

İBN HALDUN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TWITTER'DA GERÇEKLEŞEN DEZENFORMASYON
FAALİYETLERİNİN RUSYA-UKRAYNA SAVAŞI
KAPSAMINDA İNCELENMESİ

ABDUL KADİR KORKMAZ

TEZ DANIŞMANI
DOÇ. DR. BERRİN KALSIN

İSTANBUL, 2024

İBN HALDUN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TWITTER'DA GERÇEKLEŞEN DEZENFORMASYON
FAALİYETLERİNİN RUSYA-UKRAYNA SAVAŞI
KAPSAMINDA İNCELENMESİ

ABDUL KADİR KORKMAZ

TEZ DANIŞMANI
DOÇ. DR. BERRİN KALSIN

İSTANBUL, 2024

TEZ ONAY SAYFASI

Bu tez tarafımızca okunmuş olup kapsam ve nitelik açısından, Radyo, Televizyon ve Sinema alanında yüksek lisans derecesini alabilmek için yeterli olduğuna karar verilmiştir.

Tez Jürisi Üyeleri

Unvanı – Adı Soyadı

Kanaati

İmza

Bu tezin İbn Haldun Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü tarafından konulan tüm standartlara uygun şekilde yazıldığı teyit edilmiştir.

Teslim Tarihi

Mühür/İmza

AKADEMİK DÜRÜSTLÜK BEYANI

Bu çalışmada yer alan tüm bilgilerin akademik kurallara ve etik ilkelere uygun olarak toplanıp sunulduğunu, söz konusu kurallar ve ilkelerin zorunlu kıldığı çerçevede, çalışmada özgün olmayan tüm bilgi ve belgelere, alıntılama standartlarına uygun olarak referans verilmiş olduğunu beyan ederim.

Adı Soyadı:

İmza:



ÖZ

TWITTER'DA GERÇEKLEŞEN DEZENFORMASYON FAALİYETLERİNİN RUSYA-UKRAYNA SAVAŞI KAPSAMINDA İNCELENMESİ

Korkmaz, Abdul Kadir

Radyo, Televizyon ve Sinema Yüksek Lisans Programı

Öğrenci Numarası: 214032013

Open Researcher and Contributor ID (ORCID): 0000-0001-8654-5316

Ulusal Tez Merkezi Referans Numarası: 10594015

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Berrin Kalsın

Şubat 2024, 115 Sayfa

Bu araştırmanın amacı günümüzün büyük bilgi platformlarından birisi haline gelen Twitter'da, gündemi meşgul eden konuların doğru bilgilerinden çok yalan bilgilerle öne çıkması ve bunların ortaya çıkartılması amacıyla oluşturulan platformların süreçlere nasıl yaklaştığını Rusya ve Ukrayna Krizi üzerinden görmektir. Nitel araştırma yöntemiyle oluşturulan çalışmada Rusya ve Ukrayna Krizi sürecinde Twitter'da meydana getirilen dezenformasyon faaliyetlerinin bilgi doğrulama platformları tarafından teyit edilmesi esas alınmıştır. Veri toplama aracı olarak içerik analizi metodu benimsenmiş ve Teyit.org, Doğruluk Payı, Malumatfuruş, Yalansavar ve AA Check Fact adlı doğrulama platformlarının süreç boyunca atılan tweetler ve içerdikleri iddialara yaklaşımları derlenmiştir. Araştırma kapsamında: 1 Şubat 2022 ve 24 Şubat 2022 tarihleri arası, iki ülke arasındaki krizin tırmanmasına zemin hazırlayabilecek resmi ve gayriresmi hesaplardan paylaşılan doğrulanmaya muhtaç tweetler saptanmıştır. Bu araştırmanın güçlü bir haber paylaşım platformu olan Twitter'daki yapılan her paylaşımın, incelenmesi ve teyit edilmesi sürecine katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dezenformasyon, Dijital Medya, Rusya ve Ukrayna Krizi, Sosyal Medya, Twitter.

ABSTRACT

INVESTIGATION OF DISINFORMATION ACTIVITIES ON TWITTER WITHIN THE SCOPE OF THE RUSSIAN-UKRAINE WAR

Korkmaz, Abdul Kadir

MA in Radio, Television and Cinema

Student ID: 214032013

Open Researcher and Contributor ID (ORC-ID): 0000-0001-8654-5316

National Thesis Center Reference Number: 10594015

Thesis Supervisor: Assoc. Prof. Berrin Kalsın

February 2024, 115 Pages

The aim of this research is to see how the platforms created for Twitter, which has become one of the biggest information platforms of today, come to the fore with false information rather than correct information, and how the platforms created to reveal these approach the processes through the Russia and Ukraine Crisis. The research, which was created with the qualitative research method, was based on the confirmation of the disinformation activities on Twitter during the Russia and Ukraine Crisis by the information verification platforms. The content analysis method was adopted as the data collection tool, and the tweets posted during the process and the approaches to the claims they contain were compiled by the verification platforms Teyit.org, Doğruluk Payı, Malumatfuruş, Yalansavar and AA Check Fact. Within the scope of the research: Between February 1, 2022 and February 24, 2022, tweets in need of verification were identified, shared from official and unofficial accounts that could pave the way for the escalation of the crisis between the two countries. It is aimed that this research will contribute to the process of examining and confirming every post on Twitter, which is a powerful news sharing platform.

Keywords: Digital Media, Disinformation, Social Media, The Russia and Ukraine Crisis, Twitter.

İÇİNDEKİLER

ÖZ	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
SEMBOLLER VE KISALTMALAR	xi
BÖLÜM I GİRİŞ	1
BÖLÜM II YENİ MEDYADA HABER İLETİŞİMİ	3
2.1. Yeni Medya	3
2.1.1. Yeni Medyanın Gelişimi	4
2.1.2. Yeni Medyanın Özellikleri.....	5
2.1.3. Yeni Medya ve Geleneksel Medya Arasındaki Farklar	7
2.2. Yeni Medyanın Bir Alt Dalı Olarak Sosyal Medya	8
2.2.1. Sosyal Medyanın Özellikleri	9
2.2.1.1. Kullanıcı Katılımı.....	11
2.2.1.2. Kullanıcılara Açıklık ve Karşılıklı İletişim Olanığı	12
2.2.1.3. Kullanıcıların Topluluk Oluşturması.....	12
2.2.1.4. Kullanıcıların Bağlantı Halinde Olması	13
2.2.2. Bir Risk unsuru olarak Sosyal Medya	14
2.2.2.1. Organize Sosyal Medya Saldırıları.....	15
2.2.2.2. Sosyal Medyanın Provokasyon ve Dezenformasyon Sorunu.....	16
2.2.2.3. Sınırsız ve Zamansız İletişim Sorunu.....	17
2.2.2.4. Mahremiyetin İhlal Edilmesi.....	18
2.2.2.5. Filtresiz ve Kontrolsüz Bilgi Paylaşımı.....	19
2.3. Yalan Haberlerin Yayılmasında Sosyal Medyanın Rolü	20
2.3.1. Sosyal Medyada Yalan Haber Varlığı.....	21
2.3.1.1. Yalan Haberlerin Yayılması	22

2.3.1.2. Yalan Haberlerle Mücadele	24
BÖLÜM III YALAN HABER VE DEZENFORMASYONUN BOYUTLARI.. 26	
3.1. Mezenformasyon ve Dezenformasyon	26
3.1.1. Mezenformasyon	26
3.1.1.1. Mezenformasyonun Oluşturduğu Sorunlar ve Mücadele Yolları	27
3.1.1.2. Yeni Medyada Mezenformasyon	30
3.1.2. Dezenformasyon.....	32
3.1.2.1. Dezenformasyonun Oluşturduğu Sorunlar ve Mücadele Yolları	35
3.1.2.2. Yeni Medyada Dezenformasyon	37
3.2. Manipülasyon	38
3.2.1. Yalan Haber Olarak Manipülasyon	40
3.2.2. Manipülasyon ile Ortaya Konan Yalanlarla Mücadele	41
3.2.3. Yeni Medyada Manipülasyonun Etkileri	42
3.3. Hakikat Sonrası Çağda Propaganda	45
3.3.1. Propagandanın Yalan Haberleri Yaymadaki Rolü	45
3.3.2. Yeni Medyada Propagandanın Etkileri	47
3.3.3. Post-Truth/Hakikat Sonrası	48
3.3.4. Post-Truth'ün Yalan Haberlerdeki Etkisi.....	50
3.3.5. Post-Truth ve Yeni Medya İlişkisi	52
BÖLÜM IV YENİ MEDYADA BİLGİ DOĞRULAMA..... 54	
4.1. Bilginin Doğrulanması	54
4.1.1. Bilgi Doğrulamanın Tarihi	54
4.2. Bilgi Doğrulama Platformları.....	56
4.2.1. Bilgi Doğrulama Platformlarının Özellikleri	57
4.2.2. Türkiye'de Yer Alan Bilgi Doğrulama Platformları	60
4.2.2.1. Teyit.org	60
4.2.2.1.1. Haber Doğrulama Süreci	61

4.2.2.1.2. Google ve Meta İş Birliği	62
4.2.2.2. Doğruluk Payı.....	63
4.2.2.2.1. Haber Doğrulama Süreci	63
4.2.2.3. Malumatfuruş	64
4.2.2.3.1. Haber Doğrulama Süreci	65
4.2.2.4. Yalansavar	66
4.2.2.5. Anadolu Ajansı – Fact Check.....	66
4.2.3. Bilgi Doğrulama Platformları Hakkında Tartışmalar.....	68
BÖLÜM V RUSYA - UKRAYNA SAVAŞINDA TWITTER DEZENFORMASYONU	70
5.1. Twitter	70
5.1.1. Twitter’da Karşılıklı İletişim.....	71
5.1.2. Twitter’da Dezenformasyon Sorunu	72
5.2. Rusya ve Ukrayna Krizi	74
5.2.1. Kırım’ın İşgali	74
5.2.2. AB ve NATO ile Yakınlaşma	75
5.2.3. Krize Dış Aktörlerin Yaklaşımı	76
5.3. Rusya’nın Ukrayna’yı İşgali	78
BÖLÜM VI TWITTER’DA GERÇEKLEŞEN DEZENFORMASYON FAALİYETLERİNİN RUSYA - UKRAYNA SAVAŞI KAPSAMINDA İNCELENMESİ	79
6.1. Araştırmanın Konusu	79
6.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	79
6.2.1. Temel ve Alt Problemler	80
6.3. Araştırmanın Sınırlılıkları	80
6.4. Araştırmanın Yöntemi.....	81
6.5. Araştırmanın Hipotezleri.....	82
6.6. Verilerin Toplanması.....	83

6.7. Araştırmanın Bulguları.....	84
6.8. Tartışma.....	98
BÖLÜM VII SONUÇLAR	100
REFERANSLAR.....	103
ÖZGEÇMİŞ.....	115



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 6.1. Dezenformasyon İddiası 1	84
Şekil 6.2. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 1.....	85
Şekil 6.3. Dezenformasyon İddiası 2	86
Şekil 6.4. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 2.....	86
Şekil 6.5. Dezenformasyon İddiası 3	87
Şekil 6.6. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 3.....	88
Şekil 6.7. Dezenformasyon İddiası 4	88
Şekil 6.8. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 4.....	89
Şekil 6.9. Dezenformasyon İddiası 5	90
Şekil 6.10. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 5.....	90
Şekil 6.11. Dezenformasyon İddiası 6	91
Şekil 6.12. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 6.....	92
Şekil 6.13. Dezenformasyon İddiası 7	92
Şekil 6.14. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 7-1	93
Şekil 6.15. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 7-2	94
Şekil 6.16. Dezenformasyon İddiası 8	95
Şekil 6.17. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 8.....	96
Şekil 6.18. Dezenformasyon İddiası 9	96
Şekil 6.19. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 9.....	97
Şekil 6.20. Dezenformasyon İddiası 10	97
Şekil 6.21. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 10.....	98

SEMBOLLER VE KISALTMALAR

BM	Birleşmiş Milletler
NATO	Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü (North Atlantic Treaty Organization)
AB	Avrupa Birliği
AA	Anadolu Ajansı
COVID-19	Yeni Koronavirüs Hastalığı 2019
Brexit	Birleşik Krallık'ın Avrupa Birliği'nden Ayrılması
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
CNN	Cable News Network
SMS	Kısa Mesaj Hizmeti (Short Message Service)

BÖLÜM I

GİRİŞ

21. yüzyıl insanının en büyük iletişim kanallarından biri haline gelen dijital medya ve alt dalı olan sosyal medya, anlık iletişim platformları olarak ilk başvurulan konumda olsa da sunduğu bilgilerin doğruluğu her geçen gün daha da şüpheyile yaklaşılan bir hale gelmiştir. Özellikle bu tip dijital mecralar içinde Twitter, günümüzün haber ve bilgi deposu haline gelmiş bir sosyal medya platformudur (Şeberoğlu, 2021).

Birçok geleneksel medya platformuna henüz ulaşmamış haberlerin, Twitter ve benzeri platformlara anlık olarak ulaşması, kitlelerin bu mecraları tercih etmesine büyük bir temel hazırlamaktadır. Ancak bu mecralarda, özellikle de Twitter’da bu anlık iletişime doğru olmayan yani yalan haberi kasıtlı şekilde sokan birçok örgüt ve oluşum bulunmaktadır. Bu durumun özellikle Türkiye gibi ülkelerde ciddi boyutlara ulaştığı görülmektedir (Aktan, 2018).

20 Şubat 2014 tarihinden bu yana ciddi çatışmaların yaşandığı ve özellikle Şubat 2022’nin başından itibaren şiddetli bir kriz ortamına sebep olan Rusya-Ukrayna sorunu krizin seviyesi artınca bir başka boyuta geçmiştir. Bu çatışmanın kızışmasına temel olan alanlardan birisi ise dijital medya platformlarının birçoğudur. Bu platformlarda kriz başladığından bu yana Rusya’nın yapacakları ile ilgili resmi kanallardan birçok bilgi paylaşılmıştır. Rusya ise resmi kanalları aracılığıyla bu haberlerin bir tip dezenformasyon faaliyeti olduğunu ilan etmiştir (Kriter Dergisi, 2022).

Karşılıklı bilgi paylaşımı ve bunların resmi kanallar aracılığıyla yalanlanması, bilgi paylaşımı yoluyla kitlelerin harekete geçirilmesi ve belirli bir tarafta yer almalarına zemin hazırlayacak manipülasyon faaliyetleri, iletişimin doğru ya da yanlış olmasına bakılmaksızın kitleleri nasıl etki altında bırakabileceğini ortaya koymaktadır. Rusya ve Ukrayna krizinde resmi kanallar aracılığıyla yapılan manipülasyon faaliyetlerinin

sonucunda kitlelerin doğru kabul ettiği birçok dezenformasyon olayının gerçekleştiği görülmektedir. Bunlar her iki taraf için de devlet haber ajansları aracılığıyla yalanlanmaktadır (Sputniknews, 2022).

Devlet kanalıyla yalanlanan ve dezenformasyon faaliyeti olduğu ortaya konan dijital medya haberleri ise taraflı bir bakış açısına sahip olduğu için diğer doğruluğu teyit edilmesi gereken haberler gibi bu krizde de Teyit.org, Doğruluk Payı, Malumatfuruş, Yalansavar ve AA Check Fact gibi platformlara ihtiyaç yine doğmuştur. Bu tip platformlar, tarafsız bir bakış açısıyla birçok kaynağı kıyaslayarak bu haberlerin gerçek olup olmadığını ortaya koymak için Twitter merkezli bir teyit çalışması sürdürmektedir (Teyitorg, 2022). Çünkü yapılan araştırmalar Twitter'daki bilgi yayılım sürecinin çok hızlı olduğunu, ancak bilgilerin çoğunun teyitsiz bir şekilde dolaşıma sokulduğunu göstermektedir. Bu sebeple 21. yüzyıl iletişimde önemli bir yer tutan sosyal medya iletişimi için bilgi doğrulama platformlarının gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

1 Şubat 2022'de başlayan ve 24 Şubat 2022 tarihine uzanarak Rusya'nın Ukrayna'yı işgaline ilerleyen süreçte, sosyal medyada ve özellikle Twitter'da çeşitli hesaplar ve kurumlarca dezenformasyon paylaşımları yapılmıştır. Bu çalışmada bu paylaşımlar derlenmiş ve doğru bilgileri ortaya konmuştur. Bu kapsamda yan başlıklar olan dezenformasyon, yeni medya, bilgi doğrulama platformları ve Twitter; akademik bir literatür taramasıyla yakından incelenmiştir. Gerçekleştirilen araştırmanın yüksek lisans ve doktora öğrencilerine fayda sağlaması, uzmanlar için ise literatür kaynağı olması beklenmektedir.

BÖLÜM II

YENİ MEDYADA HABER İLETİŞİMİ

2.1. Yeni Medya

Yeni medya, geleneksel medyanın (radyo, televizyon, gazete, dergi vb.) yanı sıra, internet ve diğer dijital teknolojilerin kullanımıyla ortaya çıkan medya türleridir. Yeni medya, etkileşimli ve katılımcı bir deneyim sunmaktadır. İnternet üzerinden yapılan canlı yayınlar, bloglar, podcastler, videolar ve interaktif web siteleri, tüketicilerin birçok farklı konuda bilgi edinmelerini, etkileşimde bulunmalarını ve kendilerini ifade etmelerini sağlamaktadır (Karaduman, 2019).

Yeni medya, kullanıcılara içerik üzerinde kontrol ve etkileşim imkanı sunmaktadır. Kullanıcılar, içerikleri oluşturabilmekte, paylaşabilmekte ve yorumlayabilmektedir. Bu yeni medyanın interaktif bir özelliğe sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Yeni medya ayrıca kullanıcıların içerik üretmesine ve paylaşmasına olanak tanımaktadır. Bu sayede, kullanıcılar haber alma sürecinde aktif bir rol oynamaktadırlar. Bununla beraber yeni medya, dijital teknolojilerin kullanımıyla oluşturulmaktadır. Bu sayede, içerikler kolayca üretilebilmekte, paylaşılabilen ve depolayabilmektedir (Bayer & Özek, 2021).

Yeni medya, geleneksel kitle iletişim araçlarına kıyasla, alıcıları da içerik üreticisi haline getirerek iletişim sürecini daha katılımcı ve etkileşimli bir hale getirmiştir. Yeni medyanın en yaygın kullanım alanı olan sosyal medya, bireylere kendi içeriklerini üretme ve yayma imkanı sunarak, geleneksel medyaya olan bağımlılığı azaltmıştır. Sosyal medya, bireylerin kendi topluluklarını oluşturmalarına ve diğer bireylerle bağlantı kurmalarına olanak tanıyarak, sosyalleşmelerini kolaylaştırmıştır. Ancak, sosyal medyada paylaşılan kişisel bilgiler, ticari şirketler ve kamu kurumları tarafından da takip edilebilmekte ve bu durum, bireylerin mahremiyetlerini tehdit etmektedir (Kalaman, 2019).

Yeni medya, birçok farklı alt daldan oluşmaktadır. Bu alt dallar, yeni medyanın farklı özelliklerini ve kullanım alanlarını yansıtmaktadır. Bunlar sosyal medya, bloglar, podcastler ve video paylaşım platformları olarak ayrılmaktadırlar.

2.1.1. Yeni Medyanın Gelişimi

Bilgi işlem teknolojilerindeki gelişmeler, iletişim ortamında köklü değişikliklere yol açmıştır. Bu değişikliklerin başında, internetin ortaya çıkması gelmektedir. İnternet, metin, resim, ses ve video gibi farklı içeriklerin dijital formatta aktarılmasını sağlamıştır. Bu sayede, bilginin aktarımı ve paylaşımı çok daha kolay ve hızlı hale gelmiştir.

İnternetin iletişim ortamını dönüştüren bir diğer önemli özelliği, medya aygıtı olarak gelişmiş olmasıdır. İnternetin ortaya çıkmasıyla birlikte, fotoğraf, resim, video ve ses gibi içerikler daha kolay bir şekilde üretilip paylaşılabilir hale gelmiştir. Bu durum, yeni medya ortamını şekillendiren önemli bir faktör olmuştur (Misci, 2006).

İnternet, zamanla iletişim ortamını dönüştüren bazı gelişmeler yaşamıştır. Dijitalleşme ile bilginin dijital formatta aktarılması, bilginin aktarımı ve paylaşımı kolay ve hızlı hale gelmiştir. İnternetin bir medya aygıtı olarak gelişmesi medyalaşmayı ve yeni medya ortamını şekillendirmiştir. Sınır tanımayan özelliği ile bilginin küreselleşmesini kolaylaştırmıştır (Cansabuncu, 2013). Bu gelişmelerin sonucunda, iletişim ortamının karakteristik özellikleri de değişmiştir. Yeni iletişim ortamında, bilginin üretimi, paylaşımı ve erişimi çok daha kolay ve hızlı hale gelmiştir. Ayrıca, bilginin aktarımı ve paylaşımı, daha küresel bir boyut kazanmıştır.

İletişim teknolojilerinin gelişimi, altyapıda meydana gelen değişimlerle birlikte zamansal olarak da iki kavramla incelenmeye başlanmıştır: eski ve yeni. Bu kavramlarla açıklanmaya başlanan süreci kimi yazarlar "üçüncü büyük devrim", kimileri de "ikinci medya çağı" olarak nitelendirmiştir. Bu süreçte, iletişim teknolojilerinin kullanım boyutu, sunulan içerik ve teknolojik olanaklar açısından değerlendirmeler yapılmıştır. Bu değerlendirmeler sonucunda, "yeni" sıfatı, bir önceki teknolojiyle karşılaştırmalı olarak kullanılmıştır. Bu süreçte, iletişim teknolojilerinin kullanım boyutu, sunulan içerik ve teknolojik olanaklar açısından değerlendirmeler

yapılmıştır. Bu değerlendirmeler sonucunda, "yeni" sıfatı, bir önceki teknolojiyle karşılaştırılmalı olarak kullanılmıştır (Dilmen & Öğüt, 2006).

"Yeni" kavramı, "eski"nin yok olmasıyla ortaya çıkmış bir kavram değildir. Eski tamamen yok olmamıştır. Post-modernizmin, modernizmi reddettiği gibi, yeniyi tamamen reddetmemekte, eskiyi kullanarak kendini kanıtlama ve kabul ettirme çabası içinde de olmamaktadır. Bu durumda, "yeni", eskinin üzerine inşa edilen, dönüşümü de içinde barındıran bir süreci anlatmaktadır. "Yeni", süreç içinde ortaya çıkan "ortamı" ifade etmek için kullanılmaktadır. İletişim teknolojilerindeki gelişme devam ettikçe, yeni iletişim ortamlarının dönüşümü de devam etmiştir. Bu da, "yeni" kavramının, teknolojinin ivme kazanmasından önceki geleneksel kitle iletişim ortamının eskimesine bağlı olarak ortaya çıkan "zamansal" bir kavram olmadığını göstermektedir.

Yeni medya, geleneksel medyanın teknolojik olarak daha gelişmiş bir devamıdır. Bu nedenle, onu "devrimci" olarak tanımlamak doğru değildir. Devrim, eskiyi tamamen yok eden ve yerine yeni bir şeyin geldiği bir süreçtir. Oysa yeni medya, eski medyanın üzerine inşa edilmiştir ve onun özelliklerini taşımaktadır. Devrim kavramında eski tamamen terk edilmekte, yerine yeni bir irade gelmektedir. Bu noktada, devrim benzetmesi yeni medyayı tanımlamada yanlış kalmaktadır (Hirst & Harrison, 2007)'dan alıntı yapan (Cansabuncu, 2013).

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi, geleneksel medyaya karşı bir alternatif olarak ortaya çıkmıştır. Geleneksel medya, izleyicileri üzerinde önemli bir ideolojik etki sahibidir. Bu nedenle, alternatif bir medya arayışı uzun zamandan beri sürmektedir. 1990'lı yıllarda ivme kazanan yeni iletişim teknolojileri, bu ihtiyacı karşılamak için ideal bir zemin oluşturmuştur. Uydu teknolojisi ve fiber optik kablo yayıncılığıyla gelişen internet teknolojisi, geleneksel medya kanallarına alternatif iletişim kanallarını ortaya çıkarmak için itici güç olmuştur (Kalaman, 2019).

2.1.2. Yeni Medyanın Özellikleri

Yeni medyanın yapısı, interaktiflik özelliğiyle çok yönlü iletişime olanak tanımaktadır. Çift taraflı iletişimle uzam ve zaman boyutları arasında kesintisiz bir

eşzamanlılık sağlamak ve bireyin zaman ve mekanı kontrol etmesi, düşünme sürecine olanak tanımaktadır (Dijk, 2016). Bu durum, karşılıklı yüz yüze iletişimin yerini alarak mesafe kavramını yok etmektedir.

İnternet, etkileşim, hipermetin özellikleri, kullanıcı odaklı içerik üretimi ve çoklu medya biçimleri gibi özellikleriyle 21. yüzyılın önemli araştırma konularından biri haline gelmiştir. Herkese açık sayfalar arasında gezinme olanağı sağlayan hipermetin özelliği, yeni medya ortamının temelini oluşturmaktadır. Yazılı içerikler yerine görsel ve işitsel içeriklerin ön plana çıkması, teknolojiden elde edilen faydalar arasındadır. Dijital alt yapı, kitle iletişim araçlarına interaktiflik, pasiflikten aktifliğe geçme gibi özellikler katmaktadır. Etkileşim özelliği, alıcıyı aynı zamanda ileti gönderici konumuna getirmektedir. Farklı iletişim araçlarının özelliklerini tek bir platformda birleştirmek, yakınsamayı da sağlamaktadır (Doğu, ve diğerleri, 2014)'dan alıntı yapan (Arslan, 2023).

Dijital teknoloji sayesinde telefon, televizyon ve internet gibi iletişim araçları tek bir çatı altında buluşmaktadır. Örneğin, akıllı telefonlar aracılığıyla telefon görüşmeleri yaparken aynı anda internete erişebilme ve istenilen zaman ve mekanda televizyon yayınlarını izleme gibi özellikler, bu yakınsamanın bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Uğurlu, 2013).

Yeni medya özellikleriyle beraber birçok işlevi de bünyesinde barındırmaktadır. Özellikle toplumsal yaşantıda önem arz eden işlevleri mevcuttur. Yeni medya çağında iletişim araçlarının geniş bir yelpazede rolü bulunmaktadır. Haberlerin aktarılması, eğitim, toplumsal etkileşim, eğlence gibi birçok işlevi yerine getirmektedirler. Bu rolleri üstlenebilmek ve toplumun farklı kesimlerine ulaşabilmek içinse çeşitli iletişim araçlarına ihtiyaç duyulmaktadır. İnternet, sinema, dergiler, televizyon ve gazeteler gibi kitlesel iletişim araçları bunların arasındadır. Bu araçlar, farklı düşüncelerin ifade edilmesine ve çeşitli görüşlerin paylaşılmasına olanak sağlamaktadır (Yüksel, 2004)'dan aktaran (Akalin, 2022). Yeni medya, geleneksel medya ile benzer işlevleri yerine getirir ancak genellikle bu işlevlerini sanal platformlar üzerinde icra etmektedir.

Yeni medyanın ekonomik işlevi, Keynesyen ekonomik modelin 1970'lerde petrol krizi ve enflasyon artışıyla sarsıldığını ve şirketler ile hükümetlerin özelleştirmeler ve

düzenlemelerle ekonomik yapıyı yeniden şekillendirmeye çalıştıkları göstermektedir. Yeni iletişim teknolojileri, kapitalist mantığın derinleştirilmesine ve küresel pazarın genişlemesine katkıda bulunmaktadır (Castells, 2013). Bilgi teknolojileri devrimi, ekonomilerin birbirine bağımlılığını artırırken şirketler arası ağ oluşturma ve liberalizmin yayılmasına olanak tanıyarak kapitalizmin yeniden yapılanma sürecine girmesine sebep olmuştur.

Yeni medyanın bir diğer işlevi bilgi aktarımıdır. Kamuoyu, medya aracılığıyla yaşadığı toplum ve kendisiyle ilgili konularda bilgi edinmektedir. Yeni medya ortamları, internetin yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal ilişkileri dönüştürmeye başlamıştır. 21.yüzyılda, internet teknolojisi sayesinde bir dizi işlemi cep telefonları üzerinden gerçekleştirmek mümkündür. Medya, toplumu etkileyen ve yönlendiren bir unsur olarak kabul edilmektedir. Siyasetin oluşumunda ve yönlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca, kamuoyu işlevinin azaldığı ve gündem belirleme işlevinin arttığı gözlemlenmektedir. 21. yüzyılın başında, haber alma şekillerinde yaşanan değişimler gazeteciliğin de imajını değiştirmiştir. Yeni medya, günümüz yaşamında önemli bir yer tutarak insanların bilgi edinme ve etkileşim kurma biçimlerini dönüştürmektedir (Akalin, 2022).

2.1.3. Yeni Medya ve Geleneksel Medya Arasındaki Farklar

Farklı iletişim ortamları teknolojik gelişmelerle birlikte artmakta ve bu ortamları kategorize etmek giderek zorlaşmaktadır. İletişim ortamları, geleneksel ve yeni medya olarak ayrıldığında, teknik bilgi ve dijital özellikler bakımından da ayrılmaktadırlar (Yengin, 2014).

Yeni medya ve geleneksel medya arasındaki farkları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- **Tek Yönlü ve Çift Yönlü İletişim:** Geleneksel medya tek yönlü mesajlar sunarken, yeni medya çift yönlü iletişim imkanı sağlamaktadır. Bu, kullanıcıların içerik üretme ve paylaşma özgürlüğünü beraberinde getirmektedir (Çetinöz, 2013).

- **Depolama ve Erişim:** Yeni medya, bilgiyi depolama kapasitesinde avantaj sağlamakta ve belirli bir zaman diliminde bu bilgilere erişimi kolaylaştırmaktadır. Geleneksel medya ise belirli zaman dilimlerinde mesajları ileterek sınırlıdır (Dijk, 2016).
- **Katılım ve Yayıncılık:** Yeni medya, katılımı teşvik edip ve kullanıcıları yayıncı olmaya teşvik ederken, geleneksel medya yayıncılığı daha uzmanlık ve maddi g¼c gerektiren bir alanda tutmaktadır (Kuyucu, 2013).
- **Kontrol ve İzleyici Etkileşimi:** Geleneksel medya önceden denetlenirken, yeni medyada böyle bir kontrol yoktur. Yeni medya, izleyicilerin içerik oluşturmasına ve etkileşimde bulunmasına izin vermektedir (Çetinöz, 2013)
- **Erişim ve Bilgi Kaynakları:** Geleneksel medya, bilgiye arşiv üzerinden erişim sağlarken, yeni medya ise arama motorları aracılığıyla anında ve geniş bir erişim imkanı sunmaktadır (Arslan, 2023).
- **Taşınabilirlik ve Sürekli Erişim:** Yeni medyanın taşınabilir olması, zamansal ve mekansal sınırlılıkları kaldırırken, geleneksel medya belirli zaman dilimlerinde iletişim kurmaktadır (Dijk, 2016)
- **Kullanıcı Katılımı:** Sosyal medya, kullanıcıların içerik üretme, yorum yapma ve etkileşime geçme özgürlüğü sağlamaktadır. Bu da geleneksel medyadan farklı bir katılım biçimi oluşturmaktadır (Kuyucu, 2013).
- **Dağıtım ve İzleyici Ayrımı:** Yeni medya, merkezi olmayan dağıtımı kolaylaştırmakta ve daha geniş izleyici ayrımına maruz kalan yapılar oluşturmaktadır (Yengin, 2014).

2.2. Yeni Medyanın Bir Alt Dalı Olarak Sosyal Medya

21.yüzyılın anlık iletişim merkezi haline gelen ve yeni medya kavramının bir alt dalı olan sosyal medya, Web 2.0 kavramının hayatımıza girmesiyle belirginleşmiştir. Web

2.0 kavramı ise Dale Dougherty'nin MediaLive konferansında ilk kez kullanılarak interneti etkileşimli bir boyuta taşımayı hedefleyen bir kavram olarak kullanıcıların karşısına çıkmıştır (Ersöz, 2020). Bu dönem, interneti daha etkileşimli hale getirerek daha fazla kullanıcıyı bir araya getirmeyi amaçlamaktadır.

Web 2.0, kullanıcıların pasif alıcı konumundan aktif bir şekilde içeriklere etki etme yetisini beraberinde getirmiştir. Bu süreçte, 2000'lerin başından itibaren popülerlik kazanan Web 2.0 teknolojisi, kullanıcı odaklı bir internet ortamı oluşturarak işbirliği ve veri akışını artırmıştır. Bu da sosyal ağların yaygınlaşmasına ve etkileşim oranının yükselmesine neden olmuştur. Özellikle sosyal ağların ortaya çıkmasıyla birlikte, kullanıcılar arasında etkileşimin arttığı, içerik üretimine katılımın ve dolayısıyla paylaşımların gerçekleştiği çift yönlü bir iletişim ortamı oluşmuştur. Instagram, Twitter, YouTube, Wikiler ve bloglar gibi sosyal medya platformları, kullanıcıların erişimine sunularak internetin çift yönlü iletişimini artırmıştır (Çelikel, 2023).

Web 3.0 ise internetin kişiselleştirilmiş bir hizmet sunma hedefini taşımaktadır. Bu aşamada, aranan bilgilere daha kolay ve hızlı bir şekilde ulaşılabilen, anlamsal web olarak adlandırılan bir teknoloji öne çıkmaktadır. Web 3.0'ın en önemli özelliklerinden biri, içeriğin sadece kelimelerden ziyade anlamlarının öne çıkmasıdır. Farklı kullanıcıların farklı terimler aradığında aldıkları sonuçların kişisel tercihlere göre değişebileceği anlamına gelmektedir.

Semantik web veya Web 3.0 olarak adlandırılan bu teknoloji, tüm verileri bir araya getirerek bilgisayarlar aracılığıyla otomatik bir biçimde yönetmeyi amaçlamaktadır. Bu aşama, internetin içerikleriyle aratılan kelimelerin iç içe geçmesiyle ilgilenmektedir. Web'in teknolojik evriminde Web 1.0 ve Web 2.0 deneyimlerinin ardından Web 3.0'ın, hem makinelerin hem de kullanıcıların etkileşimini sağladığı bir evrim olduğu belirtilmektedir (Aslan & Kolancı, 2018).

2.2.1. Sosyal Medyanın Özellikleri

Mobil cihazlar ya da bilgisayarlar aracılığıyla erişilen dijital platformlarda, kullanıcıların yazılı, sözlü ve görsel iletişim ve paylaşım oluşturdukları alanların geneline sosyal medya adı verilmektedir. 21.yüzyıl itibarıyla Türkiye ve dünya

genelinde sosyal medyanın yaygın kullanımını, bu mecranın varlığını inkar etmenin artık mümkün olmadığını göstermektedir. Bu durum, sosyal medyanın, yeni bir iletişim aracı olarak karşımıza çıktığını göstermektedir. Geleneksel medya araçlarının öncesinde olduğu gibi, sosyal medya platformlarının da hem avantajları hem de riskleri vardır ve kullanıcılar bu mecraları dikkatle kullanarak herhangi bir sakıncadan kaçınabilmektedirler.

