



Araştırma Makalesi - Research Article

Sosyal Medya Savaşlarında Yeni Bir Kavram: Rusya-Ukrayna Savaşı Özelinde Dijital Ambargo

A New Concept in Social Media Wars: Russia-Ukraine War and Digital Embargo

Mustafa Fidan^{1*}, Ensar Lokmanoglu²

Geliş / Received: 08/11/2022

Revize / Revised: 15/03/2023

Kabul / Accepted: 28/03/2023

ÖZ

Makale, merkezine dijital ambargo kavramını almaktadır. Rusya ile Ukrayna arasında yaşanan savaşın bir cephesi olarak öne çıkan dijital medya, savaşın sahadaki sonucuna doğrudan etki etmese de dünya kamuoyunda sürecin algılanması noktasında önemli bir işlev görmüştür. Algı ve propaganda faaliyetleri özellikle savaş dönemi gibi güçlerin çatıştığı ve meşruiyetin yeniden inşa edildiği dönemlerde elzem bir ihtiyaç olarak öne çıkmaktadır; bu doğrultuda medya ve iletişim faaliyetleri de önem kazanmaktadır. Neredeyse tamamı Batı (ABD) kökenli olan sosyal medya mecraları ve dijital uygulamaların, bu süreçte Rusya devletinin iletişim faaliyetlerini propaganda ve provokasyon yapıldığı gerekçesiyle kısıtlaması ve engellemesi birçok tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Google, Microsoft ve Netflix gibi sosyal medya mecrası ve dijital medya uygulamalarının başta Rusya'yla ilişkili haber kanalları olmak üzere Rusya genelinde faaliyetlerini durdurma, kısıtlama veya engelleme gibi kararlar alması bireylerin bilgi ve haber alma özgürlüğü tartışmasını yeniden gündeme taşımıştır. Küresel anlamda kamuoyu oluşturma, gerçekliği yeniden inşa etme, haber alma ve haberdar etme konusunda neredeyse başat medya konumundaki sosyal medya şirketlerinin, bölgesel savaşlarda siyasi bir duruş sergilediği görülmüştür. Batı'nın müttefiki durumundaki Ukrayna'dan yana tavır alarak Rusya'ya binevi (dijital) savaş ilan eden ve dijital medya uygulamalarının bu tavrı dijital ambargo kavramını ortaya çıkarmıştır. Bir derleme çalışması olan bu makalede, çeşitli örnekler listelenerek Rusya'ya karşı yürütülen dijital ambargo konusu etraflıca değerlendirilmiş ve gelecekteki olası anlaşmazlık, çatışma ve savaşlarda benzer gelişmelerin yaşanması ihtimaline karşı ortaya konulması gereken politikalar tartışılmıştır. Akademik bir kavramdan ziyade güncel politik bir kavram olması itibarıyla dijital ambargo kavramının literatür yönünden zayıf kaldığı görülmüş, bu çalışmayla dijital ambargo kavramının literatürde yer alması ve farklı çalışmalarla ile zenginlik kazanacak bir yer edinmesi amaçlanmıştır. Söz konusu bu detay çalışmanın özgün değeri olarak da öne çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler- Medya, Dijital Medya, Sosyal Medya, Dijital Ambargo

¹ Sorumlu yazar iletişim: trmustafafidan@gmail.com (<https://orcid.org/0000-0002-6787-8526>)

Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Doktora Öğrencisi

² İletişim: elokmanoglu@subu.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-1597-3433>)

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sakarya Meslek Yüksekokulu

* Bu çalışmanın sunumu 28-29 Temmuz 2020 tarihinde online olarak düzenlenen ITICAM (International Trends and Issues in Communication & Media Conference) Kongresinde yapılmıştır.

ABSTRACT

The article takes the concept of digital embargo at its center. digital media has come to the fore as a front of the war between Russia and Ukraine. Although this situation does not directly affect the outcome of the war on the ground, it plays an important role in the perception of the process in the world public opinion. The ban on social media and digital applications, almost all of which are of Western (USA) origin, on the grounds of propaganda and provocation by the Russian, has been discussed a lot. Social media channels such as Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Google, Microsoft and Netflix, and digital media applications' decisions to stop, restrict or block their activities throughout Russia, especially news channels associated with the Russian state, restricted the freedom of information and news of individuals. It has been seen that social media companies, which are almost the dominant media in creating public opinion, reconstructing reality, getting news and informing, have taken a political stance in regional wars. This attitude of social media applications, which almost declared (digital) war on Russia, has revealed the concept of digital embargo. It has been seen that the concept of digital embargo is weak in terms of literature, as it is a current political concept rather than an academic concept. With this study, it is aimed to include the concept of digital embargo in the literature and to gain a place that will enrich with different studies. This detail also stands out as the original value of the study.

Keywords- Media, Digital Media, Social Media, Digital Embargo

İ.GİRİŞ

Savaşlar, dönemin imkanlarına göre yeni cephelerin açılmasıyla sürdürülen karşılıklı çatışma durumudur. Bu çatışmalarda tarafların gücü eşit olabileceği gibi, güçlerin asimetrik dağılımı da söz konusu olabilir. Bazen güçlerin denk olduğu alanlar çoğunlukta olmasına rağmen çatışmanın yaşandığı dönemin şartlarına uygun biçimde açılan yeni bir cephe, taraflardan birisine üstünlük sağlayabilmektedir. Haberleşmeden ulaşımaya kadar günümüzde kullanılan birçok teknolojinin çıkış noktası askeri savunma ve saldırı ihtiyaçlarından doğmuştur. Çağımızın belirleyeni olan bilgisayar ve internet teknolojilerinin çıkış noktası da yine askeri ihtiyaçlar olmuştur. Rusya-Ukrayna savaşı sahada tüm hızı ve yıkıcılığıyla devam ederken, günümüz dijital dünyasının doğal bir sonucu olarak dijital alan da adeta askeri bir cephe olarak varlığını göstermektedir. Savaş sahada her ne kadar Rusya ve Ukrayna orduları arasında cereyan etmiş olsa da savaşın gidişatı göstermektedir ki, savaş esasında Rusya ile Batı dünyası arasındadır. Savaşın bölgesel olmaktan çıkıp küresel bir nitelik taşımaya başlamasıyla beraber dijital medya/sosyal medya da güçlerin çatışma alanı olarak devreye girmiştir. Ukrayna, Batı'nın hem siyasi hem de askeri desteğini alırken; Rusya ise bu süreçte dijital bir ambargonun muhatabı olmuştur. Küresel ölçekte kullanılan ve ulusüstü bir güç odağı haline gelen birçok dijital uygulama ve sosyal medya platformu savaşın başlamasıyla beraber Rusya'ya bazı dijital noktalara erişimini kısıtlamış ya da sonlandırmıştır. Bu durum karşısında Rusya ise birçok sosyal medya mecrasının erişimini ülke genelinde sonlandırmıştır. Bu noktada dikkat çeken husus ise Rusya'nın dijital yaptırım kararları yalnızca Rus kamuoyunu etkilerken, Batı'nın almış olduğu dijital yaptırım/ambargo kararları dünya kamuoyunu etkileyen bir boyutta olmuştur. Savaşın bu dijital cephesindeki karşılıklı yaptırımlar, günümüzün en önemli haber alma mecralarından birisi haline gelen sosyal medyaya erişimi neredeyse sonlandırmıştır. Savaşın sahadaki gidişatına büyük oranda etkisi olmasa da özellikle psikolojik harp anlamında etkili olan bu yeni cephe (dijital ambargo) Batı'nın karşısında yer alacak olan her türlü güç odağı, siyasi oluşum ve söylemin özgür mecra olarak anılan sosyal medya tarafından aforoz edilip küresel arenadan soyutlanabileceği ihtimalini göstermiştir.

