



## Kriz Dönemlerinde Enformasyon Süreçleri: Ukrayna-Rusya Savaşında Dolaşıma Giren Sahte Haberlerin Analizi

### Information Processes in Times of Crisis: Analysis of Fake News Circulating in the Ukrainian-Russian War

Selman Selim Akyüz,<sup>a</sup> Merve Özkan<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Konya, Türkiye  
[selmanselimakyuz@hotmail.com](mailto:selmanselimakyuz@hotmail.com)  
ORCID: 0000-0002-4715-9217

<sup>b</sup> Dr. adayı, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, Türkiye  
[mrzkn25@gmail.com](mailto:mrzkn25@gmail.com)  
ORCID: 0000-0003-2881-2150

#### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Geçmişi:*

Başvuru tarihi: 03.12.2022

Düzeltilme tarihi: 26.12.2022

Kabul tarihi: 19.12.2022

Anahtar Kelimeler:

*Ukrayna-Rusya Savaşı*

*Dezenformasyon*

*Sosyal Medya*

*Doğruluk Kontrolü*

#### ÖZ

Kişiler arası ve kitle iletişiminde internetin ortaya çıkmasıyla birlikte yaşanan büyük değişim, enformasyon ekosisteminde yeni sorunları beraberinde getirmiştir. Sosyal medyanın merkezini oluşturduğu yeni medyada kullanıcıların içerik üretimi sürecine dahil olması, haber ve bilgi güvenilirliği açısından tarihi bir kırılmaya neden olmuştur. Doğru bilgiye ulaşma ve teyit süreçlerinin büyük ölçüde ortadan kalkması ve enformasyon yoğunluğunun görülmemiş şekilde artması, haber tüketicilerinin doğru bilgiye ulaşmasını zorlaştırırken, yanlış bilgi ve dezenformasyon sorunu kullanıcıların hakikatle olan bağlarına zarar vermiştir.

Bilgiye ihtiyacın arttığı ve doğru bilgiye ulaşmanın zorlaştığı, bu nedenle bilgi açığı oluşan kriz dönemleri, yanlış bilgi ve sahte haberlerin en çok yayıldığı dönemler olarak dikkat çekmektedir. Savaşlar da, özellikle propaganda amaçlı sahte haberlerin üretildiği ve dezenformasyon faaliyetlerinin arttığı önemli krizlerdir. İkinci Dünya savaşı ve sonrasında yoğun şekilde görülen ancak profesyoneller (devletler, istihbarat örgütleri vb) tarafından yapılan ve kasıtlı olarak, zarar verme amacıyla üretilen mesajlar olarak tanımlanan dezenformasyon, yeni medyada kullanıcılar tarafından daha kolay yapılmakta ve daha büyük kitlelere, daha hızlı ulaştırılmaktadır.

Bu çalışmada, Ukrayna-Rusya Savaşı bağlamında yanlış bilgi ve sahte haberlerin Türkiye’de ne ölçüde dolaşıma girdiği, dezenformasyon süreçlerinde aktörlerin kimler olduğu belirlenmesi amaçlanmıştır. Türkiye’deki doğrulama platformlarının ortaya koyduğu doğrulama analizlerinin incelenmesi sonucunda, savaşın ilk döneminde yoğun şekilde yanlış bilgi ve sahte haberin sosyal medyada dolaşıma girdiği, ağırlıklı olarak sıradan kullanıcıların bu bilgileri yaydığı, sahte haber türlerinden en fazla, farklı tarih ve bağlama ait görsel ve videoların yaygınlaştırıldığı, Türkiye’de dolaşıma giren iddiaların Ukrayna’dan çok Rusya’yı hedef aldığı belirlenmiştir.

#### ARTICLE INFO

*Article history:*

*Received:* 03.12.2022

*Received in revised form:* 26.12.2022

*Accepted:* 19.12.2022

*Keywords:*

*Ukraine-Russia War*

*Disinformation*

*Social Media*

*Fact Checking*

#### ABSTRACT

The great change experienced with the emergence of the Internet in interpersonal and mass communication has brought new problems in the information ecosystem. In the new media, of which social media is the center, the involvement of users in the content production process has caused a historical break in terms of news and information reliability. The disappearance of verification processes to a large extent and the unprecedented increase in information density have made it difficult for news consumers to access accurate information, and the problem of misinformation and disinformation has damaged user’s ties with the truth.

The need for information increases and it becomes difficult to access accurate information, therefore, crisis periods in which information gaps occur draw attention as the periods in which false information and fake news spread the most. Wars are also important crises, especially when fake news is produced for propaganda purposes and disinformation activities increase. During and after the Second World War can be intense, but professionals (governments, intelligence agencies, etc.) made by harm as defined message generated for the purpose of disinformation is done easier by users bigger audiences and New Media, the more quickly will be delivered.