Son yıllarda, sosyal medya hızla günlük yaşamı, siyaseti, kitlesel algıyı ve özellikle kriz durumlarında kamu politikalarını dönüştürme gücüyle ön plana çıkmıştır. Bu ilgi, sosyal medya platformlarının, kullanıcılar arasında yakın teması teşvik eden paylaşımlara yönelik altyapısından kaynaklanmaktadır. Kullanıcılarına ulaşma konusunda temel bir rol oynayan ve her türlü yeniliğe kolaylıkla uyum sağlayabilen yapısı, sosyal medya platformlarını dikkate değer bir alan haline getirmektedir (Vatandaş, 2015).

Sosyal medyanın avantajlarından biri, Kovid-19 salgını gibi olağanüstü durumlarda kitlelerin bilgi ihtiyacını karşılayabilme gücüdür. Pandemi sürecinde, salgının seyrinden korunma yöntemlerine, bulaşma yollarından ölümcüllük derecesine kadar birçok konuda bilgi eksikliğini gidermek için insanlar sosyal medyaya yönelmiştir. Bu süreçte sosyal medya, kullanıcı taleplerine hızlı bir şekilde yanıt vererek kriz durumlarında topluma hızlı, zengin ve kişiselleştirilmiş içerikler sunmuştur. Bu bağlamda, sosyal medyanın teknoloji, hız ve kitlesellik açısından avantajları olduğu söz konusu görülmektedir. Sosyal medyanın, ekonomik, siyasi ve kültürel anlayışlar üzerinde büyük bir etkisi olduğu kabul edilmektedir. Sosyal medya platformları, insanların birçok alışkanlığını ve iletişim biçimlerini değiştirebilmekte, siyasi faaliyetlerin ve kültürel etkinliklerin organizasyonunda rol oynayabilmekte, duygusal ve düşünsel ifadelerin paylaşımını sağlayabilmektedir. Son yıllarda sosyal medya, enformasyonun bir ağ gibi her alanı sardığı yeni bir medya toplumu oluşturmuştur. Bu bağlamda, kullanıcılar sosyal medya tarafından şekillendirilirken aynı zamanda sosyal medyaya yön veren bir konumda bulunmaktadır (Castells, 2013).

Sosyal medya, aktif iletişim süreçlerini sağlama, ilişki kurma ve güven oluşturma amacıyla çeşitli temel özelliklere sahip, iletişim teknolojilerinin kullanıldığı bir platform olarak tanımlanmaktadır. Bu platform, ulaşımı kolaylaştırma ve insanların

birbirleriyle bağlantıda kalmasını sağlama amacı gütmektedir. Sosyal medyanın özellikleri çeşitli başlıklar altında ele alınabilir:

2.2.1.1. Kullanıcı Katılımı

Sosyal medya, 21.yüzyılda, insanları sosyal etkileşim sürecine katkıda bulunmaya teşvik eden, medya ve toplum arasındaki ayrımı azaltan bir platform olarak ortaya çıkmaktadır. Medya kullanıcılarının, içerik üretimine ve tüketimine yönelik farklılıkların azaldığı, hatta ortadan kalktığı, özellikle siyasetin dönüştüğü ve dijital mecralarda gerçekleşen etkileşimlerin bir parçası olarak değerlendirilebilecek bir dönem yaşanmaktadır. Çevrimiçi etkinlikler, kolektif deneyimlerin, dayanışmanın ve karşılıklılığın ifade edildiği alanlar haline gelirken, bu platformlar bireylerin kişisel deneyimlerini paylaşarak toplumsal duyarlılığı artırmak ve harekete geçirmek için önemli bir rol üstlenmektedir (Papacharissi, 2010)'dan alıntı yapan (Çelikel, 2023).

Sosyal medya, anonimlik imkanıyla, marjinal grupların, dışlanma ve şiddete maruz kalan kesimlerin seslerini duyurabildikleri bir alan olarak işlev görmekte ve bu mecralar, bireylerin yaşam deneyimlerini ifade etmelerine ve toplumda duyarlılık oluşturmalarına olanak sağlamaktadır. Türkiye'de de sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıyla, Google, Instagram, Twitter, Facebook gibi platformlar aktif olarak kullanılmakta ve sosyal medya, ülke gündeminde etkili bir rol oynamaktadır (Kartal, 2013). Örneğin, 15 Temmuz darbe girişimi sırasında halkın sosyal medya aracılığıyla olayları canlı bir şekilde paylaşması, toplumsal dayanışmayı artırmış ve darbenin bastırılmasında etkili olmuştur. Sosyal medya, tekelleşmiş medya kuruluşlarının baskısını aşmış ve içerik üretimini ve tüketimini demokratize etmiştir. Bu açıdan bakıldığında, sosyal medya platformları, bireylerin ve toplulukların küresel düzeyde deneyimlerini paylaşma, empati kurma, sorumluluk alma ve toplumsal destek oluşturma gibi işlevleri, daha önceki iletişim araçlarından farklı bir biçimde yerine getirmektedir. Bu farklılık, sosyal medyanın yapısal özelliklerinden kaynaklanmaktadır (Çildan, ve diğerleri, 2012).

2.2.1.2. Kullanıcılara Açıklık ve Karşılıklı İletişim Olanğı

Sosyal medya platformları, katılıma ve geri bildirimine açık olmalarıyla tanımlanmaktadır. Kullanıcılar için içeriklere erişimde oldukça düşük engeller bulunmaktadır, bu da katılım, eleştiri, yorum ve bilgi paylaşımının artmasına katkı sağlamaktadır.

Geleneksel medya döneminde, içerikler izleyicilere tek yönlü bir iletişim biçiminde sunulduğu için izleyiciler, pasif bir konumda kalıyor ve sürece katılım sağlayamıyordu. Sosyal medya, iletişimi çift yönlü bir hale getirerek bu durumu değiştirdi ve etkileşimi artırdı. Bu nedenle, sosyal medya platformları, toplumsal destek sağlama ve siyasi iletişimi yönlendirme gibi işlevlerle politik iletişimde bir araç olarak kullanılmaktadır (Akıncı & Bat, 2010).

Çift yönlü iletişim, siyasi figürlerin daha geniş kitlelere hızlıca ulaşmasını ve tepkilerini daha kolay ölçebilmesini sağlayarak sosyal medyayı güçlü bir politik araç haline getirmektedir. Kullanıcılar, bu platformları kullanarak düşüncelerini ifade edebilmekte, diğerlerinin paylaşımlarını yorumlayabilmekte ve cevaplayabilmektedir. Yeni medya uygulamaları, hiyerarşik ve bürokratik engelleri kaldırarak kullanıcıları aktif bir üretici konumuna getirmektedir. Bu iletişim ortamı, gündelik olayları, haber değeri taşıyanı veya değeri görmezden gelineni görünür kılarak geleceği kamusallaştırma ve siyasallaştırma potansiyeline sahiptir. Aynı zamanda, bireysel deneyimlerle birlikte, dışlanmış kesimler için bir tanıklık alanı oluşturarak yerel iktidar yapılarını aşmayı başarmakta ve küresel toplulukları kendi tanıkları haline getirme potansiyeli taşımaktadır (Kıran, ve diğerleri, 2020).

Sosyal medya ve çevrimiçi uygulamalar, deneyimlerin ve tanıklıkların dönüşümüne katkıda bulunarak demokratik katılım gibi kamusal fırsatlara yol açabilecek temsil unsurlarını geliştirme potansiyeline de ayrıca sahiptir.

2.2.1.3. Kullanıcıların Topluluk Oluşturması

Sosyal medya platformları, farklı amaçlar etrafında çeşitli kitlelerin hızla organize olup aktif iletişimde bulunabildiği alanlar olarak öne çıkmaktadır. Bu platformlar,

benzer ilgi alanlarına sahip insanların kolaylıkla etkileşime geçebildiği kabul görmüş iletişim süreçlerine olanak tanımaktadır. Siyasetçiler ve toplum, sosyal medyayı resmi açıklamaların ve tartışmaların merkezi olarak kullanmaktadır. Bu durum, iletişimi ve siyasi tercihlerin oluşumunu yönlendirme potansiyeline sahiptir (Çelikel, 2023).

Siyasi figürlerin sosyal medyadaki paylaşımları, toplum için resmi bir platform niteliği taşımakta; bu nedenle bu paylaşımlar doğrudan erişilebilmekte ve değerlendirilebilmektedir. Bu mecralardaki siyasi değerlendirmeler ve tartışmalar, iletişimi şekillendirmekte ve insanların siyasi eğilimlerini etkilemektedir. Bu siyasi yönelim, halktan aldığı güç ve meşruiyetle politikaların gözden geçirilmesine olanak sağlayabilmektedir. Sosyal medya platformları ayrıca toplumun iletişimini yönlendirmek ve gündem oluşturmak amacıyla önemli bir araç haline gelmiştir. Yerel ve ulusal düzeydeki siyasi figürler, politikalarını, vaatlerini ve icraatlarını bu mecralar aracılığıyla kitlelere ulaştırmaktadır. Bu figürlerin sosyal medyadaki açıklamaları, haber niteliği taşıyarak kullanıcılar tarafından referans olarak alınmaktadır (Köseoğlu & Al, 2014).

Sosyal medya mecraları bunların yanında, toplu siyasi eylemleri destekleme açısından da önemli rol oynamaktadır. Örneğin, 15 Temmuz Darbe Girişimi'nde sosyal medyanın etkisi belirgindir; Cumhurbaşkanı'nın halkı sokağa davet etmesi ve sosyal medya üzerinden iletişim, bireylerin davranışlarını etkileyip olumlu yönde yönlendirmiştir. Benzer şekilde, Wall Street İşgali gibi olaylarda da sosyal medya platformları, kitlesel eylemin öncesinde, sürecinde ve sonrasında toplumun harekete geçmesinde ve bu sürecin kamuoyuna aktarılmasında etkili bir rol oynamıştır (Szajkowski, 2011).

2.2.1.4. Kullanıcıların Bağlantı Halinde Olması

Sosyal medya platformları, bağlantı imkanları sunarak diğer kaynaklarla ve kişilerle iletişimi artırırken aynı zamanda mevcut bağlantıları güncelleme ve yeniden düzenleme fırsatı vermektedir. Geleneksel medya döneminde, izleyicilerin hoşlanmadığı veya onaylamadığı içeriklere hızlı ve etkili bir geri bildirim verme imkanı bulunmamaktaydı. Ancak yeni iletişim teknolojileri, herkesin içerik oluşturma, paylaşma ve yayma yeteneğini artırmaktadır. Bu sayede sosyal medya kullanıcıları

aktif bir şekilde iletişime katılabilmektedir. Günümüz sosyal medya toplumunda iletişimin yeni bir niteliğe sahip olduğu savunulmaktadır (Castells, 2013). Örneğin, YouTube'a bir video yüklendiğinde, feed veya geniş e-posta listeleri aracılığıyla küresel bir kitleye potansiyel olarak erişilebilmesi, kitlesel iletişimin bu yeni niteliğini ortaya koymaktadır.

Sosyal medyada gerçekleşen iletişim, kişiler arasında, kitlesel ve öz iletişim olarak üç farklı biçimde var olmaktadır. İletişimin bu biçimlerinin birbirini tamamlayarak etkileşim halinde olduğu vurgulanmaktadır (Castells, 2013).

Sosyal medya platformlarının özellikleriyle ilgili genel bir değerlendirme yapıldığında, mecraların kullanıcılara birçok avantaj sunduğu görülmektedir. Bunlar kitleselleşmeye olanak sağlaması, doğru bilgiye erişimi kolaylaştırması, insanlar arasındaki iletişimi artırması, fikirlerin hızla yayılmasına olanak tanınması, organizasyon ve iletişim maliyetlerini minimize etmesi ve toplumsal olaylara hızlı tepki gösterebilme yeteneğini artırması gibi özetlenebilmektedir.

2.2.2. Bir Risk unsuru Olarak Sosyal Medya

Sosyal medya, iletişimin etkileşimli, çok yönlü ve aktif bir sürece evrildiği bir alan haline gelmiştir. Bu platformlar, dünyadaki ve toplumdaki detayları daha görünür ve kolay ulaşılabilir kılmıştır. Ancak, mahremiyet gerektiren bilgilerin bu şekilde erişilebilir hale gelmesi, kullanıcılar ve toplumlar için bir tehlike ve risk unsuru oluşturmaktadır.

Dünya üzerindeki tekelleşme yapısının ana özelliklerinden biri, gelişmiş ülkelerin çıkarları doğrultusunda hareket etmesi, diğeri ise sürekli olarak krizlerle karşı karşıya olunmasıdır. Bu yapı, krizlere çözüm bulmak için çeşitli dönemlerde farklı araçlar ve teknikler geliştirerek devam etmiştir. 21. yüzyıl bilgi toplumunda, tekelleşmiş sistemlerin amacına hizmet eden önemli araçlardan biri de sosyal medya olarak görülmektedir. Gelişmiş ülkeler, teknolojik imkanlar ve istihbarat gücüyle sosyal medyayı, istedikleri ülkelerdeki politika ve iktidar değişimlerinde bir araç olarak kullanabilmekteler (Amin, 2010)'dan alıntı yapan (Çelikel, 2023).

Sosyal medya kullanıcıları, içerik oluşturup paylaşma özgürlüğüne sahip olduklarını düşündüklerinden, bu platformlarda eşit bir rol üstlendiklerini hissetmektedirler. Bu durum, kullanıcılar arasında demokrasi düşüncesinin güçlenmesine yol açabilmektedir. Kullanıcıların duygu, düşünce ve içeriklerine diğer kullanıcıların verdiği geri bildirimler, etkileşim alanları oluşturarak sanal toplulukların oluşmasına katkı sağlamaktadır (Aydın, 2016). Ancak, kitlesel iletişim ve dijital iletişime yönelik yapısal eşitsizlikler küresel ve yerel düzeyde devam etmekte ve yeniden şekillenen otorite biçimleri, bireyleri ve katılımı belirleyerek kendi sistemlerinin bir parçası haline getirmektedir. Bu durum, deneyim ve tanıklıklar aracılığıyla bireylerin, büyük verinin bir parçası haline gelerek izlenmesi ve geleceğe ilişkin öngörülerde bulunulabilmesi gibi konuları da gündeme getirmektedir.

Sosyal medya platformları, kullanıcıları için bilgi seviyesini artırıcı, verilerin hızla yayılmasını ve örgütlenmeyi sağlayıcı, siyasi düşünceye yakın fikirlerin ifade edilmesine imkan veren, siyasi kampanyalara destek sunulan ve bu kampanyaların reklamının yapılabildiği alanlar olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, elde edilen bulgular, sosyal medya kullanıcılarının iletişimlerini yönlendirme ve davranışlarını şekillendirme konusunda büyük bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir (Değer, 2018).

Sosyal medya platformlarında genel olarak karşılaşılabilecek sorunlar şu şekilde derlenebilir:

2.2.2.1. Organize Sosyal Medya Saldırıları

Sosyal medya platformları, toplumsal faaliyetlerin hızlı ve kolay bir şekilde organize edilmesine olanak sağladığından, kitlesel eylemlerin gerçekleştirilmesine zemin hazırlayabilmektedir. Bu mecralar, belirli bir düşünce etrafında kitleleri bir araya getirme potansiyeline sahiptir. Teknolojik araçlar, internete bağlı cihazlar gibi, geniş kitlelerin yönlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Diğer taraftan, bireyler, siber dünyadan etkilenerek şirket iktidarına meydan okuma, hükümet otoritesini sorgulama ve kültürel temelleri sarsma gibi olumsuz düşüncelere kapılabilmektedirler (Castells, 2013).

İnternet'in, sosyal hareketlerin oluşumuna katkıda bulunduğu, hareketlerin İnternet üzerinden doğduğu veya internetin protestoları aktardığı şeklindeki düşünceler, teknolojik belirlenimciliğe dayalı bir mantığı ortaya koymaktadır. Bu bağlamda teknoloji, belirli bir duruma yol açan bir aktör olarak görülmektedir. Farklı sosyal medya platformlarında siyasi enformasyon üretimi ve iletişim daha parçalı bir yapıya sahiptir. İnternetin kullanıcılara sunduğu güçle kamuoyunun birçok konuda bölünmesi riski ortaya çıkmaktadır (Habermas, 2006).

İnternet, sosyal ağları içeren ve küresel bilgisayar ağlarından faydalanan bir teknolojik ve sosyal sistem olarak tanımlanmaktadır. İnternet, 21.yüzyıl toplumunun muhalif dinamiklerinin bir parçasıdır ve kendi içinde farklı etkilere ve belirlenimlere sahiptir. Ancak, internet üzerinden gerçekleşen kolektif sosyal eylemin etkisi sınırlı olabilmekte, mevcut eğilimleri zayıflatabilmekte veya güçlendirebilmektedir. Bu tarz bir güç ile sosyal medya, devrimlere ve isyanlara neden olabilmektedir (Castells, 2013). Örneğin, Andrew Sullivan'ın 2009 İran protestoları bağlamında 'devrim tweetlenecek' ifadesi, 'Twitter devrimleri' veya 'Facebook isyanları' gibi popülerleşen kavramları dile getirerek bu düşüncüyü desteklemiştir (Çelikel, 2023).

2.2.2.2. Sosyal Medyanın Provokasyon ve Dezenformasyon Sorunu

Sosyal medya platformları, çeşitli alanlarda etki yaratma amacıyla kullanılan bir araç olarak dikkat çeker. Bu mecralar, özel yaşamın ticarete, bireysel hedeflerden kitlelerin istihbarat amacına kadar geniş bir yelpazede belirli görüşleri, düşünceleri veya davranışları yayma potansiyeline sahiptir. Medya, sembolik gücü aracılığıyla insanların zihinlerini etkileyerek içerikle toplumu bir araya getirebilmektedir. Medya, sadece sembolik gücün gerçekleşmesiyle sınırlı kalmaz; aynı zamanda ekonomik, siyasi ve sembolik güç yapılarının ifadesi olan maddi ve sembolik mekânlar olarak da işlev görmektedir (Couldry & Curran, 2003).

Twitter ve diğer sosyal medya platformları üzerinden gelen haberlerde doğrulama gerektiren veri bolluğu ve kullanımında çeşitli problemler bulunmaktadır. 21. yüzyılda, sosyal medyada ortaya atılan paylaşımlar, doğrulanmamış verilerin habermiş gibi sunulmasına ve hızla yayılmasına neden olabilmektedir. İletişimin kolaylaşması ve internetin yaygınlaşmasıyla herkes, sosyal medyada kamuoyuna etki etme

potansiyeline sahip olabilmekte ve bu durum, yanıltıcı bilgilerin yayılma riskini beraberinde getirmektedir (Mercimek, ve diğeri, 2016).

"Trol" terimi, sosyal medya platformlarında bilinçli bir şekilde katkı sağlayan kullanıcıları veya sistem geliştiricilerini kasıtlı olarak engellemeye yönelik faaliyetler için kullanılmaktadır. Bu trol eylemi, genellikle tartışmalara yol açmayı hedefleyen kötü niyetli bir tutumla gerçekleşmekte ve sıklıkla azınlıkta ya da tartışmalı bir görüşte olan kişilerce uygulanmaktadır. Trol, uzlaşma veya fikir birliği oluşturma yerine kendi amaçları doğrultusunda hareket etmeyi tercih etmektedir. Bu durum, içeriklerin güvenilirliğini tehdit edebilir veya yönlendirme amaçlı değişikliklere yol açmaktadır (Mercimek, ve diğeri, 2016).

2.2.2.3. Sınırsız ve Zamansız İletişim Sorunu

Sosyal medya platformları, mobil uygulama hizmetleri aracılığıyla kullanıcılarına kablosuz bir şekilde enformasyon akışı sağlama imkanı sunmaktadır. Bu sayede kullanıcılar, zamansal ve mekansal sınırlamalardan bağımsız olarak dünyanın her yerinden anlık bilgi alabilmekte, paylaşabilmekte, sosyal örgütlenmeler kurabilmekte ve yönetebilmektedirler.

Bu durum, kontrol ve denetimin zorluğu nedeniyle kullanıcıların kolayca tekelleşmiş yapılar veya organize olmuş kurumlar tarafından etkilenebilme riskini artırmaktadır. Sosyal medya platformları, iletişimin karşılıklı ve hızlı bir biçimde gerçekleşmesine imkan tanıyarak dolaşımdaki verinin hızla yayılmasını sağlamakta ve tartışmaya açık bir yapı sunmaktadır (Çıldan, ve diğeri, 2012).

Bu özellikleriyle sosyal medya, kullanıcılara haberlere anlık erişim, haberleri yorumlama ve tepki gösterme şansı sunmaktadır. Dolayısıyla, bu mecralar toplumsal oluşumların merkezine yerleşmiş durumda olup bireysel görüşleri etkileyerek iletişimi doğrudan şekillendirebilmektedir.

2.2.2.4. Mahremiyetin İhlal Edilmesi

Özgürlüğün metalaştırılması, özgür iletişimin kısıtlanması ve gizlilikten feragat edilmesi, küresel iletişim ağlarının erişimi karşılığında insanların metalaştırıldığını ortaya koymaktadır (Castells, 2013). Bu durum, sosyal medya kullanıcılarına "ürün yoksa, ürün sensin" anlayışını destekler nitelikte görülmektedir.

Sosyal medya, kullanıcıların takma isimlerle gizlenerek hakaret ve aşırı görüşlerini özgürce ifade etmelerine olanak sağlamaktadır. Fakat bu duruma karşı Facebook gibi platformlar, gerçek isim ve soy isim dışında hesap oluşturulmasını yasaklayarak katı bir tutum sergilemektedir. Bu uygulama, sahte profillerin yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan kötü niyetli kullanım riskini azaltmayı amaçlamaktadır. Ancak, sosyal medya kullanıcılarının özel yaşamlarını paylaşımlarıyla birlikte bu bilgilerin genel halk tarafından erişilebilir hale gelmesi ve normalleşmesi, bu uygulamaların çalışma sistemiyle çelişmektedir (Değer, 2018).

Bu durum, insanların popüler kültürün etkisiyle sosyal medya fenomenlerine özenmeye başlamalarına neden olmasından kaynaklanmaktadır. Yüz yüze iletişimin yerini dijital sosyal etkileşimlerin almasıyla rol model algıları değişmiş ve bunun sonucunda da sosyal medya üzerindeki takipçi sayısı yüksek olan hesaplar toplumun dikkatini çekmeye başlamıştır. Sosyal medya platformları, medya gücü ile karşı gücün etkileştiği alanlar olarak tanımlanmaktadır. Önde gelen platformlar, dikkat yoğunluğunu belirli takipçi sayısına sahip hesaplar üzerinde toplayarak iletişimi filtreleyip yönlendirme yeteneğine sahiptir. Bu durum, ekonomik, siyasal ve ideolojik medya gücünün önemli bir bölümünü yönlendiren hâkim oyuncuların sosyal medyada etkin olduğunu göstermektedir (Kaya, 2022).

Veri simsarları, çevrimiçi davranışlardan çıkardıkları detaylı profillerle kullanıcıların gizliliğini tehlikeye sokabilmektedir. Çevrimiçi reklamlar, kullanıcıların kişisel bilgilerini işleyerek, istilacı bir tavır sergilemektedir. Sosyal medya, kullanıcılar hakkında birçok ayrıntıyı toplarken, bireysel profiller oluşturarak, özel bilgileri kullanıcıların farkında olmadan analiz edebilmektedir (Utma, 2018).

2.2.2.5. Filtresiz ve Kontrolsüz Bilgi Paylaşımı

21.yüzyılda internet ve küresel multimedya ticaret ağlarının, iletişim özgürlüğü savunucuları ile ticari kontrol arasındaki çatışmadan oluşan bir yurttaş kontrolü seviyesi üzerinde şekillenmektedir (Castells, 2013). Sosyal medyanın önemli risklerinden biri, kontrolsüz veri paylaşımı ve yönlendirmedir. Bu platformlar, anlık ve hızlı iletişim olanakları sunmasına rağmen, kontrolsüz bilgi paylaşımının kamusal huzur, güven ve düzen açısından birçok riski barındırabilmektedir. Bu riskler, özellikle çocuklar ve gençler gibi daha savunmasız gruplar için daha da artabilmektedir.

Herkes İnternet üzerinden içerik üretebilmekte, bloglar yazabilmekte, forumlar başlatabilmekte veya büyük e-posta listeleri oluşturabilmektedir. Erişim kuraldır, engellemeler ise istisnai durumlardır (Mercimek, ve diğerleri, 2016). Ancak, görünürlük ve dikkat ekonomisi, güçlü aktörlerin bir tür merkezi filtre oluşturmasını sağlamaktadır. Bu durum, herkesin internet aracılığıyla bilgi yayabilmesiyle sonuçlanmaktadır. Fakat, tüm bilgiler eşit şekilde görünür değildir ve aynı ilgiyi çekmemektedir. Bu durum, kullanıcıların büyük veri akışı içinde özel bilgilere kapılmasına ve haberlerin hızlı yayılmasına yönelik bir sorun olarak nitelendirilmektedir (Çıldan, ve diğerleri, 2012).

Hız faktörü, haberlerin doğrulanması için gerekli süreyi ortadan kaldırmakta ve sosyal medya haberciliğinin dezavantajlarından biri olarak görülmektedir. Bu hızlı iletişim ortamı, haberlerin doğrulanmasına ayırılması gereken süreyi zorlaştırmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları, iddia olduğunu belirtmeksizin gerçekmiş gibi bilgiler sunabilmektedir (Çelikel, 2023).

Sosyal medya platformları, siyasi iletişimi önemli ölçüde yönlendirebilen alanlardır. Bu platformlar, siyasi partiler ve siyasetçiler tarafından insanların görüşlerini etkilemek için yoğun bir şekilde kullanılabilir. Bu nedenle, seçim dönemleri gibi belirli dönemlerde, sosyal medya iletişimde bir yönlendirme aracı olarak sıkça kullanılabilirler. Kullanıcıların maruz kaldığı bilgiler, yeni görüşler benimsemelerine veya mevcut görüşlerini daha katı bir şekilde savunmalarına neden olmaktadır. Bu durum, sosyal medyanın siyasi mesajlar aracılığıyla iletişimi etkileme gücünü göstermektedir (Seçim, 2016).

Facebook, Twitter, Instagram gibi platformlarda paylaşılan siyasi içerikler, kullanıcıların ilgi duyduğu görüşe daha çok yönlendirme yapabilmektedir. Bu, sosyal medya kullanıcılarının siyasi davranışları üzerinde etkili olabilmekte ve özellikle seçim dönemlerinde belirgin bir rol oynamaktadır. Bu mecralardan iletilen her yeni bilgi, kullanıcıları etkileme ve iletişimlerini yönlendirme potansiyeline sahip siyasi bir mesaj olarak değerlendirilmektedir.

Bu platformlar, erişimi kolaylaştırırsa da kontrolsüz veri paylaşımının getirdiği riskler ve siyasi iletişimi etkileme potansiyelleri gibi çeşitli riskler barındırır.

2.3. Yalan Haberlerin Yayılmasında Sosyal Medyanın Rolü

Sosyal medya günümüzde geleneksel medyanın yerine alternatif bir iletişim platformu olarak kabul edilmekte ve giderek bu rolünü güçlendirmektedir (Sine & Sarı, 2018). Twitter, Facebook ve YouTube gibi platformlar, sosyal medya alanında en popüler ve en yüksek kullanıcı sayısına sahip olanlar arasında yer almaktadır. Son verilere göre dünya çapında 4.76 milyara aktif sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır (We Are Social, 2023).

Sosyal medyanın anlık haber iletme üzerinde etkili olduğu, gazetecilik kavramının ve mesleğinin doğrudan sosyal medyaya dönüşmesine bile kamu yararına hizmet etmeyi amaçlayan iletişim profesyonellerinin, gazetecilerin sosyal medya aracılığıyla haberleştikleri kabul görmektedir (Stassen, 2010). Habercilikle bağlantılı olarak önemli platformlardan biri olan Twitter, özellikle yurttaş gazeteciliği açısından önem taşımaktadır. Twitter'ın popüleritesinin artmasıyla birlikte, haber kuruluşları da kitlelere ulaşmak için Twitter'ı bir araç olarak benimsemeye başlamıştır.

Haber kuruluşları, genellikle son dakika haberlerini duyurmak için kullanılan Twitter'ı aynı zamanda şu amaçlar doğrultusunda da kullanmaktadır:

- **Haberleri Yayımlamak:** Twitter, haber kuruluşlarının anahtar haberleri anında ve geniş kitlelere duyurmak için kullandığı bir platformdur. Anlık güncellemeler ve haber başlıklarının paylaşılması, hızlı bir haber dağıtımını sağlamaktadır.

- **Hikayeleri Pazarlamak:** Haber kuruluşları, Twitter üzerinden özel hikayeleri, derinlemesine haberleri veya özel röportajları pazarlama amacıyla paylaşabilmektedir. Bu platform, kısa bağlantılar, görseller veya video içerikleri aracılığıyla bu hikayelerin geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır.
- **Haber Tüketicileriyle İlişkiler Kurmak:** Twitter, haber kuruluşlarına okuyucularıyla etkileşim halinde olma ve geri bildirimleri anlık olarak alabilme imkanı sunmaktadır. Bu platform, okuyucularla doğrudan iletişim kurmak ve onların ilgi alanlarına yönelik içerik sunmak için kullanılmaktadır.
- **Raporlama Yapmak:** Haber kuruluşları, Twitter üzerinden olaylar hakkında anlık raporlar, gözlemler ve canlı güncellemeler paylaşarak takipçilere anlık haber sağlama amacıyla kullanılmaktadır. Bu, genellikle olayların gelişimini takip etmek isteyen izleyicilere önemli bir kaynak olmaktadır.

2.3.1. Sosyal Medyada Yalan Haber Varlığı

İnternet ve bilgisayar tabanlı iletişim teknolojilerinin 2000'lerde yaygınlaşmaya başlaması, McLuhan'ın "global köy" ifadesiyle dünyayı birbirine daha yakın hale getirmiştir. İnsanlar, saniyeler içinde iletişim kurarak ve sanal ortamda paylaşımlarda bulunarak mesafeleri ortadan kaldırmıştır. Bu teknolojiler, toplumsal normların evrimine yol açmıştır (Coşkun, 2023). Yüz yüze iletişim yerine bireyler, teknolojik iletişim araçlarını tercih etmeye başlamışlardır. İletişim uygulamalarını bir araya getiren bu teknolojiler, iletişim tarzlarını da derinden etkilemiştir. Bu gelişmelerle, sosyal medya gibi iletişimin önemli araçlarından biri ortaya çıkmıştır (Utma, 2018).

Bu yeni iletişim ortamı, farklı düşünceleri bir araya getirerek, dünya nüfusuyla eşit sayıda kullanıcıyı buluşturmaktadır. Ancak bu ortamlarda çift kimlikler, troll hesaplar ve gerçek kişiler bir arada bulunmaktadır. Bu durum, kaotik bir ortam yaratarak gerçek ile sahte bilgilerin karışmasına neden olmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları, paylaşımlarıyla ifade özgürlüğü, hoşgörü ve empati gibi değerlerin yayılmasına katkıda bulunmaktadır. Fakat paylaşılan içeriklerde doğrulama yapmak çok az olduğu

için olduğu gibi paylaşılmaktadır. Bu da ortaya bir başka sorun olan yanlış bilgi aktarımını çıkartmaktadır (Abuşoğlu, 2023).

Sosyal medya, herhangi bir gazetecilik eğitimi olmayan sıradan kullanıcıları haberci konumuna getirerek kaotik durumun ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bu platformlar, hızla yayılan yanlış bilgilere herkesin ulaşmasını sağlamaktadır (Yel, 2018). Sosyal medya içeriğiyle ilgili tartışmalar, özel hayatın ihlal edilmesine, nefret söyleminin doğmasına neden olmaktadır. Bilgiyi hızla paylaşma arzusu, yanlış bilgilerin hızla yayılmasına sebep olabilmektedir. Doğrulanmamış bilgilerin dolaşıma girmesi ise yanlış bilginin artmasına sebebiyet vermektedir (Coşkun, 2023). Yalan haberler sadece sosyal medya kullanıcıları tarafından değil, geleneksel medya profesyonelleri, troller ve şirketler tarafından da yayılmaktadır. Bu durum, sosyal medyanın yanlış bilginin hızla yayılmasına aracılık ettiği bir platform olduğunu göstermektedir.

2.3.1.1. Yalan Haberlerin Yayılması

Sosyal medya platformları, kullanıcıların ürettiği içerikler aracılığıyla kendilerini hem sosyal hem de ekonomik olarak büyüten önemli medya şirketlerine dönüşmüştür. Google, Facebook, YouTube, Instagram, Twitter gibi ağların temel işleyişini kullanıcılar ve onların ürettikleri içerikler oluşturmaktadır. Bu ağlar, içerik üretimini ücretsiz sağlarken, karşılığında kullanıcılara ücretsiz hizmetler sunmaktadır. Çoğunlukla nefret söylemi, tehdit, şiddet, pornografi gibi içeriklere karşı hassasiyet gösterirken, bu ve benzer kategorilerin dışındaki içeriklere daha az odaklanmaktadır. Bu durum, manipülatif içeriklerin, değiştirilmiş görsellerin, güvenilir olmayan kaynaklardan paylaşılan bağlantıların bu ağlar üzerinde dolaşımını mümkün kılmaktadır. Özellikle 2016 ABD Başkanlık Seçimleri sürecinde yayılan ve doğru haberlerden daha fazla paylaşılan yanıltıcı haberler, kullanıcıları manipüle ederek kamuoyunu yanıltmıştır. Bu durum, sosyal ağların rolünün sorgulanmasına yol açmaktadır (Uluk, 2018).

İletişim teknolojilerinin son yirmi yılda sunduğu imkanlar öncesinde bireyler, bilgi ve haberlere basılı dergi, gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel iletişim araçları aracılığıyla erişmekteydi. 21. yüzyılda ise sosyal medya başta olmak üzere çevrimiçi platformlar, haberlere erişim ve tüketiminde sıkça tercih edilmektedir.

Milyonlarca ziyaretçiye ev sahipliği yapan bu ağlarda bilgilerin hızla yayılmasındaki anahtar rolü, algoritmaların çalışma prensipleri oluşturmaktadır. Algoritmalar, genellikle olumlu bir eşik bekçisi olarak görünmekte, kullanıcı deneyimlerini kişiselleştirmekte ve öneriler sunmaktadır. Ancak yapılan araştırmalar, kullanıcıların bu algoritmaların haber akışını düzenlediğinden çoğu zaman haberdar olmadığını göstermektedir. Bu, kullanıcıların haber akışlarında sadece kendi arkadaşlarının gönderilerinin yer aldığını düşündüğü anlamına gelmektedir. Bu algoritmalar, kullanıcıların kendi dünya görüşlerine uygun içeriklerle etkileşime girmesini sağlamak ve bu yapı, doğru bilginin yanı sıra yanlış bilgilerin de hızla yayılmasına katkı sunmaktadır (Newman, ve diğerleri, 2023).

