulması güvenilirlik anlamında önemlidir. Lakin haberde hiçbir ilgisi olmamasına rağmen haberin görselinde Türkiye'den Kılıç Ali Paşa camisinde temizlik yapılırken ki bir fotoğrafın sunulması haberde ki önemli kıstaslardan olan doğruluk kıstasını ortadan kaldırmakta ve güvenilirliği düşürmektedir.

Yukarıda çözümlemesi yapılmış olan haberde ABD ve bazı Avrupa ülkelerinin virüse karşı tedbirleri işlenmiş olmasına rağmen İstanbul'daki Kılıç Ali Paşa Camii'nin ilaçlanması görseli servis edilmiştir. Haberin yapıldığı tarihte henüz Türkiye'de Covid19 virüsüne rastlanmamışken sanki Türkiye'de de salgının var olduğu algısı inşa edilmeye çalışılmıştır. Aynı zamanda bu algı inşa edilmeye çalışılırken görselde özellikle caminin kullanılıyor olması bilimsel tedbirler yerine dinsel sembollerin daha fazla önemsendiği algısına sebebiyet vermektedir.



**Şekil 3: The New York Times Haberi**

**Kaynak:** <https://www.ahaber.com.tr/gundem/2020/03/18/son-dakika-independentten-kirli-almi-operasyonu-baskan-erdogani-hedef-gosterdiler>

**Tablo 3: The New York Times Haberi Çözümlemesi**

<b>Başlık</b>	Trump Suspends Travel From Europe for 30 Days (Trump Avrupa'dan Seyahat Etmeyi 30 Gün Askıya Aldı)
<b>Haberin Girişi</b>	U.K. Is Not Included in Travel Restrictions (İngiltere, Seyahat Kısıtlamalarına Dahil Değil)
<b>Fotoğraf</b>	İstanbul'daki Sultan Ahmet Camii
<b>Durum</b>	ABD Başkanı Donald Trump'ın coronavirüs ile mücadele bağlamında Avrupa'dan ABD'ye seyahatleri 30 gün askıya alması haberin içeriğinde yer almaktadır. Ayrıca İngiltere'nin bu durumdan muaf tutulduğu haberde dile getirilmektedir.
<b>Sentaktik Çözümleme</b>	Haberde edilgen çatılı cümleler kullanılmıştır. Hem basit hem de bileşik cümleler haberde yer almaktadır.
<b>Bölgesel Uyum</b>	Haber içeriğinde New York Times, ABD Başkanı yönetimindeki beyaz sarayın virüse yönelik tedbirlerini sıklaştırdığından ve çeşitliliği arttırdığından bahsedilmekte ve daha sonra haberde Trump yönetiminin Schengen ülkelerini ve Avrupa'yı kapsayan seyahat yasağı önlemini uygulamaya geçirdiğinde yer verilmektedir.
<b>Sözcük seçimleri</b>	Van Dijk'in eleştirel söylem analizinde ikincil kaynak olan editör tarafından kaleme alınan bir haber içeriğidir. Lakin editörün içeriğe yönelik bir etkisinin olmadığı görülmektedir.
<b>Haber Retoriği</b>	Haber içeriğinde ABD yönetiminin virüse karşı almış olduğu tedbirlerin açık bir şekilde izah edilmesi kamuoyu tarafından haberin güvenilirliği ve ikna edici boyutu tarafından önemli bir kriterdir. Lakin haberde yer alan önlemler ve uçuş önemli alınan ülkeler arasında Türkiye'nin olmamasına rağmen haberin servis edildiği görselde Türkiye'de yer alan Sultan Ahmet Caminin kullanılması haberin retoriği bağlamında olumsuz bir gerçekliği ortaya koymaktadır.

Yukarıda çözümlemesi yapılmış olan haberde Beyaz sarayın Covid19 virüsüne yönelik almış olduğu "Schengen ülkelerini ve Avrupa'yı kapsayan seyahat yasağı" haberi İstanbul'daki Sultan Ahmet Camii görseli ile servis edilmiştir. Bu durum sanki Türkiye'nin de seyahat kısıtlamasına dâhil edildiği ve Türkiye'de de bir salgının olduğu algısının oluşturulmasına yönelik çabayı ortaya koymaktadır. Özellikle yerli yabancı çoğu turistin İstanbul ziyaretinde uğrak noktalarından biri olan Sultan Ahmet Caminin haber görselinde tercih edilmiş olması turistlerin dini sembolleri ziyaretini engellemeye yönelik bir çaba şeklinde okunabilir.



**Şekil 4: CNN International Haberi**

**Kaynak:** <https://www.ahaber.com.tr/gundem/2020/03/18/son-dakika-independentten-kirli-almi-operasyonu-baskan-erdogani-hedef-gosterdiler>