In this study, it is aimed to determine the extent to which false information and fake news are circulated in Turkey in the context of the Ukraine-Russia War, and who are the actors in disinformation processes. From the findings obtained by analyzing the reviews of verification platforms in Turkey, it has been shown that in the first period of the war, misinformation and fake news were circulated extensively on social media. It has been concluded that false information is mainly spread by ordinary users, which is defined as the most erroneous association of fake news types, images and videos belonging to different dates and contexts are put into circulation. It has been defterinde that the allegations circulating in Turkey are aimed at Russia rather than Ukraine.

### Atf Bilgisi / Reference Information

Akyüz, S. S. ve Özkan, M. (2022). Kriz Dönemlerinde Enformasyon Süreçleri: Ukrayna-Rusya Savaşında Dolaşıma Giren Sahte Haberlerin Analizi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 8 (2), K1ş, s. 66-82.

## 1. Giriş

Haber ve bilginin tarih boyunca güvenilirliğinin en çok sorgulandığı dönemler kriz ve savaş dönemleri olmuştur. Ünlü Çinli Komutan Sun Tzu'nun "Savaş Sanatı" adlı eserinde, düşmanın yenilmesine yönelik önerdiği savaş taktiklerinin içinde günümüzde psikolojik harp olarak nitelendirilen "aldatma ve moral bozmaya yönelik haber ve bilgileri yaymak" önemini hep koruya gelmiştir.

İkinci Dünya Savaşı ile ardından yaşanan Soğuk Savaş ise aldatmaya dayalı kamuoyu oluşturma ya da düşmana zarar vermeye yönelik mesajlar üretme ve yayma faaliyetlerinin devletlere bağlı birimler ve profesyoneller tarafından yürütüldüğü önemli bir dönem olarak ortaya çıkmıştır. Dezenformasyon olarak adlandırılan "zarar verme amacına yönelik üretilmiş mesaj"lar (Cooke, 2017), bir dezenformasyon çağının da başlamasına neden olmuştur. Enformasyon çağından, dezenformasyon çağına asıl geçiş ise 20. yüzyılın sonunda, internet teknolojilerinin ortaya çıkışıyla gerçekleşmiştir. Çift yönlü, etkileşimli bir iletişim ortamı hazırlayan yeni medya teknolojileri, sosyal medyada kullanıcıya mesaj üretme sürecine dahil etmiş, böylece enformasyon süreçlerinde bozulma hızlanmış, yanlış bilgi ve dezenformasyon sorunu kaygı verici boyutlara ulaşmıştır.

Kriz dönemleri sosyal medyada yanlış bilginin en çok yayıldığı dönemlerdir. Doğru bilgi akışının yavaş ya da eksik olması nedeniyle kasıtlı olarak üretilen aldatıcı mesajların kolayca yayılması, savaşlardaki tarafların kendi kamuoyunu harekete geçirmek ya da düşman topluluğa zarar vermek amacıyla ve propaganda/halkla ilişkiler/kamu diplomasisi adı altında sahte haberleri kullanmasına neden olmaktadır.

Ukrayna – Rusya Savaşı, Yugoslavya'nın dağılmasından sonra Avrupa'yı tehdit eden en önemli savaş olarak 2022 yılında patlak vermiş, savaşın ilk günlerinden itibaren yoğun bir yanlış bilgi ve sahte haber dolaşımı görülmüştür. Rusya'nın savaş öncesi Avrupa ve ABD'de yürüttüğü dezenformasyon faaliyetleriyle ilgili tartışmalar sürerken Ukrayna'yı işgal girişiminin ardından her iki ülke taraftarlarının da "haklılıklarını ispatlama" ya da psikolojik üstünlüğü ele geçirme gerekçesiyle sahte haberleri üretip yaydığı ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmada, Ukrayna-Rusya Savaşı sırasında Türkiye'de dolaşıma giren yanlış bilgi ve sahte haberler incelenmiştir. Doğrulama platformlarının analizlerine konu olan ve yanlış olarak işaretlenen haberler; konuları, üretim şekilleri, kaynakların özellikleri ve ne ölçüde yayıldıkları gibi kriterlere bağlı kalınarak içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

## 2. Sosyal Medya ve Dezenformasyon Süreçlerine Etkisi

Geleneksel medyanın sunduğu tek yönlü bilgi akışı, dijital araçların gelişmesiyle ortaya çıkan yeni medya ile çift yönlü ve etkileşime dayanan yeni bir iletişim sürecini başlatmıştır. Yeni medya ile enformasyon üretim ve tüketim alışkanlıkları da değişmiş, bireysel kullanıcılar ve toplulukların iki süreçte de etkin olarak yer aldığı, katılımcı kültürün olduğu, merkez ile çevre arasındaki ilişkilerin yoğunlaştığı ekosistem ortaya çıkmıştır. Aouragh (2008), sosyal medyanın gelişimi ve büyümesi ile insanların devlet sansürünü

kırabileceği ve güçlü bir yurttaşlık imkânına kavuşabileceğini öngörmüştür. Diğer yandan bu yeni iletişim mecrası, birçok sorunu da beraberinde getirmiştir.