Özellikle 2016 ABD Başkanlık Seçimleri öncesi ve sonrasında, sosyal ağlar üzerinden Rusya destekli reklamların varlığı, reklam uygulamalarını tartışmaya açmıştır. Kullanıcılar tarafından paylaşılacak içeriğin sınırlarını belirleyen kriterler, reklam metinleri ve görselleri için de geçerli durumdadır. Bu nedenle ağlar üzerinde reklam yayınlamak oldukça kolaylaşmıştır. Bu durum, yanıltıcı haberlerin sosyal ağlar üzerinden çok düşük maliyetlerle geniş kitlelere ulaşabileceğini göstermektedir (Uluk, 2018).

Yalan haberlerin hızla yayılmasında, sosyal ağların yanı sıra kullanıcıların da ilgi çekici ve şok edici içerikleri paylaşma isteği etkilidir. Bu tür içerikler yanıltıcı bilgiler içerebilmekte ve doğru bilgilerden daha fazla etkileşim alabilmektedir. Yapılan araştırmalar, yalan haberlerin doğru haberlere göre daha hızlı yayıldığını ve daha fazla retweet aldığını göstermektedir (Newman, ve diğerleri, 2023). Bu durum, medya okuryazarlığı düzeyi düşük olan kullanıcıların yanıltıcı başlıklara, bağlantılara ve mesajlara daha fazla maruz kalmasına yol açmaktadır.

Sosyal medya platformları için kullanıcıların haberlere erişmesinde önemli bir rol oynadığı söylenebilmekte, ancak yanıltıcı içeriklerin hızlı bir şekilde yayılmasına aracılık ettiği de kabul edilmektedir.

2.3.1.2. Yalan Haberlerle Mücadele

Sosyal medya, bilginin hızlı ve kolay bir şekilde yayılmasını sağlaması nedeniyle yalan haberler için ideal bir ortam oluşturmaktadır. Yalan haberler, gerçek olaylar hakkında yanlış veya yanıltıcı bilgiler içeren haberlerdir. Bu haberler, siyasi, sosyal veya ekonomik amaçlarla yayılabilmektedir. Sosyal medyada yalan haberlerle mücadele etmek için çeşitli yöntemler uygulanabilmektedir. Bu yöntemler, teknolojik çözümler, yasal düzenlemeler ve toplumsal farkındalık olmak üzere üç ana başlıkta incelenebilir (Ferrara & Yang, 2015):

- **Teknolojik Çözümler:** Teknolojik çözümler, yalan haberlerin tespit edilmesini ve yayılmasını engellemeyi amaçlamaktadır. Bu çözümler arasında, otomatik yalan haber tespiti algoritmaları, kullanıcıların yalan haberlere karşı uyarılması ve sosyal medya platformlarının yalan haberlerin yayılmasını engellemek için aldığı önlemler yer almaktadır. Bu algoritmalar, haberlerin içeriğini analiz ederek yalan haber olma olasılığını tahmin etmektedir. Otomatik yalan haber tespiti algoritmalarının başarısı, kullanılan yöntem ve algoritmanın eğitildiği veri setine bağlı olarak değişmektedir. Bu algoritmaların, yalan haberlerin tespitinde yüksek bir başarı oranı yakalaması için, çeşitli veri setlerinde eğitilmesi ve sürekli olarak güncellenmesi gerekmektedir.
- **Yasal Düzenlemeler:** Yasal düzenlemeler, yalan haberlerin yayılmasını suç haline getirmeyi amaçlamaktadır. Bu düzenlemeler, yalan haberlerin yayılmasına karışan kişilere ceza verilmesini öngörmektedir. Yalan haberlerin yayılmasını engellemede etkili bir yöntem olabilmektedir. Ancak, bu düzenlemelerin, ifade özgürlüğü ile çatışmamasına dikkat edilmesi gerekmektedir. Yasal düzenlemeler kapsamında, yalan haberlerin yayılmasına karışan kişilere ceza verilmesi öngörülmektedir. Bu cezalar, para cezası, hapis cezası veya her ikisinin birlikte uygulanmasını içerebilmektedir. Yasal düzenlemelerin etkili olabilmesi için, yasal metinlerin açık ve anlaşılır olması gerekmektedir. Ayrıca, bu düzenlemelerin uygulanması için gerekli kurumların ve mekanizmaların oluşturulması yoksa sıfırdan oluşturulması söz konusudur.

- **Toplumsal Farkındalık:** Toplumsal farkındalık, bireylerin yalan haberlerin farkında olmasını ve bu haberlere karşı eleştirel bir bakış açısı geliştirmesini amaçlamaktadır. Bu farkındalığın artırılması için eğitim çalışmaları, kamu spotları ve farkındalık kampanyaları gibi çalışmalar yürütülmektedir. Bireylerin yalan haberlerin farkında olması ve bu haberlere karşı eleştirel bir bakış açısı geliştirmesi, yalan haberlerin etkisini azaltmaya yardımcı olmaktadır. Toplumsal farkındalığın artırılması için eğitim çalışmaları, kamu spotları ve farkındalık kampanyaları gibi çalışmalar yürütülmektedir. Bu çalışmalar kapsamında, bireylerin yalan haberlerin nasıl tespit edileceğini ve bu haberlere karşı nasıl bir tutum sergilemeleri gerektiğini öğrenmeleri sağlanmaktadır.

Sosyal medya ortamında gerçekleşen yalan haberlerle sadece bunlarla mücadele etmek mümkün değildir. Ancak bilinçli bir şekilde bunların uygulanması, mücadeledeki etkiyi arttırabilmektedir.

BÖLÜM III

YALAN HABER VE DEZENFORMASYONUN BOYUTLARI

3.1. Mezenformasyon ve Dezenformasyon

3.1.1. Mezenformasyon

Mezenformasyon, gerçek olmayan veya gerçeği çarpıtan, yanlış veya yanıltıcı bilgi anlamına gelir. İngilizcede "misinformation" olarak ifade edilir. Kelimenin kökeni Latince "mis" (yanlış) ve "informare" (bilgilendirmek) kelimelerinden gelmektedir.

21.yüzyıl itibariyle internet alanındaki ilerlemeler, büyük bir bilgi ağı erişimini mümkün kılmakla beraber, yanlış bilginin de erişilebilir olmasını mümkün kılmıştır. Mezenformasyon, medya kanallarıyla gerçek bilginin eksik ya da taraflı bir şekilde sunulması olarak ifade edilmektedir (Stahl, 2006). Mezenformasyon, Oxford İngilizce sözlüğünde “yanlış ya da yanıltıcı bilgiler” olarak yer bulmaktadır. TDK’ye göre bir karşılığı olmayan yabancı kökenli bir sözcüktür. Enformasyon yani bilgi, ilk haliyle aktarıldığı zaman iletilen taraflar için kalıcı bir unsur olmaktadır. Bu tip bilgilerin daha sonra yanlış unsurlar barındırdığı öğrenilse bile insanın hafızasında ilk aldığı bilgi kalıcı bulunabilmektedir. Dolayısıyla bu durum, bilgiyi alan kişinin o bilgiyi kabullenmesiyle mezenformasyon bilgiyi kabul etmesi ve başka birine aktarmasıyla da yanlış bilineni doğru gibi aktarmasına sebep olmaktadır (Ecker, 2014).

Enformasyonun bir çeşidi olan mezenformasyon, eksik bilgi olarak ifade edilmektedir. Ek olarak bilgiyi saklama, çarpıtma ve tahrif etme de mezenformasyon kavramının içinde kabul görülmektedir. Eksik ve konu dışı gibi görünen tüm bilgiler, hala bir yönüyle doğru, güncel ve bilgilendirici unsurlar barındırabilmektedir (Agbedo & Krisagbedo, 2014).

Mezenformasyon, gerçek olmayan veya gerçeği çarpıtan, yanlış veya yanıltıcı bilgi anlamına gelmektedir. Mezenformasyon, bilginin doğruluk ve güvenilirlik açısından değerlendirilmesi sonucunda ortaya çıkan bir kavramdır. Bu değerlendirme, bilginin kaynağı, içeriği, iletimi ve hedef kitlesi gibi unsurlar göz önünde bulundurularak yapılmaktadır (Bahar, 2020).

Mezenformasyon, yanlış veya yanıltıcı bilgi içermektedir. Gerçekte var olmayan bir olay veya durumu varmış gibi göstermek, gerçek bir olayı veya durumu çarpıtmak veya gerçek bir olay veya durum hakkında eksik veya yanıltıcı bilgi vermek şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Kasıtlı veya kasıtsız olarak yayılabilmektedir. Mezenformasyon, genellikle kasıtlı olarak yayılsa da, bazen kasıtsız olarak da yayılabilmektedir. Örneğin, bir haberi yanlış anlayan veya çarpıtan bir kişi, yanlış bilginin yayılmasına neden olabilmektedir (Ergin, 2022).

İletişimin herhangi bir kanalıyla da yayılabilen mezenformasyon, geleneksel medya kanalları (gazete, televizyon, radyo) aracılığıyla olduğu kadar, sosyal medya, e-posta ve mesajlaşma uygulamaları gibi yeni medya kanalları aracılığıyla da yayılabilmektedir. Toplumsal, siyasi veya ekonomik etkileri olabilmektedir. Toplumsal huzursuzluk, siyasi karar alma süreçlerine sebep olmasının yanında, ekonomik krizlere veya kişisel verilerin ihlali gibi sorunlara yol açabilmektedir (Bahar, 2020).

3.1.1.1. Mezenformasyonun Oluşturduğu Sorunlar ve Mücadele Yolları

Günümüzde, internet ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte mezenformasyonun yayılma hızı ve etkisi artmıştır. Mezenformasyon, toplumsal ve siyasal alanda ciddi sorunlara yol açabilmektedir (Allcott & Gentzkow, 2017). Bu sorunlar, şunlar olabilmektedir:

- Doğru bilgiye erişimi zorlaştırmaktadır. Mezenformasyon, gerçek haber ve doğru bilgilerle karıştırıldığında, doğru bilgiye erişmeyi ve doğruyu yanlıştan ayırt etmeyi zorlaştırır. Bu durum, insanların karar verme süreçlerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Örneğin, bir kişi, yalan haberler nedeniyle yanlış

bir karar vererek maddi veya manevi zarara uğrayabilir (Tandoc, Lim, & Ling, 2018).

- Demokrasiyi tehdit etmektedir. İnsanların karar verme süreçlerini etkilemek ve demokrasiyi zayıflatmak için kullanılabilir. Örneğin, yalan haberler yoluyla seçimlerin sonucunu etkilemek veya halkın hükümete olan güvenini sarsmak mümkündür. Bu durum, demokrasinin temellerini sarsabilir ve otoriter rejimlerin yükselmesine yol açabilir (Bakir & McStay, 2018).
- Sosyal huzuru bozmaktadır. Farklı gruplar arasında çatışmaları körükleyerek sosyal huzuru bozabilmektedir. Örneğin, etnik veya dini gruplar arasında yalan haberler yoluyla nefret söylemi yaymak mümkündür. Bu durum, toplumsal gerilimi artırabilir ve çatışmalara yol açabilir (Tandoc, Lim, & Ling, 2018).
- Kişisel ve toplumsal sağlığı tehdit etmektedir. Sağlıkla ilgili konularda yanlış bilgiler yayarak insanların sağlığını tehlikeye atabilmektedir. Örneğin, yalan haberler yoluyla aşıların zararlı olduğu söylenerek insanlar aşılardan kaçındırılabilir. Bu durum, salgın hastalıkların yayılmasına ve ölümlere yol açabilir (Allcott & Gentzkow, 2017).

Mezenformasyonun doğurduğu sonuçlarla mücadele etmek için hem bireysel hem de kurumsal önlemler almak mümkündür (Tandoc, Zheng, & Ling, 2017):

- **Çoklu Kaynaklardan Bilgi Edinmek:** Bir bilginin doğruluğunu değerlendirmek için birden fazla kaynaktan bilgi edinmek önemlidir. Bu, aynı olayı farklı bakış açılarından görmeyi ve bilginin tutarlılığını değerlendirmeyi sağlar (Allcott & Gentzkow, 2017).
- **Doğrulama Platformlarını Kullanmak:** Doğrulama platformları, haberlerin ve diğer bilgilerin doğruluğunu kontrol etmeye yardımcı olan kaynaklardır. Bu platformlar, kullanıcıların bilgileri daha bilinçli bir şekilde değerlendirmesine yardımcı olabilmektedir (Bessi & Ferrara, 2016).

- **Eleştirel Düşünme Becerilerini Geliştirmek:** Misformasyonu tespit etmek için eleştirel düşünme becerilerini geliştirmek önemlidir. Bu beceriler, bir bilginin kaynağını, yazarının veya yayıncının kimliğini, bilginin içerdiği iddiaları ve bu iddiaların desteklerini sorgulamayı içermektedir (Tandoc, Zheng, & Ling, 2017).

Kurumsal olarak alınacak önlemlere ise şunları örnek vermek söz konusudur:

- **Medya Okuryazarlığını Teşvik Etmek:** Medya okuryazarlığını teşvik etmek, bireylerin yalan haberleri tespit etme becerilerini geliştirmeye yardımcı olabilmektedir. Bu, eğitim kurumları, medya kuruluşları ve sivil toplum kuruluşları tarafından yapılabilir (Garrett, 2011).
- **Sosyal Medya Platformlarının Politikalarını Değiştirmek:** Sosyal medya platformları, yalan haberlerin yayılmasını önlemek için politikalarını değiştirebilmektedir. Bu politikalar, yalan haberlerin daha kolay tespit edilmesini veya platformlarda daha az görünür olmasını sağlayabilir (Allcott & Gentzkow, 2017).
- **Doğrulama Platformlarını Desteklemek:** Doğrulama platformlarını desteklemek, yalan haberlerin yayılmasını önlemeye yardımcı olabilmektedir. Bu, mali destek sağlayarak veya doğrulama platformlarının faaliyetlerine dikkat çekerek yapılabilir (Tandoc, Zheng, & Ling, 2017).

Bireysel ve kurumsal önlemlerin yanında toplumsal düzeyde alınabilecek önlemlerle de misformasyon ile mücadele edilebilmektedir. Bunlara şu şekilde örnek verilebilir:

- **Demokratik Değerlere ve Kurumlarına Saygıyı Teşvik Etmek:** Demokratik değerlere ve kurumlara saygı, yalan haberlerin yayılmasına karşı bir savunma mekanizması görevi görebilmektedir (Garrett, 2011).

- **Toplumsal İletişimi Güçlendirmek:** Toplumsal iletişimi güçlendirmek, bireylerin yalan haberlere karşı daha dirençli olmasını sağlayabilmektedir. Bu, farklı gruplar arasında diyalogu teşvik ederek ve ortak bir gerçeklik algısını oluşturarak yapılabilir (Bessi & Ferrara, 2016).

Mezenformasyonla mücadele, hem bireyler hem de kurumlar için önemli bir sorumluluktur. Bu mücadelede, bireylerin ve kurumların birlikte hareket etmesi, toplumda farkındalık oluşturması ve doğru bilgiye erişimin kolaylaştırılması gerekmektedir (Allcott & Gentzkow, 2017).

3.1.1.2. Yeni Medyada Mezenformasyon

Dijitalleşmenin etkisiyle kitle iletişiminde yaşanan dönüşüm, yeni medyanın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Yeni medya, geleneksel medyaya göre daha fazla erişim, katılım ve etkileşim fırsatı sunmaktadır. Bu özellikleriyle yeni medya, mezenformasyonun üretimi ve yayılmasında önemli bir risk oluşturmaktadır (Uluk, 2018).

Yeni medya, mezenformasyonun yayılmasını kolaylaştıran bir dizi faktöre sahiptir. Bu faktörlerden bazıları şunlardır (Uluk, 2018):

- **Akademik Referanslar:** Yeni medya, haberin doğruluğu ve güvenilirliği için gerekli olan akademik referanslara daha az önem vermektedir. Bu durum, yalan haberin yayılması için bir fırsat yaratmaktadır.
- **Manipüle Edilmiş İçerik:** Yeni medya, gerçekleri çarpıtmak veya tamamen uydurma içerikler oluşturmak için kullanılan manipülasyon tekniklerini kolayca erişilebilir hale getirmektedir. Bu durum, yalan haberin yayılması için bir fırsat yaratmaktadır.
- **Sosyal Medya:** Sosyal medya, yalan haberin hızla ve geniş bir kitleye ulaşmasını sağlayan bir platformdur. Bu durum, demokrasi ve toplum için ciddi bir tehdit oluşturmaktadır.

Mezenformasyon bu tip faktörlerden dolayı yeni medyadaki varlığıyla çeşitli olumsuz etkilere neden olabilmektedir (Wardle & Derakhshan, 2017):

- **Kamuoyu Algısını Manipüle Etme:** Mezenformasyon, kamuoyunun belirli konulardaki gerçeklik algısını çarpıtmak için kullanılabilir. Bu, insanların seçimlerde nasıl oy vereceğini, siyasi kararlara nasıl tepki vereceğini ve toplumsal huzuru nasıl etkileyeceğini belirleyebilir.
- **Toplumsal Güveni Zayıflatma:** Mezenformasyon, insanların kurumlara ve bilgi kaynaklarına olan güvenini sarsabilir. Bu, insanların demokrasiye ve topluma olan inancını zayıflatabilir.
- **Kişisel Zarar Verme:** Mezenformasyon, insanların maddi, manevi veya fiziksel zarar görmesine sebebiyet vermektedir. Örneğin, yalan haberler, insanların maddi kayıplar yaşamasına, itibarını kaybetmesine veya hatta sağlığını kaybetmesine neden olabilmektedir.

Mezenformasyonun yeni medyada ortaya koyabileceği sonuçlarla da mücadele etmek mümkün olabilmektedir. Mezenformasyonun insan hayatındaki diğer konularındaki mücadele yöntemlerine bunlar benzerdir (Lazer, ve diğerleri, 2018):

- **Eğitim:** İnsanlara, yalan haberin gerçek haberden nasıl ayırt edileceğini öğretecek bir eğitim verilmesi önemlidir. Bu eğitim, insanların eleştirel düşünme becerilerini geliştirmelerine ve aldıkları bilgileri daha doğru bir şekilde değerlendirmelerine yardımcı olacaktır.
- **Doğrulama:** Doğrulama platformları, yalan haberin gerçekliğini belirlemek için kullanılan araçlardır. Bu platformlar, insanların aldıkları haberlerin doğruluğunu kontrol etmelerine yardımcı olabilir.
- **Yasal Düzenlemeler:** Yasal düzenlemeler, yalan haberin üretilmesini ve yayılmasını zorlaştırabilir. Bu düzenlemeler, yalan haber üreten veya yayan kişilere yaptırımlar uygulanmasını sağlayabilir.

Yeni medya, yalan haberin üretilmesi ve yayılmasında önemli bir araçtır. Bu aracın kullanımını azaltmak için çeşitli önlemler alınabilmektedir. Ancak, yalan haberin yeni medyadaki varlığı bir sorun olmaya devam edecektir. Bu nedenle, yalan haberi gerçek haberden ayırt edebilme yeteneği, bireylerin ve toplumların sahip olması gereken temel bir beceridir (Uluk, 2018).

3.1.2. Dezenformasyon

Dezenformasyon, "de" ve "informasyon" kelimelerinden oluşan bir bileşik sözcüktür. "De", "yok etme", "Informasyon", "bilgilendirme" anlamına gelen bir kelimedir. Dolayısıyla dezenformasyon, "bilgilendirmenin yok edilmesi" anlamına gelmektedir (Çağlayan, 2022). Aslen ise Fransızca bir kelime olan désinformation, Türk Dil Kurumu'na göre "herhangi bir konuda gerçeği saptırarak kişiyi veya kurumu yanlış bilgilendirme" anlamını taşımaktadır. Dezenformasyon ile akla, doğruluğu saptanmamış bir bilginin; kişileri, toplumu veya devleti yıpratmak amacıyla yayılması gelmektedir. Kasıtlı ve yanıltıcı bilgi olarak tanımlanan dezenformasyon, Rusça ise "dezinformaciya"dan günümüze ulaşmaktadır (Karlova & Fisher, 2013).

Kitleleri yanlış bilgilendirme anlamı taşıyan dezenformasyon; gerçek dışı olan bir bilginin kullanılması ve manipülasyon amacı taşıması sebebiyle genellikle kara propaganda olarak kabul edilir. Yanlış bilgilendirme yani mezenformasyondaki gibi hatalı bir süreç değil, bilinçli bir şekilde gerçekleştirilmektedir (Bektaş, 2002). Kasıtlı olarak üretilen ve paylaşılan dezenformasyon, kitleleri harekete geçirme ve kaos ortamı oluşturma gayesi gütmektedir ve bu yönüyle kasıtsız olarak yayılan yanlış bilgilerden daha tehlikelidir (Wardle & Derakhshan, 2017). Günümüzde dezenformasyonun varlığı tespit edilse bile, birçok haber kaynaklarının bu üretilmiş bilgiyi referans aldıkları görülmektedir. Bu dezenformasyon sürecine katkı sunmakta, gerçek dışı bilginin daha doğru bir izlenim kazanmasını sağlamaktadır (Turan, 2015).

Tarihsel bir süreç olarak bakıldığında, yalan ya da yanıltıcı bilginin kasıtlı olarak insan yaşamında yer bulduğu eski zamanlara kadar gitmektedir (Erkan & Ayhan, 2018). Kitle iletişim araçlarındaki teknolojik gelişmelerle birlikte, bu yanıltıcı bilgi aktarım süreci hızlanmış ve de daha yaygınlaşmıştır. Kişiler, kurumlar ve kuruluşlar bu teknolojik dönüşüm süreciyle 20.yüzyılın son çeyreğinde gelişen internete

ulaşmışlardır. 21.yüzyılda internet, tüketicilerin ve üreticilerin içerik oluşturup, paylaştığı bir alan konumunda görülmektedir (Castells, 2013). İnternetin gelişimiyle birlikte, bünyesindeki yapı taşlarından birisi olan sosyal medya, iletişim sürecinin çift yönlü bir şekilde ilerleme kazanmasını sağlamıştır. Bu gelişim ilerledikçe, sosyal medya artık bireyler için haberleşme ve iletişim aracı olmanın yanında, bir yaşam alanı, sosyalleşme, kendini ifade edebilme ve her düzeyde kurum ve kuruluşlara ulaşma platformlarına dönüşmüştür (Erkan & Ayhan, 2018).

Sosyal medya bünyesindeki mecraların sayısının artışı ve özellikle Facebook ile Twitter gibi sosyal ağlar aracılığıyla kitleler, tanışma ve mesajlaşmanın ötesinde, örgütlenme, bilgi ve fikir yayma, inanç ve düşünce konularıyla ilgili içerik aktarımı ve bunlar etrafında gruplaşma imkanına sahip olmuşlardır (Boyd & Ellison, 2008). Bu tip sosyal mecraların zamanla iletişim sürecindeki yeri güçlü bir konuma ulaşmıştır. Anlık iletişim özellikleri sayesinde, kullanıcılar için hızlı haber alma ve iletme alanları olarak görülmektedirler. Çünkü bu ağlar her geçen gün artan bir şekilde dünya toplumlarının her birini birbirine bağlamaktadır (Dijk, 2016). Bu durum kasıtlı bilgi yayılımı için kolay bir zemin meydana getirmekte ve kitleleri yanıltmak isteyen örgüt ya da kişiler için ortam oluşturmaktadır.

Dezenformasyon, gerçeği çarpıtarak veya tamamen uydurularak kasıtlı olarak üretilmektedir. Hızlı ve kolayca yayılan dezenformasyon için internet ve sosyal medya ideal bir ortam sağlamaktadır (Kılıç, 2021).

Günümüzde toplumu etkilemek amacıyla kullanılan dezenformasyon; siyasi, ekonomik, sosyal veya kültürel bir amaç doğrultusunda üretilmektedir (Taşdemir, 2020).

Dezenformasyon, çeşitli şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Örneğin, bir haber kuruluşu, gerçekte gerçekleşmemiş bir olayı haber olarak yayınlatabilmektedir. Bu tür haberler, toplumda paniğe veya huzursuzluğa neden olmaktadır. Bir kişi veya grup, sosyal medya aracılığıyla yanlış bilgiler yayabilmektedir. Ya da bir hükümet, kendi çıkarları doğrultusunda yanlış bilgiler üretebilmektedir (Çelik, 2022).

21. yüzyılda internetin gelişmesiyle, dezenformasyon yaymak oldukça kolay bir hale gelmektedir. İnternette, gerçek haber kaynaklarıyla yanıltıcı haber kaynakları arasında ayırım yapmak oldukça zordur. Bu da dezenformasyona maruz kalma riskini artırmaktadır (Gökçek, 2021).

Dezenformasyonu günümüzde çeşitli alanlarda görmek mümkündür. Bunlara şu şekilde örnek verilebilir:

- **Haberler:** Dezenformasyon, güvenilir görünen kaynaklardan gelebileceği için özellikle tehlikelidir. Örneğin, bir haber kuruluşu, gerçekte gerçekleşmemiş bir olayı haber olarak yayınlatabilmektedir. Bu tür haberler, toplumda paniğe veya huzursuzluğa neden olabilmektedir (Aydın, 2023).
- **Sosyal Medya:** Sosyal medya, dezenformasyon için verimli bir zemin sunmaktadır. Gerçek haber kaynaklarıyla yanıltıcı haber kaynakları arasındaki farkı ayırt etmek zordur. Bu da dezenformasyona maruz kalma riskini artırmaktadır (Çelik, 2022).
- **E-posta:** E-posta, dezenformasyon yaymak için kolay ve etkili bir yoldur. Bir kişi veya grup, e-posta yoluyla yanlış bilgiler yayabilmektedir. Bu tür e-postalar, insanları korkutmak veya kandırmak amacıyla kullanılabilir (Taşdemir, 2020).
- **Siyasi Kampanyalar:** Siyasi kampanyalar, dezenformasyon için güçlü bir araçtır. Bir siyasi kampanya, kendi adayını desteklemek veya rakibi karalamak amacıyla yanlış bilgiler yayabilmektedir (Gökçek, 2021).

Yanlış bilgiyi malenformasyon olarak da dezenformasyon ile birlikte incelemek mümkündür. Malenformasyon ile dezenformasyon, yanlış bilgiyi farklı açılardan değerlendiren iki farklı terimdir. Dezenformasyon, genellikle belirli bir niyeti olan ve çoğunlukla çevrimiçi platformlarda aktarılan kasıtlı yanlış bilgiler olarak kabul edilmektedir. Bu tür bilgiler genellikle toplumu kaosa sürüklemek veya seçim sonuçlarını etkilemek gibi belirli hedefleri amaçlamaktadır. Öte yandan,

malenformasyon ise doğru olabilecek bilgilerin bile zarar verme niyetiyle başkalarıyla paylaşıldığı durumları tanımlamaktadır. Buradaki önemli kısım, bilgiyi yanlış veya zararlı sonuçlar doğuracak şekilde kullanmaktır (Kuş, 2021).

Fransa Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin hemen öncesinde Emmanuel Macron'un e-postalarının dijital medyada sızdırılması, malenformasyon örneklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Seçim haber yasaklarının başlangıcından önce sızdırılan bu e-postalar, Macron'un seçim kampanyasını olumsuz etkilemeyi amaçlayarak, sosyal medya botları, troller ve 4chan gibi platformlardaki aktivistler aracılığıyla organize bir şekilde yayılmıştır. E-postalar gerçek bilgiler içermesine rağmen, seçim sonuçlarını etkileme hedefiyle yapılan bu koordineli paylaşım, olayı bir malenformasyon vakası olarak nitelendirilmektedir (Wardle & Derakhshan, 2017).

3.1.2.1. Dezenformasyonun Oluşturduğu Sorunlar ve Mücadele Yolları

Dezenformasyon, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte önemli bir sorun haline gelmiştir. Günümüzde, sosyal medya ve diğer çevrimiçi platformlar, dezenformasyon yaymak için ideal bir ortam sunmaktadır. Dezenformasyon, çeşitli sorunlara yol açabilir. Bu sorunlardan bazıları şunlardır:

- **Kamuoyunun Yanlış Bilgilendirilmesi:** Dezenformasyon, kamuoyunun gerçekleri çarpıtarak, karar almasını zorlaştırmaktadır. Örneğin, seçimlerde dezenformasyon, seçmenlerin hangi adayın veya partinin daha iyi olduğu konusunda yanlış kararlar almasına neden olabilmektedir. Bu durum, demokrasinin temelini oluşturan halkın seçme hakkını ve özgürlüğünü zedeleyebilmektedir (Allcott & Gentzkow, 2017).
- **Güven Kaybı:** Dezenformasyon, kamuoyunun medyaya, kurumlara ve hükümete olan güvenini zayıflatabilmektedir. Bu durum, demokrasinin temelini oluşturan toplumsal dayanışmayı ve birlik duygusunu zedeleyebilmektedir (Bronstein, 2018).
- **Sosyal Çatışmanın Artması:** Dezenformasyon, toplumda ayrımcılık ve çatışmayı körükleyebilmektedir. Örneğin, farklı etnik kökene, dine veya

cinsiyete sahip insanları birbirine karşı kıskırtarak, toplumsal barışı tehdit edebilmektedir (Lazer, ve diğeri, 2018).

- **Sağlık ve Güvenlik Sorunlarının Ortaya Çıkması:** Dezenformasyon, sağlık ve güvenlikle ilgili konularda yanlış bilgiler yayarak, insanların sağlığını ve güvenliğini tehdit edebilmektedir. Örneğin, salgın hastalıklarla ilgili yanlış bilgiler, insanların yanlış tedaviler almasına neden olarak, hastalıkların daha da kötüleşmesine yol açabilmektedir (Newman, ve diğeri, 2018).

Dezenformasyon, modern toplumların karşı karşıya olduğu bir sorundur. Dezenformasyonla mücadele etmek için, kamuoyunun bilinçlendirilmesi, medya okuryazarlığının geliştirilmesi, teknolojik çözümlerin kullanılması ve yasal düzenlemelerin yapılması gibi çeşitli önlemler alınabilmektedir. Bu önlemler şu şekilde sıralanabilir:

- **Eğitim:** Dezenformasyon belirtilerini tanıyan insanlar, bu tür bilgileri daha dikkatli değerlendirmektedirler. Dezenformasyonla mücadelenin en önemli adımlarından biri, kamuoyunda dezenformasyon farkındalığının oluşturulmasıdır (Keller, 2019).
- **Medya Okuryazarlığının Geliştirilmesi:** Medya okuryazarlığı, insanların medya içeriklerini eleştirel bir gözle okumalarını ve anlamalarını sağlamaktadır. Medya okuryazarlığı eğitimi, insanların dezenformasyona karşı daha hazırlıklı olmalarını mümkün kılmaktadır (Fletcher, ve diğeri, 2020).
- **Teknolojik Çözümler:** Sosyal medya platformları, dezenformasyona karşı çeşitli yöntemler kullanabilmektedir. Platform geliştiricileri, sahte hesapları ve dezenformasyon içeriklerini tespit etmek için algoritmalar yazmaktadır (Fletcher, ve diğeri, 2020).
- **Yasal Düzenlemeler:** Bazı ülkeler, dezenformasyona karşı yasal yaptırımlar uygulamaktadır. Örneğin, bazı ülkelerde, dezenformasyon yaymak cezalandırılmaktadır (Pennycook & Rand, 2022).

Dezenformasyon, demokratik toplumların temelini oluşturan hakikat ve bilginin korunması açısından sorun oluşturabilecek bir tehdittir. Bireysel ve toplumsal anlamda etkilerini aza indirmek için dikkat edilmesi gerekmektedir (Ayaz & Taşdelen, 2021).

3.1.2.2. Yeni Medyada Dezenformasyon

Yeni medyadaki dezenformasyon, toplumu, siyaseti ve ekonomiyi şekillendirmektedir. Toplumsal düzeyde, kamuoyunun gerçekleri anlamasını ve doğru kararlar almasını zorlaştırabilmekte, bu da toplumsal huzursuzluk, çatışma ve hatta şiddete yol açabilmektedir. Siyasi olarak ise dezenformasyon, seçim sonuçlarını etkilemek, siyasi liderlerin itibarını zedelemek ve demokrasiyi baltalamak için kullanılabilir. Ekonomik alanda kullanılan dezenformasyon ile de finans piyasalarını altüst edilebilmekte, yatırımlar azaltılmakta ve ekonomik krizlere neden olmaktadır (Erdoğan, 2023).

Yeni medyada dezenformasyonun yayılımı çeşitli faktörlere göre bağlıdır. Teknik, içerik ve kullanıcı yönünden bu faktörler sıralanabilmektedir:

- **Teknik Faktörler:** Yeni medya, dezenformasyonun yayılmasını kolaylaştıran bir dizi teknik faktöre sahiptir. Yeni medyanın bir alt başlığı olan sosyal medya platformları, bilgi paylaşmayı kolaylaştırmaktadır. Bu, dezenformasyonun daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır. Kullanıcıların bilgi paylaşması sosyal medyada hızlı ve kolay hale gelmektedir. Bu, dezenformasyonun yayılmasının hızını ve kapsamını artırmaktadır. Ayrıca sosyal medya platformları, kullanıcıların bilgi paylaşmasını anonim hale getirmektedir. Bu, dezenformasyonun yayılmasını kolaylaştırmakta ve sorumluları tespit etmeyi zorlaştırmaktadır (Cankaya, 2023).
- **İçerik Faktörleri:** Dezenformasyon, ilgi çekici ve duygusal içerikler şeklinde sunulmaktadır. Genellikle sansasyonel içerikler şeklinde sunulan dezenformasyonla bilginin kullanıcıların dikkatini çekmesi ve merakını uyandırmasını sağlanmaktadır. Duygusal olarak sunulmakta olduğu için kullanıcıların inanmasını kolaylaştırmaktadır. Kolayca anlaşılır içerikler

olmasıyla da kullanıcıların doğrulamadan kabul etmesini mümkün hale getirmektedir (Erdoğan, 2023).

- **Kullanıcılar:** Bazı kullanıcılar, dezenformasyonu ayırt etmekte zorlanmaktadır. Bu, dezenformasyonun yayılmasına belirli bir ölçüde katkıda bulunmaktadır. Doğru bilgiyi bulmada zorlanan kullanıcılar bu dezenformasyonun yayılmasında kendi bilgileri dahilinde olmadan katkı sahibi olmaktadır. Bazıları ise doğrudan dezenformasyonu bilinçli olarak yapma çabası göstermektedir. Bu da dezenformasyonun ciddi ölçüde yayılmasını söz konusu kılmaktadır (Karakaya, 2023).

Yeni medya ve alt dallarında gerçekleşen dezenformasyonla mücadele için bireyler ve devlet kurumlarına rol düşmektedir. Medya okuryazarlığı ile bireyler eğitilerek, bireysel farkındalık oluşturulabilmektedir. Devletlerin kurduğu kurumlarla doğrudan dijital platformlarda dezenformasyonla mücadele edilmektedir. Yine devletlerin yapacağı yasal düzenlemelerle de dezenformasyonla mücadele söz konusu olmaktadır. Örneğin, Türkiye'de 2023 yılında kabul edilen "Basın Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" ile dezenformasyonu suç olarak tanımlayan hükümler getirilmiştir (Oktar, 2023).