Dijital medya uygulamaları, sosyal medya şirketleri ve bankacılık sektörü Rusya-Ukrayna Savaşı'nda Rusya'nın saldırgan tavrına ve dezenformasyon yayarak kitleleri manipüle ettiği iddialarına dayanarak Rus devleti ve halkıyla ilgili yaptırım kararları almıştır. Bu yaptırım kararları dijital medya uygulamalarına erişimin kısıtlanması ya da tamamen engellenmesi gibi seçenekleri içermektedir. Rusya da çeşitli gerekçeler öne sürerek başta Meta şirketine bağlı Facebook ve Instagram olmak üzere birçok sosyal medya uygulamasının Rusya'daki erişimini engellemiştir. Çeşitli gerekçelere dayandırılıyor olmasına rağmen bir taraftan dijital medya şirketlerinin diğer yandan ise Rus hükümetinin kısıtlayıcı ve engelleyici politikaları, nihai noktada insanları sosyal medyaya ve daha önemlisi bilgiye/habere ulaşımından mahrum etmektedir. Çalışmadaki amaç, medyanın dördüncü güç olduğu günümüz demokratik dünya anlayışına ters düşen sosyal medya kısıtlanması ve engelleme sürecini, dijital ambargo kavramıyla tartışmaya açmaktır.

Dijital ambargo cephesinde açılan savaşta ilk olarak karşı tarafın söylemi öldürülür. Dünya kamuoyunda karşı tarafında söylemi, manipülasyon ve provokasyona yol açtığı gerekçesiyle susturulup bastırılır. Ulusötesi şirketler olup herhangi bir hükümeti temsil etmediği iddiasındaki sosyal medya platformları, olası savaşlarda Batılı hükümetlerin silahı haline gelmekte; bu sonuç, sosyal medyaya siyasal bir kimlik atfetmektedir. Bu durum da göstermektedir ki, Batılı ülkelerin söylemi hatalı olsa bile, bu söyleme karşı söylem üretildiğinde dijital medya platformları birer yaptırım alanı halini almaktadır. Bu realite, ulusal aktörlere Batı ile çıkarlarını

her zaman Batı lehinde geliştirmeleri gerektiği yönünde adeta telkinde bulunmaktadır. Batıyı karşısına alan devlet ya da aktörün söylemi küresel ölçekteki kamusal alandan silinmektedir.

Çalışmaya ilişkin bir diğer önemli nokta şudur ki, dijital ambargo kavramına yeni bir pencere açmaktadır. Akademik bir geçmiş olmayan, daha ziyade güncel politik bir kavram olarak son gelişmelere ilişkin dile getirilen dijital ambargo kavramına dair akademik literature dayalı bir arka plan bulunmamaktadır. Bu durum, çalışmanın dijital ambargo kavramı özelinde literatür kısmının kısıtlı olmasına yol açmaktadır. Bu eksiklik, çalışmanın merkezine dijital ambargo kavramını alıp bu kavrama ilişkin güncel bir örnek dahil edilerek literatürü kazandırabilme amacıyla giderilmeye çalışılacaktır. Böylece yeni bir kavram olan dijital ambargo kavramı akademik bir metinde tartışılarak ilerleyen süreçteki akademik çalışmalarla zenginleştirilebilmesine zemin hazırlanacaktır.

Rusya-Ukrayna Savaşı ile beraber sosyal medya şirketlerinin aldığı tavır ve uyguladığı dijital ambargo, bazı varsayımları beraberinde getirmiştir;

1 – Dijital iletişim teknolojileri ve sosyal medya platformları yaşanan savaşların bir cephesi haline dönüşmüştür.

2 – Küresel anlamdaki kamusal söylemin üretim ve ifade alanı olan sosyal medya, siyasi bir yaptırım aracına dönüşerek bazı söylemleri bastırmaktadır.

3 – Ulusötesi ve hükümetler üstü gibi sıfatlarla anılan yeni medya (dijital medya, sosyal medya), bu yönüyle tartışmaya açıktır.

4 – Çoğunluğu Batı kökenli olan sosyal medya uygulamaları, Batı'nın çıkarları gereği bir siyasal sansür ve siyasal yaptırım aracı halini almaktadır.

5 – Daha önce savaş, çatışma ya da iç isyan dönemlerinde hükümetler sosyal medya erişimini kısıtlamış ya da durdurmuştur. Fakat Rusya-Ukrayna savaşıyla beraber ilk kez sosyal medya uygulama ve şirketleri, doğrudan kısıtlama ve erişim engeline gitmiştir. Demokratik yönüyle birçok çalışmaya konu olan sosyal medya mecralarının, dezenformasyonu engelleme gerekçesiyle olsa da erişim engeli uygulaması politik çıkar konusunu gündeme getirmiştir.

6 – Sosyal medya şirketleri, Rus hükümetinin sosyal medya aracılığıyla provokatif ve manipülatif söylemi yaydığı iddiasıyla Rus halkına bazı mecra ve uygulamaları yasaklamıştır. Oysaki yeni medyaya yön veren bu şirketlerin provokatif söylemi tespit edip, bu gibi durumlara karşın güvenlik önlemleri alması beklenmektedir.

7 – Habere ulaşım hakkını engelleyen sosyal medya mecraları ve anlayışı, ne kadar demokratik oldukları konusunda yeniden tartışmaya açılabilir.

8 – Sosyal medya şirketlerinin aldığı erişimi kısıtlama ve engelleme kararının devamında Rus hükümetinin de birçok sosyal medya mecrasına erişimi engelleme kararı Rus halkının dış dünya ile bağlantısı kesmektedir. Böylece Rus halkı, manipülatif olduğu iddia edilen Rus hükümetinin söylem alanına hapsedilmektedir.

II. SAVAŞ, PROPAGANDA VE KAMUOYU

Propaganda, kamuoyu ve ikna kavramları birbiriyle yakından ilgili kavramlardır. Latince 'publicus' (halk) ve 'opinion' kelimelerinin birleşiminde türeyen public opinion (kamuoyu) kavramı, kanaat ortamı anlamına gelmektedir. Propagandanın başarılı şekilde yürütülebilmesi ve inananın gerçekleşmesi için kamuoyunun iyi bilinmesi gerekir. Bu doğrultuda ele alındığında görülmektedir ki kamuoyu hem siyasal hem de toplumsal bakımdan çok güçlüdür. En genel tanımıyla propaganda, kitlelerin (ve tabii ki bireylerin) duygu ve düşüncelerini etkileyerek onların davranışlarını değiştirmek ve belli bir yöne yönlendirmek demektir. Propaganda; Bir fikir veya harekete taraftar kazandırmak, düşünce, kanaat ve değer hükümlerini değiştirmek, davranış tarzlarını istenen yönde etkilemek amacıyla söz, yazı benzeri yollarla yapılan çalışmalardır (Ayverdi, 2011:1004). Propaganda, bu amaçla hazırlanan bir iletiler bütünüdür. Edward Bernays, propaganda kelimesinin akılda hoş bir çağrışım taşımadığının altını çizer. "Ama yine de" der, "Propagandanın iyi ya da kötü olduğu, teşvik edilen yönlendirmeye ve yayılan bilginin doğruluğuna bağlıdır" (Bernays, 1928:20). Bernays, Funk and Wagnalls Sözlüğü'nden yola çıkarak propagandanın dört farklı tanımını aktarır aynı eserinde; (1) Dış misyonların gözetmenleri olan bir kardinaller topluluğu; ayrıca Papa Urban tarafından 1627'de misyoner rahiplerin eğitimi için kurulan Roma'daki Propaganda Kolajı; (2) Bir doktrini veya sistemi yaymak için herhangi bir kurum veya plan; (3) Sistematik olarak bir görüş veya bir eylem planı için kamu desteği kazanmaya yönelik çaba; (4) Propaganda tarafından geliştirilen ilkeler (1928:21). İletişim çalışmalarının kurucu isimlerinden olan Harold Lasswell, Birinci Dünya Savaşı sürecini propaganda kavramı üzerinden değerlendirdiği Dünya Savaşında Propaganda Teknikleri (1938) adlı eserinde önemli tanımlara yer verir. Lasswell propagandayı modern dünya

toplumunun yeni dinamiği olarak tanımlar. Çağın aşırılıklarına karşı verilen bir taviz olarak ifade ettiği propagandanın bu dinamik yapısını iktidarın alt bölümlere ayrılmasına ve zorlayıcı bir baskıdan ziyade yönlendirici bir algıyla hükmetmesine bağlar (Lasswell, 1938:220). Lasswell'in bu görüşü ile Foucault'nun iktidar üzerine görüşleri benzerlik gösterir. Michel Foucault, iktidarı "başkalarının eylemleri üzerinde eylemde bulunma imkanı" olarak tanımladıktan sonra iktidarı ilişkilerinin toplumsal tabakalar içinde kök saldığını belirtir. Fakat iktidarın, toplumun her aşamasına sirayet eden tek elden bir iktidar olmadığını altını çizer; çeşitli iktidar yapıları toplumsal yapı içerisinde bir arada yaşamaktadır (Foucault, 2014:79).