Teknolojinin sağladığı etkileşim, ulaşılabilirlik, kaynak çeşitliliği, geçişkenlik, etkinlik ve düzenleme gibi farklı özellikler yeni medyaya başat özelliği olan kullanıcıya içerik ve haber üretim imkânı sağlamasıdır (Kazaz & Akyüz, 2019, s. 29). Geleneksel habercilikte, muhabirin tanıklığı, doğru bilgiyi edinmesi ve teyit etmesi sonucu ortaya çıkan haberlerin üretiminde, sosyal medyada etkinliği artan kullanıcılar karşılaştıkları olay ya da duydukları/okudukları bilgileri doğrulamaksızın diğer kullanıcıların tüketimine sunmaya başlamıştır.

Haber tüketimi konusunda sosyal medya “iki ucu keskin bir kılıçtır”. Bir yandan, düşük maliyeti, kolay erişimi ve bilginin hızlı bir şekilde yayılması, insanların sosyal medyadan haber araması ve tüketimini artırırken diğer yandan sahte haberlerin, yani kasıtlı olarak yanlış bilgilerle, düşük kaliteli haberlerin yaygınlaşmasını sağlamaktadır (Shu, Sliva, Wang, Tang ve Liu, 2017, s. 12). Yozkat da (2017: 176), bu teknoloji tabanlı platformların kullanıcı temelli mesaj üretimi esasına dayanması ile kitlelerin kendi ürettikleri her türden içeriğin bir parçası haline dönüştüğünü vurgulamaktadır. Bu durum bilgiye daha kolay erişimi sağlarken veri akışındaki yoğunluğu görülmemiş şekilde arttırmış ve gerçek ile yanlışın ayırt edilmesini giderek zorlaştırmıştır.

Enformasyonun çok kısa bir sürede milyonlarca kişiye sosyal medya platformları ile yayılabilme imkânı, bu platformları geleneksel medya unsurlarına karşı daha avantajlı bir noktaya getirmiştir. Geleneksel medyada zaman ve mekâna ilişkin bağıllık ön planda iken, bu platformlar anıdalık esasına dayalı bir nitelik taşıdığından zaman ve mekâna ilişkin bağıllık sınırlı bir atmosferde gerçekleşmektedir.

Fallis (aktaran Cooke, 2017: 213), dezenformasyonu yazılı ya da görsel belirli bir strateji çerçevesinde birey, grup ya da kurumsal olarak üretilen yanlış/yanıltıcı bilgilerin yayılması olarak tanımlamaktadır. Dezenformasyonun daha detaylı yapılmış bir tanımı ise şu şekildedir (İlgın, 2021: 305):

Zarar vermek amacıyla ya da siyasi, kişisel veya mali kazanç elde etmek için izleyicileri aldatmak ve yanıltmak amacıyla yanlış ve/veya manipüle edilmiş bilgilerin kasıtlı olarak oluşturulması ve paylaşılmasıdır

Brennen ve diğerleri, (aktaran: Staender ve Humprecht, 2021: 2), dezenformasyonun yedi sınıflandırmada ortaya çıktığını belirtmektedir. Bunlar, “Hiciv ve parodi”, “hatalı ilişkilendirme”, “yanıltıcı içerik”, “bağlamdan koparma”, “taklit”, “uydurma” ve “manipüle edilmiş içerik”tir. Yanlış bağlantı kurma girişimi, aslında dezenformasyona değil, mis-enformasyona gönderme yapmaktadır. Çünkü mezenformasyon; dezenformasyonun bir alt türü olmasının yanında (Akyüz ve Humaid, 2021: 122), doğrudan maddi, politik ve kültürel zarara ve kasta dayalı bir propaganda esasına dayanmamaktadır. Fakat ortaya konulan içeriğin yanlış olduğu bilinir ve kişi, kurum ya da sosyal bir gruba zarar verme amacı ile kullanılırsa bu dezenformasyon ortaya çıkarmaktadır (Ercan, 2021: 56). Malenformasyon’da ise enformasyonun gerçekliği söz konusudur fakat bu gerçeklik küçültücü ve aşağılayıcı bir şekilde kullanılmaktadır. Nefret söylemi, sızıntı ve taciz içerikli enformasyon mal-enformasyonun dinamiklerindedir (Ercan, 2021: 58-59).