3.2. Manipülasyon

TDK'nın, "yönlendirme, seçme, ekleme, çıkarma yoluyla bilgileri değiştirme" olarak kelime anlamını verdiği manipülasyon, dezenformasyondan beslenen bir diğer unsur olarak görülmektedir. Latince'de "manipulation" yani yalan, aldatma anlamına gelmektedir. Bilgiyi tahrif etmek, toplumu yanıltmak, gazete ve televizyonlarda olayları, özellikle de toplumu bilgilendirmeye yönelik programlarda kendi beklentilerini, kendi isteklerini gerçekleştirmek ve gerçeği değil, yanlış bilgiyi vererek toplumu aldatmak suretiyle insanları kandırmaktır (Rüstemov, 2010) aktaran (Gasimli, 2019).

Manipülasyonun 8 ana unsuru şu şekilde ortaya konmaktadır (Kirschner, 1993):

- I.** Manipüle etmek istenilen kişileri, kuruluşları veya toplulukları tanımak ve davranışlarını kontrol etmek.
- II.** Bir kişinin kabul edilebilmesi için önce kendini savunması gerekir. Dikkat çekmek birçok farklı şekilde yapılabilir, ancak en belirgin yol beklenenin tersini yapmaktır.
- III.** Dış görünüş içerikten daha önemlidir. Özellikle siyasal seçim kampanyalarında adaylar ünvanlarını ön plana çıkarmaktadır ya da belli bir etnik gruba ait olduğunu gösteren etiketler kullanmaktadır. Kitleler ilk olarak dış görünüşe ve etikete odaklanmaktadır.
- IV.** Ortaya atılan iddianın üzerinde durulma sıklığı, o savın inandırıcılığını daha da artırabilmektedir. Propaganda ve iknada temel unsur tekrar etmektedir. Satılmak istenen düşüncenin üzerinde ne kadar durulursa, ikna ediciliği o kadar artacaktır.
- V.** Toplumların değer yargıları, kişisel ve duygusal yapıları manipüle edilmeye ve yönlendirilmeye açıktır. Bu unsurlar üzerinden etki artırılabilir.
- VI.** Korku unsuru, manipülatif faaliyetlerin temelini ve çıkış noktasını oluşturmaktadır.
- VII.** Tek sesli unsur, manipülasyon faaliyetinin gücünü artıracaktır ve hitap ettiği kesim için gerçeklik taşıma hissi verecektir.
- VIII.** Doğru zaman ve uygun yerde kullanılan başarılı bir dil ile manipülasyonun etkisi daha da artacaktır.

Siyasal seçim süreçlerinde, taraflar tarafından yoğun olarak kullanılan manipülasyon, günümüzde dezenformasyon için kullanışlı bir unsur olarak görülmektedir. Etkisi ve doğurduğu sonuçlarla dezenformasyon faaliyetlerinde yer bulmaktadır. İlgili 8 unsurun kullanılışıyla, yanıltıcı bilgi; gündemde bir süre gerçek imajıyla yer bulabilmektedir (Toktay, 2019).

3.2.1. Yalan Haber Olarak Manipülasyon

Yalan haberleri ortaya koyan manipülasyon, gerçekte var olmayan veya gerçeği çarpıtarak yansıtan haberlerin oluşturulması ve yayılması yoluyla insanların düşüncelerini, davranışlarını veya duygularını kontrol altına almak için yapılan bir eylemdir (Çobanoğlu, 2023).

Dijital teknolojinin gelişmesi, yalan haberlerin kolayca üretilmesini ve yayılmasını sağlamıştır. Geçmişte, yalan haberler üretmek için profesyonel bir ekip ve teknik donanıma ihtiyaç duyulurken, günümüzde bir bilgisayar ve internet bağlantısı ile herkes yalan haber üretebilmektedir. Bu durum, yalan haberlerin daha hızlı ve kolay bir şekilde üretilmesine ve yayılmasına neden olmaktadır. Sosyal medya ise, yalan haberlerin geniş kitlelere ulaşmasını kolaylaştırmıştır. Sosyal medya platformları, kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturmalarını ve paylaşmalarını kolaylaştırarak, yalan haberlerin daha geniş bir kitleye ulaşmasına olanak tanımıştır. Ayrıca, sosyal medya platformları üzerinde yapılan manipülasyonlar, yalan haberlerin daha güvenilir görünmesini sağlayarak, insanların bunları daha kolay inanmalarına neden olmaktadır (Taşkiran, 2021).

Yalan haber manipülasyonunun, demokrasi ve toplum üzerindeki olumsuz etkileri büyüktür. Yalan haberler, insanların gerçekleri yanlış anlamalarına ve yanlış kararlar vermelerine neden olabilmektedir. Bu durum, demokrasinin işleyişini bozabilmekte ve toplumda huzursuzluğa yol açabilmektedir. Manipülasyonla ortaya atılmış yalan haberler şunları mümkün kılmaktadır:

- İnsanların yanlış bilgilere dayalı kararlar almasını sağlamak: Yalan haberler, insanların karar verme sürecini etkilemektedir. Örneğin, bir siyasi partinin seçim kampanyasında yalan haberler kullanılarak seçmenlerin oy tercihleri yönlendirilmektedir. Bu, seçmenlerin gerçek bilgilere dayalı bir karar almasını engelleyerek ve demokratik süreçleri olumsuz etkilemektedir (Çobanoğlu, 2023).
- İnsanların duygularını manipüle etmek: Yalan haberler, insanların duygularını manipüle etmek için kullanılabilir. Örneğin, bir terör örgütü tarafından yayılan yalan haberler, insanların korku ve panik duygularını körükleyebilmektedir.

Bu, insanların normal yaşamlarını sürdürmelerini zorlaştırarak toplumda huzursuzluk yaratmaktadır (Gürel, 2022).

- İnsanları belirli davranışlara yöneltmek: Yalan haberler, insanları belirli davranışlara yöneltmek için kullanılmaktadır. Örneğin, bir ürün reklamında kullanılan yalan haberler, insanların o ürünü satın almasını sağlamaktadır. Bu, insanların haksız yere para kaybetmesine sebebiyet verebilmektedir (Taşkiran, 2021).

3.2.2. Manipülasyon ile Ortaya Konan Yalanlarla Mücadele

Manipülasyonla ortaya konan yalanlar, bilgi kirliliği ve dezenformasyon gibi günümüzün en önemli sorunlarından biridir. Bu yalanlar, bireylerin karar verme süreçlerini etkileyerek, toplumsal huzuru ve güvenliği tehdit etmektedir. Demokratik toplumlar için bu sorunun çözümü, bilgi ve medya okuryazarlığının geliştirilmesine, bireylerin eleştirel düşünme becerilerini güçlendirmeye ve kamuoyunun doğru bilgilendirilmesine bağlı olarak görülmektedir (Arı, 2022).

Manipülasyonla ortaya konan yalanlarla mücadelede kullanılacak yöntemler, temel olarak bireysel ve toplumsal olmak üzere iki kategoriye ayrılabilir. Bireysel düzeyde manipülasyonla ortaya konan yalanlarla mücadele etmek için, öncelikle eleştirel düşünme becerisinin geliştirilmesi gerekmektedir. Eleştirel düşünme becerisi, bir bilginin doğruluğunu veya yanlışlığını değerlendirmek için gerekli olan becerileri kapsar. Bu becerileri geliştirmek için, bireyler şu adımları izleyebilirler (Çakıcı, 2021):

- Bilgileri farklı kaynaklardan araştırmak ve karşılaştırmak.
- Bilgilerin kaynağını ve güvenilirliğini değerlendirmek.
- Bilgilerin içeriğini eleştirel bir gözle değerlendirmek.
- Bilgilerin kendi değer yargılarıyla örtüşüp örtüşmediğini düşünmek.

Eleştirel düşünme becerisinin yanı sıra, manipülasyonla ortaya konan yalanlarla mücadele için aşağıdaki yöntemler de kullanılabilir:

- Farklı bakış açılarını anlamaya çalışmak.
- Kendi önyargılarını tanımak ve bunlara karşı dikkatli olmak.
- Duygularına kapılmadan, bilgiyi objektif bir şekilde değerlendirmek.
- Yalan söyleyenlere karşı şüpheli olmak.

Toplumsal düzeyde manipülasyonla ortaya konan yalanlarla mücadele için ise öncelikle bilginin doğruluğunu ve güvenilirliğini değerlendirmenin önemi konusunda toplumun bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Bu amaçla, şu çalışmalar yapılabilir (Doğan, 2022):

- Medya okuryazarlığı eğitimi verilmesi.
- Bilgi güvenliği ve siber güvenlik konusunda farkındalık oluşturulması.
- Doğru bilginin yaygınlaştırılması için çaba gösterilmesi.
- Yalanlarla mücadele konusunda kurumsal mekanizmaların kurulması.

Manipülasyonla ortaya konan yalanlarla mücadele, bireysel ve toplumsal çabaların bir arada yürütülmesi ile mümkün olabilmektedir. Bu çabalar, demokratik toplumların temel değerlerini korumak ve bireylerin bilgi edinme haklarını güvence altına almak için gereklidir.

3.2.3. Yeni Medyada Manipülasyonun Etkileri

Yeni medya, geleneksel medyaya göre daha kişiselleştirilmiş ve katılımcı bir deneyim sunması nedeniyle, insanların yeni medyada aldıkları bilgilere daha fazla güvendiği

görülmektedir. Bu nedenle, yeni medyada yayılan yalanlar veya yanlış bilgiler, hedef kitleleri üzerinde daha etkili olabilmektedir (Özdemir & Öztürk, 2022). Örneğin, 2016 ABD Başkanlık Seçimlerinde, Rusya, sosyal medyayı kullanarak seçmenleri manipüle etme girişiminde bulunmuştur. Bu girişim kapsamında, sahte hesaplar, yalan haberler ve propagandalar kullanılarak, seçmenlerin tercihleri üzerinde etki yaratılmaya çalışılmıştır (Vosoughi, ve diğerleri, 2018).

Manipülasyon, bir kişinin veya grubun düşüncesini, davranışını veya duygusunu kontrol etme veya yönlendirme çabasıdır. Yeni medyada manipülasyon, çeşitli teknikler kullanılarak gerçekleştirilebilmektedir. Bunlardan bazıları şunlardır (Güvenli Web, 2023):

- **Yanlış veya Yanıltıcı Bilgiler Yayımlamak:** Yeni medya, gerçek ve sahte haberlerin ayırt edilmesini zorlaştıran bir ortamdır. Bu nedenle, manipülatörler, gerçekmiş gibi görünen yalan haberler veya bilgi kirliliği yoluyla hedef kitlelerini yönlendirebilmektedir.
- **Kişiselleştirilmiş İçerik Sunmak:** Yeni medya platformları, kullanıcıların ilgi alanlarına ve demografik özelliklerine göre içerik sunar. Bu da, manipülatörlerin hedef kitlelerini daha kolay hedeflemesine ve onları daha etkili bir şekilde etkilemesine olanak tanımaktadır.
- **Emotional Engineering:** Manipülatörler, hedef kitlelerinin duygularını manipüle ederek onları belirli bir şekilde düşünmeye veya davranmaya teşvik etmektedirler. Örneğin, korku, öfke veya üzüntü gibi duyguları tetikleyen içerikler yoluyla, hedef kitlelerin kararlarını veya davranışlarını etkilemektedirler.

Yalan manipülasyonunun olumsuz sonuçları, manipülasyonun amacına ve hedef kitleye göre değişiklik gösterebilmektedir. Bir siyasi parti tarafından yapılan yalan manipülasyon, o partinin oy oranını artırmaya yönelik olabilirken, bir terör örgütü tarafından yapılan yalan manipülasyon, şiddeti teşvik etmeye yönelik olabilmektedir (Çay, 2020).

Yeni medya, bireylerin ve toplumların bilgi edinme, iletişim kurma ve etkileşime girme biçimlerini dönüştürmüştür. Bu dönüşüm, yeni medyanın manipülatif kullanımını da kolaylaştırmıştır. Bu manipülatif kullanım beraberinde birçok olumsuz sonucu ortaya çıkarmıştır. Bu olumsuz sonuçlar şu şekilde incelenebilir.

- **Bilgi Kirliliği ve Dezenformasyon:** Bilgi kirliliği ve dezenformasyon, yeni medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte giderek daha ciddi bir sorun haline gelmiştir. Yeni medya, bireylere ve toplumlara çok çeşitli bilgi kaynaklarına kolayca erişim imkanı sunmaktadır. Bu durum, doğru ve güvenilir bilgi ayırt etme konusundaki zorluğu artırmaktadır. Bu da bilgi kirliliği ve dezenformasyon gibi sorunların artmasına neden olmaktadır (Doğan, 2020).
- **Düşünce ve İfade Özgürlüğünün Sınırlandırılması:** Yeni medya, bireylerin ve toplumların düşünce ve ifade özgürlüklerini genişletmiştir. Ancak, bu özgürlüklerin sınırlandırılmasına da yol açabilmektedir. Bu durum, iktidar ve sermaye grupları açısından tehdit olarak algılanan yeni medyanın denetim altına alınma çabalarından kaynaklanmaktadır (Gökçe, 2023).
- **Toplumsal Kutuplaşma ve Çatışma:** Yeni medya, bireylerin ve toplumların farklı görüş ve düşüncelere daha kolay erişimini ve bu görüşleri ifade etmelerini sağlamaktadır. Bu durum, bireylerin ve toplumların farklı görüş ve düşüncelere maruz kalmasını ve bu görüşlere tutunmalarını artırmaktadır. Bu da toplumsal kutuplaşmanın artmasına neden olabilmektedir (Doğan, 2020).
- **Psikolojik Sorunlar ve Toplumsal Yıkım:** Yeni medya, bireylerin ve toplumların psikolojik sağlığını tehdit eden bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyel, yeni medyada yer alan şiddet, nefret söylemi, ayrımcılık, manipülatif içerikler gibi unsurlardan kaynaklanmaktadır. Bu unsurlar, bireylerde kaygı, öfke, nefret gibi duyguları tetikleyerek, psikolojik sorunların ortaya çıkmasına veya var olan sorunların şiddetlenmesine neden olabilmektedir (Gökçe, 2023).

Yeni medyada meydana gelen bu tip sorunlarla diğer alanlarda olduğu gibi medya okuryazarlığının geliştirilmesi, medya denetiminin güçlendirilmesi ve toplumsal diyalogun güçlendirilmesiyle mücadele edilebilmektedir.

3.3. Hakikat Sonrası Çağda Propaganda

Propaganda, belirli bir düşünce veya davranışı yaymak amacıyla kullanılan, önceden planlanmış ve sistematik bir iletişim çabasıdır. Propagandanın amacı, hedef kitleyi ikna etmek veya etkilemektir. Propaganda, genellikle, kitle iletişim araçları aracılığıyla yapılmaktadır (Eryılmaz, 2015).

Propaganda kelimesi, Latince "yaymak, çoğaltmak" anlamına gelen "propagare" fiilinden türetilmiştir. Bu nedenle, propagandanın ilk anlamı "yayılan şeyler"dir. Ancak, 21.yüzyılda propaganda, belirli bir düşünce veya davranışı yaymak amacıyla kullanılan bir iletişim çabası olarak tanımlanmaktadır.

Propaganda, insanlığın varoluşundan beri var olan bir kavramdır. Ancak, modern anlamda propaganda, 19. yüzyılın sonlarında, özellikle de I. Dünya Savaşı sırasında kullanılmaya başlanmıştır. Bu dönemde, propaganda, siyasi ve askeri amaçlar için kullanılan bir araç olarak yaygınlaşmıştır.

Propaganda, belirli bir fikri veya görüşü yaymak amacıyla yapılan, gerçek dışı veya yanıltıcı bilgiler içeren iletişim faaliyetleridir. Yalan haber, gerçek dışı veya yanıltıcı bilgiler içeren, genellikle dezenformasyon amacıyla üretilen haberlerdir. Yalan haber ve propaganda, genellikle birlikte kullanılan kavramlardır. Yalan haber, propagandanın bir aracı olarak kullanılabilir ve propaganda, yalan haber üretmek için kullanılabilir (Allcott & Gentzkow, 2017).

3.3.1. Propagandanın Yalan Haberleri Yaymadaki Rolü

Propaganda yalan haberleri yaymada bir rol sahibi olmaktadır. Propagandacılar, yaptıkları çalışmalarda her zaman tutarlı olmayabilir ve gerçek dışı bilgi paylaşımlarında bulunabilmektedirler. Yalan haber propagandasının bu sebeple çeşitli etkileri olabilmektedir. Bu etkiler, propagandanın hedef kitesine, propagandanın

içeriğine ve propagandanın yayılma şekline göre değişebilmektedir. Yalan haber propagandasının bazı potansiyel etkileri şunlardır:

- **Kamuoyu Algısını Manipüle Etmek:** Yalan haber propagandası, kamuoyunun belirli bir konudaki algısını manipüle etmek için kullanılabilir. Örneğin, bir siyasi parti, rakip partinin itibarını zedelemek için yalan haber propagandası yapabilmektedir (Al-Rawi & Shami, 2019).
- **Toplumsal Huzuru Bozmak:** Yalan haber propagandası, toplumsal huzuru bozmak için kullanılabilir. Örneğin, bir grup, etnik veya dini gruplar arasında çatışma çıkarmak için yalan haber propagandası yapabilmektedir (Castells, 2017).
- **Kişisel veya Kurumsal İtibarı Zedelemek:** Yalan haber propagandası, kişisel veya kurumsal itibarı zedelemek için kullanılabilir. Örneğin, bir şirket, rakibi hakkında yalan haber propagandası yaparak itibarını zedelemeye çalışabilmektedir (Castells, 2017).
- **Siyasi veya Ekonomik Çıkar Sağlamak:** Yalan haber propagandası, siyasi veya ekonomik çıkar sağlamak için kullanılabilir. Örneğin, bir ülke, rakip ülkeye karşı propaganda yaparak siyasi veya ekonomik çıkar elde etmeye çalışabilmektedir (Al-Rawi & Shami, 2019).

Yalan haber propagandaları çeşitli yerlerde görülmektedir. Bunların başında yeni medyanın bir alt dalı olan sosyal medya gelmektedir. Geleneksel ve dijital tüm haber mecralarında da yine bu tip propaganda faaliyetleriyle karşı karşıya gelmek mümkündür. Eğitim çatısı altındaki tüm alanlarda da yine bu tip propaganda faaliyetleriyle karşılaşmak söz konusudur. Siyasi kampanyalar da yine propaganda için temel oluşturmaktadır. Bu sebeple burada da yoğun olarak yalan haber propagandası bulmak mümkündür (Al-Rawi & Shami, 2019).

3.3.2. Yeni Medyada Propagandanın Etkileri

Yeni medya, geleneksel medyaya göre daha az kontrollü ve daha kişiselleştirilmiş bir ortam sunmaktadır. Bu durum, yalan propagandanın daha kolay ve etkili bir şekilde yayılmasını sağlamaktadır (Erbay, 2021). Geleneksel medyada, haber ve içeriklerin yayılması için belirli kurallar ve düzenlemeler vardır. Bu kurallar, yalan propagandanın yayılmasını engellemeye yardımcı olmaktadır. Ancak yeni medyada, bu tür kurallar ve düzenlemeler yoktur. Bu nedenle, yalan propagandayı yaymak isteyen kişiler, yeni medyayı daha kolay bir şekilde kullanabilmektedirler (Çakır, 2022). Yeni medya platformları, kullanıcıların ilgi alanlarına göre içerikler sunmaktadır. Bu durum, yalan propagandanın hedef kitleye daha kolay ulaşmasını sağlamaktadır. Örneğin, bir siyasi parti, yeni medya platformlarını kullanarak, kendi seçmenlerine yönelik yalan propaganda yayabilmektedir. Yeni medya platformları, içeriklerin hızlı bir şekilde yayılmasını sağlamaktadır. Bu durum, yalan propagandanın daha kısa sürede daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlamaktadır. Örneğin, bir kişi yalan bir haberi yeni medya platformlarında paylaştığında, bu haber kısa sürede milyonlarca kişiye ulaşabilmektedir.

Yalan haber propagandalarının yeni medyada çeşitli şekillerde yayılabilmektedir. Bunlara şu şekilde örnek verilebilir:

- **Sosyal Medya Platformları:** Yalan propagandasının yayılması için yaygın kullanılan araçlardan biridir. Sosyal medya platformlarının kullanıcıların kolaylıkla ve hızlı bir şekilde içerik üretmesine ve yaymasına olanak tanıdığını bilinmektedir. Bu nedenle, sosyal medya platformları, yalan propagandasının yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Uluk, 2018).
- **Bloglar ve Web Siteleri:** Yalan propagandasının yayılması için başka bir önemli araçtır. Blog ve web sitelerinin genellikle belirli bir görüş veya ideolojiyi desteklemek için kurulduğunu belirtilmektedir. Bu nedenle, bu platformlar, yalan propagandasının yayılması için uygun bir ortam sunmaktadır (Erbay, 2021).

- **E-posta ve Mesajlaşma Uygulamaları:** Yalan propagandasının yayılması için daha az yaygın kullanılan araçlardır. Ancak, bu araçlar da yalan propagandasının yayılmasında rol oynayabilmektedir.

Yalan haber propagandası, çeşitli alanlarda yayılarak birtakım sorunlara sebebiyet vermektedir. Bunlara genel olarak şu şekilde değinilebilir (Erbay, 2021):

- **Halkın Bilgilendirilme Hakkının İhlali:** Yalan propagandasının halkın doğru bilgi alma hakkını ihlal etmektedir. Yalan propaganda, halkın gerçekleri öğrenmesini ve kendi kararlarını vermesini engellemektedir.
- **Toplumsal Kutuplaşmanın Artması:** Yalan propagandasının toplumsal kutuplaşmanın artmasına neden olmakta ve farklı görüşlere sahip kişiler arasında güven ve anlayışın azalmasına yol açmaktadır.
- **Demokratik Süreçlerin Zayıflaması:** Yalan propagandasının demokratik süreçlerin zayıflamasına neden olduğu da ayrıca bilinmektedir. Yalan propagandası, halkın seçimlerde doğru kararlar vermesini engellemektedir.

Yeni medyada meydana gelen ve çeşitli sorunlara sebebiyet veren yalan haber propagandasının birkaç temel önlemi mevcuttur. Halkın medya okuryazarlığının artırılması, devlet kurumlarının yeni medyadaki propagandaların yayılmasını engelleyecek daha fazla sorumluluk alması ve yasal düzenlemeler getirilmesi bunlara örnek verilebilmektedir (Uluk, 2018).

3.3.3. Post-Truth/Hakikat Sonrası

"Hakikat-sonrası" terimi ilk olarak 1992'de kullanılmış ve 2016'nın sonlarında Oxford Dictionaries'in yılın sözcüğü seçildikten sonra tüm dünyaya yayılmıştır. Oxford Dictionaries yaptığı açıklamada, "post-truth" teriminin on yıldan beri var olduğunu, Birleşik Krallık'ın AB'den çıkışı için yapılan 2016 referandumunda (Brexit) ve ABD başkanlık seçimlerinde ani popüleritesinin arttığını, iddialara göre bir karar etkisine yol açtığını söylemiştir. İstatistikler, "post-truth" teriminin kullanımının 2016'da

2015'e kıyasla %2000 arttığını göstermektedir (Alpay, 2017)'dan aktaran (Porghamrezaeieh, 2022).

Post-truth kavramının popülaritesinin temel nedeni, geleneksel ve sosyal/yeni medya mecraları aracılığıyla gerçeklerin belirli hedefler doğrultusunda sistematik ve tasarlanmış bir şekilde manipüle edilmesi ve yalan haberlerle sonuç almaya odaklanmasıdır. -hakikat dönemi, gerçekler artık önemli değil, her şey gerçeklere değil, algı ve duyguya dayanmaktadır (Porghamrezaeieh, 2022).

Post-truth yaklaşımlar genellikle bilgisizdir ve nefreti körüklemektedir. Ayrımcı açıklamalara dayanmaktadır. Çoğu durumda, bu tür haberlerin kaynağı belirsiz ve anonimdir. Menşei bilinmeyen iddialara dayandığı söylenebilmektedir. Post-truth yöntemler daha çok ekonomik ya da politik güç kazanmamak ya da kaybetmemek için kullanılmaktadır (Sarioğlu, 2020).

Post-truth kavramı ile ilgili yeni olan şey, insanların habercilerin yalanları ve kontrol edilemezliği ile nasıl başa çıktıklarıdır. Günümüzde internet erişimi olan, okuma yazma bilen herkes her konuda yalan haber yazabilmekte, viral olabilmekte ve binlerce insanı buna inandırabilmektedir. Yeni medya teknolojilerinin ve sosyal medyanın kullanımındaki hızlı artış, bu tür yalan haberlerin üretilmesini ve yayılmasını sağlamaktadır. Bugün sosyal ağlarda kökeni bilinmeyen ve doğru bilgi vermeyen yüzlerce habere rastlanmaktadır. Medya tüketicileri, internette karşılaştıkları bu yanlış bilgilerin çoğuna medya okuryazarlığı becerilerinden yoksun olduğu için inanmaktadır (Şimşek, 2018).

Hakikat sonrası çağın yalanı normalleştirmesiyle birlikte her alanda kendini göstermeye başlamıştır. Özellikle sanal dünyada kolaylıkla baş aktör olmaktadır. Siyasetten akademiye, gazetecilikten televizyona her alanda yalanlarla karşılaşan okur ya da tüketiciler, onlarla sanal dünyada da yüzleşmek zorundadır. Sanal dünyada yalanlarla mücadele daha karmaşık ve zor hale gelmiştir. İnternet ve sosyal medya temel ihtiyaç ve günlük pratiklerden biri haline geldiğinden, hakikat sonrası çağın yalanlarının saldırısına her dakika maruz kalınmaktadır. Haber siteleri, kitleleri yalanların saldırısına maruz bırakan en temel araçlardan biridir. Sahte haberlerden

kaçınmak kaçınılmaz olduğu gibi, yayınlanan haberlerin manşetlerine “tıklamak”tan da kaçınmak mümkündür (Çoban, 2019).

Post-truth kavramının kökenleri, 1990'larda Fransa'da ortaya çıkan "post-factualism" (sonrası-olgusalılık) kavramına kadar uzanır. Bu kavram, gerçeklerin öneminin azaldığını ve duyguların ve inançların daha önemli hale geldiğini savunmaktadır (Metzger & Flanagin, 2013).

3.3.4. Post-Truth'ün Yalan Haberlerdeki Etkisi

Post-truth kavramının yaygınlaşması, özellikle internet ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla ilişkilendirilmektedir. Bu teknolojiler, insanların gerçekleri daha kolay üretmelerini, yaymalarını ve tüketmelerini sağlamıştır. Bu durum, gerçeklerin doğrulanması ve ayırt edilmesini zorlaştırmış ve post-truth'un yaygınlaşmasına katkıda bulunmuştur (Allcott & Gentzkow, 2017).

Post-truth, demokrasi, ifade özgürlüğü ve toplumsal barış gibi temel kavramlar için önemli bir tehdit oluşturmaktadır. İnsanların gerçekleri doğru bir şekilde anlamalarını ve doğru kararlar vermelerini zorlaştırmaktadır. Bu durum, yanlış bilgilendirmeye, manipülasyona ve hatta şiddete yol açabilmektedir. Post-Truth'ün bazı temel sorunları olarak şunlar kabul edilmektedir:

- **Gerçeklerin Öneminin Azalması:** Post-Truth, gerçeklerin duygulara veya inançlara göre daha az önem taşıdığı bir dönemi ifade etmektedir. Bu durum, insanların gerçekleri doğru bir şekilde anlamalarını ve doğru kararlar vermelerini zorlaştırmaktadır (Çoban, 2019).
- **Yanlış Bilgilendirmenin Yaygınlaşması:** Post-Truth, yanlış bilgilendirmenin daha kolay yayılmasına ve daha fazla insana ulaşmasına olanak tanımaktadır. Bu durum, insanların yanlış bilgilere dayalı kararlar vermesine neden olabilmektedir (Metzger & Flanagin, 2013).
- **Manipülasyonun Artması:** Post-Truth, insanların duygularına ve inançlarına hitap eden bilgiler yoluyla manipülasyonun artmasına neden

olmaktadır. Bu durum, insanların kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirilmesine yol açabilmektedir (Şimşek, 2018).

- **Toplumsal Barışa Tehdit Oluşturması:** Post-Truth, toplumsal barışa tehdit oluşturabilecek çatışmaların artmasına neden olabilir. Bu durum, insanların farklı görüşlere sahip kişilere karşı daha hoşgörüsüz olmasına ve hatta şiddete başvurmasına sebep olabilmektedir. (Sarioğlu, 2020).

Post-Truth oluşturduğu sorunlarla 21.yüzyılda yalan haberlere katkıda bulunmakta ve onlar için etkili bir zemin oluşturmaktadır.

Post-Truth ve yalan haber, birbiriyle yakından ilişkili kavramlardır. Post-Truth, yalan haberlerin yayılması için uygun bir zemin hazırlamaktadır. Post-Truth bir ortamda, insanların gerçekleri sorgulamaktan çekindiklerini ve duygularına göre karar verdiklerini belirtilmektedir. Bu durum, yalan haberlerin daha kolay yayılmasını sağlamaktadır (Soysal, 2021).

Post-Truth dönemde, hakikatin anlamını yitirmesi, bireylerin yalan bilgiyi daha kolay kabul etmelerine; gerçekliklere maruz kalmanın artması, bireylerin yalan bilgiyi daha zor ayırt etmelerine neden olmaktadır (Lazer, ve diğerleri, 2018).

Yalan haberler, post-Truth söylemler yoluyla yayılarak, toplumda çeşitli olumsuz sonuçlara yol açabilmektedir. Örneğin, 2016 yılında ABD'de yapılan başkanlık seçimleri öncesinde, Donald Trump'ın destekçileri tarafından, Hillary Clinton'ın bir çocuk seks ticareti çetesinin parçası olduğu yönünde yalan haberler yayılmıştır. Bu haberler, Clinton'a karşı bir karalama kampanyası yürütmüş ve Trump'ın seçimi kazanmasına katkıda bulunmuştur. Diğer bir örnek ise, 2020 yılında COVID-19 salgını sırasında, koronavirüsün Çin hükümeti tarafından geliştirildiği yönünde yalan haberler yayılmıştır. Bu haberler, Çin'e karşı bir nefret söylemi oluşturmuş ve salgının kontrol altına alınmasını zorlaştırmıştır (Akyüz, 2020).

3.3.5. Post-Truth ve Yeni Medya İlişkisi

Geleneksel medyanın dijitalleşmesi ve sosyal medyanın yükselişi, medyaya duyulan güveni yeniden gündeme taşıdı. Geleneksel medyanın dijitalleşmesi, profesyonel gazetecilerin yanı sıra vatandaşların da içerik üretmesine olanak tanıyarak, içerik sunan-alımlayan rollerini dönüştürdü. Sosyal medya, habercilik ve iletişim ortamını daha etkileşimli ve diyaloga dayalı hale getirirken, kontrol edilemeyen bilgi ve haber akışı, medyaya duyulan güveni yeniden tartışmaya açtı (Meraz & Papacharissi, 2012).

Hakikat-ötesi çağında, sosyal medyadaki kasıtlı manipülasyonlar ve sahte haberler, medyaya duyulan güveni daha da sarsmaktadır. Sosyal medya, bireylere kendi haber kaynaklarını oluşturma ve yayma olanağı sunarak, haber alma alışkanlıklarını kökten değiştirmiştir. Bu durum, bir yandan haber çeşitliliğini ve şeffaflığı artırırken, diğer yandan sahte haberler ve manipülasyon gibi riskleri de beraberinde getirmiştir. Sosyal medyadaki sahte haberler, medyaya duyulan güveni sarsmanın yanı sıra, toplumda kutuplaşma ve çatışmalara da yol açmaktadır. Bu haberler, bireylerin gerçekleri değerlendirme kapasitesini zayıflatarak, onların manipüle edilmesini kolaylaştırmaktadır. Sosyal medya, geleneksel medyanın “eşik bekçileri” ya da “kanaat önderlerini” baypas ederek, medya - güven ilişkisini de farklı bir boyuta taşımaktadır. Geleneksel medya, haberlerini yayına geçmeden önce, editörler ve muhabirlerin yaptığı bir dizi denetimden geçirmektedir. Bu denetimler, haberin doğruluğunu ve tarafsızlığını sağlamaya yardımcı olmaktadır. Ancak dijital medyanın gelişmesi ve bağımsız içerik üreticilerin çoğalması bu tarz bir filtrenin olmasına mani olmaktadır. Bu sebeple dijital ortamda doğruluğu teyite muhtaç çok haber dolaşmaktadır (Çömlekçi, 2019).

Nesnel gerçeklerin ve kamuoyunu şekillendirmede duygu ve kişisel kanaatlerden daha az etkili bir durum olarak tanımlanan post-truth kavramı, ilk defa 2016 yılında gerçekleştirilen ABD Başkanlık seçimleri ve Birleşik Krallık'ın Avrupa Birliği'nden ayrılmasıyla sonuçlanan Brexit referandumu sürecinde gündeme gelmiştir. Bu iki seçimde de, politikacıların, geleneksel ve dijital medyanın manipülasyona dayalı bilgilerin yayılması bağlamındaki katkıları tartışma konusu olmuştur. ABD Başkanlık Seçimleri öncesinde, Facebook'ta ilk 20 uydurma haber, ilk 20 gerçek haberden daha fazla paylaşılmıştır. Donald Trump'ın başkanlık yarışı boyunca gerçekleştirdiği

açıklamaların %70'inin yanlış bilgiler içerdiği görülmüştür. Ayrıca, ABD devlet kurumlarının raporlarında, Rusya'nın internet trolleri vasıtasıyla 2016 başkanlık seçimlerini Donald Trump lehine manipüle ettikleri ve sahte haberler yayarak kamuoyunda seçimlere duyulan güveni azaltmaya çalıştıkları iddia edilmiştir. Brexit referandumu sürecinde ise, Birleşik Krallık'ın Avrupa Birliği'nden ayrılması isteyen kesimlerce göçmenler, ekonomi ve işsizlik gibi konularda gerçek olgu ya da verilere dayanmayan bir takım bilgilerin geleneksel ve sosyal medya aracılığıyla toplumda dolaşıma sokulduğu görülmektedir. Bu bağlamda yanlış ve/veya çarpıtılmış veri ve istatistiklerle, göçmenlerin Birleşik Krallık vatandaşlarının işlerini elinden alacağı, ekonominin kötüleşeceği ve ülkeye yönelik bir göçmen akını olacağı senaryoları topluma doktrine edilmeye çalışılmıştır (Persily, 2017).