**Tablo 4: CNN INTERNATİONAL Haberi Çözümlemesi**

<b>Başlık</b>	The coronavirus has infected more than 124,500 people globally, according to the WHO. China remains the most affected (80,000 cases), followed by Italy (12,000) and Iran (9,000). (Dünya Sağlık Örgütü'ne göre, koronavirüs küresel olarak 124.500'den fazla kişiye bulaştı. En çok etkilenen Çin (80.000 vaka), ardından İtalya (12.000) ve İran (9.000) takip ediyor.)
<b>Haberin Girişi</b>	There are now more than 124.500 coronavirus cases worldwide, according to the WHO (Dünya Sağlık Örgütü'ne göre şu anda dünya çapında 124.500'den fazla koronavirüs vakası var)
<b>Fotoğraf</b>	İstanbul'da bir cami
<b>Durum</b>	Haberde WHO'ya dayanarak o tarih itibarıyla dünyada 124.500'den fazla vaka olduğu belirtildikten sonra dünya genelindeki güncel vaka sayısı, ölüm sayısı, virüsün bulaştığı ülke sayısı verilmiştir. Son kısımda ise vaka sayıları verilerek en çok etkilenen ülkelerin sırasıyla Çin, İtalya ve İran olduğu belirtilmektedir.
<b>Sentaktik Çözümleme</b>	Haberde edilgen çatılı cümleler kullanılmıştır. Haberde bileşik cümleler yer almaktadır.
<b>Bölgesel Uyum</b>	Haberde Covid-19 virüsü ile ilgili önce dünya ölçeğindeki toplam rakamlar paylaşılmakta, daha sonra ülke bazında en yüksek vaka bulunan 3 ülke (Çin, İtalya, İran) ile ilgili vaka bilgisi verilmektedir.
<b>Sözcük seçimleri</b>	Haber editör kaynaklı olup ikincil kaynak söz konusudur. Editör haberi düzenlerken nötr davranmış, haberin içeriğine etki etmemiştir.
<b>Haber Retoriği</b>	Haber Dünya Sağlık Örgütü'ne dayandırılarak güvenilirliği sağlanmaya çalışılmıştır. Ancak haberde içerikle ilgisi olmayan, Türkiye'den bir cami görseli kullanılmıştır. Bu durum bir algı yönetimi çabası görüntüsü vermektedir.

Yukarıda çözümlemesi yapılmış olan haber içeriğinde Covid19 virüsünün en çok etkilediği ülkelerin sırasıyla Çin, İtalya ve İran olduğu bilgisine yer verilmiştir. Haberin içeriğinde Türkiye ile ilgili bir bilginin yer almamasına rağmen haberin görselinde Türkiye'den bir Camii'nin görseline yer verilmesi virüsün Türkiye'de de var olduğu algısının yanı sıra Müslüman coğrafyanın kutsalı olan camilerin temizlikten uzak olduğu ve virüsün bulunduğu yerlerden olduğu algısı inşa edilemeye çalışılmıştır.



**Şekil 5: CNN International Haberi**

**Kaynak:** <https://www.takvim.com.tr/guncel/2020/03/16/uluslararasi-medya-ve-turkiyedeki-uzantilarindan-cirkin-almi-operasyonu-koronavirus-haberlerinde-ulkemizi-hedef-aldilar>

**Tablo 5: CNN INTERNATIONAL Haberi Çözümlemesi**

<b>Başlık</b>	Formula One's Australian Grand Prix in Melbourne has been canceled amid growing fears over the spread of the coronavirus. ( Formula 1'in Melbourne'daki Avustralya Grand Prix'si, koronavirüsün yayılmasından duyulan korkuların arasında iptal edildi.)
<b>Haberin Girişi</b>	Formula One's Australian Grand Prix has been cancelled amid coronavirus fears (Formula 1'in Avustralya Grand Prix'si koronavirüs korkuları arasında iptal edildi)
<b>Fotoğraf</b>	İstanbul'da bir cami
<b>Durum</b>	Haberde Avustralya Melbourne'de yapılacak Formula Grand Prix yarışmasının Covid-19 virüsünün yayılması korkusuyla iptal edildiği, sezon açılışını iptal etme kararının, Avustralya Grand Prix organizatörleri, Formula 1 ve motor sporlarının yönetim organı FIA tarafından oybirliğiyle alındığı, kararı alanların sağlığı öncelediklerini belirten açıklamaları, McLaren takımının bir üyesinin testinin pozitif çıkmasından sonra bu kararın alındığı belirtilmiştir. Devamında McLaren'in konu ile tweeti verilmiştir. Arkasından 7 kişinin ve ayrıca takımlarla ilgisi olmayan 9. bir kişinin testlerinin sonuçlarının beklendiği ifade edilmiştir. Devamında 6 kez şampiyon olan Hamilton'ın Formula 1 ve FIA eleştirisine yer verilmiştir. Hamilton içinde buldukları duruma şaşırıldığını, yarışmanın harika bir şey olduğunu ancak hep beraber bir odada oturup beklemenin kendisini çok ettiğini ifade etmektedir. Haberde son olarak bilet sahiplerinin ücret iade bilgilerinin beklendiği söylenmiştir.
<b>Sentaktik Çözümleme</b>	Haberde hem etken hem de edilgen çatılı cümleler kullanılmıştır. Haberde basit ve bileşik cümleler yer almaktadır.
<b>Bölgesel Uyum</b>	Haberde sırasıyla önce iptal kararı ve karar vericilerin açıklamaları, arkasından McLaren takımının açıklamaları, devamında şampiyon Hamilton'un karar vericilere dönük eleştirileri ve son olarak ta bilet sahiplerine dönük bilgiler verilmiştir.
<b>Sözcük seçimleri</b>	Haber muhabir kaynaklı olup birincil kaynak söz konusudur. Muhabir haberi düzenlerken karar alıcıların da onları eleştirenlerin de görüşlerine yer vermiştir. Ancak kendisinde virüs çıkan bireyin McLaren takımından olduğunu belirtip McLaren'in resmi twitter hesabının görüntüsünü habere yerleştirirken karar alıcıları eleştiren Hamilton'ın takımı Mercedes'in ismini zikretmemesinin objektifliğe uygun olup olmadığı tartışmalıdır.
<b>Haber Retoriği</b>	Haberde Formula 1'in Covid-19'un yayılması korkuları arasında iptal edildiğini söyleyerek başlaması iğneleyici görünmektedir. Devamında karar alıcıların ve onları eleştiren yarışmacının ifadelerine yer verilmesi ile bir dengeleme yapıldığı görülmektedir. Bu durum haberin objektifliği açısından önemli bir kıstas olmuştur. Lakin bu haberin içeriğinde Türkiye'den bir caminin temizlenmesi görseline yer verilmesi objektif bir tavrın reddi niteliğinde olmakla beraber güvenilirliği düşürmektedir.