Fallis (2009: 2-3) dezenformasyonun ortaya çıktığı koşullara bağlı olarak şu şekilde bir sınıflandırma yapmaktadır:

- Hükümet tarafından üretilen ve/veya askeri faaliyetler sonucunda ortaya atılan dezenformasyon,
- Bilgisayar korsanları ya da haber siteleri tarafından dikkatlice planlanmış dezenformasyon,
- Kamu ve yetkilileri aldatmak isteyen kuruluş ve kişiler tarafından üretilen dezenformasyon,
- Yazılı ve sözlü kaynakların yanı sıra görsel öğelerle üretilen dezenformasyon,
- Geniş bir hedef kitle yerine belirli kişi ya da kuruluşu hedefleyen dezenformasyon.



Dezenformasyonun yayılma sürecinde ise pek çok dinamiğin etkili olduğu söylenebilir. Bunlar “duygusallık”, “belirsizlik”, “korku”, “kontrol mekanizmasının yeterince işleyememesi/ yoksunluğu”, “değerler ve inançlardır” (Shu, Bhattacharjee, vd, 2020: 6-8).

Dezenformasyon yoğunluğunun görüldüğü sosyal medya platformlarında ise gerçeklik algılarının kırılma eğilimi, yapay gündem temelli biçimleniş şekillerinin görünürleştiği söylenebilir. Kamusal bir alan inşa eden sosyal medya, simüle edilmiş gerçekliklerin kitlesel olarak tüketimi şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Aslında simüle edilen her türlü gerçeklik “toplumsal”, “kültürel” ve “ideolojik” bir yanılmanın kendisini ön plana çıkarmaktadır.

Korku, duygu temelli etkileşim esasına dayanmakta ve kullanıcı bu durum karşısında empatik olabileceği gibi ağ içerisindeki hisleri ve duyguları yoğun bir şekilde deneyimleme eğilimindedir (Netchitailova, 2017: 8). Yapılan araştırmalar, kutuplaşma/taraftarlık, grup aidiyetleri, şüphe/eleştirel düşünce eksikliği, araştırmaya duyulan isteksizlik gibi nedenlerin de yanlış bilgi ve sahte haberlere inanma ve bu bilgilerin yayılmasında etkili olduğunu ortaya koymaktadır (Akyüz, Kazaz ve Gülnar, 2021).

### 3. Doğruluk Kontrolü Uygulamaları ve Türkiye’de Doğrulama Platformları

Sosyal medya ve dezenformasyon konusu Türkiye’de son yıllarda üzerinde çalışılan konular arasında yer almaktadır. Bu konuya ilişkin literatürde son dönemde gittikçe artan sayıda çalışma bulunmaktadır.

Gazetecilik alanının içinde ancak yeni ve farklı bir faaliyet yürüten doğrulama platformları, kamuoyunun doğru bilgiye ulaşmasına önemli bir katkı sağlarken akademik çalışmalara da kayda değer bir veri kaynağı oluşturmaktadır. İnternet, sosyal medya ve ana akım medyadaki yanlış bilgi ve sahte haberlerle mücadele etme amacıyla kurulan doğrulama platformları, kendilerine ulaşan iddiaların doğruluğunu açık kaynaklardan araştırarak doğrulayan/yanlışlayan ve analizlerini kullanıcılarla paylaşan haber organizasyonlarıdır. Dezenformasyon ve mezenformasyonla (misinformation) mücadeleyi temel amaç edinen bu platformlar; kişiler, haber kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ya da kamu yayıncıları tarafından kurulabilmektedir (Akyüz, 2021: 428).

Özellikle kriz dönemlerinde yayılan şüpheli bilgileri araştırarak doğruluk incelemesi yapan platformlar, COVID-19 Salgını döneminde yoğun çalışmalar yapmıştır. Türkiye’deki doğruluk kontrolü merkezleri de salgının Çin’de başladığı tarihten itibaren gerek dünyada gerekse Türkiye’deki ana akım medyada ve sosyal medya platformlarında yaygınlaşan yüzlerce iddiayı incelemiş ve milyonlarca kullanıcıya COVID-19 hakkındaki doğru bilgileri ulaştırmıştır.

Doğrulama girişimlerinin şüpheli bilgileri araştırırken ve doğruluk/yanlışlığını ortaya koyarken uyguladıkları yöntemler önem taşımaktadır. İddiaların incelenmesi için belirli kriterler gereklidir. Bunların başında yaygınlık, şüpheli olma ve açık kaynaklardan elde edilen bulgularla kanıtlanabilirlik gelmektedir. İnternet siteleri incelendiğinde, Türkiye’deki doğruluk kontrolü merkezlerinden Doğruluk Payı, Malumatfuruş, Teyit, Doğruluğu Ne? ve Anadolu Ajansı Teyit Hattı, birbirini teyit eden iki kaynaktan kanıt olarak bir iddianın doğru olup olmadığını ortaya koymayı esas alan prensiplere bağlı olarak inceleme yapmakta ve sonuçlarını paylaşmaktadır.