Yapılan araştırmalar, sosyal medya kullanıcılarının %70'inin sosyal medyadaki haberlerin doğruluğunu değerlendirmekte zorlandıklarını göstermektedir. Bu durum, sosyal medyadaki bilgi kirliliğinin ve manipülasyonun toplumda yarattığı endişeleri daha da artırmaktadır (Davies, 2016).

Post-Truth çağında, medyaya duyulan güvenin yeniden tesis edilmesi için, şu adımlar atılabilir (Çömlekçi, 2019):

- Medya okuryazarlığı eğitimleri verilmeli ve bu eğitimlerin yaygınlaştırılması sağlanmalıdır.
- Sosyal medya platformları, sahte haberlerin tespitine ve önlenmesine yönelik önlemler almalıdır.
- Hükümetler, medyaya yönelik bağımsız denetim mekanizmaları oluşturmalıdır.

Bu adımlar, medyaya duyulan güvenin yeniden tesis edilmesine ve toplumda bilgi kirliliğinin önlenmesine katkıda bulunabilir.

BÖLÜM IV

YENİ MEDYADA BİLGİ DOĞRULAMA

4.1. Bilginin Doğrulanması

Yeni medya kavramının teknolojik gelişimlerle büyümesi ve içinde bulundurduğu sosyal medyanın da gelişim sürecinin hızlanması sonucu, yalan haberlerin üretilmesi ve gerçekdışı bilgilerin doğruymuş gibi kamuoyuna aktarılması yoğun olarak görülmektedir. Bu faaliyetlerin belirli sonuçlar meydana getirmesi ve yeni medyanın bir alt dalı olan sosyal medyada yalan haberlerle yani dezenformasyonla mücadele edilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Çiçeklioğlu, 2019).

İnternet üzerindeki haberlerin doğruluğunu araştıran platformlar ilk olarak, 2000'li yılların başında, ABD'deki şüpheli siyasi söylemlerin ve dolaşıma sokulan haberlerin varlıklarının doğrulanması amacıyla kurulmuştur (Graves & Cherebini, 2016). Ancak bir başka kaynağa göre, doğrulama platformlarının varlığı 1980 yılı Ronald Reagan'ın başkanlık kampanyasına kadar gitmektedir (Lowrey, 2015).

Genel olarak "birincil ve ikincil kaynaklar üzerinde araştırma yaparak kamuya açık bilgilerdeki iddiaların kontrol edilmesi" hizmetini sunan platformlar olarak tanımlayabileceğimiz internet haber doğrulama platformları, bu ihtiyacı karşılamak için ortaya çıkmış yapılar olarak görülmektedir (Brandtzaeg & Flostad, 2017).

4.1.1. Bilgi Doğrulamanın Tarihi

Doğruluk kontrolü, medya içeriğinde, çevrimiçi platformlarda ve toplumun sosyal veya siyasi figürlerinin açıklamalarında yer alan iddiaların doğruluğunu veya yanlışlığını belirlemeye yönelik çabaların bütünüdür. "Doğruluk kontrolü" teriminin ilk kez 1938'de Colliers dergisinde yer alan Time reklamında kullanıldığı düşünülmektedir (Uluç, 2018).

İddiaların doğruluğunu kontrol etme ve yanlışları düzeltme çabaları, gazetecilik tarihinde uzun bir geçmişe sahiptir. Haber odaları, içeriklerin basılmadan önce doğruluğunu kontrol eden kişileri istihdam etmiştir. 18. yüzyılın başlarından itibaren, ABD'deki dergilerde düzeltmenler bulunurken, daha sonra ulusal dergi ve gazetelerde doğruluk kontrolü departmanları ortaya çıkmıştır (Graves, 2013). Ralph Pulitzer ve Isaac White tarafından 1913'te New York World gazetesinde "Doğruluk ve Tarafsızlık Bürosu" gibi yayınları daha doğru hale getirmeyi amaçlayan çalışmalar görülmüştür. Bu büro, hataları düzeltmeye ve yalanları tespit etmeye odaklanmıştır. Yine de, doğruluk bürosu, yanlış bilgi içeren haberleri basılmadan önce engellemek yerine, zaten yayınlanmış olanları tespit ederek düzeltme yolunu seçmiştir (Fabry, 2017). Bu durum, erken dönem doğruluk kontrolü çabalarının haberin gerçeklerle örtüşüp örtüşmediğinden ziyade, muhabirlerin haber metinlerini doğru bir şekilde yazıp yazmadığına odaklandığını göstermektedir.

İnternetin yaygınlaşmasıyla, doğruluk kontrolüne odaklanan ve belirli konuların doğruluğunu araştıran platformlar ortaya çıkmıştır. Bu platformlarda gazetecilik tarihinde 21.yüzyıldaki kadar fazla veri üretimi görülmemiştir (Saka, 2017).

Yeni medyanın büyük sorunlarından birisi, yanlış haberlerin hızla yayılması ve bu haberlerin doğruluğunun doğrulanmasının zorluğu olarak tanımlanmaktadır. İnternet teknolojisinin artan veri akışıyla birlikte, karşılaştığımız haber ve ifadelerin doğruluğunu teyit etmeyi gerektiren bilgiler olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum, medyaya olan güvenin azaldığı bir ortamda, haber tüketicilerinin bu güvensizliği dengelemesi gereken yeni araçların geliştirilmesini zorunlu kılmıştır. Bu ihtiyaçların karşılanmasıyla doğrulama platformları, bize ulaşan bilgileri değerlendirme, doğrulama ve kaynakları araştırarak gerçekleri ortaya çıkarma gibi işlevleriyle dünyada hızla yaygınlaşmıştır (Uluk, 2018).

Doğruluk kontrolü, internetin erken dönemlerine dayanan bir geçmişe sahiptir. 1996'da Barbara Mikkelsen ve David Mikkelsen tarafından gazetecilik deneyimi olmayan bir çift tarafından kurulan Snopes.com, haber odaklı olmanın yanı sıra çevrimiçi dolaşan dedikodular ve şehir efsaneleri gibi çeşitli kategorilerde doğruluk kontrolü yapmaktadır ve gelirini reklamlardan sağlamaktadır (Graves & Cherebini, 2016).

Tamamen ABD siyasetine odaklanan ilk tarafsız doğrulama platformu olan Spinsanity, 2001'de üniversiteden yeni mezun üç kişi tarafından kurulmuştur. 2004 ABD başkanlık seçimleri sürecinde 400'den fazla iddiayı doğruladıktan sonra faaliyetlerine son verdi. Annenberg Kamu Politikaları Merkezi'nin desteğiyle 2003'te kurulan FactCheck.org, eski gazeteci Brooks Jackson ve iletişim bilimci Kathleen Hall Jamieson tarafından kar amacı gütmeyen bir platform olarak hayata geçirilmiştir (Graves & Cherebini, 2016). Gelirini reklamlardan değil, vakıflardan ve bireysel bağışlardan sağlamaktadır ve bağışları sendikalardan, özel şirketlerden ve taraf tutan gruplardan kabul etmemektedir.

Tampa Bay Times gazetesinin bir projesi olarak 2007'de kurulan PolitiFact, 2008 ABD başkanlık seçimleri sürecindeki çalışmalarıyla Pulitzer ödülü kazanmıştır. 5.000'den fazla iddiayı doğrulama altına almış ve yaklaşık olarak haftada 7 editör ve muhabir tarafından 20 doğrulama işlemi gerçekleştirmektedir (politifact.com, 2023).

PolitiFact'in kuruluşundan 4 ay sonra, Eylül 2007'de The Washington Post gazetesi kendi doğruluk kontrolü girişimini başlatmıştır. Bu doğruluk kontrolü, 2008 ABD Başkanlık Seçimleri sırasında aktif hale gelmiş ve 2011'den itibaren gazetenin kalıcı bir özelliği haline gelmiştir (Graves, 2013).

Son yıllarda, dünya çapında 50'den fazla ülkede bağımsız doğrulama platformları ortaya çıkmıştır. 2022 yılı sonu dünya genelinde 378 adet doğrulama platformu faaliyet göstermektedir. Bu platformların %90'ı 2010'dan sonra kurulmuş olup, son 9 yılda dünya çapındaki doğrulama platformlarının sayısı 44'ten 378'e yükselmiştir (Duke Reporters' Lab, 2022). En fazla doğrulama platformuna sahip olan ülkeler arasında ABD, Brezilya ve Fransa yer almaktadır (Stencel & Griffin, 2018). Türkiye'den Doğruluk Payı ve Teyit.org, Duke Reporters' Lab'in veri tabanına kayıtlı doğrulama platformları arasındadır.

4.2. Bilgi Doğrulama Platformları

İnternet tabanlı iletişim teknolojilerinin genişlemesiyle, çevrimiçi sosyal ağlarda üretilen yanıltıcı bilgilere karşı mücadele etmek için kullanılan yöntemlerin, habercilik faaliyetlerini kurumsallaşarak çevrimiçi doğruluk kontrol faaliyetlerine dönüşmesi

gerekliliği ortaya çıkmıştır (Önen, 2023). Bu yeni sistem, bilgi ekosisteminin gelişmesine paralel olarak metodolojilerin yeniden düzenlenmesini gerektirir.

Doğruluk kontrolü faaliyetleri, bilginin üretim motivasyonuna ve kaynağına odaklanırken iddia/bilgi kontrolü ve belge/görsel kontrolü üzerinden içerikleri analiz eder ve doğruluk seviyesini belirlemektedir. Bu süreçte etik kurallar doğrultusunda, görsel içeriklerin orijinalliğini, kaydedilme tarihlerini belirleme, içeriklere ait fotoğraf ve videoların konumunu tespit etme ve sahte/bot hesaplarını engelleme gibi temel araştırma teknikleri önemlidir (Urbani, 2019).

Bilgi doğrulama sürecini anlamak için "doğrulama" ve "teyit" kavramlarını doğru bir şekilde tanımlamak gerekmektedir. "Teyit", içeriğin yayınlanmadan önceki güvenilirliğini kontrol ederken, "doğrulama" daha çok kamuoyuna mal olmuş iddiaların doğruluğunu belirlemektedir (Silverman, 2020). Doğrulama genellikle uzmanlar, akademisyenler veya devlet kurumlarından gelen bilgilerle iddiaları doğrulamakta veya yalanlamaktadır.

Özellikle 2016'dan itibaren sosyal medya algoritmalarının etkisiyle ortaya çıkan sahte haber dalgası, doğruluk kontrolü faaliyetlerinde sadece doğrulamaya değil, çürütmeye de odaklanmaktadır. "Çürütme", sahte/yanıltıcı haberler ve asılsız viral içeriklere yoğunlaşmakta ve teyit etmeyle benzer beceriler gerektirmektedir. Doğrulama ve teyit faaliyetleri, belirli metodolojilerin yanı sıra bağımsızlık, tarafsızlık, hakkaniyet, şeffaflık ve analiz güvenliği gibi temel gazetecilik ilkelerini de içermektedir. Bu ilkeler, kurumsal politikaların dayandığı kodlar, ilkeler ve prensipler arasında yer almaktadır (Önen, 2023).

4.2.1. Bilgi Doğrulama Platformlarının Özellikleri

21.yüzyılda birçok bağımsız doğrulama platformu vardır ve bunların bazıları STK'lara bağlı olarak faaliyetlerini devam ettirmektedir. Bilgi doğrulama yani teyit peşinde koşan platformlar, tercihlerine göre üç ayrı kategoride incelenmektedir (Brandtzaeg & Flostad, 2017):

- Çevrimiçi dedikodular, sahte haberlere veya hikayelere odaklanan platformlar (örn. Snopes.com, Hoax-Slayer, HoaxBusters, ThruthOrFiction.com, Viralgranskaren-Metro)
- Siyasi ve toplumu ilgilendiren bilgilere odaklanan platformlar (örn. FactCheck.org, PolitiFact, The Washington Post Checker, CNN Reality Check, Full Fact)
- Spesifik alanlarda, belirli çalışmalara odaklanan platformlar (örn. #RefugeeCheck, Climate Feedback, StopeFake, Truthbe Told)

Doğrulama platformları, çalışmalarını sadece yazılar üzerinden değil, ayrıca fotoğraf ve videolar üzerinden de yapmaktadırlar. Yalan haber ya da söylemler başlıklar altında toplanırsa, doğrulama yapılan konulara ulaşmak daha kolay olmaktadır. Başlıklandırma şu şekilde olabilmektedir (Şener, 2019):

- Doğruluğundan şüphe duyulan haberler
- Bağlamından kopartılmış ya da manipüle edilerek dolaşıma sokulmuş fotoğraflar
- Aslen farklı bir olayı yansıtan, ancak yeni bir bağlam içinde sunulan videolar
- Politikacıların haberlerinde alıntılanan demeçleri
- Olağanüstü kriz anlarında (terör eylemi, doğal afet vb.) dijital medya platformlarından yayımlanan içerikler

Bu tip başlıklandırmalarla, doğrulanacak bilgiler ayrıştırılacak ve bu sadeleşmeyle takipleri kolaylaşacaktır.

Doğrulama platformları, günümüzde siyasi figürlerin beyanlarını, son dakika haberlerini veya şehir efsanelerini hızla değerlendirip, aynı gün içinde bu bilgilerin

doğruluğunu kitlelerle paylaşabilme yeteneğine sahiptirler. Aldanma ve kafa karışıklığını azaltmak için doğrulama yapanların kullanabileceği üç özel yöntemin anlaşılması önemlidir (Graves & Cherebini, 2016):

- **Zihinsel Değişim Mekanizması:** Doğruluk kontrolü, yanıltıcı bilgilerle mücadele ederken dengeleyici bir etki sağlar. Aynı zamanda doğru bilgiyi doğru kitleye ulaştırmalı ve yanıltıcı iddiaların kitleler tarafından sorgulanmasını teşvik etmelidir.

- **Gazetecilik Pratiklerinin Değişimi:** Doğruluk kontrolü yapanların önceliği, gazetecilerin iddiaları hızlıca haberleştirme yerine, iddiaları araştırarak haber yapmalarını ve kitleleri yanıltmaya çalışan siyasilerle mücadele etmelerini desteklemektir.

- **İletişim Pratiğinin Değişimi:** Doğruluk kontrolü yapanlar ve gazeteciler, siyasi manipülasyonları ortaya çıkararak, siyasi figürler üzerinde baskı oluşturabilirler. Bu baskı, yanıltıcı söylemlerden kaçınmalarını teşvik edebilir ve gelecekte benzer yanıltıcı faaliyetlerin önüne geçebilir.

Hakikat sonrası dönemde, doğrulama platformları ve doğruluk kontrolü yapanlar, doğru ve yanlış ayırarak insanların demokratik bir hakkı olan doğru bilgiye erişim konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Ancak, tarafsızlık ve şeffaflık ilkelerine rağmen, bu platformların karşılaşılabileceği temel zorluklardan biri insan zihni ve davranışlarıdır. Özellikle, önceden var olan görüşlerine sıkı sıkıya bağlı olan bireyler, doğrulama yanlılığı gibi bir eğilimle kendi görüşlerini doğrulamak için bilgi arayışına girebilmektedir. Bu bilgileri kabul etme ve yayma eğiliminde olabilmekte ve kanıtlanmış doğrularla karşılaştıklarında bile bunları göz ardı edebilmektedirler. Daha endişe verici olan durum, insanların mevcut görüşlerine daha fazla sıkı sıkıya bağlanmaları ve doğrulanmış gerçekleri reddetmeleridir. Bu durumda, bir siyasi figürün destekçisi olan birisi, o figürün iddialarının yanlışlığı kanıtlandığında bile bu iddiaları savunabilmekte ve eleştirel bir bakış açısı sergilememektedir (Nyhan & Reifler, 2010).

Düzeltilmeler, bireylerin siyasi tercihleri veya önceki inançlarıyla uyumlu olduğunda, bu bireyler yanlış inançlarını değiştirmekte oldukça direnç gösterebilmekte, hatta bu

inançları daha da pekiştirebilmektedirler. Benzer şekilde, aynı siyasi figürle farklı görüşlere sahip birisi, figürün iddialarının doğruluğu kanıtlandığında bile bu iddiaları görmezden gelebilmektedir. Bu durum, platformların sunduğu doğrulanmış bilgilerin, tüketiciler tarafından nasıl algılandığı ve yorumlandığıyla ilişkilidir ve bu durum, platformların tüketicileri doğru bilgiye ulaştırma çabalarını engelleyen temel zorluklardan biridir (Graves, 2013).

4.2.2. Türkiye’de Yer Alan Bilgi Doğrulama Platformları

Türkiye’de açılan ilk bilgi doğrulama platformu, 2009 yılında kurulan ve dijital alanlarda dolaşan yalan bilgi ve iddiaları çürütmeyi hedefleyen Yalansavar’dı. Bu platformun herhangi bir gelir modeli olmamasıyla birlikte, kurum veya kuruluşlardan da destek kabul etmemeyi kendilerine prensip edinmektedir.

2014 yılında kurulan dogrulukpayi.com ise siyasilerin söylem ve iddialarını incelemektedir. Doğruluk Payı, Poyner Institute tarafından 2015 yılının Eylül ayında doğrulama platformlarının iş birliği yapmaya fırsat bulması için kurulan Uluslararası Doğruluk Kontrol Ağı’na (International Fact-Checking Network) üye olmuştur.

Malumatfurus.org, kendisini köşe yazarlarını yanıtlama çabası olarak tanımlayan bir platform olup, 2015 yılında kurulmuştur. Malumatfurus ekibi, verdiği röportajda projenin aslen 2009 yılında başlamış olan "Muhtesip" adlı İnternet sitesinin Türkiye'nin ilk doğruluk kontrolü yapan sitelerinden biri olduğunu ve kendi girişimlerinin bu nitelikte bir devamı olduğunu belirtmiştir. Röportajları devamında, platformun gönüllülük esasına dayandığını ve herhangi bir maddi kazanç amacı gütmeksizin çalışmalarını sürdürdüklerini ifade etmişlerdir. (Uzunoğlu S. , 2017).

4.2.2.1. Teyit.org

Türkiye’nin ilk haber doğrulama platformu olan teyit.org, 2016 yılında hizmet vermeye başlamıştır. Var oluş nedenini yaygın bilinen yanlışları, sosyal medyanın gündemine oturan doğru sanılan bilgileri, medyanın ortaya attığı iddiaların doğruluğunu teyit ederek doğru bilgiye ulaşılmasını sağlamak olarak açıklamaktadırlar (Teyit.org, 2019).

Toplamda 10 kişilik bir ekibi olan teyit.org da diğer bilgi doğrulama platformları gibi kendisini gelir dağıtmayan, kâr amacı gütmeyen, kitleler doğru bilgiye ulaşsın diye çalışan bir platform olarak görmektedir (Çiçeklioğlu, 2019).

Teyit.org, Türkiye'nin ikinci köklü doğrulama platformu olan Doğruluk Payı ile birlikte Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı üyesidir. Medya kuruluşlarının doğrulama çabalarına katkı sağlamak amacıyla oluşturulan First Draft'ın ortağıdır ve Ocak 2017'den beri bu ağın bir parçasıdır. Platform, şüpheli bilgilerin Ekşi Sözlük gibi platformlarda yayılmasını engellemek için içerik ortaklığı yürüterek bu tür bilgilerin doğruluğunu sınar. Ayrıca, Avrupa Komisyonu tarafından desteklenen ve katılımcı demokrasinin gelişimini hedefleyen Denge ve Denetleme Ağı'na "Teyit Medya Araştırmaları Derneği" adıyla üyedir. Kar amacı gütmeyen bir kuruluş olmasına rağmen, sürdürülebilirliğini sağlamak adına Sivil Düşün AB Programı Aktivist Desteği, Avrupa Birliği ve European Endowment for Democracy (EED) desteği almaktadır. Gelir modeli olarak içerik üreticileri için abonelik hizmeti sunarak Patreon aracılığıyla destek almaktadır (Teyit.org, 2019).

4.2.2.1.1. Haber Doğrulama Süreci

Platform kendi web sitesinde yer alan “metodoloji ve ilkeler” bölümünde, bir haberin doğrulama sürecinin 4 farklı aşamadan geçtiğini belirtmektedir. Bunlar sırasıyla Tarama, Seçme ve Önceliklendirme, Araştırma ve Yayın, Etki Takibi'dir. (Teyit.org, 2022).

- **Doğrulama:** Kullanıcılar internette karşılaştıkları ve doğru olduğundan şüphelendikleri bilgileri Facebook, Twitter, WhatsApp ve e-posta yoluyla bildiriyorlar. Ayrıca teyit.org editörleri gün içinde yapılan taramalardan şüpheli bilgileri toplayıp, elde edilen bilgileri platformun Dubito adlı yönetici paneline yüklüyorlar.
- **Seçme ve Önceliklendirme:** Dubito tarafından toplanan bilgiler, seçim sürecini üç faktör göz önünde bulundurarak gerçekleştirir. İlk olarak bilgilerin doğrulanabilir olup olmadığını kontrol eder, ifade çok eskiyse veya yorum ve varsayımlar içeriyorsa, arşivleyip siler. Bu aşamayı geçen ifadeler, yaygınlık

ve önemlerine göre kontrol edilir. Açıklamanın popülaritesi sosyal ağlardaki etkileşimlerin sayısına, haber sitelerinde erişimi ve varlığına bağlıyken; önemi, neyin kutuplaştırıcı, ayrımcı veya hedef alınabileceğine bağlıdır. Seçim sürecinin son unsuru ise, hak talebini kimin gözden geçireceğini seçmektir.

- **Araştırma ve Yayın:** İddianın analizi, incelenmek üzere seçilen iddianın doğruluğunu kabul etmek amacıyla en az iki kanıtın açıklanması, kullanılan kanıtın doğruluğunun kanıtlanması ve bu kanıtın kaynağının tüm kullanıcılar tarafından erişilebilir olması durumunda başlıyor. Analiz sırasında tüm ilgili kanıtlar adım adım dahil ediliyor. Böylece analitiği okuyan kullanıcılar, doğru veya yanlış bilgi gösteren verileri görüntüleyip, doğrulama işlemi sırasındaki süreçle ilgili rapor verebiliyorlar. Analizdeki kanıtların yanlış olduğu ve kaynağının şüpheli olduğu tespit edilirse de analiz yayınlanmıyor. Elde edilen verilere göre kontrol edilen iddialar “doğru”, “yanlış”, “karışık”, belirsiz” olarak adlandırılıyorlar. İncelenen iddianın doğru olduğuna dair kanıt varsa “doğru” olarak işaretleniyor, yanlış olduğuna dair kanıt varsa “yanlış” olarak işaretleniyor, doğru veya yanlış olduğunu gösteren veriler varsa “karışık” olarak işaretleniyor ve elde edilen delillerin yeterli bir kanıt oluşturmadığı durumlarda ise “belirsiz” olarak işaretleniyor.

- **Etki Takibi:** İncelenen iddialar sosyal ağlarda yayınlanıp paylaşıldıktan sonra sosyal medya hesapları ve/veya yanlış bilgi içeren haber siteleri kontrol ediliyor. Bir kanalın yanlış bilgileri kaldırması veya düzeltilmesi durumunda, bu süreci teyit.org Twitter hesabında paylaşıyor.

4.2.2.1.2. Google ve Meta İş Birliği

Dezenformasyon ile mücadeleye ayrıca önem veren Google, Türkiye’den yapılan aramaların sonuçlarında, Teyit.org sonuçlarını önceliklendirmektedir (Kara, 2017). Google ile ortak yürütülen bu çalışmanın bir benzerini de Teyit.org, Meta ile birlikte yapmaktadır. Meta üçüncü taraf haber doğrulama sistemiyle, haberlerin doğruluğu Teyit.org tarafından incelenmekte, haberler asılsızsa haber kaynağında görülme olasılığı azalmakta, sürekli bu tip içerik paylaşan hesaplar ise Meta ve alt platformlarının özelliklerinin birçoğunu kullanamamaktadır (evrensel.net, 2018).

Dijital mecranın büyük markalarıyla bu tip çalışmalar yapan Teyit.org, dijital medya platformları içinde bilgi doğrulama alanında sahip olduğu mekanizma ve güven vericilikle öne çıkmaktadır. Teyit.org, özellikle dezenformasyonun daha şiddetli yaşandığı Twitter’da da öne çıkan bir doğrulama platformu olarak görülmektedir. Diğer mecralara göre daha hızlı bir haber alışverişinin olduğu Twitter’da, yalan haber ve nefret söylemi kolay bir şekilde yayılmaktadır (Gazete Vatan, 2022). Bu sebeple, Teyit.org sadece Twitter’daki haber akışı için, özel bir doğrulama çalışması yürütmektedir.

4.2.2.2. Doğruluk Payı

Bir Ortak Gelecek için Diyalog Derneği'nin girişimi olan Doğruluk Payı, "Türkiye'deki siyasi örgütlerin ilgili bilgilere daha kolay erişim için daha fazla yetkiliye ve seçmene ulaşmasına yardımcı olmayı" amaçlayan bağımsız bir girişimdir. Doğruluk Payı, yerel siyasi örgütlerin açıklamalarını "günlük olarak" izlediğini ve kamuya açık kaynaklar aracılığıyla doğruluğunu doğruladığını söylemektedir. Test sonuçlarını vatandaşlarla paylaşan Doğruluk Payı, "Türkiye'de siyasi doğruculuğu talep eden bir topluluk yaratmayı" hedeflediklerini vurgulamaktadır (Yegen, 2018).

Başlangıçta kendi kendini finanse eden ve kâr amacı gütmeyen Doğruluk Payı, belirli bir süre kamuya açık olarak faaliyet gösterdikten sonra "National Endowment for Democracy", "İsveç İstanbul Konsoloslğu" ve "Poynter Enstitüsü" gibi önemli kaynaklardan finansman sağlamaya başlamıştır (Doğruluk Payı, 2020). Platform, bu kaynakların yanı sıra çeşitli ulusal ve uluslararası projelerle iş birliği yaparak hibe ve teşvik almayı tercih etmiştir, böylece gelir modellerini çeşitlendirmiştir. İstanbul merkezli olan organizasyon, özellikle kamuoyunun doğru bilgilendirilmesi, seçmenlerin doğru bilgiye erişiminin kolaylaştırılması ve veri odaklı bir siyasal iletişim ortamının oluşturulması üzerinde odaklanmaktadır (Uzunoğlu & Uyar, 2021).

4.2.2.2.1. Haber Doğrulama Süreci

Doğruluk Payı, iddiaları beş seviyeli bir ölçekten geçirerek doğrulamaktadır. İncelenecek iddiaları seçerken, “iddianın doğrulanabilir ya da yanlışlanabilir nitelik taşıması”, “iddianın tartışmalı ve önemli bir konuyla alakalı olması” konusuna önem

verdiklerini söyleyen Doğruluk Payı, kontrol aşamasında “iddiada temel kabul edilen nitel ve nicel verilerin kamuya açık kaynaklardaki verilerle uyuşması”, “nitel ve nicel verilerin teyitlerinin yapıldığı kaynakların kalitesi” ile “iddianın amacı ve bağlamının uygunluğu” kriterlerine de azami önem göstermektedir. Bu kriterler ile birlikte de beş seviyeli ölçek ile inceleme yapılmaktadır (Doğruluk Payı, 2020):

- Doğruluk payı vardır.
- Kayda değer ölçüde doğruluk payı vardır.
- Kısmen doğruluk payı vardır.
- Büyük ölçüde doğruluk payı yoktur.
- Doğruluk payı yoktur.

Platform, doğruluk kontrolü faaliyetlerinin yanı sıra özel konulara odaklanarak takipçi ve kullanıcılarına yönelik çeşitli bültenler ve raporlar hazırlamaktadır. Doğruluk Payı, genişleyen ve değişkenlik gösteren gündem nedeniyle kamusal ve politik beyanlarla sınırlı kalmayarak çalışma alanını çeşitlendirme kararı almıştır. Ayrıca, 2020 yılında Facebook'la önemli bir iş birliği yaparak üçüncü taraf haber doğrulama denetimi alanında faaliyet göstererek çevrimiçi sosyal ağlardaki doğrulama kapasitesini artırmış ve gelir kaynaklarını güncelleme fırsatı elde etmiştir (Önen, 2023).

4.2.2.3. Malumatfuruş

Türkiye’de bilgi doğrulama alanında faaliyet gösteren bir diğer platform ise Malumatfuruştur. Malumatfuruş, 2010-2015 yılları arasında Türkiye’de bilgi doğrulama girişimi olarak kabul edilen “Muhtesip” adlı köşe yazarı yanlıslama web sitesinin devamı olarak görülmektedir. Malumatfuruş bünyesindeki ekip kendisini oldukça mütevazı bir kadro ile herhangi bir kâr amacı gütmeyen oluşum olarak kabul etmektedir (Yegen, 2018).

Malumatfuruş, ana akım medyayı dezenformasyonun kaynağı olarak gören ve özellikle köşe yazarlarına odaklanan bir yapıdır. Basılı yayınlar, dijital medya platformları, sosyal medya, internet haber siteleri ve forumlar gibi çeşitli dijital ortamlarda açık kaynaklardan gelen yanlış veya yanıltıcı iddiaları çürütmeye odaklanmaktadır. Platform, kendi kendini finanse ederek bağımsız bir yapıyla işlerini sürdürmekte olup hibe veya reklam kabul etmemektedir. Tam zamanlı iş sahibi olan ve platforma gönüllü katkı sunan anonim üyelerle çalışmaktadır. Bağımsızlık, tarafsızlık ve nesnellik ilkelerine odaklanarak köşe yazarlarının doğrulanmasında rotasyon sistemini kullanmakta ve tek bir medya grubuna odaklanmayı engellemektedir (Ünver, 2020).

4.2.2.3.1. Haber Doğrulama Süreci

Malumatfurus.org sadece yanlış iddialara odaklanarak onların doğrularını aktarmaya çalışmaktadır. Elde edilen kısıtlı veriler ile yanlış bilgi ile mücadeleye karşı etkili bir yöntem olarak yapılan bu tercih sebebiyle yayımlanan incelemeler yanlış aktarım içeren iddiaları içermektedir. Kontrol edilen iddiaların yanlışlıklarının teyit edilebilecek nitelikte olmasına önem verilmektedir.

Hazırlanacak incelemelerde herhangi bir kişi ya da taraf ya da grup üzerine odaklanılmadan, objektif bir bakış açısıyla tarafsız bir konu tespiti gerçekleştirilmektedir. İncelenen iddiaların tespitinde; gündem takibi, takipçiler tarafından doğrudan iletilen ihbarlar ve inceleme talepleri, anahtar kelime denetlemesi, sosyal medya paylaşım incelemesi, radar listeye alınan hesapların paylaşımlarının gözetimi rol oynamaktadır.

Yapılan incelemelerde herhangi bir konu veya tema sınırlaması gözetilmemektedir. İncelenen içeriklerin viral olup olmaması da bir inceleme şartı gözetmemekte, toplumu etkileme potansiyeline önem verilmektedir. Tüm incelemelerin içeriğinin Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (International Fact-Checking Network – IFCN) İlkeleri (Code of Principles) ile zıt düşmemesi hedeflenmektedir (Malumatfuruş, 2017).

4.2.2.4. Yalansavar

Türkiye'nin ilk doğrulama platformlarından birisi olan "Yalansavar", Dr. Işıl Arıcan ve Cüneyt Özdaş'ın önderliğinde bir grup bilim insanıyla birlikte kurulmuştur. H1N1 "Domuz Gribi" hastalığının 2009'da ortaya çıkmasıyla, hastalıkla ilgili yanlış iddiaları çürüterek web ve sosyal medyadaki yanıltıcı içeriklere karşı mücadele verme amacıyla çalışmalarına başlamıştır. Başlangıçta, platformun odak noktası hastalıkla ilgili doğrulama işlemleriyken, günümüzde "gündelik yaşama dair dezenformasyon" ve "yanlış bilinenler" konularına odaklanmaktadır (Yegen, 2018).

Yalansavar, popüler kültür, safsatalar, yanlış inançlar, mantık hataları, şehir efsaneleri, komplo teorileri, tıp, sağlık, bilim haberciliği ve bilim inkarcılığı gibi tematik kategorilendirmelere dayanarak içerikleri yayınlamaktadır. Platform, San Francisco merkezli olup, kendi kendini finanse eden ve gönüllülük esasıyla çalışan, farklı uzmanlık alanlarından 10 kişilik bir ekip tarafından yönetilmektedir. Şeffaflık ilkesine dayanarak reklam veya iş birliklerine kapalı bir gelir modeli benimseyerek bağımsız bir şekilde faaliyet göstermektedir (Yalansavar, 2022).

İçerik seçimi ve analizinde güncel ve tarafsız olma çabası içinde olan Yalansavar, doğrulama sürecini detaylı bir araştırma ve akademik bir yaklaşım ile gerçekleştirmekte, ardından hakem denetimine tabi tutarak bilimsel bir makale formatında yayınlamaktadır. Ayrıca platform, sosyal ağ etkileşimini ve okuyucuların geri bildirimlerini önemsemekte ve eleştirel medya okuryazarlığı adına bu geri dönüşleri değerli bulmaktadır (Yalansavar, 2022).

Yalansavar aynı zamanda, eleştirel bakış açısı kazandırmak ve farkındalık yaratmak amacıyla çeşitli içerikleri, sözde bilimden asılsız haberlere kadar farklı konularda ekip üyeleriyle birlikte podcast yayınları aracılığıyla tartışmakta ve değerlendirmektedir (Yegen, 2018).

4.2.2.5. Anadolu Ajansı – Fact Check

Türkiye'de, sivil toplum girişimlerinin yanı sıra, Ekim 2019'dan itibaren Anadolu Ajansı'na doğrudan bağlı bir birim olan "AA Fact-Check" adlı doğruluk kontrolü

birimi İngilizce olarak uluslararası haber kuruluşlarının asılsız iddialarını çürütmek amacıyla faaliyet göstermeye başlamıştır (Ünver, 2020). AA Fact-Check, özellikle Türkiye'nin dış politikasıyla ilgili konulara odaklanarak, mülteci politikası ve sınır ötesi askeri operasyonlar gibi alanlarda siyasi partilerin üzerinde durmadığı merkezi bir doğruluk kontrolü politikası izlemektedir. Platform, geleneksel bir haber ajansı yapısını temel alarak çalışmakta ve diğer bağımsız doğrulama platformlarından farklı bir yapı ve yöntem izlemektedir (Anadolu Ajansı, 2021).

Anadolu Ajansı, Eylül 2022'de de Türkiye'deki geniş çevrimiçi etkileşime sahip iddialarla ilgili doğrulama ve çürütme faaliyetlerini gerçekleştirmek amacıyla "Teyit Hattı" adında yeni bir platformu faaliyete geçirmiştir. Türkiye'de de internet platformları, en çok tercih edilen içerik kaynakları haline gelmiştir. Bu durum, internete harcanan zamanın ve çevrimiçi platformlardan erişilen içerik miktarının önemli ölçüde artmasına neden olmuştur. Bu değişim, yanıltıcı içeriklere maruz kalma miktarında da artışa yol açmıştır. Anadolu Ajansı, gazeteciliğin temelde bir kamu hizmeti olduğu bilinciyle hareket ederek, yanıltıcı içerik ve bilgi kirliliğiyle mücadelede yeni bir birim olan Teyit Hattı'nı bu doğrultuda faaliyete geçirmiştir (Anadolu Ajansı, 2022).