Yukarıda çözümlemesi yapılmış olan haberin içeriğinde Avustralya Melbourne'de yapılacak Formula Grand Prix yarışmasının Covid-19 virüsünün yayılması korkusuyla iptal edildiği bilgisine yer verilmiştir. Haberın görselinde ise Türkiye'den bir caminin kullanılmış olması virüsün Türkiye'de de bulunduğu algısının inşa edilmek istenmesinin yanında kamuoyuna yönelik olarak Müslümanlar ile Covid-19 virüsü arasında bir bağ kurdurulması arzusu şeklinde okunabilir.



**Şekil 6: Russia Today Haberi**

**Kaynak:** <https://www.sabah.com.tr/dunya/2020/03/14/son-dakika-nyt-ve-bbcden-sonra-rus-medyasindan-da-coronavirus-algisi-turkiye-fotografi-kullandilar>

**Tablo 6: Rusia Today Haberi Çözümlemesi**

<b>Başlık</b>	Coronavirus seems intent on killing entertainment in 2020. (Coronavirus, 2020'de eğlenceyi öldürmeye niyetli gibi görünüyor.)
<b>Haberin Girişi</b>	Euros, Olympics and the Kentucky Derby: Coronavirus may kill YOUR favorite event NEXT. (Eurolar, Olimpiyatlar ve Kentucky Derbisi: Coronavirus SİZİN favori etkinliğinizi YAKINDA öldürebilir)
<b>Fotoğraf</b>	12.03.2020 tarihinde İstanbul'da oynanan Başakşehir- Copenhagen UEFA Avrupa Ligi Son 16 Turu karşılaşması tribününden bir kare
<b>Durum</b>	Haberde futbol, golf ve motor yarışı fikstürlerinin Covid-19 koronavirüsünün yayılması nedeniyle iptal edildiğini, McLaren tamircisi Covid-19 (koronavirüs) testinin pozitif çıkması sonrasında Formula 1 Avustralya Grand Prix'inin iptal edildiğini belirtmektedir. Grand Prix'in, dünya çapında 145.000'den fazla ölümcül koronavirüs vakası ve 5.400'den fazla ölüm olduğu için, son haftalarda baltalanan birçok spor fikstürünün en yenisi olduğu, İngiltere'de, Premier Lig'in ertelenmesi konusunda bir acil durum toplantısı düzenleneceği, UEFA'nın tüm Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi maçlarını askıya aldığı, Beş Avrupa golf turnuvasının iptal edildiği, tüm Six Nations ragbi oyunları iptal edildiği ve MotoGP yarışlarının ertelendiği ifade edilmektedir. Yine NBA, NHL, MLS'nin oyunlarının askıya alındığı ve ATP tenis turnuvasının da iptal edildiği vurgulanmaktadır.
<b>Sentaktik Çözümleme</b>	Haberde ağırlıklı olarak edilgen cümleler kullanılmıştır. Haberde bileşik cümleler de yoğunluk göstermektedir.
<b>Bölgesel Uyum</b>	Haberde sırasıyla çeşitli spor organizasyonlarının covid19 sebebi ile iptal edildiği ifade edilerek bu organizasyonların bir kısmı zikredilmektedir.
<b>Sözcük seçimleri</b>	Haber editör kaynaklı olup ikincil kaynak söz konusudur. Haberin ilk paragrafında "birçok ülke büyük toplantıları kısıtlarken kesme bloğunda sırada ne var" sorusu ile olumsuz olan bu gelişmelerin devam edeceği izlenimi uyandırmıştır.
<b>Haber Retoriği</b>	Haberin içeriğinde virüs bağlamında iptal edilen spor organizasyonlarının detaylarına yer verilmesi güvenilirlik ve ikna edicilik bağlamında önemli bir ölçüt iken haberin görselinde hiçbir yerde ismi geçmeyen Türkiye'de oynanan Başakşehir- Copenhagen futbol müsabakasından bir fotoğrafın kullanılması haberin güvenilirliğine gölge düşüren bir unsur olmuştur.

Yukarıda çözümlemesi yapılmış olan haberde corona virüsten ötürü önemli spor organizasyonlarının iptal edildiği ve iptal edilmeye devam edeceği bilgisi yer almaktadır. Lakin haberde yer alan görselde virüsün daha önceden görülmüş olduğu ülkelerin henüz spor müsabakalarının iptali edilmemesine rağmen virüsün 3.gününü yaşıyor olan Türkiye'den geçmiş tarihte oynanan Başakşehir- Copenhagen müsabakasından bir görselin tercih edilmiş olması dünya genelinde spor müsabakaları iptal edilirken Türkiye'de devam ettiği ve virüsün önemsenmediği algısının inşa edilmeye çalışılması şeklinde bir okunabilir.



**Şekil 7:** The Associated Press Haberi

**Kaynak:** <https://www.sabah.com.tr/dunya/2020/03/14/son-dakika-nyt-ve-bbcden-sonra-rus-medyasindan-da-coronavirus-algisi-turkiye-fotograf-kullandilar>