Dünyadaki birçok doğrulama kuruluşunun üye ve imzacısı olduğu Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (IFCN) adlı kuruluş, doğrulama girişimlerinin güvenilirliği için 5 temel kriter belirlemiştir (İrvan, 2022):

- Tarafsızlık ve adil davranma ilkesine bağlılık
- Kaynakların saydamlığı ilkesine bağlılık
- Finansal kaynakların ve örgütsel yapının saydamlığı ilkesine bağlılık
- Kullanılan yöntemin saydamlığı ilkesine bağlılık
- Açık ve dürüst bir düzeltme politikasına bağlılık.

İrvan'ın (2022), Türkiye'deki doğruluk kontrolü platformları ve sosyal medya girişimleri üzerine, bu 5 kriteri göz önünde bulundurarak araştırmada ulaştığı sonuçlar, son dönemde ortaya çıkan bazı girişimlerin, yorum yapan, tarafsızlıktan uzaklaşan, şeffaflığa önem vermeyen yapılarıyla doğrulama alanının güvenilirliğine gölge düşürecek faaliyetlerde bulunduğunu ortaya koymuştur.

İrvan, (2022), IFCN üyesi Teyit.org, Doğruluk Payı ve Doğrula.org ile kuruluşun belirlediği ilkelere uygun çalışmalar yapan Malumatfuruş ve Doğruluğu Ne? platformlarının en güvenilir girişimler olduğunu ifade etmektedir.

#### 4. Kriz ve Savaş Dönemlerinde Dezenformasyon Süreçleri

Bilginin suistimale açık olmasının sebepleri arasında kitle medyasının yaygınlaşması, sosyalist ideolojinin dünya ideolojisi haline gelmesi, kitleler arasında sürü psikolojisine dayalı psikolojik yönelimlerin artması gibi faktörler etkili olmaktadır (Yayla, 2020: 131). Benzer bir anlatımla demokrasi ile yönetilen ülkelerde görülen propaganda akışı antidemokratik ülkelerde dezenformasyon ve sistematik yalanlarla kendisini göstermektedir. Bu açıdan içinde bulunulan çağ otoriter yönetimlerin kendisini hissettirdiği bir çağ olduğu kadar dezenformasyona dayalı bir çağ olarak kendisini göstermektedir (Humaid ve Akyüz, 2021: 121).

Kriz ve çatışma ortamlarında ham ve işlenmiş enformasyon, kitlelerin mobilizasyonunda, kolektif mücadele motivasyonunda ve kamu diplomasisi mekanizmalarının işletilmesinde önemli bir rol üstlenmektedir.

Sosyal medya platformları enformasyonun toplumlar arasında ve dünyanın her yerinde iletilme şeklini hızlı bir şekilde dönüşüme uğratmıştır. Teknolojinin gelişmesi ile sosyal medya paylaşım sitelerinin yayılımı ile askeri operasyonların yürütüldüğü koşullar da bu değişimden etkilenmiştir (Mayfield, 2011: 79). İnternet ve iletişim teknolojilerinin baş döndürücü gelişmelerine paralel olarak operasyonel aktivitelerin yerine kitle kaynağına dayalı dezenformasyon çalışmaları da ön plandaki yerini almıştır. Bu dezenformasyon yönelimli eylemlere “devletler”, “istihbarat örgütleri” ve “sivil toplum kuruluşları” başvurabilmektedir (Humaid ve Akyüz, 2021: 119). Devletler ve kurumları, siber espionaj hareketlerini toplanan ham enformasyon ve belirlenen propaganda çerçeveleri ile yeniden kurgulamaktadır.

İnternet ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla, espionaj ve ideolojik propaganda faaliyetlerinin öznesi/etkileyeni, birey ve topluluklar olmaya başlamıştır. Devletlerin sosyal medya ve sıradan kullanıcılar yoluyla düşman olarak gördüğü ülkelerin kamuoyu üzerinde etkili olma çabalarıyla ilgili tartışmalar, ABD'de 2016 yılında yapılan ve Donald Trump'ın kazandığı seçimle zirveye taşınmıştır. Rusya'nın seçimlere müdahil olduğu iddialarına dayanak olabilecek çok sayıda kanıt ve sosyal medya verisi ortaya konmuştur (Pomerantsev, 2019). Başta Almanya ve İngiltere olmak üzere bazı Avrupa ülkeleri, Rusya'nın ülkelerindeki seçimlere müdahale ettiği/edeceği kaygısını dile getirmiş ve önlem alınması gerektiğini vurgulamıştır (Özcan, 2018, 12). Brexit oylamasıyla birlikte sosyal medya ve büyük verinin demokrasiler için önemli bir tehdit olduğu kanaati yaygınlık kazanmıştır. Kullanıcıların izinsiz olarak toplanan verileriyle propaganda kampanyalarına yön verilmiş ve sahte haberler yani dezenformasyon süreçleri yürütülmüş, insanların özgür şekilde kanaatlerinin oluşmasına engel olunmuştur.