Efkar-ı Umûmiye şeklinde de ifade edilen kamuoyu, halkın benimsemiş olduğu, halkı tamamen ilgilendiren ortak görüşe verilen isimdir. En genel tanımıyla kamuoyu, "Bir mesele hakkında halkın fikri, düşüncesi, kanaati, halkoyu" demektir (Ayverdi, 2011:615). Kamuoyu kavramı sıkça tartışılıp bir dönem tedavülden kaldırılması gündeme gelse de, yeri doldurulamayan bir kavram olarak daha da önem kazanmıştır. Jürgen Habermas, Kamusalın Yapısal Dönüşümü kitabında bu durumu şöyle özetler; "Kamuoyu sözcüğü yalnızca günlük dilde kullanılmıyor; besbelli hukuk, politika ve toplumbilim gibi bilim dalları da kamuoyu gibi geleneksel kategorilerin yerine daha kesin tanımlamalar bulmaktan acizler". Habermas, kamuoyu tanımını aynı eserinde şu şekilde aktarır; "Kamuoyu, insanların aynı toplumsal gruba mensup olduklarında bir mesele hakkında alacakları tavra işaret eder" (2003:392). Elizabeth Noelle Naumann 'Kamuoyu' adlı eserinde kamuoyunu tanımlarken, kamuoyuna yönelik yapılan tanımların kesinliği olmaması sebebiyle kamuoyu kavramının daha da parçalanıp kullanılmaz hale geldiğini belirtir. Kendisi de bir yaklaşım geliştiren Neumann'a göre kamuoyunun oluşum ve gelişim sürecinin merkezinde suskunluk sarmalı yer almaktadır (1995:83).

İletişim çalışmaları da merkezine kamuoyunu almakta, kitle iletişim araçlarının etkisinin kamuoyunu ne denli etkilediği üzerine kurmaktadır. 1920'ler itibarıyla başlayan iletişim çalışmalarında sırasıyla güçlü etki, sınırlı etki ve güçlü etkilere yeniden dönüş gibi değerlendirmeler iletişim araçlarıyla kamuoyu arasındaki etkileşimin çözümlemesine referans olmaktadır. Özellikle savaş dönemlerinde, öteki yaratmak ya da öteki üzerinden varlığını yeniden inşa edip iç kamuoyunu motive etmek amacıyla propaganda çalışmalarına sık sık başvurulur. Propagandanın en tipik örneklerinin, otoriter liderler ve savaş dönemleri ile anılmasının sebebi de budur. Tüm tanımların ötesinde propaganda çalışması örneklerinin izini sürmek bile göstermektedir ki, propaganda modern dünyadaki en güçlü araçlardan birisidir.

Rusya ile Ukrayna arasında yaşanan savaşa dair oluşan küresel kamuoyu, Rusya'nın saldırgan ve işgalci tavrı nedeniyle Ukrayna lehine gelişmiştir. Ukrayna'da sivillerin zarar görmesi, Batı kamuoyunun Rusya karşıtı sert bir tavır almasına zemin hazırlamıştır. Ancak yakın tarihsel dönemlerde gerçekleşen birçok savaş, iç çatışma, isyan veya askeri darbeye sivillerin hedef alınması; despot yönetimlerin saldırgan politikalar geliştirmesi bu denli küresel bir kamuoyu oluşmasına neden olmamıştır. Bu noktada Batı'nın politik tavrı ve medyanın (dijital uygulamalar ve sosyal medya da dahil) oynadığı rol, Rusya-Ukrayna savaşına ayrı bir parantez açılmasına neden olmaktadır. Bu parantezin içeri özel kılan, savaşın propaganda aracılığıyla kamuoyu oluşturma evresine eşlik eden yeni bir tanımın ortaya çıkmasıdır; bu yeni tanım dijital ambargo kavramıdır.

III. AMBARGO KAVRAMINDAN DİJİTAL AMBARGOYA

Kelime olarak Fransızca embargo kelimesinden dilimize geçen ambargo kavramı, tanım itibarıyla, "Bir mal, para veya eşyanın satılmasını, kullanılmasını, başka bir yere naklini yasaklayan kanuni emir" anlamına gelmektedir (Ayverdi, 2011:51). Aynı şekilde ambargo koymak da, herhangi bir mal veya hizmetin serbest hareket etmesini yasaklamak, engellemek şeklinde tanımlanmaktadır. Kelime anlamı olarak yaptırım, kısıtlama ve yasaklama anlamına gelen tanımlara sahip olan ambargo kavramı, çeşitli dönemlerde çeşitli alanlarda varlık göstermiştir.

Tam veya kısmi olabilen birçok farklı ambargo türü vardır:

- İhracat ve/veya ithalatın yasaklanması veya sınırlandırılması.
- Miktar için kota oluşturma
- Mallara ve/veya hizmetlere özel vergiler koymak
- Yükün, nakliye araçlarının veya uçakların bir ülkenin topraklarında, hava sahasında veya sularında seyahat etmesinin yasaklanması
- Banka hesaplarının dondurulması veya ele geçirilmesi
- Belirli teknolojilerin veya yüksek teknoloji ürünlerinin teslimatını sınırlamak

Kota koymak, yaptırım uygulamak ve ambargo koymak bir ülkenin bir diğere ülkeye yönelik caydırıcılığı amaçlayan uygulamalarıdır. Kota, bir ülkeye girmesine izin verilen malın miktarını belirler ve ürünlerin vergilendirmesi dahi bir kota koyma biçimi olarak işlev görebilir. Ambargo ise bir ülkeye belirli bir

malın getirilmesine karşı uygulanan topyekün bir yasaklamadır. Yapılan bazı çalışmaların sonucu, ambargonun ekonomik büyüme üzerinde negatif etkisi olduğunu göstermektedir (Yurttaşıkılmaz, Aali ve Emsen; 2012:182).

İletişim bilimine uyarlanmış haliyle ambargo kavramından söz etmek de mümkündür. Tanım, medya ve iletişim sözlüğünde şu şekilde aktarılır, “Ambargo, belirli bir tarihten önce bir enformasyonun yayınlanmaması ya da hiçbir şekilde yayınlanmaması için yapılan taleptir. Ambargolar hükümetler ve şirketler tarafından haberlerin zamanlamasını kontrol etmek ve medya ürünlerinin erişime açılmadan önce değerlendirmecilere sunulması için kullanılır. Ambargoya uyulmazsa uygulanacak ceza bu sunuş esnasında bildirilir (Chandler ve Munday, 2018:20). Servis edilen bir haberin belirlenen zamandan önce yayınlanmaması için çeşitli iktidar yapıları tarafından belirtilen talep ve yapılan baskı da habercilik alanında ambargo adıyla anılmaktadır. Ambargo uygulamak, politik bir gücün tezahürüdür. Çeşitli ambargo türleri, özellikle merkez ülkeler tarafından çevre ülkelere yönelik gerek savaş dönemlerinde gerekse savaş boyutunda olmayan siyasi gerilim dönemlerinde uygulanmaktadır. Silah ambargosu, petrol ambargosu, ithalat ambargosu, ticaret ambargosu, tıbbi malzeme (sağlık) ambargosu, ambargo türleri arasında ilk akla gelenlerdir. Dönemin şartları ve yeni ortamları itibariyle ambargo biçimleri değişmekte, çeşitleri artmaktadır. Çalışmanın merkezinde yer alan dijital ambargo kavramı da doğuşunu bu tür bir dönemin gerekliliğine borçludur. Ülkeler arasındaki olumsuz siyasi veya ekonomik koşulların bir sonucu olarak uygulanan ambargolar, genellikle müttefik gruplar tarafından aynı anda uygulanır. Bazı ambargolar, belirli kişilerin veya şirketlerin banka hesaplarının dondurulması veya turist vizesi vermeyi reddetme gibi gruba ya da kişiye yönelik önlemleri de içerebilir.