**Tablo 7:** The Associated Press Haberi Çözümlemesi

<b>Başlık</b>	The latest: China says it wants to offer virüs assistance (Son Durum: Çin, virüs araştırması için destek vermek istediğini söyledi).
<b>Haberin Girişi</b>	Breaking: president Trump says he will likely get tested for coronavirus after all. Last weekend, Trump was near Brazilian President Jair Bolsonaro's Communications director, Fabio Wajngarten, who tested positive for the virus just days later ( Başkan Trump, muhtemelen koronavirüs için kendisine test yapılacağını söyledi. Geçen hafta sonu, Trump Brezilya Cumhurbaşkanı Jair Bolsonaro'nun İletişim Direktörü Fabio Wajngarten beraberdi ve birkaç gün sonra Fabio'nun virüs için yaptırdığı test pozitif çıktı) .
<b>Fotoğraf</b>	Türkiye'de bulunan ve temizlik yapılan bir camiinin görseli kullanılmıştır.
<b>Durum</b>	Amerikan haber ajansı The Associated Press (AP) haberinde, Başkan Trump'ın koronavirüs testi yaptıracığı haberinde Amerika Başkanı Donald Trump'ın koronavirüs testi yaptıracığını haberleştirdi. Haberde; Trump'ub, Brezilya Cumhurbaşkanı Jair Bolsonaro'nun İletişim Direktörü Fábio Wajngarten'in yakınında olduğu ve Wajngarten'in birkaç gün sonra koronavirüs testinin pozitif çıktığı yer aldı. Haberin detaylarında Brezilya Cumhurbaşkanı'nın en büyük oğlu için düzenlediği doğum günü partisine katılan ABD Başkanı Trump'la İletişim Direktörü Wajngarten'in fotoğraf çektiği ve ikilinin birbirinin elini sıktığı belirtildi. Aynı zamanda haberde Beyaz Saray doktorunun Cuma gecesindeki mektubunda, "herhangi bir belirti başlamadan önce tüm etkileşimler gerçekleştiği için" Beyaz Saray "düşük riskli" olarak değerlendirdiğine de yer verilmiştir.
<b>Sentaktik Çözümleme</b>	Haberin içeriğinde genel anlamda etken çatılı cümlelerin kullanıldığı (görüşüldü ve yapıldı gibi) bunun yanı sıra basit yapıdaki cümlelere yer verildiği görülmektedir.
<b>Bölgesel Uyum</b>	Brezilya Cumhurbaşkanı Jair Bolsonaro'nun İletişim Direktörü Fábio Wajngarten'in virüs testinin pozitif çıktığı bu sebeple ABD Başkanının da test yaptıracığının belirtildiği haberde daha sonra Columbia Üniversitesinden yetkililerin açıklamalarına ve beyaz saray doktorunun konuya yönelik söylemlerine yer verilmiştir. Bu durum haber metni içerisinde bir ilişkiselliğin yani neden sonuç ilişkisinin olduğunu göstermektedir.
<b>Sözcük Seçimleri</b>	Van Dijk'in eleştirel söylem analizinde ikincil kaynak olan editör tarafından kaleme alınan bir haber içeriğidir. Lakin editörün içeriğe yönelik bir etkisinin olmadığı görülmektedir.
<b>Haber Retoriği</b>	Haberin içeriğinde ABD Başkanına test yapılması gerektiğinin vurgulanması ve bunun dayandırıldığı noktanın da Trump'ın 73 yaşında olmasından ötürü olduğunu belirtilmesi ve yakın temas sağlandığı için hemen önlem alınması için harekete geçilmesi Beyaz saray yönetiminin meseleye verdiği önem bakımından kamuoyu tarafından ikna edici bulunabilir. Lakin haberde hiçbir şekilde ismi zikredilmeyen Türkiye'ye ait bir görselin kullanılması bu görselde Müslüman coğrafyanın kutsal değeri olan ibadethaneye yani camiye ait olması haberin doğruluğu ve tarafsızlığı üzerine gölge düşürmüştür.

Yukarıda çözümlemesi yapılmış olan haberde ABD başkanının Brezilya Cumhurbaşkanı Jair Bolsonaro'nun İletişim Direktörü Fabio Wajngarten ile temas etmesi ve Wajngarten'de Covid19 testinin pozitif çıkması sonucunda ABD başkanının da test yaptıracığı bilgisi yer almaktadır. Haberin içeriği ile kullanılan görsel değerlendirildiğinde haber içeriğinde hiçbir şekilde ismi geçmeyen Türkiye'den Müslüman coğrafyanın kutsal değeri olan

ibadethaneye yani camiye ait olması batı dünyasında Müslüman coğrafyaya ve değerlere yönelik oluşturulmak istenen bir algı şeklinde okunabilir.



**Şekil 8:** The Independent Haberi

**Kaynak:** <https://www.ahaber.com.tr/gundem/2020/03/18/son-dakika-independentten-kirli-algı-operasyonu-baskan-erdogani-hedef-gosterdiler>