Bu bağlamda sosyal medya platformları da özgürlük-güvenlik dengesini kaybetmiş, “liberal Batı değerleri ve kurallarını” öncelediği iddiasıyla kendi ideolojisini dayattığı uygulamalara başvurmuştur. Twitter, devletler tarafından dezenformasyon amacıyla organize edildiği gerekçesiyle zaman zaman bazı hesapları kapatmaktadır. Son olarak Rusya bağlantılı olduğu iddiasıyla 69 hesabın kapatıldığı ve kapatma nedeninin “NATO'ya ve istikrarına inancı baltalamaya çalışmak” olduğu açıklanmıştır (Işık, 2021). Şirket, hesapların Kremlin Hükümeti iltisakı olması dışında tutulursa (ki bu da net olarak bilinmiyor), bu kararda bir kuruluşa yönelik eleştirileri engelleme ya da bir kuruluşun istikrarını, ona olan inancı koruma görevini üstlendiği algısının oluşmasına yol açmıştır.

Diğer yandan Rusya ya da Kremlin Hükümeti yanlıları, tüm batı ülkelerinde kaygı uyandıran propaganda ve dezenformasyon faaliyetlerini 2010'lu yıllardan itibaren yoğunlaştırarak sürdürmüştür. Rusya'nın geleneksel medyada oluşturduğu televizyon ağlarının yanında sosyal medya ve interneti yoğun şekilde



kullandığı, Saint Petersburg’da hükümete yakın iş adamları eliyle kurulan ajans aracılığıyla, “düşman” ülke kamuoylarını sahte haberler ve hikayelerle etkilemeye çalıştığı bir süreç yönettiği ortaya çıkmıştır. Ukrayna Savaşı öncesinde de işgali haklı çıkarma amacına yönelik propaganda ve dezenformasyon çalışmaları yürütmüş, “trol fabrikası” olarak adlandırılan ajansta çalışanların açtığı binlerce sosyal medya hesabı ile başta komşu ve bölge ülkeleri olmak üzere ABD, Batı ülkeleri ve özellikle Batıya yakınlaşarak kendisine tehdit oluşturmakla suçladığı Ukrayna’da halkı ve politikacıları etkilemeye yönelik sistematik paylaşımlar yaptırılmıştır. FiveThirtyEight adlı platform, kapsamlı bir araştırma yaparak bu ajansa bağlı 2 bin 848 hesaptan yaklaşık 3 milyon twit elde etmiştir (Roeder, 2018).

2022 yılı Şubat ayında başlayan ve Yugoslavya’nın dağılmasından sonra Avrupa’nın gördüğü en önemli kriz olarak ifade edilen Ukrayna-Rusya Savaşı, yalnızca bölgeyi değil, enerji krizine yol açması nedeniyle tüm dünyayı etkileyen bir sorun olarak ortaya çıkmıştır.

Savaşın başlamasıyla birlikte yalnızca Rusya’nın değil Ukrayna kurumları ve sıradan sosyal medya kullanıcılarının da propagandanın ötesinde dezenformasyon faaliyetlerine kasıtlı ya da kasıtsız olarak katıldığı, yönlendirdiği görülmüştür. Savaşın ilk saatlerinden itibaren çok sayıda yanlış ve sahte bilgi viral olmuş iki taraf da savaşta haklılığını kendi kamuoyları ve dünyaya gösterme ya da düşmanın moralini bozma amacına yönelik enformasyon süreçleri yönetmiştir. Bu yoğunlukta enformasyonun (infodemi) içine doğal olarak yanlış bilgi ve sahte haberler de sızmıştır.

**Görsel 1.** Ukrayna-Rusya Savaşının ilk günlerinde dolaşıma giren sahte ve yanlış haberlerden bazılarına ait görseller (dogrulugune.org)



Yukarıdaki ilk görselde, Simpsonlar dizisindeki sahneler montajlanarak birleştirilmiş ve arka plana da elinde Ukrayna bayrağı olan bir karakter yerleştirilmiştir. Bu şekilde dizinin yine bir kehanette bulunduğu öne sürülmüştür.

İkinci görseldeki pilotun 30 saatte 6 Rus uçağını düşüren Ukraynalı pilot olduğu iddiasıyla paylaştı ancak fotoğraf 2019 yılında yapılmış bir eğitim uçuşuna katılan bir pilota aittir.