Bununla birlikte Türkiye'de doğrulama platformlarının sayısı son 10 yılda önemli ölçüde artmıştır. Bağımsız organizasyonlara ek olarak, dezenformasyonla mücadele kapsamında Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 20 Şubat 2021'de siyasi otoriteye bağlı bir doğrulama platformu olan "Doğru Mu"yu duyurmuştur. Bu süreç, 2022'de gerçeğe aykırı bilgi üretme ve yayma eylemlerini suç kapsamına alan dezenformasyon yasasının kabulüyle birlikte tartışmalara yol açmıştır. Anadolu Ajansı ve İletişim Başkanlığı 2023 itibariyle "Türkiye Dezenformasyonla Mücadele Merkezi" ile Türkiye'de ve dünyada gerçekleşen yalan bilgi çalışmalarına kapsamlı bir doğrulama yapmaktadır. Şubat 2023 tarihi itibariyle açılan Twitter hesabı üzerinden her gün ortalama 4-5 haber için bilgi doğrulaması ilan edilmektedir (Dezenformasyonla Mücadele Merkezi, 2023).

4.2.3. Bilgi Doğrulama Platformları Hakkında Tartışmalar

Türkiye'nin siyasi iklimi, son yıllarda doğrulama kuruluşlarının bağımsızlığını politik etkilere açık hale getirebilecek bir ortamın belirtilerini taşımaktadır (Uzunoğlu & Uyar, 2021).

Özellikle, Türkiye Cumhuriyeti tarafından "Doğru mu?" adı verilen yeni bir doğrulama platformunun duyurulması, medya ve siyasetteki kutuplaşmanın derinliğini ortaya koymuştur (Örsek, 2021). Bu platformun kurulması, bilgi kaynaklarını merkezileştirerek mevcut platformların editöryel bağımsızlığını tehdit edebileceği gibi, siyasi atmosferdeki kutuplaşmayı daha da artırabilecek bir gelişme olarak yorumlanmaktadır (Uzunoğlu & Uyar, 2021).

Ayrıca, devletin yalan haberle mücadelede 3 yıla kadar hapis cezası öngören "dezenformasyon yasası"nı kabul etmesi, bazı kesimlerce basın özgürlüğüne yönelik bir tehdit olarak değerlendirilmektedir. Bu yasa, basın özgürlüğü ve ifade hakkı açısından muhalif seslerin engellenmesine ve sansürün yasallaştırılmasına neden olabilecek bir uygulama olarak kimi gazeteciler tarafından zararlı görülmekte, kimi gazeteciler içinse bir gereklilik olarak kabul edilmektedir (Akdeniz, 2022).

Uzmanlar, bu tip yasal düzenlemelerin yanı sıra, sahte haberlerin yayılma hızının doğrulama platformlarının yetişebileceği bir seviyenin çok ötesinde olduğunu belirtmektedirler. Bu nedenle, sahte haberlerin yayılmasını durdurma ve etkilerini azaltma konusunda doğrulama platformlarının ciddi sınırlılıkları bulunmakta olduğunu söylemektedirler (Vosoughi, ve diğerleri, 2018). Ayrıca, görsel ve işitsel teknolojilerin gelişimiyle birlikte "deepfake" gibi görsel manipülasyonlar gerçeği sahtesinden ayırt etmeyi zorlaştırmakta ve dezenformasyonun etkisini artırmaktadır (Uzunoğlu & Uyar, 2021).

Bu tartışmaların ortasında, haber doğrulama platformlarının haberin içeriğinin ele alınmasını engelleyebileceği, siyasi ve ideolojik ihtilafları güçlendirebileceği ve bilgiye erişimi kısıtlayabileceği endişeleri bulunmaktadır (Kavaklı, 2019). Bu durum, doğrulama platformlarının şeffaflık ve bağımsızlık ilkelerine zarar vermekte, bilgi düzensizliğini artırmakta ve siyasi kutuplaşmayı derinleştirmektedir (Uluk, 2018).

Öte yandan, doğrulama platformlarının neyi, neye göre doğruladığı konusunda belirsizlikler bulunmaktadır. Gazetecilik faaliyetlerine dair yetkinliklerinin sorgulanması ve organizasyonların haber kaynağı gizliliği ya da belli olmayan her içeriğe kısıtlamalar getirmesi, gazeteciler tarafından sansür mekanizmaları olarak algılanabilmektedir (Kavaklı, 2019).



BÖLÜM V

RUSYA-UKRAYNA SAVAŞINDA TWITTER DEZENFORMASYONU

5.1. Twitter

Hem bir sosyal paylaşım ağı hem de bir mikroblog sitesi olan Twitter, 2006 yılının Mart ayında Jack Dorsey tarafından San Francisco’da “Twtr” adıyla kurulmuştur. İlk zamanlarında bir yan proje olarak başlatılan Twitter, kısa bir süre içinde içerisinde bulunduğu podcast şirketinin ana projesi haline gelmiştir. Twitter; “tweet” sözcüğünden türemiş bir marka ismidir. Tweet, İngilizce’de cıvıldaama anlamına gelmektedir. Gündelik hayatta aktif olarak kullanılan iletişim araçlarına benzer bir haberleşme servisi olarak kabul edilmektedir. E-posta, mesajlaşma, blog ve RSS gibi öğeleri bünyesinde barındırmaktadır. Ancak, Twitter’ı diğer mecralardan benzer kılan bazı özellikleri de vardır. Bunlardan birisi gönderip-alınan mesajların en fazla 140 karakterden oluşmaktaydı (O’Reilly & Milstein, 2011)’dan aktaran (Toktay, 2019). Sonradan aldığı güncelleme ile Twitter’da tweet metni 280 karaktere kadar ulaşmıştır.

Karakter sınırlaması sebebiyle “İnternetin SMS’i” olarak da bilinen Twitter, global olarak popülaritesini artırmış ve sosyal medya denince akla ilk gelen sosyal medya platformlarından birisi haline gelmiştir (Toktay, 2019). Ancak 2022 itibariyle platformu satın alan Elon Musk, Twitter’a getirdiği premium seçeneği ile karakter sınırını 10 bine kadar çıkartmış, akabinde bu sınırı 25 bin yapmıştır (Twitter, 2023).

Satın alım süreciyle beraber Twitter’ın platform ismi de değişmiş, X olarak kamuoyu ile duyurulmuştur. Bu süreçten sonra aşama aşama platformun logosu, sloganı ve tüm marka kimliği baştan aşağı değiştirilmiştir (Euronews, 2023).

Diğer birçok sosyal mecra gibi “#” ve “@” özelliklerini kullanıcılarına sunması, çok sayıda karmaşık içerik içerisinden kullanıcıların istedikleri konu, içerik ya da kişiler ile iletişim halinde kalmasını mümkün kılmaktadır (Şeberoğlu, 2021).

Twitter, 2023 yılı itibarıyla 556 milyon kullanıcıyla en fazla kullanılan 13. sosyal medya platformudur. Dünyadaki internet kullanıcısının %7.2'sine tekabül eden bu sayıya göre kullanıcıların %64.3'ü erkek, %35.7'si ise kadındır (We Are Social, 2023).

5.1.1. Twitter'da Karşılıklı İletişim

Bireyin iletişimi, düşünce, bilinç ve dilsel üretim faaliyetlerinin bir yansımasıdır. Toplumsal ilişkiler, bireyin varlığını sürdürdüğü bir alan olup bu ilişkilerin üretim sürecinde dil ve iletişim doğal bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Son yıllarda kapitalist sistem, küreselleşme, göç hareketleri ve kentleşme gibi etkilerle toplumsal yapıda değişimler yaşanmış, kentlerde nüfus hızla artmıştır. Kapitalizmin ve bu gelişmelerin etkisiyle kişilerarası ilişkiler ve iletişim karmaşık bir hal almıştır (Arkan, 2022).

Bu süreçte, geleneksel medya ve sosyal medya aracılığıyla artan ilişkiler ve çıkar odaklı ilişkiler, toplum içinde farklı gruplaşmaları ve sosyal toplulukları şekillendirmiştir. Bu gruplaşmalar bazen organik, bazen de belirli amaçlar doğrultusunda oluşmuştur. Özellikle siyasi amaçlarla bir araya gelen gruplar, medya açısından büyük önem taşımaktadır (Poyraz, 2016).

Sosyal medya, bireyler arası iletişimi sağlayarak bireysel ve sosyal dünyaları birbirine bağlayan yeni bir medya ortamı olmuştur. Bu durum, kişilerarası iletişim ile kitle iletişimi arasında belirsiz sınırlara sahip yeni bir iletişim biçimini ortaya çıkarmıştır. Artık internet odaklı yeni bir toplum yapısı olan "ağ toplumu" terimiyle ifade edilen bir yapı oluşmaktadır. Bu yapı, çağdaş enformasyon alışverişinin ve iletişim teknolojilerinin yoğun olduğu bir toplum yapısıdır. Ağ toplumunun temel özelliği, bireylerin internet ağları aracılığıyla bağlantı kurabildiği bir yapı olmasıdır. Bu toplumda bireyler, hiyerarşik olmayan bir yapıda bulunmakta, yatay sosyal yapılar önem kazanmaktadır. Ağ toplumunun yapısı, birden fazla merkeze sahip bir ağ örgüsü gibidir (Dijk, 2016).

Twitter'ı diğer sosyal medya platformlarından ayıran özelliği; daha hızlı ve etkili iletişim imkanı sunarak bireyler arasındaki iletişimi yoğunlaştıran minimalist bir tasarıma sahip olmasıdır (Kuyucu, 2013). Özellikle toplumun merak halinde olduğu durumlarda (doğal afetler, seçimler, ekonomik problemler, uluslararası gerilimler, spor müsabakaları vb.) Twitter, acil ve anlık durumların paylaşımı için öne çıkmaktadır. Bu platformda, siyasi aktörler, ünlüler, özel ve resmi kurumlar gibi farklı kesimlerden kullanıcılar bulunmakta ve bu kullanıcı kitlesi Twitter'ı yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Aynı zamanda, içerik üreticileri ile tüketicileri arasındaki rol farklılaşmış ve iç içe geçmiştir (Şahin & Görgülü, 2019)'dan aktaran (Arkan, 2022).

Bireyler, çevrelerinde ve diğer bölgelerde olanları öğrenme isteği duymaktadırlar. Sosyal medya platformları, bu bilgi ihtiyacını karşılamada önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle Twitter'da kullanılan "hashtag" (etiket) özelliği, kullanıcılara ülke gündemini "trend-topic" kısmından takip etme imkanı sunmaktadır. Hashtag ile ilgili atılan tweet sayısı, gündem konularının öncelik sıralamasını göstermektedir. Bu da bireylere önemli gündemler hakkında fikir vermektedir. Geleneksel medyada haberlerin önem sırası belirlenirken, sosyal medyada ise algoritmalar bu sıralamayı belirlemektedir.

Diğer yandan, bireyler kendi ideolojilerine uygun haberleri takip etme eğilimindedirler. İdeolojik yakınlık hissi, bireyin belirli haber kaynaklarını tercih etmesine yol açmaktadır. Bu kaynaklarda alınan haberler, bireyin kendini ait hissettiği bir gruba dahil olma duygusunu pekiştirmektedir.

5.1.2. Twitter'da Dezenformasyon Sorunu

Teknolojik ilerlemeler, bireylere bilgiye hızlı ve geniş bir erişim imkanı sunmaktadır. 21.yüzyılda daha fazla bilgi üretilmekte ve kolayca dolaşıma girmektedir. Sosyal medya platformları, milyonlarca bilgi akışıyla dolu ve bu durum, bilgi bombardımanına maruz kalan bireyleri etkilemektedir. Bu sürece büyük katkıyı ise bir sosyal medya platformu olan Twitter vermektedir.

Sürekli akış halindeki bu bilgi yığını içinde, doğru bilgiyi bulmak gittikçe zorlaşmaktadır. Bu da kullanıcıları daha kısa yollara yönlendirmektedir. Çünkü tüm

bu bilgileri okumak, yorumlamak ve gerçekleri seçmek zaman alıcı bir süreç olarak görülmektedir. Kullanıcılar, sınırlı zamanda kısa haber başlıkları, anlık bildirimler veya yüzeysel yorumlarla yetinmek zorunda kalmaktadır. Bu da doğru ve yanlış bilgiler arasındaki ayrımı yapmayı zorlaştırmaktadır. Twitter, mecra olarak sunduğu özelliklerle bu iletişim sürecinin anlık olarak ilerlemesine olanak vermektedir. Bu sebeple bilgi ayrımı bu platformda zor bir işlemdir (Köktürk, 2020).

İnsanların yalan haber içeren internet sitelerine daha çok sosyal medya üzerinden maruz kaldığını ortaya konmuştur. İnternette haber okuma tercihinde bulunan kişiler, okudukları haberlere inanarak bunları paylaşmaktadır ve bu da yalan haberlerin daha hızlı dolaşıma girmesine yol açmaktadır. Türkiye gibi ülkeler, yalan haberlere yoğun maruz kalan ülkelerden birisidir (Tucker, ve diğerleri, 2018).

Twitter haberlere erişimde giderek daha fazla dikkat çeken bir kaynak olarak öne çıkmaktadır. Geleneksel medyanın haber ajanslarının yerini Twitter içerikleri almış durumdadır. Bu yeni düzende, editöryel denetim olmaksızın bireysel ve küresel bir haber ağı oluşmuştur. Ancak, bu durum kullanıcı kaynaklı içeriklerin denetimsiz bir biçimde paylaşılmasına ve dolayısıyla yanlış, sahte, manipüle edilmiş içeriklerin dolaşıma girmesine neden olmaktadır (Şahin & Görgülü, 2019)'dan aktaran (Arkan, 2022). Bu bilgi düzensizlikleri sadece yeni medya dönemiyle sınırlı değil; geleneksel medya döneminde de yaşanmaktaydı. Fakat yeni medya ve Twitter'ın gelişimiyle bu düzensizlikleri kontrol etme mekanizmalarını azalmış ve daha belirgin hale gelmiştir. Bu durum, bireylerin hakikat sonrası çağda, yanlış bilgi, manipülasyon ve dezenformasyon gibi kavramları daha fazla kullanmalarına yol açmaktadır. Özellikle kriz zamanlarında veya belirsizlik dönemlerinde, bireyler doğru bilgiye ulaşma ihtiyacı artmaktadır. Ancak bu süreçte yanlış bilgilere maruz kalma olasılıkları yüksek ve bunun farkında olmaları da zor olabilmektedir. Yanlış bilginin kaynağı, çeşitleri ve bunlarla nasıl başa çıkılacağı üzerine odaklanmak, bu bilgi karmaşasının anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Bu tarz durumlarda medya okuryazarlığının yanında etkili bilgi doğrulama platformlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Twitter'ın anlık yapısı ve doğuracağı yalan bilgi zinciri, ancak bu tarz hızlı bilgi platformlarının varlığıyla dengelenebilecektir (Poyraz, 2016).

Twitter gibi sosyal medya platformlarının yapısı, terör örgütü propagandası, dezenformasyon ve nefret söylemi gibi yasa dışı faaliyetlere açık bir alan oluşturmaktadır. Bu durum, özellikle Türkiye gibi koordineli manipülasyon kampanyalarına maruz kalan ülkeler için belirli sorunlar doğurmaktadır. Uygunsuz içeriklerin tespiti, kaldırılması ve kontrol edilmesi konusunda yetkililerin daha etkin bir rol alması, Türkiye açısından olumlu bir adım olarak görülmektedir. İlerleyen süreçte, bu tür içeriklerin tespiti ve kaldırılması konusunda kapsamlı ve etkili bir çaba ortaya konabilecektir. Bunun yanı sıra, sosyal medya platformlarının Türkiye'de yerleşik kullanıcıların verilerini ülkede saklama zorunluluğu getirilmiştir. Bu düzenlemeyle, yurt dışına veri transferi engellenerek veri saklama sorumluluğu Türkiye'de bulunan sosyal medya sağlayıcılarına yüklenmiştir (Kalsın, 2021).

5.2. Rusya ve Ukrayna Krizi

Ukrayna'nın doğusundaki Rusya yanlısı ayrılıkçılarca kontrol edilen Donbas bölgesi merkezli Rusya ve Ukrayna krizi, 2013 yılına uzanmaktadır. 2013 yılına uzanan krizin temelinde Ukrayna'nın Avrupa Birliği'ne (AB) daha yakın bir ilişki kurma yatmaktadır. Bu istek, Rusya'nın bölgesel etki alanını ve Ukrayna'nın Batı'ya yönelme eğilimini tehdit ettiği düşüncesiyle Rusya'nın tepkisine yol açmıştır (Yavuz, 2021).

Dönemin Rusya yanlısı Ukrayna Devlet Başkanı Viktor Yanukoviç'in, AB ile daha fazla ekonomik entegrasyon amaçlayan bu tarz bir anlaşmayı reddederek, Kasım 2013'te başkent Kiev'de patlak verecek büyük protestolara ve Maidan isyanlarına zemin hazırlamıştır. Bu protestolar, güvenlik güçlerinin sert müdahalesinde 100'ü aşkın göstericinin öldürüldüğü "meydan olaylarının"a dönmüş ve ardından şiddeti artan protestolar sonucu, Yanukoviç Şubat 2014'te ülkeden kaçmak zorunda kalmıştır. Protestolar sonucu yönetimin değişmesiyle Ukrayna, daha fazla demokrasi ve Avrupa'ya yönelme talepleriyle geniş kitleleri bir araya toplamıştır (Alaca, 2022).

5.2.1. Kırım'ın İşgali

Hükümetin düşmesine ve yeni bir hükümetin kurulmasına sebebiyet veren Kiev merkezli olaylar, Rusya'nın Ukrayna politikasında değişiklik yapmasına sebebiyet vermiştir. Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin, Ukrayna'nın AB'ye yönelme

çabalarını durdurmak için baskı yapmış ve ülkenin doğusundaki Rus nüfusunu koruma gereğiyle müdahale etme tehdidinde bulunmuştur (Yavuz, 2021).

Kırım Parlamentosu aldığı kararla, 16 Mart 2014'te gerçekleştirilen referandum düzenlemiştir. Bu referandum askeri üniformalı, simge taşımayan silahlı kişilerin baskısı altında ve uluslararası toplumun kabul etmediği bir ortamda gerçekleşmiştir. Gerçekleştirilen referandum, Kırım'ın Rusya tarafından ilhak edilmesine yol açmıştır. Ancak, bu süreç uluslararası hukuk bakımından tartışmalıdır, çünkü referanduma Tatarlar ve Ukraynalıların çoğunluğu katılmamış, yerel halkın tamamının iradesini yansıtmamıştır. Bu durum, Kırım'ın statüsü konusunda uluslararası alanda ciddi anlaşmazlıklara ve siyasi tartışmalara sebep olmuştur.

Rusya gösterdiği gerekçelerle ve Ukrayna'da Viktor Yanukoviç döneminin sona ermesi sebebiyle Kırım'ı ilhak etmiş ve ülkenin doğusunda, Rusça konuşanların çoğunlukta olduğu Donbas bölgesindeki Rusya yanlısı ayrılıkçılara desteğini arttırmıştır. 2014 yılının Nisan ayında Donetsk ve Luhansk'ta, Ukrayna güçleri ve gönüllü Ukrayna birlikleriyle çatışmaya giren silahlı Rus yanlısı ayrılıkçı gruplar, bölgedeki resmi devlet binalarını ele geçirerek bu iki yerde tek taraflı olarak Cumhuriyet ilan etmiştir (Amerikanın Sesi, 2022).

Bu süreç, uluslararası ilişkilerde gerilimlerin artmasına, NATO-Rusya ilişkilerinde gerilimlere ve Ukrayna'nın toprak bütünlüğü konusunda ciddi endişelere yol açmıştır. Rusya'nın Ukrayna'yı etkileme çabaları ve Ukrayna'nın batısında demokratik reformlar yapma isteği arasındaki çatışma, bölgedeki jeopolitik dengeleri değiştirmiştir (Euronews, 2019).

5.2.2. AB ve NATO ile Yakınlaşma

Ukrayna'nın NATO'ya üyelik perspektifi, Rusya'nın güvenlik endişelerini günden güne artırmıştır. Rusya, Ukrayna'nın NATO'ya üye olması ihtimalini kendi güvenliği açısından bir tehdit olarak algılamış ve buna karşı çıkmıştır. Rusya'nın Ukrayna'daki ayrılıkçı grupları desteklemesi ve Kırım'ı ilhak etmesindeki temel durum bundan kaynaklanmakta ve Ukrayna'nın Batı'ya yönelme çabalarına karşı bir tepki olarak da yorumlanmaktadır (GZT, 2023).

AB ile yakınlaşma çabaları da benzer şekilde Rusya'nın tepkisini çekmiştir. Rusya, Ukrayna'nın AB'ye yaklaşmasını kendi etki alanında bir kayıp olarak görmüş ve buna karşı çeşitli politikalar izlemiştir. Bu politikalar arasında ekonomik baskılar, enerji tedarikindeki değişiklikler ve Ukrayna'ya karşı diplomatik manevralar bulunmaktadır (Yavuz, 2021).

Ukrayna'nın AB ile yakınlaşma süreci Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin dağılmasına kadar uzanmaktadır. 2 Aralık 1991'de, Avrupa Birliği üye ülkelerinin dışişleri bakanları, AB-Ukrayna Deklarasyonu'nu onaylamışlardır. Aynı yıl içinde Ukrayna, Avrupa Birliği'nin eski Sovyet cumhuriyetlerinde demokrasinin ilerlemesi için teknik yardım programı kapsamında sağladığı mali destekten faydalanmaya başlamıştır. Bu durum, Avrupa Birliği ile Ukrayna arasında stratejik bir ilişkinin başlangıcını oluşturmuş ve bölgedeki demokratik süreçlerin desteklenmesi amacıyla yapılan iş birliğinin bir göstergesi olarak kabul edilmiştir (Cura, 2022).

Her zaman Rusya'nın karşıtlığıyla ilerlenmeyen süreç, 2013 itibarıyla tekrar canlanmıştır. Özellikle AB Anlaşmasının kabul edilmemesi, gerçekleşen eylemler ve hükümetin düşmesiyle beraber AB yakınlaşması tekrar gündeme gelmiştir. Sürecin devamında Kırım'ın ilhakı ve Donbass'taki gelişmelerin ardından Ukrayna hükümeti AB'ye tekrar yaklaşmış ve Rusya'ya karşı bir güç dengesi aramaya başlamıştır. Bu gelişmeler sonucunda 2021 yılının sonunda Ukrayna önce ABD'nin mihmandarlığında NATO'ya, daha sonra da Avrupa Birliği'ne başvurmuştur (Şafak, 2022).

Bu gelişmelerin ardından Batılı ülkeler temin ettikleri istihbarat raporlarını önce Ukrayna'nın resmi makamları ve akabinde kamuoyu ile paylaşmaya başlamıştır. Rusya, Ukrayna sınırına on binlerce askerini konuşlandırmış; Sonuç olarak, Donbass bölgesindeki ayrılıkçılara desteklerini ve onları güçlendirdiklerini göstermiştir (Goncharenko, 2022).

5.2.3. Krize Dış Aktörlerin Yaklaşımı

2022 Şubat ayı boyunca, AB diplomatik faaliyetleri artırarak, savaş ihtimaline dair endişelerini artan bir tonla dile getirilmeye başlamıştı. Fransa Cumhurbaşkanı

Emmanuel Macron ve Almanya Başbakanı Olaf Scholz, Kiev ile Moskova arasında gerçekleşen ziyaretlerle birlikte diplomatik çabalara ivme kazandırmıştır. Aynı dönemde, ABD Başkanı Joe Biden, Almanya'dan Romanya'ya 1.000 ABD askerinin konuşlandırılmasını onaylamış ve Polonya ile Almanya'ya ek olarak 2.000 ABD askerinin gönderilmesine yönelik kararı desteklemiştir. 10 Şubat tarihinde Belarus, Ukrayna'nın kuzey sınırlarında yaklaşık 30.000 Rus askeriyle ortak askeri tatbikata başlamış ve bu durum diğer ülkelerce dikkat çekmiştir. 11 Şubat'ta, ABD ve Birleşik Krallık, vatandaşlarını Ukrayna'dan ayrılmalari konusunda uyarmıştır. Savaş ile ilgili haberlerin arttığı zaman diliminde, Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin, uzun zamandır beklenen ulusa sesleniş konuşmasını gerçekleştirerek Ukrayna'nın ayrılıkçı Donetsk ve Luhansk bölgelerini tanıdığını duyurmuştur. Bu açıklama, bölgedeki gerilimi artıran önemli bir gelişme olarak uluslararası kamuoyu tarafından kabul edilmiştir (Akkaş, 2022).

AB ve ABD, Moskova'nın Ukrayna sınırına askeri sevkiyatına sert tepki göstermiş ve Batı olarak, Ukrayna'nın egemenliğini ve toprak bütünlüğünü desteklediğini söylemiştir. ABD Başkanı Joe Biden, Ukrayna Devlet Başkanı Volodomir Zelenskiy ile yaptığı telefon görüşmesinde, Rusya'nın Donbass ve Kırım'daki "saldırganlığı" karşısında ABD'nin Ukrayna'ya "acımasız desteği" sürdüreceğini söylemiştir. Bu gelişmelere karşı Kremlin, olmayan bir sürecin Batı ülkeleri tarafından köpürtüldüğü söyleyerek, bir dezenformasyon çalışması yürütüldüğünü iddia etmiştir (Goncharenko, 2022).

AB'nin Dış İlişkiler ve Güvenlik Politikası Yüksek Temsilcisi Joseph Borrell, Ukrayna'ya "tereddütsüz" desteğini dile getirmiş, Rus birliklerinin Ukrayna sınırındaki hareketliliğinden AB olarak endişe duyduklarını söylemiştir (European Union, 2022). NATO Genel Sekreteri Jens Stoltenberg de Zelenskiy ile Rusya'nın Ukrayna'daki askeri faaliyetleri hakkında konuşmuş ve İttifak'ın Ukrayna'nın egemenliğine ve toprak bütünlüğüne verdiği desteği dile getirmiştir (NATO, 2022).

Kremlin sözcüsü Dmitry Peskov, ABD ve NATO'nun Ukrayna'yı askeri olarak desteklemesi halinde Rusya'nın kendi güvenliğini sağlamak için ek önlemler alacağını söylemişti. Rusya Dışişleri Bakanı Sergei Lavrov ise, Ukrayna'nın Donbass

bölgesinde yeni bir savaş başlatmaya yönelik her türlü girişimin ülkeyi yok edeceğini söylemiştir (Amerikanın Sesi, 2022).

5.3. Rusya'nın Ukrayna'yı İşgali

Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin, yaşanan gelişmeler ve dış aktörlerin tepkileri sonrası, 21 Şubat 2022 tarihinde, Doğu Ukrayna'daki Donetsk ve Luhansk'ın "bağımsız devletler olarak tanınma" talebini kabul ettiklerini ve barış görüşmelerini fiilen sonlandırdıklarını açıklamıştı. Rusya aynı günün gecesi, bölgeye barış gücü adı altında Rus askerlerini göndermiş ve Ukrayna topraklarındaki ilk sıcak çatışmaya zemin hazırlamıştır (Rainsford, 2022).

Donetsk ve Luhansk'ın bağımsız devletler olarak tanınmasının ardından, başta ABD, AB ve NATO ülkeleri bu duruma şiddetle karşı çıktığını söylemiş ve Rusya'ya karşı yaptırım süreçlerini başlattıklarını açıklamıştır. Rusya, bu gelişmeleri takip eden 24 Şubat 2022 tarihinde, Ukrayna'ya geniş kapsamlı bir kara harekatı başlatmış ve bu durum dünya kamuoyunda "Rusya'nın Ukrayna'yı İşgali" olarak kabul edilmiştir (İldem & Ülgen, 2022).

24 Şubat 2022 tarihinin sabah saatlerinde Rusya kendi ifadesiyle "özel askeri harekat" başlatmıştır. Operasyondaki ana amaç Donetsk ve Luhansk yönetimlerine destek olmak ve Ukrayna'yı "Nazizm ve militarizmden arındırmak" olarak ilan edilmiştir. Ancak Batı ülkeleri, BM ve NATO gibi uluslararası örgütler, Rusya'nın aksine süreci bir işgal girişimi olarak tanımlamışlar ve kapsamlı yaptırımlarla Rusya'ya yönelik girişimlere başvurmuşlardır (Dalaklı, 2022).

Rusya'nın Ukrayna'yı işgali itibariyle savaşın başladığı günden itibaren 1.5 yılda 15.4 milyon kişi yerinden edilmiştir (Temizer, 2023). Bununla beraber Rusya'yı terk eden Rus nüfus ise 900 bini aşmaktadır. Bu nüfusun ülkeyi terk etmesindeki ana sorun ise ekonomik sermayelerini kaybetmek istememeleri ve Rusya Devleti tarafından ilan edilen milli seferberliğe katılmama düşüncesidir (DW, 2022).

BÖLÜM VI

TWITTER'DA GERÇEKLEŞEN DEZENFORMASYON FAALİYETLERİNİN RUSYA-UKRAYNA SAVAŞI KAPSAMINDA İNCELENMESİ

6.1. Araştırmanın Konusu

Bu tezin temel konusu tırmanan Rusya ve Ukrayna Krizinde Twitter'da meydana getirilen dezenformasyon faaliyetlerinin incelenmesi ve doğruluklarının, Teyit.org, Doğruluk Payı, Malumatfuruş, Yalansavar, AA-Fact Check gibi bilgi doğrulama platformlarınınca objektif bir bakış açısıyla açıklanmasıdır.

6.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Temel olarak yanlış bilgilendirme anlamına gelen dezenformasyon, özellikle dijital çağın artan anlık haberleşme gücüyle, doğrudan kitleleri etkilemek için gerçekleştirilen bir faaliyet haline gelmektedir (Kalsın, 2021). Günümüzde gelişen ve milyonlarca insanı etkileyen dijital mecralar, dezenformasyonun herhangi bir yaptırım olmaksızın, özgür bir şekilde yapılmasına olanak sağlamaktadır. Bundan dolayı sosyal medya platformları son yıllardaki dezenformasyonla mücadele faaliyetlerine daha önem atfetmektedirler (Collins & Kent, 2022).

Bu araştırmanın temel amacı günümüzün büyük bilgi platformlarından birisi haline gelen Twitter'da, gündemi meşgul eden konuların doğru bilgilerinden çok yalan bilgilerle öne çıkması ve bunların ortaya çıkartılması amacıyla oluşturulan platformların süreçlere nasıl yaklaştığını görmektir. 2022 Şubat ayının sonuna kadar süren Rusya ve Ukrayna krizinde, tarafların kendilerini haklı çıkartmak için devlet tekeliyle meydana getirdikleri dezenformasyon çalışmalarının açığa çıkartılması ve gerçekliklerinin incelenmesi ve bu konuya eğilen Teyit.org, Doğruluk Payı, Malumatfuruş, Yalansavar ve AA-Fact Check ile bazı uluslararası bilgi doğrulama

organizasyonlarının, hangi bakış açılarıyla, kaç farklı kaynağı tarayarak bu dezenformasyon faaliyetlerini teyit ettiğine yakından bakmak bu araştırmanın önemli odak noktasını oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında elde edilen bulguların kimler tarafından derlendiğine yer verilmiş, doğru bilgi ve yalan bilgi arasındaki kıyaslamalar ortaya konmuştur.

6.2.1. Temel ve Alt Problemler

Bu araştırmanın temel problemi: Rusya ve Ukrayna krizinde Twitter’da artan dezenformasyon faaliyetlerinin doğruluğunun hangi yöntemlerle teyit edildiğidir.

I. Bilgi doğrulama platformları hangi yöntemler ile tweetleri teyit ediyor?

II. Yapılan paylaşımlarda kasıtlı bir yalan haber söz konusu mu?

6.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışmanın sınırlılıkları Teyit.org, Doğruluk Payı, Malumatfuruş, Yalansavar ve AA-Fact Check resmi web sitelerinden yayınlanan ve dezenformasyon yapıldığı teyit edilen 1 Şubat 2022 ve 24 Şubat 2022 tarihlerinde paylaşılan tweetlerin incelenmesini kapsamaktadır. Bu platformların seçilmesinin sebebi köklü kurum yapısına sahip olmaları, uzun yıllardır bu iş üzerine odaklanmalarıdır. Hem sivil toplum desteği hem de devlet desteği bulunan bu platformların birbirleri içerisinde de ayrışan doğrulama yöntemleri mevcuttur. Doğrudan konuyla ilgili Twitter’da yayınlanan yalan haber içeren tweetlere anlık olarak müdahalede bulunmuş ve doğruluklarını test etmişlerdir. Bilgi doğrulaması yapıldıktan sonra sosyal medya ve web sitesinden kitlelerle paylaşmışlardır. Ayrıca Türkçe ve İngilizce olarak bilgi doğrulama yapan yerli birkaç platform durumundadırlar. Bu sebeple araştırmada faydalanılan platformlar olarak seçilmişlerdir.

Çalışmanın 1 Şubat 2022 ve 24 Şubat 2022 tarihleri arasında sınırlandırılmasının sebebi ise sıcak çatışma öncesi gerçekleşen yoğun kriz döneminin ele alınmak istenmesidir. Bu dönemde atılmış tweetlerin sürece etkisi olmuş mu bu incelenmek

istenmiştir. İncelenen bu tweetler hem Ukrayna hem de Rusya destekçisi kurum, kuruluş, medya ve şahıslar tarafından atılmış ve doğrudan kriz döneminde dezenformasyon niteliği taşıyan tweetlerdir.

Tweetler içerisinde Türkçe ve İngilizce tweetler yer almaktadır. Rusça ve kiril alfabesinin bilinmemesi başka bulgulara ulaşmayı sınırlandırmaktadır. Yeterli veri sağlaması açısından 10 tweet üzerinden inceleme sınırlandırılmıştır.

6.4. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi; içeriğin nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir olmasına dayanmaktadır. İçerik analizinin kazandığı anlam için bu değerler önemlidir. İçerik analizinde araştırmanın sahibinin konu hakkındaki ölçütlerinin net olması gerekmektedir (Fiske, 2003).

İçerik analizi, elde edilen verileri çeşitli şekillerde yorumlamaya yardımcı olan kavramlara ve ilişkilere yaklaşmayı amaçlar. İçerik analizi ile veriler derinleştirilir. Dört adımdan oluşur: verileri kodlama, konuları bulma, kod ve konuya göre verileri düzenleme ve tanımlama ve sonuçları yorumlama (Araştırma Rehberi, 2021).

İçerik analizi, istatistikî veriler ile yeni veriler elde etme ve elde edilen verilerin yorumlanması imkanı oluşturmaktadır (Çilingir, 2017).