**Tablo 8:** The Independent Haberi Çözümlemesi

<b>Başlık</b>	Tapping phones and locking down streets: How governments could exploit coronavirus (telefonları dokunulduğunda ve drow sokaklar kilitleme: hükümetler coronavirüs'den nasıl yararlanabilir)
<b>Haberin Girişi</b>	Coronavirus could be used by authoritarian leaders as excuse to undermine democracy, experts warn (Coronavirus, otoriter liderler tarafından demokrasiyi baltalamak için bir bahane olarak kullanılabilir).
<b>Fotoğraf</b>	Haberin sunumunda Türkiye Cumhuriyeti'nin Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Başkanlık sarayında bir açıklama yaparken çekilmiş olan bir görsel kullanılmıştır.
<b>Durum</b>	Koronavirüse karşı hükümetlerin aldığı önlemleri aktaran Independent, ABD, İran, Macaristan, Irak, Cezayir, Lübnan, İsrail, Romanya, Ürdün, İspanya, Fransa ve Almanya gibi ülkeler ile ilgili detaylı açıklamalara yer verdiği haberinde İsrail ve Singapur'un GPS yoluyla vatandaşlarını takip edeceği bilgisine de yer verirken manşet görselinde ise Türkiye Cumhuriyeti'nin Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ı kullanıyor. Haberde yer alan diğer ifadelerde ise Türkiye'nin koronavirüs için lüks alışveriş merkezlerini açık tutarken alkol kullanılan mekânların kapatıldığını ifade edilerek bir algı oluşturulmaya çalışıyor. Lakin haberin yayınlandığı zaman diliminde önlemler kapsamında Türkiye'de cemaatle namaz kılınmasını geçici olarak askıya aldığı bilgisine ise yer verilmiyor.
<b>Sentaktik Çözümleme</b>	Haberin içeriğinde genel manada etken çatılı cümlelerin kullanıldığı (önlemler alındı ve çalışmalar yapıldı gibi) bunun yanı sıra basit ve bileşik yapıdaki cümlelere de aynı oranda yer verildiği görülmektedir.
<b>Bölgesel Uyum</b>	Haberde İran ve Macaristan'da virüse karşı alınan önlemler izah edilmekte sonrasında sırasıyla ABD, Irak, Cezayir, Lübnan, İsrail, Romanya, Ürdün, İspanya, Fransa, Almanya ve Türkiyede virüse karşı alınan önlemlerden bahsediliyor. İspanya ve Fransa'da yaşanan durumun son derece kritik ve ürkütücü olduğu ifade edilirken Michigan Eyalet Üniversitesi ve Beyrut Amerikan Üniversitesinden akademisyenlerin virüse karşı öngörülerine yer verilmiştir. Felaket durumu olarak adlandırılan bu süreç ile ilgili haberin genel özetinin "Siyaset bilimciler, krizler bazen insanları bir araya getirip ortak bir amaç için birleştirirken, otoriter liderlere uzun zamandır aksi takdirde isteksiz olan insanlara istedikleri politikaları dayatma fırsatı sunduklarını söylüyorlar" şeklinde olduğu haberde yer almaktadır.
<b>Sözcük Seçimleri</b>	Van Dijk'in eleştirel söylem analizinde birincil kaynak olarak ifade ettiği muhabirin ve aynı zamanda ikincil kaynak olan editörün haber içeriğinin hazırlanma sürecinde etkisinin olduğu görülmektedir. Haberde muhabirin ve editörün kendi düşüncelerinin de yer bulduğu görülmektedir.
<b>Haber Retoriği</b>	Haberin içeriğinde birçok ülkede virüse karşı alınan önlemlerden bahsediyor olsa da, her ülke kendi içerisinde birçok geniş kapsamlı önlemler almasına rağmen çok küçük bir kısma yer verilmesi haberin detaylı ve kapsamlı bir haber olmadığı izlenimini oluşturmaktadır. Aynı zamanda muhafazakâr İslamcı kökenli hükümet olarak adlandırılan Türkiye Cumhuriyeti Hükümetinin alkollü mekanları kapattığına yönelik bir önlemden bahsedilirken alışveriş merkezlerinin açık olduğunun ifade edilmesi bunun yanı sıra camilerde toplu halde ibadet edilmesinin bir süre açığa alındığı şeklindeki bir önlemden hiç bahsedilmemesi haberin güvenilirliğinin sorgulanmasını gerektirmektedir.

Yukarıda çözümlenmesi yapılmış olan haberde Covid19 virüsüne yönelik olarak hükümetlerin aldıkları tedbirlere yer verilmiştir. Türkiye'ye yönelik bölümde sadece lüks alışveriş merkezlerini açık tutarken alkol kullanılan mekânların kapatıldığı ifade edilmiştir. Lakin Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 30 Ocak 2020 tarihinde virüse karşı alınan ve alınacak olan önlemleri açıklamış olduğu ve virüsün Türkiye'de ilk olarak 11 Mart 2020 tarihinde görülmüş olduğu gerçeği göz ardı edilerek Türkiye hükümetinin başarısı gölgelenmek istendiği gibi Türkiye'de virüsün önemsenmediği algısı inşa edilmeye çalışılmıştır. Aynı zamanda Recep Tayyip Erdoğan hükümetini muhafazakâr İslamcı kökenli bir hükümet şeklinde tanımlayıp alkollü mekânların kapatıldığı dönemde camilerde toplu halde ibadet edilmesinin de bir süre askıya alındığı gerçeği göz ardı edilerek kendi halkı içerisinde bir taraf olduğu ve ötekileştirme yaptığı algısı inşa edilmeye çalışılmıştır.



**Şekil 9: The Guardian Haberi**

**Kaynak:** <https://www.takvim.com.tr/guncel/2020/03/16/uluslararası-medya-ve-turkiyedeki-uzantilarından-cirkin-almi-operasyonu-koronavirus-haberlerinde-ulkemizi-hedef-aldılar>

**Tablo 9: The Guardian Haberi Çözümlemesi**

<b>Başlık</b>	Coronavirus Live Updates: Justin Trudeau's Wife Tested Positive (Coronavirus Son Durum: Justin Trudeau'nun Karısı Test Sonucu Pozitif Çıktı)
<b>Haberin Girişi</b>	The wife of Canadian prime minister Justin Trudeau has tested positive for Covid-19 following a trip to the United Kingdom. (Kanada başbakanı Justin Trudeau'nun eşinin, Birleşik Krallık'a yaptığı geziden sonra Covid-19 için yaptırdığı test pozitif çıktı).
<b>Fotoğraf</b>	Türkiye'de yer alan bir camide temizlik çalışmaları yapan personellerin namaz kıldığı bir görsel paylaşılmıştır.
<b>Durum</b>	Haberin içeriğinde Başbakanın virüsün rahatsız edici semptomlarını yaşıyor olmama rağmen, yakında ayakta olacağım dediğine ve evde karantinaya girmek daha ciddi sağlık sorunlarıyla karşılaşanlara kıyasla hiçbir şey değil söylemlerine yer verilmiştir. Ayrıca Başbakanın görevine sağlıklı ve semptomsuz bir şekilde dönüşünün iki hafta süreceği ve bu süreçte uzaktan çalışmalarına devam edeceği son olarak da cuma günü Kanada halkına hitap etmesinin beklenildiği yer almaktadır.
<b>Sentaktik Çözümleme</b>	Haberin içeriğinde genel manada etken çatılı cümlelerin kullanıldığı bunun yanı sıra basit yapıdaki cümlelere de yer verildiği görülmektedir.
<b>Bölgesel Uyum</b>	Haberde Kanada Başbakanının eşine Birleşik Krallığa yapmış olduğu ziyaret dönüşünde yapılan Covid19 testinin pozitif çıktığından bahsedilirken sonrasında Başbakanın konuya dair açıklamalarına yer verilmiştir. Daha sonra Kanada hükümeti olarak tedbir almaya devam ettiklerini ve kurallara daha çok uyularak süreçten en kısa zamanda en az hasarla çıkılacağına dair açıklamaları yer almaktadır. Haber metninin içeriğinde cümlelerin arasında bir ilişkiseliliğin olduğu görülmektedir.
<b>Sözcük Seçimleri</b>	Van Dijk'in eleştirel söylem analizinde ikincil kaynak olarak adlandırdığı editörün haber içeriğinin hazırlanma sürecinde etkisinin olduğu görülmektedir. Endişeler var, korkuluyor ve önlemler acil alınmalı şeklinde editörün kaleminden kendi düşüncelerini izah eden bir haberin kaleme alındığı görülmektedir.