Üçüncü görseldeki askerlerin Rus askeri olduğu ve Çeçen bir aileyi katledip kameraya kaydettiği öne sürüldü ancak görsel bir film sahnesinden alınmıştır.

Dördüncü fotoğraftaki kadının bir Ukraynalı olduğu ve ele geçirilen Rus tanklarının nasıl kullanılacağını gösterdiği iddia edildi ancak kadın bir Rus Tiktok fenomeni idi ve görüntüyü savaştan önce yayınlamıştır.

Beşinci fotoğrafta görülen Kiev Belediye Başkanı Vitaly Kilitchko’nun cepheye savaştığı iddiasıyla paylaşıldı ancak fotoğraf 2014 yılındaki protesto eylemlerinde çekilmiştir.

Son fotoğraf ise savaşın ilk günü Rus uçaklarının Kiev üzerinde uçtuğu iddiasıyla paylaşıldı fakat fotoğraf savaş öncesi Ukrayna Hava Kuvvetlerinin gösteri uçuşundan alınmıştır (dogrulugune.org).

Görüldüğü gibi ağırlıklı olarak eski ya da farklı bağlamı olan ve güncelmiş gibi sunulan ya da manipüle edilmiş içerikler, yoğun şekilde sosyal medyada paylaşılmıştır. Savaşın ilk günlerinde tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de her kriz döneminde görüldüğü üzere yanlış bilgiler geleneksel ve sosyal medyada yer almıştır. Türkiye’de savaşın her iki tarafının da lehine/aleyhine üretilmiş bilgilere rastlanmış, iki ülkeyle de komşu olunması, devletin hem Ukrayna hem de Rusya ile yoğun askeri ve ticari ilişkilerinin olması sosyal medya kullanıcılarının savaşla ilgili haberlere ilgisinin daha da artmasına neden olmuştur.

## **5. Ukrayna-Rusya Savaşında Türkiye’de Dolaşıma Giren Yanlış Bilgi ve Dezenformasyon Nitelikli İçeriklerin Analizi**

Bu bölümde Ukrayna-Rusya Savaşında Türkiye’deki doğrulama platformları tarafından incelenen ve yanlış olarak işaretlenen iddiaların içerik analizine yer verilmiştir.

### **5.1.Araştırmanın Önemi**

Bu bölümde Türkiye’de faaliyet gösteren doğrulama platformları tarafından incelenen dezenformasyon ve mezenformasyon nitelikli haber ve bilgilerin niteliklerine, içeriğin türüne, kaynaklarına ve etkileşimlerine göre yapılan analizler sonrası elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

### **5.2. Metodoloji**

Çalışmamızın temel problemini Ukrayna-Rusya savaşı boyunca dolaşıma giren yanlış bilgi ve sahte haberlerin analizinin yapılması oluşturmaktadır. Ukrayna-Rusya savaşı sırasında uluslararası ve Türkiye kamuoyunu kasıtlı ya da kasıtsız olarak etkileme amacıyla dolaşıma sokulmuş, taraftar toplamaya çalışan manipülatif ve dezenformasyon nitelikli içeriklerin özelliklerini ve yoğunluğunu ortaya koymak ve bu doğrultuda çıkarımlar yapmak amaçlanmıştır.

### **5.3.Araştırma Soruları**

Araştırmanın soruları şunlardır:

- 1.Ukrayna-Rusya Savaşında Türkiye’de hangi yoğunlukta sahte/yanlış bilgi yayılmıştır?
- 2.Türkiye’de sosyal medyada ve geleneksel medyada savaşla ilgili en çok hangi yanlış bilgi türü (manipülasyon, çarpıtma, hatalı ilişkilendirme vd) dolaşıma girmiştir?
- 3.Yanlış bilgi ya da dezenformasyon nitelikli haberlerde en çok hangi içerik türü (metin, video, fotoğraf) kullanılmıştır?
- 4.Dezenformasyon nitelikli haberleri yayan kaynakların özellikleri nedir?
- 5.Dezenformasyon nitelikli haberlerin üretilmesini ve yayılmasını sağlayan aktörler kimlerdir?
- 6.Dezenformasyon nitelikli haberleri inceleyen doğrulama platformlarının paylaşımlarının etkileşim miktarları nedir?

### **5.4.Yöntem ve sınırlılıklar**

Çalışmada dezenformasyonu ve mücadele yöntemlerini anlamak adına literatür taraması yapılmasının ardından sahte haber ve yanlış bilgileri belirli bir metodolojiye uygun olarak inceleyen ve yanlış olduğunu ortaya koyan doğrulama platformlarının incelemelerinin içerik analizi yapılmıştır.