Ambargo yalnızca uluslararası ilişkilerde maddi ürünler ya da imkanlar üzerinden uygulanan teknik bir süreç değildir. Yarı metaforik anlam kazandığı, bilgiye erişimi yasaklama ve haber alma/verme hürriyetinden yoksun etme durumları da binevi ambargo olarak adlandırılır. Konuşma ve fikirleri ifade etme özgürlüğü, fikirleri sözlü ya da yazılı/basılı olarak ifade etme ve yayma hürriyetine getirilen kısıtlama ve yasaklamalara tarihte sıkça rastlanmıştır ve bu tür kısıtlama ve yasaklamalar da bir ambargo olarak kavramsallaştırılmıştır. Basılı eserlere uygulanan ambargonun tarihçesi neredeyse basılı eser üretimin başladığı, matbaanın yaygınlaştığı yıllara dayanır. Tarihsel süreçte bakıldığında 13 Haziran 1521’de Fransız Parlamentosu’nun Paris Üniversitesi Teoloji fakültesi tarafından onaylanmamış metinlerin basımı ve satışına yönelik ambargo uygulandığı görülür (Thompson, 2008:94). Bu ambargo örneği, fikir ürünlerine uygulanan ilk ambargo olarak kabul edilir ve bu çalışmada tartışacağımız dijital ambargo kavramının arkaik biçimi olarak ele alınabilir. Ambargo somut ticari ürünler ve soyut fikir ürünlerine uygulanabileceği gibi insan yaşamı üzerine de uygulanabilir. Zygmunt Bauman, Modernite ve Holocaust (1997) adlı kitabında, gettoda yaşamak zorunda kalan bir tanığın ifadesini şöyle aktarır; “Tam soyutlama, dış basına ambargo koyma ve dış dünyayla tüm bağlantının kesilmesinin Yahudi toplumuyla ilgili, kendine özgü bir amacı ve etkisi vardı. Duvarların öte yanında olan biten her şey yavaş yavaş daha uzak, bulanık ve yabancı hale geldi” (1997:188). Bilgiye, habere, haber alma ve haberdar etme özgürlüğüne ambargo uygulanması kişiyi, grubu veya toplumu dış dünyadan soyutlar. Böylece hem ambargonun muhatabı olan kitle hem de dış dünya, ambargoyu uygulayanın sunduğu gerçekliğe hapsolmek zorunda kalır.

Literatürde dijital ambargoya yönelik tanımlar az sayıdadır. Dijital ambargo, güncel politikada dile getirilmeye başlanan bir kavram olması itibariyle daha çok haber metinlerinde yer almaktadır. Buna bir örnek vermek gerekirse; Alman yazılım firması SAP’ın (Systems Analysis and Program Development) Türkiye dahil birçok ülkede yazılım desteği verdiği firmalara "SAP yazılımını İran'a yönelik ticari işlemlerde kullanmayın" uyarısında bulunması, dijital ambargo olarak haber metinlerinde yer almıştır. Birçok hukuki tartışmayı da beraberinde getiren bu süreç, Rusya-Ukrayna savaşı esnasında dijital medya şirketlerinin aldıkları kararlarla daha farklı ve daha geniş kapsamlı bir yöne evrilmiştir. Bu doğrultuda tanımamak gerekirse dijital ambargo; Batı kökenli olan sosyal medya uygulamaları ve dijital medya şirketlerinin, Batı’nın siyasi çıkarı doğrultusunda Batı politikasıyla ters düşen veya uyumsuz hareket eden aktör, hükümet, devletler ve halklarına yönelik dijital uygulama ve hizmetlere erişimin kısıtlanması ya da tamamen engellenmesi girişimidir. Haberleşmenin önemli bir aracı ve alanı olan dijital iletişim araçlarında politik sebepli yaşanan bu iletişimsel engelleme ve ambargolar, hükümetler üstü olarak tanımlanana dijital medya şirketlerinin bazı durumlarda, özellikle bağlı oldukları Batılı hükümetlerin siyasi çizgisi doğrultusunda yol izlediğini göstermektedir.

IV.RUSYA-UKRAYNA SAVAŞI, SOSYAL MEDYA VE DİJİTAL AMBARGO

Dijital çağla beraber enformasyon akışı ve bilginin gücü de farklı bir mahiyet kazanmıştır. Bilgi güçtür şiarından yola çıkarak söylenebilir ki, bilgiye hakim olan güce hakim olur. Bu noktada enformasyon ve enformasyon üstünlüğünün önemi artmaktadır. Yakın geçmiş ve günümüz savaşlarında adı sıkça anılan sosyal medya savaşları kavramının öncesi enformasyon savaşı kavramına dayanmaktadır. Enformasyon savaşı kavramının kullanımı 1976 yılına dayanır. Hazırlanan bir raporda "Rakibin bilgi akışını bozarken, kendimizinkini koruma ve geliştirme" şeklinde aktarılan enformasyon savaşı bir kriz durumunda veya çatışma anında uygulamaya konulan enformasyon harekâtıyla birlikte anılmaktadır. En kapsamlı tanımı itibariyle enformasyon savaşı, 2016 yılında yayınlanan Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms raporunda şu şekilde yer alır; “Sahip olunan enformasyonu, enformasyona dayalı süreçleri, enformasyon

sistemlerini ve bilgisayar tabanlı ağları güçlendirip savunurken, hasma ait bilgileri, bilgi tabanlı süreçleri, bilgi sistemlerini ve bilgisayar tabanlı ağları etkileyerek bilgi üstünlüğü elde etmek için yapılan eylemlerdir” (US DOD, 2016:230).

ABD Ordusu için hazırlanan bir raporda, enformasyon savaşı “iki veya daha fazla grup arasında, enformasyon ortamında gerçekleşen çatışma ya da mücadele” olarak tanımlanmış ve enformasyon ortamının sosyal ağlar ile siber uzayın birleşiminden oluştuğu vurgulanmıştır (Mete, 2021:24). Enformasyon savaşının bir alt cephesi olan sosyal medya savaşı, hükümetler veya şirketler gibi belirli aktörlere kalıcı zarar vermek amacıyla sosyal medyanın bir tür silah olarak kullanılmasını ifade eder. Politik, ekonomik, sosyal veya kültürel bir gündemi planlı bir doğrultuda ilerletmek için çeşitli stratejiler ve taktiklerle teknolojik araçlar kullanılmaktadır.