<b>Haber Retoriği</b>	Haberde Kanada Başbakanının kendi ifadelerine yer verilmesi ve aynı zamanda sayısal anlamda virüsün ülke genelindeki halinin ortaya konulması bakımından haber güvenilirliği sağlayabilecek bir durumdadır. Lakin haberin başlığından içeriğinde yer alan metine kadar kullanılan tüm argümanlar da Türkiye'nin ismi bir defa dahi hiçbir yerde geçmez iken haberin servis edildiği görselde Türkiye'de yer alan bir caminin olması haberin güvenilirliği ile ilgili çok önemli bir soru işaretini ortaya koymaktadır.
-----------------------	--

Yukarıda çözümlenmesi yapılmış olan haberin içeriğinde Kanada Başbakanının eşinin Covid19 testinin pozitif çıktığı yer almaktadır. Lakin haberin içeriğinde yer alan metinde Türkiye'nin ismi hiçbir yerde geçmez iken haberin servis edildiği görselde Türkiye'de yer alan bir caminin kullanılması ve virüsle mücadele haberinde namaz kılan kişilerin gösterilmesi ile sanki bu ibadetin virüs önleme de bir yöntem gibi kullanıldığı algısı oluşturarak dini ritüeller hafife alınmıştır.

## Sonuç

Yaşamış olduğumuz çağa ismini veren dijital kavramının medyaya uyarlanmış hali olan dijital medyanın günümüzdeki önemi yadsınamaz bir şekilde kabul görmektedir. Yaşanan teknolojik gelişmelerin toplumsal dünyada fazlası ile karşılık bulması neticesinde kitleler bilgi bombardımanı ile karşılaşmakta ve bu bilgi havuzunun arka planına dair doğru okuma yapmakta zorlanmaktadır. Yaşanan bu hızlı gelişmeler ve dönüşümler doğruluğu teyit edilmekte zorlanılan birçok enformasyonun yayılmasına sebep olmakta ve bir bilgi karmaşası ortaya çıkarmaktadır. Toplumsal yapı içerisindeki bireylerin günlük hayat pratikleri içerisinde neyi ön planda tutup neyi göz ardı edeceğine yani nelerin gündeminde yer alacağına bu gelişmelerin neticesi olan dijital medya platformları ve bu platformları elinde bulunduran güç odakları karar vermektedir. Bu karar mekanizmasının istemsiz bir şekilde veyahut farkında dahi olunmadan bu güç odaklarına verilmiş olması hayata dair doğru okumaları yapmanın önündeki en büyük engellerden birini teşkil etmektedir.

Medyaya yönelik inisiyatifi elinde bulunduranlar tarafından kamuoyunu bilgilendirmek amacı ile sunulan haber içerikleri ile toplumsal, kültürel, siyasal ve ekonomik gerçeklik dışında bir medya gerçekliği ortaya konmakta ve genel manada bu üretilen gerçeklik asıl gerçekliğin yerine geçirilerek arzu edilen şekilde inşa edilmiş olan sanal gerçeklik kamuoyuna sunulmaktadır. Haber içeriklerinde kurgulanan bu gerçeklikte medyanın mülkiyet yapısı önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda düşünüldüğünde medyanın salt gücünü elinde bulunduranların temel hedefi algı yönetimi tekniklerini uygulamaya geçirerek kamuoyuna kurguladıkları içerikleri en doğru kanallar aracılığıyla iletmek ve kamuoyunun istenen amaca doğru yönelmelerini sağlamaktır.

Medya, gerçekliği arzu edilen şekilde kurgulayıp kamuoyuna yansıtılabilmekte ve bu şekilde hedef kitle üzerinde bir manipülatif etki inşa edebilmektedir. Medyada “dezenformasyon” olarak isimlendirilen bu durum yanlış veyahut doğruluğu bulunmayan bir kurmaca gerçekliğin kamuoyuna aktarımının temsilidir. Manipülatif etki oluşturmak amacı ile yapılan paylaşımlar kişisel bazda gelişigüzel bir şekilde gerçekleştirilebileceği gibi topluluklar, gruplar veyahut da örgütler tarafından da sistemli bir şekilde yapılabilir.

Algı yönetiminin kurgulanan bir içeriğin kamuoyu tarafından kabul görmesine yönelik tarafı günümüz dijital medya dünyasının olmazsa olmazı durumundadır. Bu algı yönetimi gerçekleştirilirken iletişim ve medya bağlamında bir profesyonel algı yönetimine fazlası ile ihtiyaç vardır. Günümüz dünyasında ciddi bir mücadeleye dayanan ve artık tamamen algı savaşlarına dönüşen küresel rekabet ortamı gerek ülkeler ve toplumlar arası iletişimi, gerekse ülke içindeki ulusal dengeleri yakından etkilemektedir.