İçerik analizi, araştırmacıların metin tabanlı verileri sistematik bir şekilde incelemek ve anlamak için kullandıkları bir araştırma yöntemidir. Bu yöntem, yazılı, sözlü veya görsel belgeleri analiz etmek ve içerdikleri bilgileri anlamak amacıyla kullanılabilir. Sosyal bilimlerde, iletişim çalışmalarında, eğitimde, pazarlama araştırmalarında ve birçok başka alanda yaygın olarak kullanılmaktadır. İçerik analizi yapılırken genellikle aşağıdaki adımlar izlenmektedir:

- **Araştırma Sorusu Belirleme:** İçerik analizine başlamadan önce, araştırmacıların belirli bir araştırma sorusu veya hipotezleri olmalıdır. Bu sorular ve hipotezler, analizin odak noktasını belirler ve araştırmanın amaçlarına uygun olarak metinlerin incelenmesine rehberlik eder.

- **Veri Toplama:** İçerik analizi için gereken veriler toplanmaktadır. Bu veriler yazılı metinler, görsel materyaller, ses kayıtları veya diğer türdeki belgeler olabilmektedir. Veri toplama sürecinde, araştırmacılar genellikle örneklem seçimi, veri toplama yöntemleri ve veri kaynaklarının belirlenmesi gibi faktörlere dikkat edilmektedir.
- **Kodlama:** Kodlama süreci, metinlerdeki önemli kavramları, temaları veya desenleri tanımlamayı içermektedir. Bu adımda, araştırmacılar genellikle bir kodlama şeması veya kod kitapçığı oluşturmaktadır. Bu şema, belirli kategorilere veya temalara atanacak kodları ve bu kodların tanımlarını içermektedir.
- **Veri Analizi:** Kodlama tamamlandıktan sonra, araştırmacılar kodlanmış verileri analiz etmektedirler. Bu analiz, metinlerdeki sıklık, dağılım, ilişki veya desenlerin belirlenmesini içermektedir. İstatistiksel teknikler, içerik analizinde sıklıkla kullanılan araçlardan biridir.
- **Yorumlama ve Sonuç Çıkarma:** Analiz sonuçları yorumlanır ve araştırma sorularına veya hipotezlere yanıtlar bulunmaktadır. Bu adımda, bulguların anlamı ve önemi üzerinde düşünülmekte ve araştırma alanına olan katkılar tartışılmaktadır. Ayrıca, gelecekteki araştırmalar için önerilerde bulunmaktadır.

6.5. Araştırmanın Hipotezleri

Bu araştırma çalışmasındaki hipotezler şu şekildedir:

- Twitter'da, kasıtlı ya da kasıtsız Rusya ve Ukrayna Krizi ile ilgili yanlış bilgi paylaşımı yapılmıştır.
- Twitter'da, Rusya ve Ukrayna resmi kanalları üzerinden dezenformasyon içeren tweetler atılmıştır.

- Twitter’da, Rusya ve Ukrayna dışındaki ülkelerden de resmi kurum ve kişilikler tarafından dezenformasyon içeren tweetler atılmıştır.
- Twitter, Rusya ve Ukrayna krizinin büyümesine zemin hazırlayacak birçok dezenformasyon tweetini kapsamaktadır.

6.6. Verilerin Toplanması

Çalışmanın genelinde gerekli verilerin toplanması için literatür taraması yapılmıştır. Konuyla örtüşen yüksek lisans ve doktora tezleri, bilimsel makaleler, dergiler ve kitaplar bu kapsamda incelenmiştir.

Çalışmanın ana odak noktasını oluşturan Twitter ile ilgili ise Google’ın Haberler Hizmeti ve Twitter Detaylı Arama altyapıları kullanılmıştır. Teyit.org Doğruluk Payı, Malumatfuruş, Yalansavar ve AA-Fact Check resmi web sitelerinde filtreleme yapılarak konuyla ilgili anahtar kelimeler araştırılmıştır. Resmi kurumların bilgi doğrulama haberleri ve bunların tweetler etrafındaki objektif yorumları taranmıştır. Bu veriler krizin yoğun yaşandığı 1 Şubat 2022 ve 24 Şubat 2022 tarihleri arasındaki içeriklerle sınırlandırılarak seçilmiş ve araştırma kapsamında belirlenmiştir.

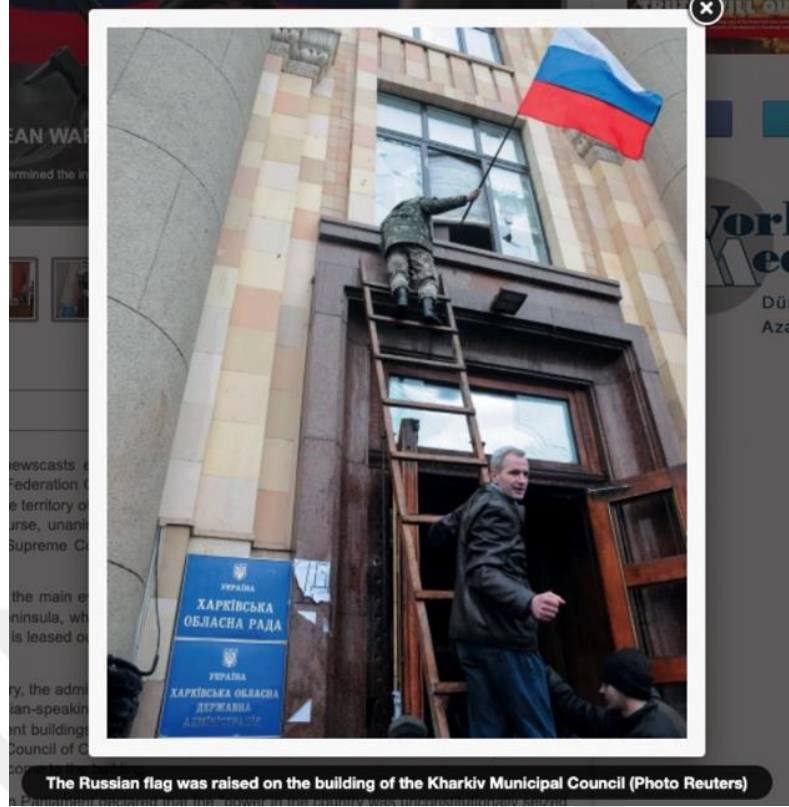
6.7. Araştırmanın Bulguları



Şekil 6.1. Dezenformasyon İddiası 1

Doğruluk Payı tarafından bilgi doğrulaması yapılan bir tweete göre; Bir Twitter hesabı tarafından 24 Şubat 2022 tarihinde yapılan paylaşımda Harkov'a Rusya bayrağı çekildiği iddia edilmiştir.

Rusya'nın çoktan Ukrayna üzerinde etki kurduğu, bu etkiyi kullanarak sosyal medyada öne çıkmak amacıyla atıldığı belirtilen bu tweet, durumun başka olduğunu göstermektedir. Doğruluk Payı görsel tarama bilgi doğrulaması ile bunun çok daha önce paylaşılan ve uluslararası medyaya düşen bir haberden olduğunu ortaya koymuştur.



Şekil 6.2. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 1

Doğruluk Payı tarafından yapılan bilgi doğrulaması sonucu ilgili tweette yer alan görselin daha önce Reuters ve The New York Times tarafından haberi yapılan 1 Mart 2014 tarihli bir habere ait olduğu ortaya konmuştur.



Şekil 6.3. Dezenformasyon İddiası 2

Teyit.org tarafından bilgi doğrulaması yapılan bir tweete göre; Bir Twitter hesabı tarafından 22 Şubat 2022 tarihinde yapılan paylaşımda bir güvercinin Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putine selam verdiği iddia edilmiştir.

Kriz döneminde günün şartlarında sürekli TT’de olan Putin ve 3. Dünya Savaşı keywordleri üzerinden kitleleri yanlış yönlendirmeye ve popülerite kazanmaya yönelik bir tweet atılmıştır. Bu tweet teyit.org tarafından orijinali bulunarak teyit edilmiş ve verilen bilginin doğru olmadığı ortaya konmuştur.



Şekil 6.4. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 2

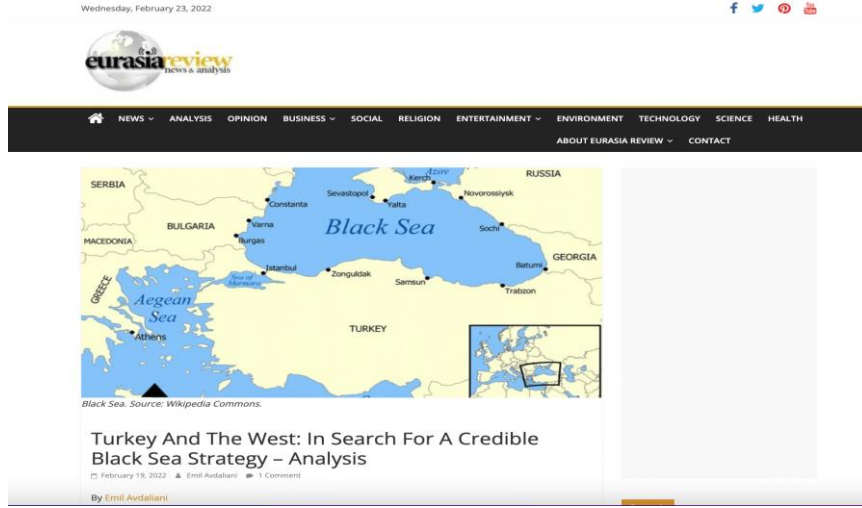
Teyit.org tarafından yapılan bilgi doğrulaması sonucu ilgili tweette yer alan videonun Putin'in Mayıs 2017'de Moskova'da bir kilisede sergi ziyaretinden olduğu ortaya kondu. Rus gazeteci Dmitri Smirnov tarafından Twitter'da paylaşılan 31 Mayıs 2017 tarihli görüntülerde Putin'in güvercine el uzattığı ve güvercinin ise sadece yanından geçip gittiği anlaşılmaktadır. Yani güvercin kanadıyla bir asker selamı vermemektedir.



Şekil 6.5. Dezenformasyon İddiası 3

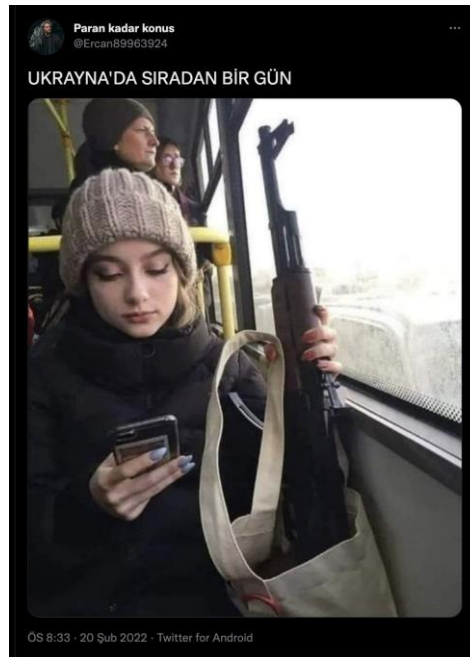
Teyit.org tarafından yapılan bilgi doğrulaması yapılan bir tweete göre; Bir Twitter hesabı tarafından 20 Şubat 2022 tarihinde yapılan paylaşımda Avrupalı yetkililerin Amerika Birleşik Devletleri'ne, Türkiye'nin F35 dahil silah sistemleri ile donatılması gerektiğini ilettiler iddia edilmiştir.

O dönemki Türkiye politikasını etkilemek için etkili bir sosyal medya haber sayfasından paylaşılan bu tweet, doğrudan teyit.org tarafından yalanlanarak bilginin doğrusu paylaşılmıştır. Türkiye üzerinde kurulan taraf tutma baskısı kapsamında değerlendirilen bu tweet kısa sürede Türkiye gündemine etki etmiştir. Bilgi doğrulamanın akabinde ise gündemden kısa sürede kalkmıştır.



Şekil 6.6. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 3

Teyit.org tarafından yapılan bilgi doğrulaması sonucu ilgili tweette yer alan haberin kaynağı Eurasia Review adlı sitede yayınlanan, Türkiye ve Batı: Güvenilir Bir Karadeniz Stratejisi Arayışında başlıklı bir yazıdır. Yazıda Türkiye'nin bölgesel, ekonomik ve askeri olarak, ABD ve NATO ittifakı ile, Rusya'ya karşı koyabilecek tek ülke olduğu belirtilmektedir. Ancak yazıda Türkiye'nin silahlandırılması gerektiğine dair detay yer almamaktadır.



Şekil 6.7. Dezenformasyon İddiası 4

Malumatfuruş tarafından bilgi doğrulaması yapılan bir tweete göre; Bir Twitter hesabı tarafından 20 Şubat 2022 tarihinde –UKRAYNA’DA SIRADAN BİR GÜN- notuyla yapılan paylaşımda toplu taşıma araçlarında insanların silahla dolaştığı iddia edilmiştir.



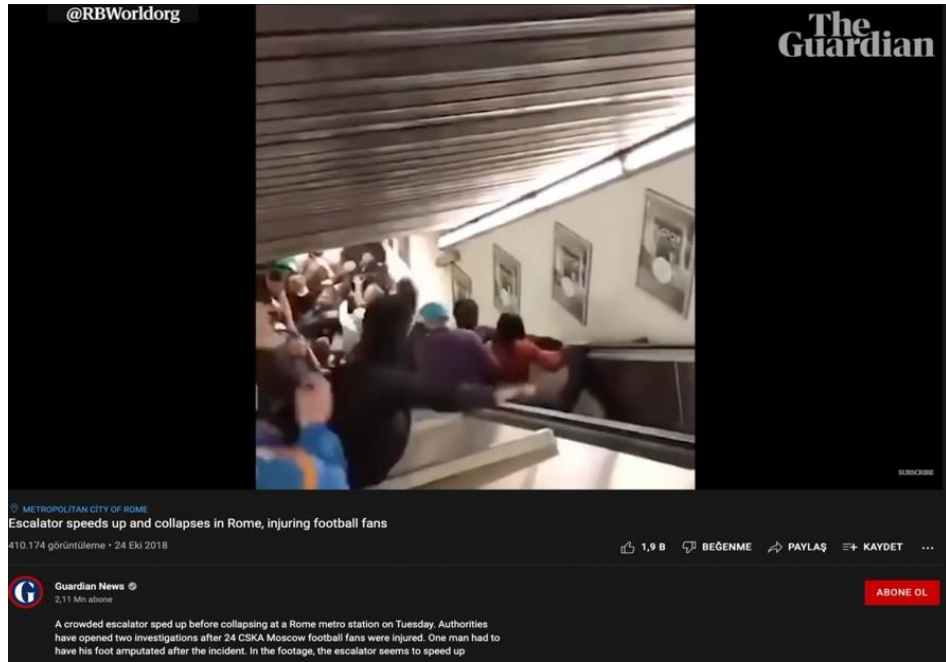
Şekil 6.8. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 4

Malumatfuruş tarafından yapılan bilgi doğrulaması sonucu ilgili tweette yer alan iddianın sanılanın aksine 27 Mart 2020 tarihinde Sibirya’da çekildiği ortaya çıkmıştır. Fotoğrafta AK-47 Kaleşnikof modeli tutan kişi Novosibirsk’te yaşayan Ekaterina Gladkikh, Associated Press’e verdiği demeçte elindeki tüfeğin gerçek olmadığını, fotoğrafın bir çekiminden dönerken kaydedildiğini belirtmiştir. Instagram hesabında 2020 yılı Mart ayında paylaştığı bir fotoğrafta, bahsi geçen görseldeki bej başlığı giydiği görülebilmektedir.



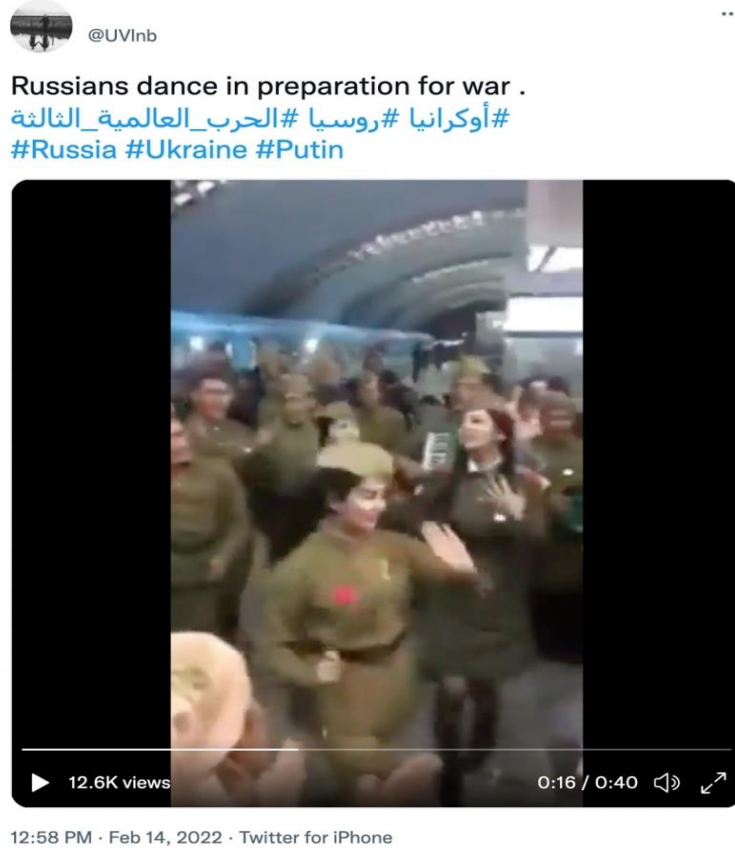
Şekil 6.9. Dezenformasyon İddiası 5

Doğruluk Payı tarafından bilgi doğrulaması yapılan bir tweete göre; Bir Twitter hesabı tarafından 23 Şubat 2022 tarihinde yapılan paylaşımındaki videonun sığınaklara yerleşmeye çalışan Ukraynalıları gösterdiği iddia edilmiştir.



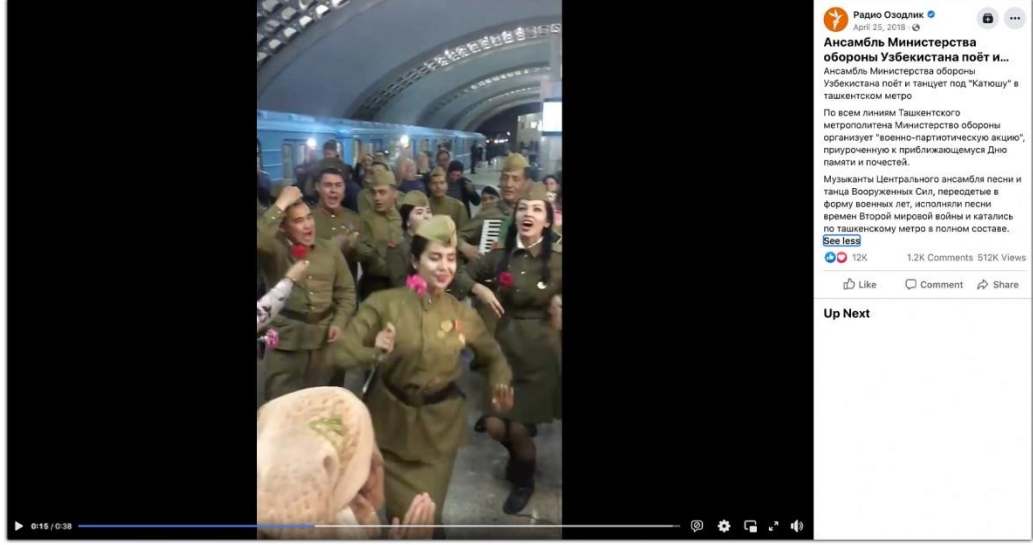
Şekil 6.10. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 5

Doğruluk Payı tarafından yapılan bilgi doğrulaması sonucu ilgili tweekte yer alan videodaki olayın İtalya'da 23 Ekim 2018'de AS Roma – CSKA Moskova'nın Şampiyonlar Ligi maçı öncesinde gerçekleştiği ortaya konmuştur. Roma'daki Republica metro istasyonunda yürüyen merdivenin arızalanması üzerine gerçekleşen olayda 24 kişi yaralanmıştır. Konunun Rusya ve Ukrayna Kriziyle bir ilgisi yoktur.



Şekil 6.11. Dezenformasyon İddiası 6

AA Fact Check tarafından bilgi doğrulaması yapılan bir tweekte göre; bir Twitter hesabı tarafından 14 Şubat 2022 tarihinde yapılan paylaşımda Rus askerlerinin dans ederek savaşa hazırlandığı iddia edilmiştir.



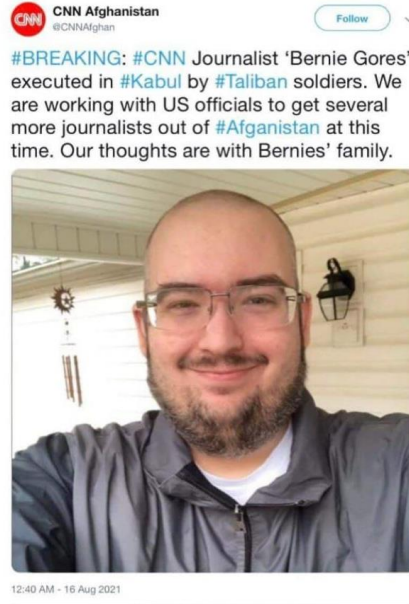
Şekil 6.12. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 6

AA Fact Check tarafından yapılan bilgi doğrulaması sonucu ilgili tweette yer alan videodaki olayın 25 Nisan 2018'de, Özbekistan'ın Başkenti Taşkent'te gerçekleştirilen ülkenin 2. Dünya Savaşı zafer yıldönümünde çekildiği ortaya konmuştur.



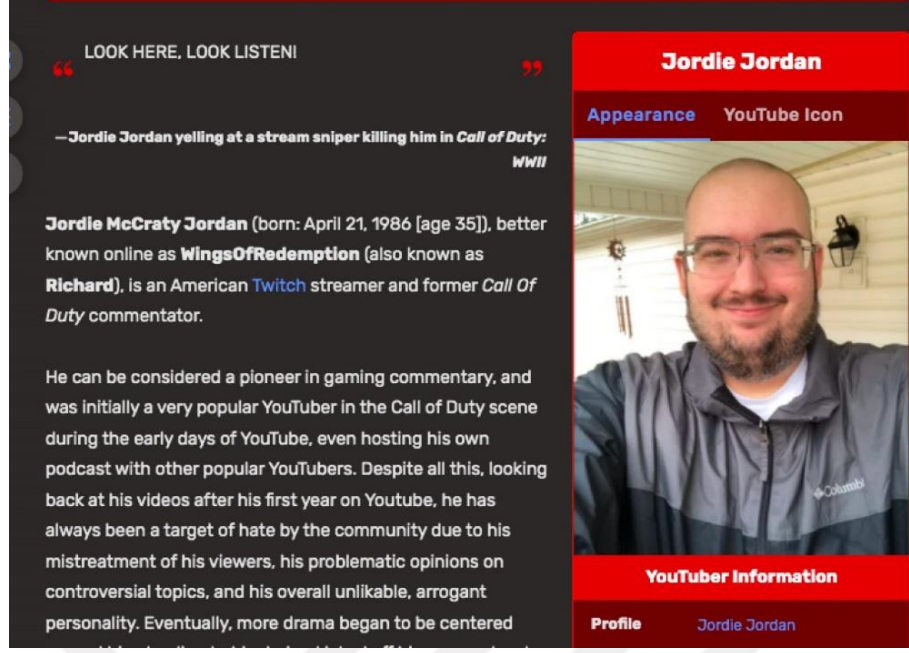
Şekil 6.13. Dezenformasyon İddiası 7

Doğruluk Payı tarafından bilgi doğrulaması yapılan bir tweete göre; CNN Ukrayna adlı sahte bir hesap tarafından 23 Şubat 2022 tarihinde yapılan paylaşımda Rus ayrılıkçıların yaptığı bir bombalamada bir Amerikan vatandaşının öldürüldüğü iddia edilmiştir.



Şekil 6.14. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 7-1

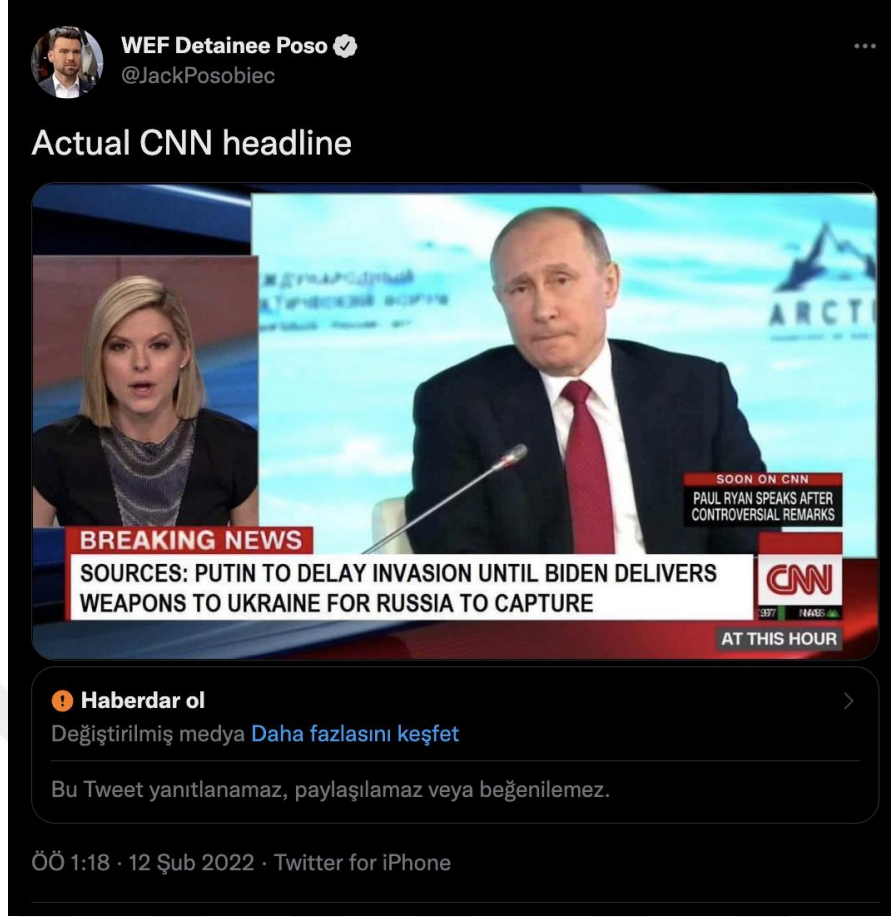
Doğruluk Payı tarafından yapılan bilgi doğrulaması sonucu ilgili tweette yer alan şahısın daha önce de bir diğer sahte hesap olan CNN Afganistan tarafından yapılan 16 Ağustos 2021 tarihli paylaşımda da CNN Gazetecisi Bernie Gores'in, Taliban tarafından infaz edildiği iddia edilmiştir.



Şekil 6.15. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 7-2

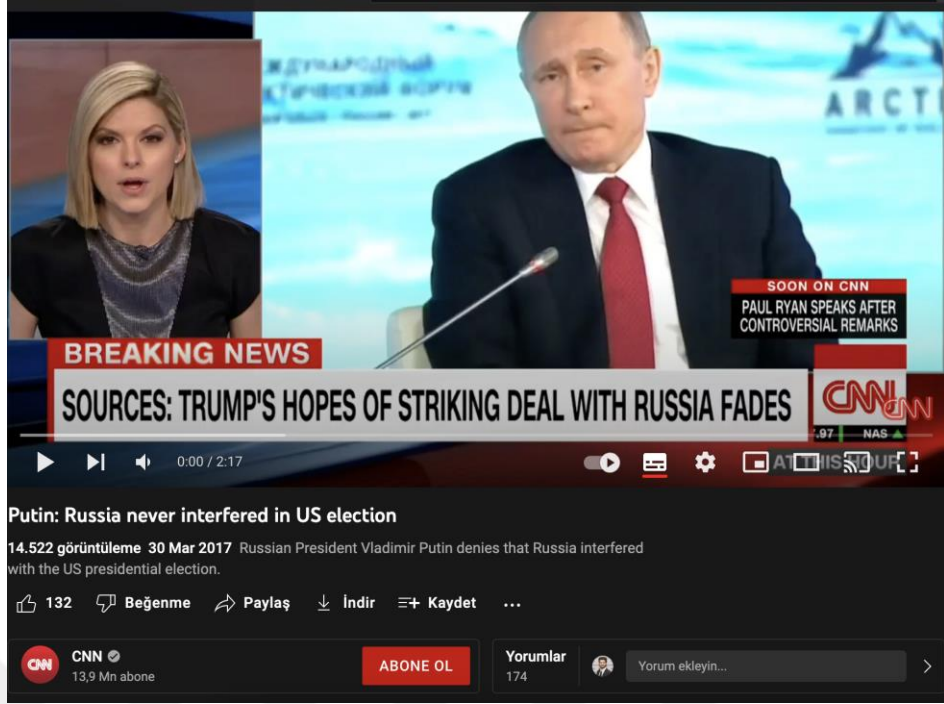
Doğruluk Payı tarafından yapılan bilgi doğrulaması sonucu ilgili tweetlerde yer alan şahısın 27 Şubat 2022'de hâlen videolar yayınlamakta olan Jordie Jordan adlı bir YouTuber'a ait olduğu ortaya konmuştur.

Organize bir şekilde oluşturulan gerçek görünümlü sahte hesaplarca paylaşılan bu içerikler Doğruluk Payı tarafından kıyaslanmış, geçmişten günümüze nasıl kullanıldığı ortaya konmuş ve doğru olan bilginin ve yanlış olan bilginin ne olduğu paylaşılmıştır.



Şekil 6.16. Dezenformasyon İddiası 8

Yalansavar tarafından bilgi doğrulaması yapılan bir tweete göre; Bir Twitter hesabı tarafından 12 Şubat 2022 tarihinde yapılan paylaşımda, CNN'in Rusya'nın işgali Biden'ın silah teslimi gerçekleşene kadar erteleyeceğini söylediği bir görsel paylaşmıştır.



Şekil 6.17. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 8

Yalansavar tarafından yapılan bilgi doğrulaması sonucu ilgili tweette yer alan ekran görüntüsünün, orijinal olarak 30 Mart 2017'de yayınlanan CNN'in "At This Hour" adlı haber programından alınmış ve üzerinde oynanmış olduğu ortaya konmuştur.



Şekil 6.18. Dezenformasyon İddiası 9

AA Fact Check tarafından bilgi doğrulaması yapılan bir tweete göre; Bir Twitter hesabı tarafından 20 Şubat 2022 tarihinde yapılan paylaşımda Ukrayna Resmi Twitter hesabından –invade us if you are gay- yazan bir tweet atıldığı iddia edilmiştir.



Şekil 6.19. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 9

AA Fact Check tarafından yapılan bilgi doğrulaması sonucu ilgili tweette yer alan ekran görüntüsünün gerçek dışı olduğu, orijinal Twitter hesabı (üstteki) ile tweetin atıldığı iddia edilen hesabın (alttaki) arasında profil fotoğrafı, kullanıcı adı uyumsuzluğu olduğu görülmektedir.



Şekil 6.20. Dezenformasyon İddiası 10

AA Fact Check tarafından bilgi doğrulaması yapılan bir tweete göre; Bir Twitter hesabı tarafından 4 Şubat 2022 tarihinde yapılan video paylaşımında, Rus ordusunun Ukrayna sınırından bir görüntüsü olduğu iddia edilmiştir.



Şekil 6.21. Dezenformasyon İddiasının Teyiti 10

AA Fact Check tarafından yapılan bilgi doğrulaması sonucu ilgili tweette yer alan videonun orijinalinin bir Youtube kanalında -Ukrayna silahlı kuvvetlerinin mekanize tugayı: Ordunun savaş gücü nedir?- başlığıyla 5 Mart 2020’de yayınlandığı tespit edilmiştir.

6.8. Tartışma

Bilgi doğrulama platformları tarafından ele alınan tweetler incelendiğinde, büyük ölçüde soruna sebebiyet vermeyecek tweetlerin atıldığı, ancak tweetlerin birçoğunun kasıtlı yalan bilgi paylaşımı, bazılarının ise farkında olmadan yapılan yanlış bilgi paylaşımları olduğu görülmektedir.

Yıllar önce medyaya yansımış içeriklerin değiştirilerek Rusya ve Ukrayna Krizi ile alakalı hale getirilmeye çalışıldığı görülmektedir. Bilgi doğrulama platformları birden fazla yöntemle içeriklerin neden doğru olmadığını ortaya koymuş, bunu temellendirerek web sitelerindeki ilgili kısımlarda paylaşmıştır.

Ele alınan içeriklerin, toplumsal infiale sebebiyet vermesi çok muhtemel olmasa da kitleleri yanlış yönlendirme ihtimali olduğu görülmektedir. Savaşın olası bitişı, daha çok incelenebilecek içerik ortaya koyabilir. Daha geniş bir zaman dilimi çalışmada esas alınan bilgi doğrulama platformlarına ek başka platformların da sürece yaklaşımını inceleme fırsatı verebilir. Sürece hem Rusya tarafından hem Ukrayna tarafından bakmak mümkün olabilir.

BÖLÜM VII

SONUÇLAR

Bu çalışma, sosyal medya platformları içerisinde haber iletme ve alma alanında öne çıkan Twitter bünyesinde geçen dezenformasyon faaliyetlerinin Rusya ve Ukrayna Krizi perspektifinde incelenmesini kapsamaktadır. Bu doğrultuda, özellikle Twitter endeksli çalışan bilgi doğrulama platformlarının bu odak noktası çerçevesindeki tweetleri nasıl ve hangi yollarla inceledikleri detaylıca incelenmiş ve ortaya atılan iddiaların gerçekliklerinin teyit edilmesine yakından bakılmıştır.

Bilgi doğrulama çalışmaları kapsamında Teyit.org, Doğruluk Payı, Malumatfuruş, Yalansavar ve AA Check Fact bünyesinde derlenen dezenformasyon ya da yanlış bilgi ihtimali olan tweetlere odaklanılmıştır. İlgili tweetlerin ne zaman atıldığı ise 1 Şubat 2022 ve 24 Şubat 2022 tarihleri arasında sınırlı tutulmuş ve ana mecrası olarak ise sadece Twitter seçilmiştir.

Araştırmanın genelinde 24 Şubat 2022 tarihi itibarıyla başlayan Rusya'nın Ukrayna'yı işgali sürecine gidişte Twitter'da meydana getirilen yanlış bilgi paylaşımlarının amacı saptanmaya çalışılmış ve bu tip paylaşımların ne gibi zararları olabileceği ortaya konmaya çalışılmıştır.