ABD (Batı), 1937’de Çin işgaline hazırlanan Japonya’ya ekonomik ambargo; 1974’te Türkiye’ye silah ambargosu; 2009’dan itibaren bazı dönemlerde Çin’e ticari ambargo uygulamıştır. Geniş bir tarihsel süreçte düşman ülkeler ve uygulanan ambargonun alanı ve türü değişse de değişmeyen tek şey vardır; ambargonun politik bir araç olarak özellikle siyasi kriz, çatışma ve savaş dönemlerinde sık sık kullanılması. 2022 yılında tüm bu ambargo türlerine bir yenisi daha eklenmek üzere; dijital ambargo. Bu kez karşıt görüş olan öteki, Rusya devletidir. 2022 yılının Şubat ayında sıcak çatışma ve savaşa dönmüş sürecin başlangıcı Donbas Savaşı’na dayanmaktadır. Donbas Savaşı (ya da Ukrayna’nın doğusundaki savaş), Rusya destekli Novorossiya Federal Devleti ile Ukrayna Silahlı Kuvvetleri arasında 6 Nisan 2014’ten beri Ukrayna’nın Donbas bölgesinde sürmekte olan savaştır. Bu çatışmanın arka planında ise Ukrayna’nın Rus tehlikesine karşı Avrupa Birliği ve NATO’ya dahil olma tartışmaları yatmaktadır. Batı dünyası Ukrayna’yı, Rusya’nın yayılcı politikalarına karşı bir tampon bölge görüp kendi bünyelerine dahil etmek istemesi, Rusya-Ukrayna Savaşı’nda Ukrayna’yı Batı’nın bir uzantısı ve müttefiki konumuna getirmektedir. Rusya-Ukrayna Savaşı’nın önemli mücadele alanlarından olan sosyal medyada dezenformasyon ve manipülasyonun önüne geçmek, doğru bilgiye daha kolay ve etkili ulaşabilmek adına #StopFake hashtag’i ile sosyal medyada bir çalışma başlatılmıştır.

Ukrayna’nın Rusya ile savaşındaki sosyal medya cephesinde önemli bir üstünlüğü olduğu dikkat çekmektedir. Bu üstünlüğü sağlamasında, çoğu Batı kökenli ve merkezli olan sosyal medya şirket ve uygulamalarının, Rusya’nın söylem ve propagandalarını engellerken Ukrayna’nın söylem ve propagandalarını öne çıkartarak dolaşıma sokması etkili olmuştur. Bunun öncesinde Ukrayna’nın haksız şekilde işgal edilmesi ve Rusya’nın sivilleri hedef almasının Ukrayna’yı dünya kamuoyunda farklı bir noktaya taşımıştır. İşgal ve saldırı altındaki Ukrayna ile işgalci ve sivilleri öldüren Rusya imajları bu savaş özelinde küresel kamuoyunun şekillenmesinde etkili olmuştur. Bu izlenimler, kendisini sosyal medya ve dijital dünya arenasında da göstermiştir. Dezenformasyonla mücadele eden bir Fransız şirketi olan Predicta Lab’ın kurucusu Baptiste Robert, “Ukraynalılar, uluslararası görüş açısından, çatışmanın ilk aşamasında medya konusunda açıkça öndeler. En etkileyici şey, bilginin doğal olarak gelmesi. Ukraynalılar arasında bu savaşı belgelemek için gerçek bir istek var. Bir şey olduğunda telefonlarını çıkarıp çekiyorlar” ifadesiyle durumu özetlemektedir (Şarkül Avşat, 2022).

Rusya-Ukrayna Savaşı’nın cephede başlamasıyla beraber sosyal medyada da yeni bir cephe açıldı. Sahadaki savaş kadar önemli olan ve etkin kullanılan bu cephede hem Rusya hem de Ukrayna adına Batı’nın karşılıklı hamleleri, enformasyon savaşları, sosyal medya savaşları gibi kavramları yeniden gündeme getirmiştir. Sosyal medya gibi kullanıcı ve tüketicilerin aynı zamanda üretici olduğu bir mecrada savaşla alakalı olmayan, başka tarihlere ait görüntüler Rusya-Ukrayna savaşında gerçekleşmiş gibi yayımlanıp kamuoyu oluşturulmaktadır. Avrupa Birliği, basın özgürlüğüne vurula bir darbe olarak eleştirilen bir karar alarak Rusya devletine ait Russia Today, Sputnik ve bu kurumlara ait yan kuruluşların yayınlarına erişim yasağı getirdi. Rusya’nın önceliği dünya kamuoyunu belirli görüşlere ikna etmekten ziyade kendi mevcut kamuoyunu kendi argümanlarına ikna etmek olduğu için, Rusya yanlısı haber içeriklerinde Ukraynalıları Nazi olarak suçlayan aşırı ifadelerle yer verdiği görülmektedir. ----

Rusya-Ukrayna Savaşı ve sosyal medyanın etkisi üzerine yerli ve yabancı literatürde bazı çalışmalar yer almaktadır. Selman Selim Akyüz ve Merve Özkan’ın “Kriz Dönemlerinde Enformasyon Süreçleri: Ukrayna-Rusya Savaşı’nda Dolaşıma Giren Sahte Haberlerin Analizi” adlı çalışmasında kriz ve savaş dönemlerinde yapılan dezenformasyon niteliğindeki haberlerin yalnızca tarafların birbirini yıpratma amacıyla değil, aynı zamanda kitlelerin dikkatini çekmek için yapıldığı belirtilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgulardan birisi, Rusya-Ukrayna Savaşı’ndaki sahte ya da yanlış bilgilerin büyük ölçüde video ve fotoğraf barındıran içerikler olduğu yönündedir. Bir diğer bulgu ise, yanlış ve sahte içerikli bilgilerin savaşın ilk bir ayında sosyal medya platformları ve haber sitelerinde daha yoğun rastlandığı şeklindedir.

Kazım Babacan ve Mehmet Sinan Tam’ın “Sosyal Medyanın Bilgi Savaşı Rolü: Rusya – Ukrayna Savaşı’nda Sahte Haberler” makalesinde de savaş döneminde yanlış ve sahte içerikli haberlerin savaşların ilk haftasında yoğunlaştığının altı çizilmektedir. Çalışmalarının bulguları arasında şunlar yer almaktadır; Anonim hesaplar manipülasyon içerikli haberlerin kitlelere yayılmasında ve kamuoyu oluşturulmasında daha etkilidir. Bu

içerikler ulusal medya tarafından da kullanılmaktadır. Savaşla ilgili yapılan yalan haber ve manipülatif içeriklerde bu çalışmanın ulaştığı bir diğer sonuç şudur; Rusya'yı savaş konusunda haksız konuma getirmeye yönelikken, Ukrayna'yı ise savaş sebebiyle insani, sosyal ve ekonomik yönden çöküşe geçmiş olarak göstermektedir. Putin karşıtı söyleme karşılık Zelenski cesur ve onurlu bir devlet başkanı, bir kahraman olarak sunulmuştur. Sosyal medya takipçilerinin eleştirel düşünme ediniminden uzak ve içerikleri iyimser şekilde karşılayan tavri çalışmanın işaret ettiği bir diğer husustur.

Atakan Batur ve Mustafa Bostancı'nın yaptığı "Rusya-Ukrayna Savaşının Algı Yönetimi ve Dijital Diplomasi Bağlamında Türkiye'ye Yansımaları" adlı çalışma, Rusya-Ukrayna Savaşı'nı dijital medya üzerinden ele alan bir diğer çalışmadır. Çalışmanın bulguları şöyledir; Hem takipçi hem de etkileşim noktasında Ukrayna, Rusya'dan daha fazla öne ön plana çıkmaktadır. Ukrayna'nın analiz edilen on twitter paylaşımında ilk sırada yer alan paylaşım 77.669 beğeni alırken Rusya'nın paylaşımı 1.116 beğeni almıştır. Çalışmanın ulaştığı sonuç, algı yönetimi ve dijital diplomasi konusunda Ukrayna'nın çok daha başarılı bir iletişim süreci yürüttüğü şeklindedir.