Ülkelerin kendi aralarındaki siyasi dengelerinin medyalarına da yansıdığı görülmekte, dost düşman ayırımına göre haber içeriklerinde manipülasyonlar yapılabilmektedir. Bu araştırmanın bulguları neticesinde bir süredir batı ülkeleri ile gerilimli ilişkileri olan Türkiye'nin batı medyasında hedef haline getirildiği görülmüştür. Buna batı dünyasında son dönemde iyice yükselen İslamofobi ve milliyetçilik dalgalarının etkisi de eklendiğinde Türkiye'nin ötekileştirilmesi daha da dikkat çekici hale gelmektedir. Nitekim bazı haber görsellerinde cami kullanılmakla beraber bu camilerin aynı zamanda Türkiye'den seçilmiş olması algı yönetiminde çift etki üretilmesi (İslamofobi ve Türkiye karşıtlığı) çabasını gözler önüne sermektedir. Küresel siyasette son yıllarda alternatif söylem üretme gücü ile dikkat çeken Türkiye'nin hedef tahtasına oturtulması hem Türkiye'nin uluslararası imajını zedeleme hem de kendi kamuoylarında düşman algısı üzerinden bir konsolidasyon sağlama çabası ile açıklanabilir.

Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 krizini çalışmada incelenen haberlerin yapıldığı dönemde ağır yoğunluklu geçiren ülkelerin başında İtalya, İspanya, ABD, Çin ve Fransa gelmektedir. Bu süreçte Türkiye ise virüs vakasının görüldüğü ilk günden itibaren virüsün yoğun bir şekilde devam ettiği ülkelere yönelik uçuş yasağı getirmek, okulları tatil ederek uzaktan eğitim modeline geçmek, toplu bir şekilde bulunma mekânlarını bir süreliğine kapatıp mobilize olma durumunu asgari seviyelere çekmek gibi durumu kontrol altına almaya yönelik önlemlerini hayata geçirmiştir. Lakin tüm bu gerçeklere rağmen Covid19 küresel salgını tüm dünya medyasının öncelikli gündemi iken batı medyasının bu durumu hem dikkatleri kendi ülkelerinden uzaklaştırma hem de İslamofobi ve Türkiye karşıtlığı için bir manipülasyon aracı olarak kullanma çabasında olduğu ve Batı dünyasının Türkiye'ye karşı patolojik tutumunu sürdürmekte olduğu gerçeği yapılan bu çalışma ile gözler önüne konmaktadır.

### Kaynakça

- Akarsu, B. (1984). *Felsefe Terimleri Sözlüğü, Gerçek Maddesi*. Ankara: Savaş Yayınları.
- Altun, S. (2007). *Haber söylemi, değişkeleri: Cumhuriyet mitingleri ya da gelincik devrimi örnekleme*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Atabek, N. (2003). Propaganda ve Toplumsal Kontrol. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 2(4), 4-12.
- Aydınalp, H. Ş. (2019). *Sosyal medyada manipülasyon : pkk tarafından oluşturulan haberler üzerine bir inceleme*. İstanbul: Marmara Üniveritesi.
- Babacan, M. E., Haşlak, İ., & Hira, İ. (2011). Sosyal Medya ve Arap Baharı. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(2), 71.
- Baudrillard, J. (2018). *Simülarkrlar ve Simülasyon (12 b.)*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bozkurt, H. (2012). *Gelişen Teknoloji İle Değişen Gazetecilik Mesleği*. İstanbul: İstanbul Üniveritesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Chomsky, N. (2002). *Medya Gerçeği*. (A. Yılmaz, & O. Akınhay, Çev.) İstanbul: Everest Yayınları.
- Çınarlı, İ. (2004). Döngü Uzmanları (Spin Doctors) Medyatik Yalan ve Kamu Manipülasyon. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*(1), 169-170.

- Demirel, S. D. (2018). Dijital medyada haber üretim sürecinde okuyucu odaklılık. *Journal of International Social Research*, 11(55), 824-831.
- Dursun, Ç. (2003). Haber ve Habercilik Üzerine Düşünmek. S. Alankuş içinde, *Gazetecilik ve Habercilik* (s. 63-83). İletişim Vakfı Yayınları.
- Eraslan, L. (2018). *Sosyal Medya ve Algı Yönetimi: Sosyal Medya İstihbaratına Giriş*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Erol, S. M., & Ozan, E. (2014). *Türk Dış Politikasında Algı Yönetimi*. (B. Karabulut, Dü.) İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Hall, S. (2014). İdeoloji ve İletişim Kuramı. S. İrvan içinde, *Medya Kültür Siyaset* (A. Gürata, Çev., s. 79-97). Ankara: Pharmakon Yayınları.
- Karabulut, B. (2014). *Algı Yönetimi*. İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Kellner, D. (2004). 9/11 Spectacles of Terror and Media Manipulation. *Critical Discourse Studies*, 41-64.
- Kocabaşoğlu, U. (1977). Haber Kavramı Üzerine. *A.Ü. BYYO YILLIK*(1974/1976), 335-349.
- Liang, X., & Wei, W. (2020). Institutionalization in News Translation: The Use and Abuse of Manipulation. *Language Research in Multilingual Settings*, 71-93.
- Manor, I. (2018). how diplomats can combat digital propaganda. 3 15, 2020 tarihinde alındı
- Mora, N. (2011). *Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Morgan, S. (2018). Fake News, Disinformation, Manipulation and Online Tactics To Undermine Democracy. *Journal of Cyber Policy*, 39-43.
- Mumford, L. (1996). *Makina Efsanesi*. (F. Oruç, Çev.) İstanbul: İnsan Yayıncılık.
- Murdock, G. (1980). Class, Power and The Press: Problems of Conceptualization and Evidence. (H. Crition, Dü.) *The Sociology of Journalism and the Press*, 39-57.
- Öksüz, H. (2013). Algı Yönetimi ve Sosyal Medya. *İdarecinin Sesi Dergisi*, 12-15.
- Özdağ, Ü. (2015). *Algı Yönetimi: Propaganda, Psikolojik Savaş, Örtülü Operasyon ve Enformasyon Savaşı* (3 b.). Ankara: Kripto Yayınevi.
- Özer, Ö. (2012). *Haber Eleştirmek, Haberin İdeolojik Duruşu: Eğitim-Sen Eyleminin Türk Basınında Temsili*. Konya: Literatürk Yayınları.
- Pratt, D. (2017). *Manipulation: Beginner's Guide to Learn and Develop the Art of Manipulation*. USA: Createspace Independent Publishing Platform.
- Rek-Wozniak, M., & Wozniak, W. (2020). BBC's Documentary "Stadiums of Hate" and Manufacturing of The News: Case Study in Moral Panics and Media. *Journal of Sport and Social Issues*, 1(19), 1-24.
- Toktay, Y. (2019). *Sosyal medyada dezenformasyon, manipülasyon ve propaganda etkisi : zeytin dalı hareketi örneği*. İstanbul : Marmara Üniversitesi.
- Turan, C. (2015). Açıklığın Yanılsaması: Dezenformasyon Çağımızın Kitle İmha Silahı mı? *Akademik Bilişim Konferansı* (s. 110). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Enformatik Bölümü.