Bir kriz sürecinden bahsedildiği için literatür taramasıyla kapsamlı bir şekilde kriz kavramı ve kriz kavramının detaylandırılması yapılmış, bir iletişim dalı olarak kriz iletişiminin ne olduğunu anlatılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın ana odak noktasını oluşturan yalan haberler ve bunların ne çeşit türleri olduğuna değinilerek post-truth yani post-truth kavramı açıklanmıştır. Bilgi doğrulama platformlarının ne işe yaradığı ve ülkemizdeki bilgi doğrulama platformlarından Teyit.org, Doğruluk Payı ve Malumatfuruş'un bilgi doğrulama süreçleri detaylıca araştırma kapsamında yer bulmuştur. Tüm bunlardan yola çıkarak, ilgili tarihler arasında yer alan ve doğrudan bu bilgi doğrulama platformlarınca odaklanan tweetler incelenmiş ve iddia ile doğrusu

şeklinde araştırmaya eklenmiştir. Çatışma dönemi öncesi olması bakımından sınırlı bir döneme odaklanılmış ve çok sayıda veriye ulaşılamamıştır. Bu bağlamda toplam 10 tweetin detaylı analizi yapılmış, bilgi doğrulama platformları tarafından bu iddiaları içeren tweetlerin orijinal varlıkları ortaya konmuştur.

Yapılan çalışmanın sonucuna göre yanlış bilgi faaliyetlerinin Twitter'da hızla viral olabilmesinin söz konusu olduğu, çoğu zaman kasıtlı yanlış bilgi değil, farkında olmadan yanlış bilginin yayıldığı tespit edilmiştir. Dezenformasyon faaliyetlerinin aleni bir şekilde yapılmasının yanında, konuyla ilgisi olan ve saptanmış tweetlerinin %80'nin (10 tweetin 8'i) kasıtlı olmadan paylaşıldığı anlaşılmıştır. Bu bağlamda Twitter'da meydana gelen yanlış bilgilerin araştırılmadan paylaşılmasıyla daha çok kişiye ulaştığı sonucuna varılabilir.

Araştırmada elde edilen bulgularda, Twitter'da kimi kesimler tarafından Rusya ve Ukrayna Krizi ile ilgili kasıtlı ya da kasıtsız yanlış bilgi paylaşımı yapıldığı görülmektedir. Resmi Rusya ve Ukrayna kanalları üzerinden dezenformasyon içeren tweetlerin atılmadığı anlaşılmış, ancak her iki ülkeyi temsil eden kişilerce doğruluğu olmayan tweetler atıldığı tespit edilmiştir. Taraf ülkeler dışında yaşayan kişilerce de dezenformasyon içeren tweetlerin paylaşıldığı saptanmıştır. Bazı tweetlerin ise krizi tırmandıracak, 3. tarafların sürece müdahil olmasını gerektirebilecek boyutta olduğu görülmektedir.

Sosyal medyada gerçekleşen bu tip dezenformasyon faaliyetlerine karşı çeşitli önlemler almak mümkündür ve uygulandıkları takdirde mücadelede başarı elde ettirebilmeleri söz konusudur. Örneğin; bilinçli bir bilgi okuryazarlığı ve eleştirel düşünme yeteneği kazanılması için eğitim ve farkındalık programları oluşturulması önemlidir. İnsanların bilgiyi nasıl değerlendireceği ve kaynakları doğrulama becerilerini geliştirmek, dezenformasyonla mücadele için etkili bir adım olabilir.

Bilgiyi sağlayan kaynakların güvenilirliği ve doğruluğu da yine dezenformasyonun önlenmesinde temel bir rol oynayabilmektedir. Doğrulanabilir, güvenilir ve bağımsız kaynaklardan bilgi alışverişi teşvik edilmelidir. Bunun için bilgi doğrulama platformlarından faydalanılabilir, doğruluğundan emin olunmayan içerikler için bu platformlara bireysel ya da kurumsal olarak başvurulabilir.

Sosyal medya platformları, doğrulanmamış bilgilerin yayılmasını engellemek için algoritmalar ve politikalar geliştirmelidir. Bu platformlarda bilgiyi denetleyen, sahte hesapları ve yanıltıcı içerikleri tespit eden ekiplerin oluşturulması önem arz etmektedir.

Yanıltıcı bilgi veya dezenformasyonun ortaya çıkması durumunda hızlı bir şekilde tepki gösterme ve düzeltme mekanizmalarının oluşturulması gerekmektedir. Bu, zararlı bilginin yayılmasını ve etkisini minimize etmek açısından faydalı olabilir.

Hükümetlerin de dezenformasyonla mücadelede politikalar geliştirmesi ve yasal düzenlemeler yapması dezenformasyonun her türüsüyle mücadeleye önemli ölçüde katkı sağlayabilmektedir. Ancak bu politikalar, ifade özgürlüğünü kısıtlamadan ve sansür oluşturmadan yürütülmelidir.

REFERANSLAR

- Abuşoğlu, H. Ö. (2023). Sosyal Medyada Z Kuşaağına Yönelik Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük Örneği. Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 13(1), 707- 728.
- Agbedo, C. U., & Krisagbedo, E. C. (2014). Lying Honestly for Government: Linguistic Manipulation as Disinformation Strategy in Nigeria. *Innovare Journal of Social Sciences*, Vol 2: 16-27.
- Akıncı, V., & Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi'ne Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yaşar University*, 3348-3382.
- Akalın, İ. E. (2022). Haber Ajanslarının Yeni Medyadaki Yapısı: Suriye İç Savaşı Örneği. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akdeniz, Y. (2022, Mayıs 30). Dezenformasyon tasarısı: Yalan haber suç mu, değil mi? Deutsche Welle (DW): <https://www.dw.com/tr/dezenformasyon-yasas%C4%B1-teklifi-yalan-haber-su%C3%A7-mu-de%C4%9Fil-mi/a-61761591> adresinden alındı
- Akkaş, S. (2022, Şubat 28). Rusya ve Ukrayna İlişkilerinin Son 30 Yılı. Doğruluk Payı: <https://www.dogrulukpayi.com/bulten/rusya-ve-ukrayna-iliskilerinin-son-30-yili> adresinden alındı
- Aktan, S. (2018, Haziran 19). Euronews. Euronews: <https://tr.euronews.com/2018/06/15/turkiye-sahte-haber-ve-dezenformasyonda-zirveye-oturdu> adresinden alındı
- Akyüz, S. S. (2020). Yanlış Bilgi Salgını: COVID-19 Salgını Döneminde Türkiye'de Dolaşıma Giren Sahte Haberler. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, s. 34, s. 422-444.
- Alaca, M. (2022, Şubat 22). Rusya-Ukrayna hattındaki kriz ve çatışmaların seyri. Anadolu Ajansı: [aa.com.tr/tr/dunya/rusya-ukrayna-hattındaki-kriz-ve-catismaların-seyri/2510057](https://www.aa.com.tr/tr/dunya/rusya-ukrayna-hattındaki-kriz-ve-catismaların-seyri/2510057) adresinden alındı
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Alpay, Y. (2017). Yalanın Siyaseti, Yalanın Meşrulaştırılması, Hakikatin Önemsizleşmesi ve Hileli Akıl Yürütme Teknikleri. İstanbul: Destek Yayınları.
- Al-Rawi, N., & Shami, S. (2019). The Role of Fake News in Propaganda: A Case Study of the 2016 US Presidential Election. *The Journal of International Communication*, 25(1), 75-94.

- Amerikanın Sesi. (2022, Şubat 24). 8 Yıldır Süren Rusya-Ukrayna Gerginliği Nasıl Başladı? Amerikanın Sesi: <https://www.amerikaninsesi.com/a/rusya-ile-ukrayna-arasindaki-gerilim-neden-tirmandi-/6343152.html> adresinden alındı
- Amin, S. (2010). Ending the crisis of capitalism or ending capitalism? Dakar: Fahamu/Pambazuka.
- Anadolu Ajansı. (2021). AA - Fact Checking: <https://www.aa.com.tr/en/fact-check> adresinden alındı
- Anadolu Ajansı. (2022). Anadolu Ajansı Teyit Hattı. Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/p/teyit-hatti-hakkinda-> adresinden alındı
- Arı, S. (2022). Manipülasyonla Ortaya Konan Yalanlarla Mücadele. Bilgi ve İletişim Teknolojileri Dergisi, 13(2), 172-187.
- Araştırma Rehberi. (2021). 11.2 İçerik Analizi Örnekleri . arastirmarehberi.org: <http://arastirmarehberi.org/book/arastirma-rehberi/chapter/112-icerik-analizi-ornekleri> adresinden alındı
- Arkan, Z. N. (2022). Hakikat Sonrası Çağda Yalan Haber Üzerinden Söylem Analizi: Twitter Örneği. Yayınlanmış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Arslan, N. Z. (2023). Yeni Medya İle Birlikte Değişen Siyasal İletişim: 2019 İstanbul Yerel Seçimlerinde Adayların Instagram Kullanımı. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Aslan, E. Ş., & Kolancı, D. (2018). Semantik Web'in Marka İtibarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. The Journal of International Scientific Researches, 208-220.
- Ayaz, F., & Taşdelen, B. (2021). Bir Yaşam Deneyimi Olarak Dijital Medya (Kuramlar, Uygulamalar, Eleştiriler). Ankara: Eğitim Yayınevi.
- Aydın, A. (2023). Dezenformasyon: Kavram, türleri ve etkileri. Akademik Bilişim, 29(1), 17-28.
- Bahar, A. (2020). Polislik Perspektifinden Dijital Mezenformasyon ve Dezenformasyon: Covid-19 Örnek Olayı Bağlamında Bir Analiz. Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 2762-2792.
- Bakir, E., & McStay, A. (2018). Fake news and the spread of misinformation online. Massachusetts: MIT Press.
- Bayer, H., & Özek, M. B. (2021). Yeni Medya Eğitimi ve Önemi. Journal of Communication Science Researches, 127-138.
- Bektaş, A. (2002). Siyasal Propaganda: Tarihsel Evrimi ve Demokratik Toplumdaki Uygulamaları. İstanbul: Bağlam Yayınları.

- Bessi, A., & Ferrara, E. (2016). Social bots spread misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3), 554-559.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 210-230.
- Brandtzaeg, P., & Flostad, A. (2017). Trust and distrust in online fact-checking services. *Communication of the acm*, 65-71.
- Bronstein, J. (2018). *The disinformation dilemma: How to Combat Fake News and Disinformation in the Digital Age*. Center for Strategic and International Studies.
- Cankaya, K. (2023). Yeni Medyada Dezenformasyonun Etkileri. *İletişim ve Medya Alanında Uluslararası Araştırmalar XII*, 1-16.
- Cansabuncu, İ. A. (2013). *Türkiye'de Yeni Medya Yayıncılığı ve Yeni Medya Ürünlerinden Bir Örnek: Magezin Tablet Dergisi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Castells, M. (2013). *Ağ Toplumunun Yükselişi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Coşkun, A. (2023). Sosyal Medyada Yalan Haberle Mücadele: Kahramanmaraş Deprem Haberlerinin Teyit.org Üzerinden İncelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1151-1181.
- Collins, B., & Kent, J. L. (2022, Şubat 28). NBCNews. NBCNews: <https://www.nbcnews.com/tech/internet/facebook-twitter-remove-disinformation-accounts-targeting-ukrainians-rcna17880> adresinden alındı
- Couldry, N., & Curran, J. (2003). Beyond the hall of mirrors? Some theoretical reflections on the global contestation of media power. *The London School of Economics and Political Science Research Online*, 39-54.
- Cura, A. (2022, Haziran 24). Ukrayna, zorlu AB yolculuğunda 'adaylık' statüsüne ulaştı. Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/ukrayna-zorlu-ab-yolculugunda-adaylik-statusune-ulasti/2621499> adresinden alındı
- Çakıcı, Z. (2021). Manipülasyon ve Dezenformasyonla Mücadelede Bilgi Güvenliğinin Önemi. *Gazi Akademik Bakış*, 16(4), 159-172.
- Çakır, E. (2022). *Dijital Propagandanın Aktörleri*. İstanbul: Efe Akademi Yayınları.
- Çay, E. (2020). *Sosyal Medyada Manipülasyonla Mücadele Rehberi*. Z Raporu.
- Çağlayan, H. (2022). Dezenformasyon ve çözüm önerileri. *İletişim Kuramları ve Araştırmaları Dergisi*, 35(1), 1-15.
- Çelik, M. (2022). Dezenformasyon ve Mücadele Yöntemleri. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 37(1), 137-154.

- Çelikel, E. (2023). Sosyal Medya ve Yönlendirici İletişim: Manipülasyon ve Dezenformasyon Bağlamında Instagram'da Mülteciler ve Göçmenlerle İlgili Paylaşımların Analizi. Yüksek Lisans Tezi. Elazığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çetinöz, N. (2013). Sosyal Medya. Yeni İletişim Teknolojileri (s. 150-174). içinde Ankara: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Çiçeklioğlu, A. Ş. (2019). Yeni medyada içerik doğrulama platformları: teyit.org. örneği. Yüksek Lisans Tezi. Mersin: Mersin Üniversitesi.
- Çıldan, C., Ertemiz, M., Küçük, E., Tumuçin, H. K., & Albayrak, D. (2012). Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü. Uşak Akademik Bilişim Konferansı. Uşak: Uşak Üniversitesi.
- Çilingir, A. (2017). İletişim Alanında İçerik Analizi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri Üzerine Bir İnceleme. Erciyes İletişim Dergisi, 148-160.
- Çoban, B. (2019). Post-Truth Çağında Dijital Gazetecilik ve Haber Başlıklarında "Tık Tuzağı". Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi, 35-49.
- Çobanoğlu, İ. (2023). Yalan Haber Manipülasyonu ve Etkileri. Cumhuriyet Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 18(1), 1-18.
- Çömlekçi, M. F. (2019). Hakikat-Ötesi Dönemde Medyaya Güven: Uluslararası Raporlar Üzerinden Bir İnceleme. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 108-121.
- Dalaklı, S. (2022, Aralık 24). 10. ayında Rusya-Ukrayna savaşı: Bugüne nasıl geldik? Bianet: <https://bianet.org/haber/10-ayinda-rusya-ukrayna-savasi-bugune-nasil-geldik-271816> adresinden alındı
- Davies, W. (2016, 08 24). The age of post-truth politics. The New York Times: <https://www.nytimes.com/2016/08/24/opinion/campaign-stops/the-age-of-post-truth-politics.html> adresinden alındı
- Dezenformasyonla Mücadele Merkezi. (2023). Dezenformasyonla Mücadele Merkezi. [dmm.gov.tr: https://www.dmm.gov.tr/](https://www.dmm.gov.tr/) adresinden alındı
- Değer, K. (2018). Mahremiyetin Sosyal Medyada Kullanımı: Magazin Dünyası Üzerinden Bir Değerlendirme. Akademik Bakış Dergisi, 166-176.
- Dijk, J. V. (2016). Ağ Toplumu. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Dilmen, N. E., & Ögüt, S. (2006). Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşime İletişimsel Bilişim Yaklaşımı. Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitabı (s. 17-22). İstanbul: Marmara Üniversitesi.

- Doğan, H. (2022). Manipölasyonla Ortaya Konan Yalanlarla Mücadelede Medya Okuryazarlığının Rolü. İletişim Kuram ve Araştırmaları Dergisi, 40(2), 45-64.
- Doğruluk Payı. (2020). Hakkımızda. <https://www.dogrulukpayi.com/>: <https://www.dogrulukpayi.com/sayfa/hakkimizda> adresinden alındı
- Doğu, B., Özçetin, B., Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Telli Aydemir, A., & İslamoğlu, G. (2014). Seçimden Seçime, Gezi Direnişinden Hükümet Cemaat Çatışmasına Siyasetin Yeni Hali: Vaka-i Sosyal Medya. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Duke Reporters' Lab. (2022). Fact-Checking. Durham: Duke Reporters' Lab.
- DW. (2022, Nisan 5). Who are the Russians leaving their country? Deutsche Welle: <https://www.dw.com/en/who-are-the-russians-leaving-their-country/a-61364390> adresinden alındı
- Ecker, U. K. (2014). The Effects of Subtle Misinformation in News Headlines. Journal of Experimental Psychology: Applied, 323.
- Erbay, N. Ö. (2021, Ekim 1). Bir Hibrit Silah Olarak Bilgi Kirliliği ve Yalan Haberin Yayımı. Kriter Dergi: <https://kriterdergi.com/siyaset/bir-hibrit-silah-olarak-bilgi-kirliligi-ve-yalan-haberin-yayimi> adresinden alındı
- Erdoğan, A. (2023). Yeni Medyada Dezenformasyonun Yayılması ve Önlenmesi. İletişim Kuram ve Araştırmaları Dergisi, 21(1), 1-20.
- Ergin, E. (2022). Sosyal medyadaki mezenformasyona karşı farkındalık yaratmak. Sosyal Medya ve İletişim Araştırmaları Dergisi, 10(2), 203-224.
- Erkan, G., & Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org. Akdeniz İletişim Dergisi, 203-223.
- Ersöz, B. (2020). Yeni Nesil Web Paradigması: Web 4.0. Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi, 58-65.
- Eryılmaz, N. (2015). Propaganda: Kavram, Kuram, Teknik, Uygulama. İstanbul: Beta Yayınları.
- Euronews. (2019, Aralık 9). Ukrayna krizinin kronolojisi. Euronews TR: <https://tr.euronews.com/2015/02/10/ukrayna-krizinin-kronolojisi> adresinden alındı
- Euronews. (2023, Temmuz 24). Elon Musk changes Twitter logo from blue bird to 'X'. Euronews.next: <https://www.euronews.com/next/2023/07/24/twitter-to-change-logo-from-blue-bird-to-x-musk-says> adresinden alındı

- European Union. (2022, Şubat 16). Russia/Ukraine: Speech by High Representative/Vice-President Josep Borrell at the EP debate. EU-European Union: https://www.eeas.europa.eu/eeas/russiaukraine-speech-high-representativevice-president-josep-borrell-ep-debate_en adresinden alındı
- evrensel.net. (2018, Mayıs 31). Facebook, teyit.org ile birlikte haber doğrulama programını başlatıyor. Evrensel: <http://www.evrensel.net/haber/353761/facebook-teyit-org-ile-birlikte-haber-dogrulama-programini-baslatiyor> adresinden alındı
- Fabry, M. (2017, Ağustos 24). Here's How the First Fact-Checkers Were Able to Do Their Jobs Before the Internet . time.com: <https://time.com/4858683/fact-checking-history/> adresinden alındı
- Ferrara, E., & Yang, Z. (2015). Measuring Emotional Contagion in Social Media. PLoS ONE , 10(11), 1-14.
- Fiske, J. (2003). İletişim Çalışmalarına Giriş. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2020). Trust in UK Government and News Media COVID-19 Information Down, Concerns Over Misinformation from Government and Politicians Up. Reuters Institute for the Study of Journalism, 1-8.
- Gökçe, M. (2023). Yeni Medyada Manipülasyonun Siyasi Etkileri. Ankara: Hacettepe Üniversitesi SBE Yayınları.
- Gökçek, M. (2021). Dezenformasyon ve Sosyal Medya. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 34(1), 1-19.
- Gürel, E. (2022). Yalan Haber Manipülasyonu: Kavram, Yöntemler ve Etkileri. İletişim Araştırmaları Dergisi, 10(1), 1-25.
- Güvenli Web. (2023, Temmuz 19). İnternette Yalan Haber ve Manipülasyon. Güvenli Web: <https://www.guvenliweb.org.tr/haber-detay/internette-yalan-ve-yaniltici-haberlerin-farkinda-miyiz> adresinden alındı
- Garrett, R. K. (2011). Echo chambers online: News consumption patterns and selective exposure to information. New Media & Society, 13(6), 669-687.
- Gasimli, L. (2019). Haberde yönlendirme, dezenformasyon ve propaganda: Azeri ve Ermeni haber sitelerinde Dağlık Karabağ sorunlarıyla ilgili yayınlanan haberlerin karşılaştırmalı analizi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul, Türkiye: İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Gazete Vatan. (2022, Mayıs 6). Twitter, nefret söyleminin kolayca yayıldığı bir ekosistem haline geldi. Gazete Vatan: <http://www.gazetevatan.com/bilim-ve-teknoloji/twitter-nefret-soyleminin-kolayca-yayildigi-bir-ekosistem-haline-geldi-2036787> adresinden alındı

- Goncharenko, R. (2022, Ocak 22). Rusya-Ukrayna krizinin kronolojisi . Deutsche Welle Türkçe: <https://www.dw.com/tr/rusya-ile-ukrayna-sava%C5%9F%C4%B1n-e%C5%9Fi%C4%9Fine-nas%C4%B1l-geldi/a-60522203> adresinden alındı
- Graves, L., & Cherebini, F. (2016). The rise of fact-checking sites in Europe. Oxford: Reuters Institute Digital News Report.
- GZT. (2023, Nisan 19). Rusya'nın Kırım'ı ilhaki . GZT-Mecra: <https://www.gzt.com/mecra/rusyanin-kirimi-ilhaki-3745525> adresinden alındı
- Habermas, J. (2006). Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. *Communication Theory*, 16(4), 411–426.
- Hirst, M., & Harrison, J. (2007). , Communication and New Media From Broadcast to NarrowCast. Oxford: Oxford University Press.
- İldem, T., & Ülgen, S. (2022, Şubat 24). Rusya'nın Ukrayna'yı İşgali . EDAM - Ekonomi ve Dış Araştırmalar Merkezi: <https://edam.org.tr/rusyanin-ukraynayı-ışgali/> adresinden alındı
- Ünver, A. (2020, Temmuz 6). Türkiye'de Doğruluk Kontrolü ve Doğrulama Kuruluşları. Edam: <https://edam.org.tr/siber-politikalar-ve-dijital-demokrasi/turkiye-de-dogruluk-kontrolu-ve-dogrulama-kuruluslari> adresinden alındı
- Köktürk, M. (2020). Post-Truth ya da Mağaraya Dönüş. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 35-55.
- Köseoğlu, Y., & Al, H. (2014). Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya . *Akademik İncelemeler Dergisi*, 103-125.
- Kılıç, M. (2021). Sosyal Medya ve Dezenformasyon. *Akademik İletişim Dergisi*, 26(1), 22-39.
- Kalamın, S. (2019). Yeni Medya ve Dijital Gözetim: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*, 575-594.
- Kalsın, D. D. (2021, Eylül 3). Anadolu Ajansı. Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/analiz/dezenformasyonla-mucadele-nasil-olmalı/2354464> adresinden alındı
- Kara, M. (2017, Mayıs 16). Google, aramalarda teyit.org'un bilgi doğrulama sonuçlarını öne çıkarmaya başladı. *webrazzi*: <http://www.webrazzi.com/2017/05/16/google-teyit-org> adresinden alındı
- Karaduman, S. (2019). Yeni Medya Okuryazarlığı: Yeni Beceriler/Olanaklar/Riskler. *Erciyes İletişim Dergisi*, 683-700.

- Karlova, N. A., & Fisher, K. E. (2013). A Social Diffusion Model of Misinformation and Disinformation for Understanding Human Information Behaviour. *Information Research*, 1-17.
- Kartal, M. (2013). Türkiye'de Sosyal Medya Raporu. *İletişim ve Diplomasi*, 159-165.
- Kavaklı, N. (2019). Yalan Haberle Mücadele ve İnternet Teyit/Doğrulama Platformları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 663-682.
- Kaya, M. F. (2022). Sosyal Medyanın Gelişim Ekseninde Mahremiyet Kavramı. A. Pakoğlu, & R. Gögen içinde, *Sosyal Medya ve Mahremiyet: Z Kuşağı* (s. 27-34). Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları.
- Keller, M. (2019). Media Literacy Education and Resistance to Misinformation: A Systematic Review. *Journal of Communication*, 69(6), 911-943.
- Kirschner, J. (1993). Manipülasyon ama Nasıl? İnsanları Etkilemenin ve Kullanmanın Sekiz Ana Kuralı (Çev. A. Arıtan). İstanbul: Arıtan Yayınevi.
- Kriter Dergisi. (2022). Kızıışan Ukrayna Krizi Dezenformasyon Mücadelesini Yine Artırdı. *Kriter Dergisi*, 65.
- Kuyucu, M. (2013). Yeni İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya ve Sosyal Medya Üzerine Bir Güncelleme. T. Karahisar içinde, *Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya* (s. 114-150). İstanbul: Zinde Yayınları.
- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., M., G. K., Menczer, F., & Zeitzoff, T. (2018). The Science of Fake News. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
- Lowrey, W. (2015). The emergence and development of news fact-checking sites. *Journalism Studies*, 376-394.
- Malumatfuruş. (2017). Yöntem. [malumatfurus.org: https://www.malumatfurus.org/yontem/](https://www.malumatfurus.org/yontem/) adresinden alındı
- Meraz, S., & Papacharissi, Z. (2012). Networked Gatekeeping and Networked Framing on Egypt. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2) 138-166.
- Mercimek, B., Yaman, N. D., Kelek, A., & Odabaşı, H. F. (2016). Dijital Dünyanın Yeni Gerçeği: Troller. *Trakya Eğitim Dergisi*, 67-77.
- Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2013). The state of the science of fake news: Challenges, opportunities, and recommendations. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 701-718.
- Misci, S. (2006). Yeni Medya Kullanımının Organizasyon Yapısı Üzerindeki Etkileri. *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı* (s. 128). İstanbul: Ufuk Kitapları.

- NATO. (2022, Şubat 16). Statement by NATO Defence Ministers on the situation in and around Ukraine. Statement by NATO Defence Ministers on the situation in and around Ukraine: https://www.nato.int/cps/en/natohq/official_texts_191931.htm adresinden alındı
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). Reuters Institute Digital News Report 2023. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Nyhan, B., & Reifler, J. (2010). When correction fails: the persistence of political misperception. *Political Behavior*, 303-330.
- Oktar, B. (2023). Yeni Medyada Dezenformasyonun Siyasi Etkileri. *Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Dergisi*, 48(2), 1-22.
- O'Reilly, T., & Milstein, S. (2011). The twitter book. Kaliforniya: O'Reilly Media, Inc.
- Önen, A. (2023). Enformasyon Dolaşımı ve Dezenformasyon Ekseninde Yeni Medya Haberciliği ve Teyit Platformlarının Çalışma Pratikleri. Yayınlanmış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Örsek, B. (2021, Şubat 25). Doğru Mu: Cumhurbaşkanlığı doğrulama platformu kuruyor, uzmanlar ne düşünüyor? . BBC Türkçe: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-56188115> adresinden alındı
- Özdemir, M., & Öztürk, S. (2022). Yeni medyada haber güvenilirliği sorunu: Üniversite öğrencilerinin sahte/yalan haberlere yönelik doğrulama refleksleri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 22(85), 1593-1618.
- Papacharissi, Z. (2010). A Private Sphere: Democracy in a Digital Age. Cambridge: Digital Media and. Cambridge: Polity Press.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2022). Debunking misinformation: The science of effective antidotes. *Psychological Science in the Public Interest*, 23(1), 1-61.
- Persily, N. (2017). The 2016 US Election: Can democracy survive the internet? *Journal of Democracy* , 28(2), s. 63-76.
- politifact.com. (2023). Stand up for the facts! Politifact: <https://www.politifact.com/> adresinden alındı
- Porghamrezaeieh, S. (2022). Hakikat Ötesi (Post-Truth) Olgusunun Haberin Gerçeklik Algısına Etkisi: İstanbul'da Bir Saha Araştırması Örneği. Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Poyraz, E. (2016). Sistem Kuramı Bağlamında Sosyal Medyanın İletişim Sürecine Etkisi. Konya: Çizgi Kitapevi.

- Rainsford, S. (2022, Şubat 22). Rusya - Ukrayna: Putin, ayrılıkçı Luhansk ve Donetsk bölgelerinin bağımsızlığını tanıdı. BBC News Türkçe: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-60452304> adresinden alındı
- Saka, E. (2017). Dijital Dönüşüm ve Gazetecilik için Yeni İş Modelleri. Yeni Medya Çalışmaları I (s. 11-40). içinde İstanbul: Taş Mektep Yayınları.
- Sarıoğlu, E. B. (2020). Yalan Haber, “Post-Truth” Kavramı ve Medya Üçlemesi: Geçmişten Günümüze Gündem Belirleyen Örnekler. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 377-397.
- Seçim, M. Ö. (2016). Sosyal Medyanın Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanılması: Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 422-434.
- Silverman, C. (2020). Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu Üzerine Doğrulama El Kitabı. İstanbul: Teyit.org.
- Sine, R., & Sarı, G. (2018). Profesyonel Gazetecilerin Gözünden Sosyal Medya ve Habercilik İlişkisi. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 364-384.
- Soysal, M. (2021). Hakikat ötesi, yalan haber ve kolektif belleği çarpıtma dinamikleri bağlamında 6-7 Eylül 1955 olayları üzerine bir değerlendirme. Belgi Dergisi, 2(2), 224-240.
- Sputniknews. (2022, Mart 14). Sputniknews. Sputniknews: <https://tr.sputniknews.com/amp/20220314/ukrayna-dezenformasyonu-suruyor-operasyonun-2-haftasindan- itibaren-yayinlanan- yalan-haberler-1054709797.html> adresinden alındı
- Stahl, B. C. (2006). On the Difference or Equality of Information, Misinformation, and Disinformation: A Critical Research Perspective. Informing Science: International Journal of an Emerging Transdiscipline, 83-89.
- Stassen, W. (2010). Your News in 140 Characters: Exploring The Role of Social Media in Journalism. Global Media Journal African Edition, 116-131.
- Stencel, M., & Griffin, R. (2018, Şubat 22). Fact-checking triples over four years. Duke Reporters' Lab: <https://reporterslab.org/fact-checking-triples-over-four-years/> adresinden alındı
- Szajkowski, B. (2011). Sosyal Medya Araçları ve Arap Baharı. Alternatif Politika, 420-432.
- Şafak, E. (2022, Şubat 1). Rusya – Ukrayna Krizi ve Bölgesel Yansımaları . Yakın Doğu Enstitüsü: <https://yde.neu.edu.tr/rusya-ukrayna-krizi-ve-bolgesel-yansimalari/> adresinden alındı

- Şahin, M., & Görgülü, A. A. (2019). Twitter Gazeteciliği Çalışmaları. H. Hülür, & C. Y. (Ed.) içinde, Bilgi, Doğruluk ve Twitter (s. 184-217). Ankara: Ütopya Yayınları.
- Şeberoğlu, A. (2021). Barış Pınarı Harekatı Sürecinde Anadolu Ajansı'nın Twitter Paylaşımları Çerçevesinde Dezenformasyon. Ankara: Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
- Şener, O. (2019, 06 10). Bilgi kirliliğine dair Gutenberg'den neler öğrenebiliriz? birgun.net: <https://www.birgun.net/haber-detay/bilgi-kirliligine-dair-gutenbergden-neler-ogrenebiliriz.html?amp> adresinden alındı
- Şimşek, V. (2018). Post-Truth ve Yeni Medya: Sosyal Medya Grupları Üzerinden Bir İnceleme. Global Media Journal TR Edition 8/16.
- Taşdemir, A. (2020). Dezenformasyon ve Etkileri. İletişim Araştırmaları Dergisi, 23(1), 1-22.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”: A typology of scholarly definitions. *New Media & Society*, 20(8), 2373-2389.
- Tandoc, E., Zheng, Y., & Ling, R. (2017). Defining fake news: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153.
- Temizer, M. (2023, Ocak 30). Polonya'ya giriş yapan Ukraynalı mülteci sayısı 9,5 milyonu geçti . Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/polonyaya-giris-yapan-ukraynali-multeci-sayisi-9-5-milyonu-gecti/2801328> adresinden alındı
- Teyit.org. (2019). Ne Yapıyoruz? Teyit.org: teyit.org/factory adresinden alındı
- Teyitorg. (2022, Şubat 22). Teyitorg. Teyitorg: <https://teyit.org/2022-ukrayna-rusya-catismasi> adresinden alındı
- Toktay, Y. (2019). Sosyal Medyada Dezenformasyon, Manipülasyon ve Propaganda Etkisi: Zeytin Dalı Harekatı Örneği. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul, Türkiye: Marmara Üniversitesi.
- Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., . . . Nyhan, B. (2018). *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature*. Kaliforniya: Hewlett Foundation.
- Turan, C. (2015). Açıklığın Yanılsaması: Dezenformasyon Çağımızın Kitle İmha Silahı mı? Akademik Bilişim Konferansı. Yayın No:4286280.
- Twitter. (2023, Haziran 29). Tweet Metni. Twitter: https://twitter.com/Write/status/1674221120495685635?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1674221120495685635%7Ctwgr%5Eff86289a3dc8f8e6ae99e9c43ed1fa42d8067f64%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.diken.com.tr%2Ftwitterda-karakter-si adresinden alındı

- Uluk, M. (2018). Yeni Medyada Yalan Haber ve Hakikat Sonrası Çağ: Doğrulama Platformu Olarak teyit.org Örneği Üzerine Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Urbani, S. (2019). Verifying Online Information. Berlin: First Draft.
- Utma, S. (2018). Mahremiyet Olgusu ve Sosyal Medyada Mahremiyetin Serüveni. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 1193-1204.
- Uzunoğlu, S. (2017). Keyes'in Gözünden Post-Gerçek: Görmezden Geline Yalanlar Çağı. Varlık Dergisi, 11-14.
- Uzunoğlu, S., & Uyar, V. (2021). Türkiye'de Doğru Bilgiyi Aramak: Çöldeki Vahanın Peşinde. News Lab Turkey: <https://www.newslabturkey.org/turkiyede-dogru-bilgiyi-aramak/> adresinden alındı
- Uğurlu, E. G. (2013). Tarih ve Kavram Olarak Yeni İletişim Teknolojileri. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını, 2-22.
- Vatandaş, S. (2015). Sosyal Medyanın Anlam ve Öneminin Cinsiyetler Bağlamında İncelenmesi. Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 12-24.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. Science, 1146-1151.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward and Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking. Council of Europe Report DGI 09.
- We Are Social. (2023). Digital 2023. London: We Are Social Ltd.
- Yüksel, E. (2004). Medya Güvenlik Kurulu. Eskişehir: Sinemis Yayınları.
- Yalansavar. (2022). Neden Yalansavar? Yalansavar.org: <https://yalansavar.org/about/> adresinden alındı
- Yavuz, T. (2021, Nisan 9). 5 soruda Rusya-Ukrayna krizi . Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/5-soruda-rusya-ukrayna-krizi/2203164> adresinden alındı
- Yegen, C. (2018). Doğru Haber Alma Hakkı ve Sosyal Medya Dezenformasyonunu Doğruluk Payı ve Yalansavar ile Tartışmak . Erciyes İletişim Dergisi, 101-121.
- Yel, N. (2018). Sosyal Medyanın Kötü Çocuğu: Yalan Haber. Herkese Bilim Teknoloji. Academia. adresinden alındı
- Yengin, D. (2014). Yeni Medya Dokunmatik Toplum. İstanbul: Derin Yayınları.

ÖZGEÇMİŞ

Ad ve Soyad:

Abdul Kadir Korkmaz

Eğitim:

2017 – 2021	İstanbul Medipol Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık (Lisans)
2022-2024	İbn Haldun Üniversitesi Radyo Televizyon ve Sinema Programı (Yüksek Lisans)

İş Deneyimi:

2018 – 2020	MÜSİAD Genel Merkezi – Kurumsal İletişim Asistanı
2020 – Halen	Opinion Dijital Medya Ajansı – Sosyal Medya Uzmanı