Bu konuda yabancı literatüre bakıldığında Dan Ciuriak, The Role of Social Media in Russia's War on Ukraine (Rusya'nın Ukrayna Savaşında Sosyal Medyanın Rolü) adlı makalesinde sosyal medya ve kamuoyu ilişkisini Rusya-Ukrayna Savaşı üzerinden ele alması itibarıyla dikkat çekmektedir. Ciuriak çalışmanın bulgularını ve ulaştığı sonucu şu şekilde dile getirir; Hükümetler bilgi alanında "pazar gücüne" sahip olduğunda-örneğin Rusya'da durum böyledir- sosyal medya, kamuoyunu şekillendirmek için çok güçlü bir araç gibi görünmektedir. Bilgi alanı tartışıldığında-ki bu dünyanın geri kalanının çoğunda çok daha açık olan internette böyledir- anlatıyı oluşturmak için verilen bir meydan savaşı vardır.

P.K. Mallick "Ukraine is Winning the Information War Against Russia on Social Media: But Experts Say It Is Far From Over" (Ukrayna Sosyal Medyada Rusya'ya Karşı Bilgi Savaşını Kazanıyor: Ancak Uzmanlar Bitmekten Çok Uzak Olduğunu Söylüyor) adlı çalışmasında farklı bir noktaya değinmektedir. Dünyanın neresinde olduğumuza bağlı olarak Rusya-Ukrayna Savaşı'nın farklı görüldüğü ve algılandığını altını çizen Mallick, çalışmasında şu sonuca ulaşmıştır; "Açık kaynak araştırmacıları, Rusya'nın çevrimiçi propaganda ve etkileme operasyonlarının Rus olmayan izleyiciler üzerinde daha önce öngörüldüğü kadar etkili olmadığını gösterdi. Güney Afrika, Venezuela, Brezilya ve başka yerlerdeki yazar ve gazeteciler, Rusya'dan çok Ukrayna ve ABD'yi eleştiren tutumlar benimsedi. Dünyanın en kalabalık iki ülkesi olan Çin ve Hindistan'da ise Ukrayna hiçbir bilgi savaşını kazanamıyor. Rusya-Ukrayna Savaşı dünyanın neresinde olduğumuza bağlı olarak farklı görünüyor. Batı, gerçekler ve bilgilerde birlik bulsa da, İngilizce sosyal ağların dışında tamamen farklı bir anlatı mevcuttur.



We're aware that Twitter is being restricted for some people in Russia and are working to keep our service safe and accessible.

Tweeti Çevir

ÖS 7:51 · 26 Şub 2022 · Sprinklr

Kaynak: <https://twitter.com/twittersupport/status/1497615384169566215>

"Twitter'ın Rusya'daki bazı kişiler için kısıtlandığının farkındayız ve hizmetimizi güvenli ve erişilebilir kılmak için çalışıyoruz."

Twitter, Sputnik ve Russia Today gazetelerinin çalışanların şahsi hesaplarına 'Rusya devletine bağlı hesap' ibaresi ekleyerek dijital savaşın tartışmalı konularından birisine imza atmıştır. Sadece Rusya'da değil diğer ülkelerde de yayın yapan bu yayın organı (mesela Sputnik Türkiye) çalışanları, fişlendikleri ve hedef gösterildikleri yönünde eleştiriler yöneltmiştir.

Tablo 1. Sosyal medya ve dijital medya uygulamalarının Rus hükümetine / Rus kullanıcılara karşı aldığı kısıtlama ve erişim engelleri

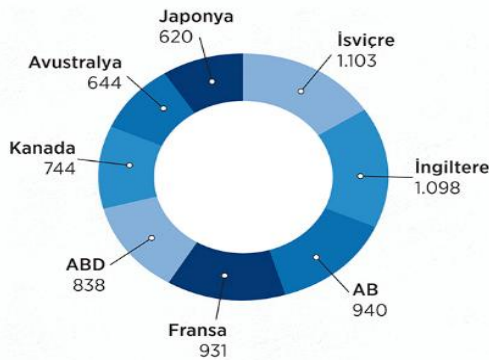
| Şirket | Yaptırım |
|----------|--|
| Meta | Meta, Rus devlet medyasının tüm Facebook ve Instagram kullanıcılarına önermeyi bıraktı |
| Facebook | Rusya devlet medyasının reklam yayınlamasını ve para kazanmasını yasakladı |
| Twitter | Rus devlet medyasıyla bağlantılı paylaşımları etiketleyerek yayınlama kararı aldı, Rusya ve Ukrayna'da reklam içeriklerini geçici olarak durdurduğunu açıkladı, Sputnik ve Russia Today gazeteleri çalışanlarının şahsi hesaplarına 'Rusya devletine bağlı hesap' ibaresi ekledi |

| | |
|--------------------|--|
| Youtube | Sputnik ve Russia Today 'in kanallarını Avrupa'da erişime kapattı Rus kanallarının gelir elde etmesini askıya aldı |
| Google | Rusya'nın Ukrayna'ya saldırılarını nedeniyle harita uygulaması olan Google Maps'i askıya aldığını duyurdu, Google, Rusya'daki tüm reklam satışlarını duraklattı Google, Russia Today ve Sputnik haber sitelerini Avrupa'daki Play uygulama mağazasından engelledi, Apple Pay ve Google Pay hizmetleri çevrimdışı oldu |
| TikTok | TikTok, Avrupa Birliği'ndeki iki Rus devlet medya kuruluşuna (Russia Today ve Sputnik) erişimi engelle kararı aldı. |
| Netflix | Rusya'da gelecekteki tüm projeleri ve satın almaları geçici olarak durdurdu, Netflix, Ukrayna'da devam eden kriz nedeniyle, Rusya'nın yayın düzenlemelerini kabul etmeyeceğini açıkladı |
| Microsoft | Rusya'da tüm hizmetlerini durdurdu |
| Twitch | Rus devlet medyasının zararlı yanlış bilgi yayıcılarına karşı hareket etmesini yasakladı |
| Snachat | Reklamları devre dışı bıraktı ve 'ısı haritası' işlevini geçici olarak devre dışı bıraktı |
| Spotify | Ukrayna'ya yönelik saldırıya yanıt olarak Rusya'daki ofisini kapattı |
| Reddit | Propaganda yapıldığı iddiasıyla Rusya'nın en büyük konu başlığını kısıtladı |
| EA Sports | FIFA 22, FIFA Mobile ve FIFA Online oyunlarından Rusya milli takımı ve Rusya kulüp takımlarının kaldırılacağı açıklandı |
| PayPal | Rusya'da yeni kullanıcı kabul etmeyi durdurdu |
| Mastercard ve Visa | Mastercard ve Visa, yaptırımların ardından Rus finans kurumlarını engelledi |
| Binance | Kripto borsası Binance, yaptırım uygulanan Rus bankalarının kartlarını kabul etmeyeceğini açıkladı |

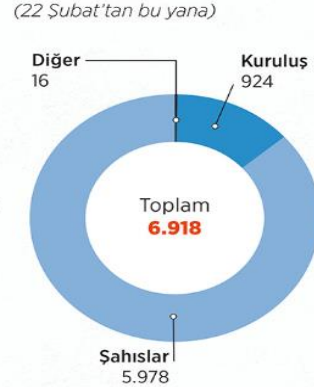
Tablo 2. Rusya Federasyonu tarafından sosyal medyaya getirilen kısıtlama ve engellemeler;

| Şirket | Yaptırım |
|-----------|---|
| Instagram | Instagram 'Rus işgalcilere ölüm' ifadesine izin vereceğini açıkladığı için Rusya uygulamayı yasakladı |
| Facebook | Rusya'da devletin medya denetim kurumu Roskomnadzor, ülkede sosyal medya platformları Facebook'u engelledi |
| Twitter | Roskomnadzor, Twitter'a erişimi kısıtladı |
| Google | Rusya, Google Haberler'e erişimi engelledi |

Rusya'ya en çok yaptırım kararı alan ülkeler (22 Şubat'tan bu yana)



Yaptırım türü (22 Şubat'tan bu yana)



20.04.2022 Kaynak: Castellum.AI



Kaynak: <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/rusyaya-uygulanan-yaptirim-sayisi-10-bine-dayandi/2568150>