Turan, H. (2015). *Davranış Bilimleri* (2 b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Van Dijk, T. (2015). Critical discourse analysis. D. Tannen, D. Schiffrin, & E. Hamilton içinde, *In The Handbook Analysis* (s. 465-485). Oxford: Blackwell Publishing.

Yoloğlu, N. (2017). Küresel Medya ve İletişim Anlayışında Aktüel Enformasyondan Dezenformasyona Yöneliř. *Middle Black Sea Journal Of Communication Studies*, 2(1), 8-15.

# The Manipulation of Perception Against Turkey by Western Digital Media: An Empirical Research on Coronavirus News

Mehmet Ulaş (Res. Asst.)

Abuzer Yeşil (Lect.)

## Extended Abstract

According to the liberal approach, media professionals are autonomous and logical individuals who manage to understand and objectively convey social realities and have the capacity to present this news objectively. It can be said that the idea that the media is the mirror of reality is formed at this point. For the objective presentation of the news, it should be equidistant to the sides and for this, the news should be balanced. For balance, it is important not to comment on the news with personal thoughts, beliefs, and emotions. Another situation for balance is to give equal parts and time to the sides of the news and to convey their thoughts. When looking at the critical approach, the instrumentalist approach, which is one of its sub-approaches, accepts that the news was biased in the interests of the ruling classes and therefore the objective news cannot be in question.

Realizing that the media is an element of power over the social structure in the globalizing world, it is seen that capital owners make their investments towards the information field. These developments caused a change in the characteristic features of the news and the news turned into a commercial commodity that served a certain kind of reality from a social moral issue that reflected the truth. This situation reveals the fact that it targets disinformation in the context of the content offered by the news and the construction of a manipulation aimed at the target audience. The media started to build content with manipulative effect by taking the background of an important mission such as meeting the needs of the society to obtain accurate, impartial and truthful information about the developments in the world, by considering the benefits and interests of the power focus in the presented news, and to aim to increase the ratings and circulation and its mission of journalism, whose reality has become controversial, has become its mission. Due to these transformations, the extent to which the messages conveyed to individuals from media organizations, which have a voice in the orderly formation of the world of meaning in the orderly formation of individuals within the social structure, represent the reality phenomenon. With the help of various programs, manipulations and consciously produced content in the visuals and videos presented in the news content have changed the individuals' world of ideas, values and understanding of reality. These opportunities provide a chance to provide the public with critical importance, especially in terms of political purposes. With the news content, which has an important effect on directing individuals, it is ensured that various perceptions about the world of thought are constructed and a mental blur is revealed.

As a result, those who want to make a draft community together with perception management have not been insensitive to digital media and digitalized people, which are improving day by day and improving themselves. Considering the usage rates of digital media and the developing technological structure, social media applications justify this insensitivity. The perception and social engineering, which is tried to be built with the traditional media understanding, has become much faster and feasible with the opportunities offered by digital media and digital media. The lack of an effective control

mechanism, especially in social media, is one of the factors that make these areas more open to provocation. For a specific purpose, a detailed analysis of the target audience constitutes the basis of social engineering. Preparing the right content with the right strategic moves and presenting them with the right media channels reveals the visuality of the new social structure.

It is seen that the political balances of the countries among themselves are reflected in their media, and manipulations can be made in the news contents according to the friendly enemy distinction. As a result of the findings of the research, Western countries have tense relations after Turkey has been shown as a target in the western media for a while. In the western world in the last period, when thoroughly the impact of the rising wave of nationalism and Islamophobia also added, Turkey is becoming marginalized of the more remarkable. Indeed, although some news of this mosque also used a mosque in visual perception management production of double effect is selected from Turkey (Islamophobia and anti-Turkey) reveals the effort. Noting with alternative discourse to produce power in global politics in recent years, Turkey's goal of placing the board, as well as damaging Turkey's international image as explained by providing a consolidation effort over the enemy in their perception of the public.

In this study, criterion sampling, which is a purposeful sample, was used in the context of qualitative research methods. There are three criteria set for substantially example: firstly, the image used in the first Corona virus news is from Turkey, secondly the news that this image was seen didn't mention about Turkey and thirdly, the news was served in digital arena throughout the world. In the context of these criteria, the news contents of BBC News, New York Times, CNN International, RT, The Associated Press, The Independent and The Guardian media in digital media related to Corona virus were examined. These content that might affect Turkey's image in a negative way is discussed in the context of critical discourse analysis. Thus, in this study, it is aimed to reveal the perception management effort made with manipulation and disinformation techniques in digital media.

**Keywords:** Digital Media, Perception, Perception Management, Manipulation, Disinformation, Covid-19.