V. POLİTİK ÇELİŞKİ: MANİPÜLASYONLA MÜCADELE Mİ DİJİTAL AMBARGO MU?

Bazı çatışmalar ve karşı karşıya gelişler, tarafların varlıklarını inşa ettiği ve meşruiyetlerini temellendirdiği söylemleri ile sınırdıkları dönemler olurlar. Rusya-Ukrayna savaşı da bu açıdan bir tartışmanın izlerini sunmaktadır. Batı'nın liberal düşünce üzerine temellendirdiği küresel dünya görüşünde en önemli vurguyu yaptığı özgürlük ve özgür düşünce nosyonu, Batı kökenli sosyal medya uygulamalarının Batılı hükümetlerin çizgisini takip ederek çeşitli kısıtlama ve yasaklamalara gitmesiyle bir varlık bunalımı yaşamıştır. Rusya'nın Ukrayna'yı işgaline karşı alınan küresel tavrın bir uzantısı olarak sosyal medya şirketleri Rus hesapları ve Rus halkının erişim, uygulamayı kullanma, uygulama vasıtasıyla görüş edinme ve görüşlerini yayma özgürlükleri, mecralar sayesinde elde edilen gelirler gibi konularda getirdiği yasaklamalar, "Dezenformasyon ve

manipülasyon ile mücadele mi yoksa politik bir tavırla alınan dijital ambargo kararı mı?" sorusunu gündeme getirmiştir. Bu soruyu tartışmak için öncelikle sürecin merkezinde yer alan özgürlük kavramına değinmek gerekir. Özgürlük kavramı ve eylemi, zaman ve mekana göre değişik anlamlar kazanmıştır. Antik Yunan'da özgürlük yasalara uygun hareket etme ve siyasal hayata katılma şeklinde tanımlanırken Orta Çağ'da dini kurallara uyma ve iyi bir dindar olma şeklinde ifade edilmiştir. Liberalizmin getirdiği özgürlük anlayışı ise doğal durumu ifade eden bir mahiyettedir ve özgürlük insanın doğal bir hakkıdır; insanlar yapmak istedikleri şeyi herhangi bir kişi ya da kurumun engeli olmadan yapabilirler. Literatüre bakıldığında iki tür özgürlük ayrımına gidildiği görülür; negatif özgürlük ve pozitif özgürlük. Negatif özgürlük doğa durumunu temsil etmektedir ve bireyin dışarıdan herhangi bir müdahale ve zorlama olmadan yapmak istediklerini özgür iradesiyle yapma ilkesini temsil etmektedir. Pozitif özgürlük kavramında ise bir özgürlüğü elde etmenin maddi imkanlar gibi bazı koşulları olduğunun altı çizilir. Maddi imkanı olanın elde etmesinin daha kolay olması sebebiyle pozitif özgürlük, özgürlük olarak kabul edilmez ve "Pozitif özgürlük, özgürlük anlamına gelmez" (Ashford, 2009:63) ifadesiyle reddedilir.

Günümüzde liberal özgürlük anlayışı toplumsal ve küresel anlamda hakim olsa da, kurumların ya da hakim iktidarların çıkarları bireysel özgürlüklerin üzerinde olduğu görülmektedir. Yanlış bilgiyi yaymayı önlemek amacı da olsa yasaklama ve kısıtlamalar, Batı politik anlayışının dayandırıldığı liberal demokrasilerin en zayıf ve çelişkili noktaları olmaktadır. Bilginin bir manipülasyon aracına dönüştüğü gereceği ya da dönüşebileceği tehdidi, çeşitli iktidar yapılarına özgürlükleri kısıtlayan kararlar aldırılmaktadır. Rusya-Ukrayna Savaşı esnasında hem Rusya tarafının hem de Ukrayna adına Batı tarafının bilginin dolaşıma sokulduğu sosyal medya mecralarına getirdiği yasaklama ve kısıtlamalar da bu görüşü desteklemektedir. Bilgi ya da haber eğer ülke dışı aktörler tarafından düzenleniyor ve dolaşıma sokuluyorsa, manipülasyon ve propaganda tartışmaları şiddetini artırmaktadır. Atlantic Council'de Jean-Baptiste Jeangène Vilmer imzasıyla yayınlanan 'Information Defense' başlıklı raporda bilgi manipülasyonunun doğası etraflıca ele alınmakta ve şu ifade kullanılmaktadır, "Enformasyon, yabancı aktörler veya temsilcileri tarafından düzenlendiğinde "yabancıdır" ve bu durumda kasıtlı müdahale teşkil eder. Uygulamada, yerel olanı yabancıdan ve bilgi manipülasyonunu daha geniş etki çabalarından ayırmak genellikle zordur" (Vilmer, 2021). Rusya-Ukrayna savaşı sürecinde sosyal medya şirketlerinin aldığı yasaklayıcı kararlar bilginin özgürce dolaşımını engellerken; bazı aktörleri de etiketleyip fişleyerek 'yabancı' ve 'öteki' vurgusu ile bilgiyi ve bilginin kaynağını dışlama süreci sürdürülmüştür. Twitter'ın Rusya devletiyle bağlantılı kurumların çalışanlarını da bu zorunla ibare ile etiketlemesi, enformasyonun kaynağını yabancı olarak düzenleyip yabancı olan kaynağa müdahalenin meşruiyetine de zemin hazırlamaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Günümüz dünyasını eğlenceden haberleşmeye, siyasi propagandadan ürün satın almaya kadar birçok alanı sosyal medyadan bağımsız düşünmek neredeyse imkansızdır. Bir haber ağı olarak sosyal medyanın kullanımıyla beraber bireyler artık geleneksel medyanın tek taraflı üretilen ve tüketilen haber sürecine maruz kalmak zorunda değildir. Kişiler istediği içeriğe istediği kanal üzerinden erişebilmekte, içeriğe katkı yapabilmekte hatta içeriğin kendisini üretebilmektedir. Kullanıcıları da haber içeriği üreticisi haline dönüştüren, yani her bir bireye bir medya mecrası olma imkanı sunan sosyal medyanın avantajları kadar dezavantajları da söz konusudur. Bu boyutuyla sosyal medya şirketleşmekte, politik bir aktör olma yoluna girmektedir. Geleneksel anlamda savaş tarihine bakıldığında askeri ambargo, ekonomik ambargo, gıda ambargosu ya da sağlık ambargosu gibi çeşitli yaptırımları içeren ambargolar uygulanmış ve bu ambargoların savaşların seyrine etki ettiği görülmüştür. 2022 yılı Şubat ayında cephe savaşına dönen Rusya-Ukrayna savaşında ise bu tür ambargolardan farklı olarak dijital ambargo olgusu ortaya çıkmıştır. Batı kökenli dijital medya ve sosyal medya şirketlerinin, Batı'nın politik çıkarları gereği kendisini politik olarak konumlandırması ve kamuoyunun bilme özgürlüğüne rağmen çeşitli kısıtlama ve erişim engelleri uygulaması dijital bir ambargo olarak değerlendirilmiştir. Bahsedilen geleneksel ambargo biçimleri kadar sert, topyekün ve açıktan icra edilir olmasa da, savaşın gidişatına özellikle algı ve propaganda boyutunda ettiği etkiyle incelemeye değerdir. Bilindiği üzere propaganda yalnızca savaş döneminde değil, hükümetler tarafından her an kullanılır. Harold Laswell'in dediği gibi, "Tüm hükümetler, olağan barış zamanı işlevlerinin bir parçası olarak bir dereceye kadar propagandayla meşguldür" (1938:214).

Savaşın başlamasıyla beraber hemen hemen tamamını Batı kökenli ve merkezli olan Meta, Facebook, Twitter, YouTube, Google, TikTok, Netflix, Microsoft, Twitch, Snapchat, Spotify, Reddit, EA Sports, PayPal, Binance, Mastercard ve Visa gibi şirket, sosyal medya mecrası ve dijital uygulamalar Rusya devleti ve Rus halkına karşı engelleme ve kısıtlama kararları almıştır. Bu engelleme ve kısıtlamalar konusunda Rusya'nın dezenformasyon ve manipülasyon girişimlerini durdurma argümanı öne sürülse de; manipülasyon yapıldığına karar veren mercinin sosyal medya şirketlerinin yönetimlerinin olması tartışma konusu olmuştur. BBC'de yer alan "Rusya'nın Ukrayna'yı işgali küresel internetin parçalanmasına yol açabilir mi?" adlı makalede, sosyal medya şirketlerinin aldığı politik tavra şu şekilde değinilmiştir, "Meta, Google ve Apple gibi kendilerini hep tarafsız gösteren dev teknoloji şirketleri artık tutumunu açıkça koyuyor ve (işgali protesto etmek için) Rusya'da

ürünlerini yasaklıyor (Wakefield, 2022). Bu durum göstermektedir ki, teknoloji ve sosyal medya şirketleri savaşı tarafların kimliğine göre politik tavrı alabilmektedir. Bu realite şu soruları beraberinde getirmektedir, “Batı’nın çıkarlarıyla çatışan ülke ve aktörlerin söylemi küresel kamuoyuna nasıl aktarılacaktır? Küresel ve özgürlükçü olduğu iddiasındaki sosyal medya uygulamalarının Batı karşıtı söylemi filtreleyerek sunması yeni medyanın da bir sansür aracına dönüştüğünü göstermez mi?”.

Küresel anlamda kullanımı ve kamuoyu oluşturma özelliği ile neredeyse başat medya özelliği kazanan sosyal medyanın politik süreçlerde aldığı siyasi kararların bir diğer tartışma boyutu da, manipülasyon yaptığı düşünülen yönetimleri cezalandırırken söz konusu ülke halkının dış dünya ile bağlantısını kesmesidir. Rusya devleti manipülasyon yaptığı için tüm Rusya’da uygulanan erişim ve kısıtlama yasağı, Rus halkını bu manipülasyon ile baş başa bırakarak Rus yönetiminin işini kolaylaştırmaktadır. Çünkü bu savaşta Ukrayna yönetimi sesini ve tezlerini tüm dünyaya duyurup kamuoyu oluşturmak isterken, Rusya yönetimi öncelikle kendi halkını ikna ve domine etmeyi amaçlamıştır. Clemson Üniversitesi’nde bağlı Medya Adli Laboratuvarı Baş Araştırmacısı Darren Linvill bu konuyla alakalı olarak şu değerlendirmeyi yapmaktadır; “Ukraynalıların bu konuda kazandıkları doğru, ancak günün sonunda Putin’in en çok umursadığı şey kendi halkının onun hakkında ne düşündüğüdür. Birçok Rus, Moskova’nın hikayelerine inanıyor. Rus askerlerinin savaşmadan teslim olmaları ve Ukraynalı kahramanların cesaretlerinden dolayı övülmesi gibi Ukrayna yanlısı her anlatı gibi, aynı şeyi Rusya’da milliyetçiler arasında kendi tarafları için yapılan konuşmada görüyoruz” (Şarkul Avşat, 2022). Rus hükümetinin propaganda çalışmalarını içeren yayınları küresel dolaşıma sokulmayıp, dolaşıma girse bile büyük oranda sansürle karşılaşması; buna rağmen Ukrayna hükümetinin propaganda içeriklerinin Batı menşeli medya ve sosyal medya alanlarında hızla dolaşıma sokulması oluşturulan küresel kamuoyuna büyük oranda şekil vermiştir.

Sosyal medya savaşlarının politik bir araç olarak kullanılmaması ve bireylerin dezenformasyona maruz kalmaması için dijital medya okuryazarlığının yaygınlaştırılması gerekmektedir. Sosyal medya platformlarının tekelleşme eğilimi göstermesinin (örneğin Meta şirketinin Facebook, WhatsApp, Instagram gibi uygulamaları bünyesinde barındırması) önüne geçilecek düzenlemeler yapılmalıdır. Yeni medyada tekelleşme olgusu, çok seslilik ve farklı düşüncelerin özgürce ifade edilmesini engelleyen bir süreç yaratmaktadır. Batı kökenli sosyal medya şirketleri ve dijital medya uygulamalarının, Batı’nın çıkarlarını ilgilendiren durumlarda aldığı politik tavrın, bu çalışmada ortaya atılan dijital ambargo kavramı eşliğinde değerlendirilmesi sonraki çalışmalar için yol gösterici olacaktır. Dijital ambargo kavramı, bu çalışma ile literatüre kazandırılmak istenen bir kavramdır. Dolayısıyla bu çalışma özelinde dijital ambargo kavramına ilişkin derin bir literatür aktarılamamıştır. Çünkü güncel politik bir kavram olarak tartıştığımız dijital ambargo kavramını merkezine alan akademik çalışmalar yok denecek kadar azdır. Rusya-Ukrayna savaşında belirli izleri görülen ve bu çalışmayla kavramsallaştırılan dijital ambargo olgusuna bundan sonraki dönemlerde daha yoğun ve sık rastlanması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Akyüz, S. S. & Özkan, M. (2022) Kriz Dönemlerinde Enformasyon Süreçleri: Ukrayna-Rusya Savaşında Dolaşıma Giren Sahte Haberlerin Analizi, *International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS)*, December 2022:8 (Issue 2)
- Ashford, N. (2009). Özgür Toplumun İlkeleri. (Can Madenci, Çev.). Liberte Yayınları.
- Babacan, K. & Tam M. S. (2022). The Information Warfare Role of Social Media: Fake News in the Russia - Ukraine War. *Erciyes İletişim Dergisi*, (3), 75-92. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1137903>
- Bauman, Z. (1997). Modernite ve Holocaust. (Süha Sertabiboğlu, Çev.) Sarmal Yayınları.
- Bernays, L., E. (1928). Propaganda. Horace Liveright.
- Ciuriak, D. (2022) The Role of Social Media in Russia’s War on Ukraine (April 8, 2022). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4078863> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4078863>
- Chandler, D. & Munday, R. (2018). Medya ve İletişim Sözlüğü. (Babacan Taşdemir, Çev.) İletişim Yayınları.
- Habermas, J. (2003). Kamusalın Yapısal Dönüşümü. (Tanıl Bora ve Mithat Sancar, Çev.). İletişim Yayınları.
- Harold, D. L. (1938). Propaganda Technique in the World War. Peter Smith published.
- Neumann, E. N. (1995). Kamuoyu. (Murat Özkök, Çev.). Dost Kitabevi.
- Mallick, P.K. (2022) Ukraine is Winning the Information War Against Russia on Social Media: But Experts Say It Is Far From Over, <https://www.researchgate.net/publication/359577906>
- Mete, M. (2021). *Enformasyon Savaşında İletişim Yönetiminin Önemi: Güvenlik Güçleri İçin Bireysel Sosyal Medya Kullanımı*. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, tez no: 705972
- Şarkul Avşat (2022). Ukrayna ‘sosyal medya savaşında’ Rusya’yı geride bıraktı. [Erişim: 06.03.2022 <https://turkish.aawsat.com>]
- Thompson, B. J. (2008). Medya ve Modernite. (Serdar Öztürk, Çev.). Kırımızı Yayınları.

US DOD. (2016). Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms. *Joint Publication 1-02*

Vilmer, J-B. (2021). Information defense: Policy measures taken against foreign information manipulation. [Erişim: 22.06.2022 www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/information-defense/]

Wakefield, J. (2022). Rusya'nın Ukrayna'yı işgali küresel internetin parçalanmasına yol açabilir mi?. [Erişim:10.03.2022 <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-60675016>]

YurttañıkmaZ, Z. Ç., Ali, A. & Emsen, Ö. (2012). Askeri Harcamalar, Ambargo ve Ekonomik Büyüme: İran Üzerine Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(2), 171-190.