Çalışma, Türkiye’de dolaşıma giren ve Türkiye’de faaliyet gösteren, doğruluk kontrolü metodolojisine uygun çalışma yapan doğrulama platformlarının analizleriyle sınırlandırılmıştır. Bu doğrultuda Teyit, Malumatfuruş, Doğruluğu Ne? Doğrula ve Doğruluk Payı isimli doğrulama platformları çalışmaya dahil edilmiş, savaşın başlangıç tarihi olan 24 Şubat ile 1 Haziran 2022 tarihleri arasında, yaklaşık üç aylık (97 gün) süreçte yayınlanan analizler, içerik analiziyle incelenmiştir. Analizlerde kullanılan kodlama formlarının oluşturulmasında, iddia konuları için Akyüz (2021), yanlış bilgiyi yayan aktörlerle ilgili Brennen vd. (2020), yanlış bilgi türleriyle ilgili ise Wardle’nin (2017) sınıflandırmasından yararlanılmıştır.

### **5.5.Bulgular ve Yorum**

Bu bölümde belirlenen 5 doğrulama platformunun Ukrayna – Rusya Savaşına yönelik incelediği şüpheli bilgilerle ilgili yayınladığı analizlerden elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

### 5.5.1. Doğrulama Platformları ve Doğrulanmış Haber Sayıları

Çalışmaya dahil edilen doğrulama girişimleriyle ilgili temel bilgiler şöyledir:

**Teyit:** 2016 yılından bu yana internette yayılan dezenformasyon, dezenformasyon ve yanlış haber içeriklerinin doğru kaynaklara ulaşarak teyit edilmesini sağlamaktadır. Paylaşılan dijital haberlerin ve bilgilerin dijital okuryazarlık konusundaki bilinci arttırmak için çalışan Teyit.org, Teyit Medya A.Ş. adı altında faaliyet göstermektedir (teyit.org).

**Malumatfuruş:** Teyit.org gibi bir haber teyit platformudur. Ancak diğer platformlardan farklı olarak köşe yazısı odaklı bir doğrulama ve yanlışlama platformu olarak çalışmaktadır (malumatfurus.org).

**Doğruluğu Ne?:** Haber ve İletişim Araştırmaları Derneği (HABİD) bünyesinde faaliyetlerini yürüten ve Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrenci ve akademisyenleri tarafından yönetilen platform, geleneksel medyada ve sosyal medyada kamuoyunu ilgilendiren haberlerin doğruluğunu teyit etmek amacıyla analizler yapmaktadır (dogrulugune.org).

**Doğrula:** Kendini dezenformasyonla ve bilgi kirliliğiyle mücadele eden dijital bir platform olarak tanımlamıştır. Platform, yanlış ya da dezenformasyon nitelikli bilgilerin doğru içeriklerini internet sitesi üzerinden paylaşmaktadır (dogrula.org).

**Doğruluk Payı:** İnternet ve sosyal medyadaki bilginin geniş kitlelere daha doğru bir şekilde akışı için doğruluk kontrolü yapan bir platformdur. International Fact-Checking Network'un (IFCN) kurucu danışman kurulu arasında yer almıştır. İlk çıkış noktası siyasi paylaşımların doğruluğunu araştırmak olan Doğruluk Payı, sonraki dönemde internette yalan ya da çarpıtılmış içeriklerin analizlerini de yapmaya başlamıştır (dogrulukpayi.org).

**Tablo 1.** İncelenen iddia Sayıları

Platformlar	İncelenen iddia sayısı	Toplam İçindeki Pay	Aylara Göre Dağılım							
			Şubat		Mart		Nisan		Mayıs	
			S	%	S	%	S	%	S	%
Teyit.org	61	%29	23	%11,2	28	%13,6	7	%3,41	3	%1,46
Malumatfuruş	38	%18,6	8	%3,9	22	%10,7	5	%2,43	3	%1,46
Doğruluğu Ne?	12	%5,8	0	-	12	%5,8	0	-	0	-
Doğruluk Payı	57	%27,8	17	%8,2	23	%11,2	12	%5,85	5	%2,43
Doğrula	37	%18	15	%7,3	18	%8,8	3	%1,46	1	%0,48
Toplam	205	%100	63	%30,7	103	%50,3	27	%13,17	12	%5,85

Tablo 1'de görüldüğü üzere savaşın özellikle ilk 3 aylık diliminde en çok doğrulama yapan platform, Teyit.org olmuştur. Teyit.org internet sitesinden ulaştığımız toplam 61 iddia analizinin en yoğun olduğu dönem, savaşın başladığı 24 Şubat ile 28 Şubat arası dönemdir. İlk 5 günlük süreçte Teyit toplam 23 şüpheli bilgi analizi yapmıştır. En yoğun ikinci dönem ise Mart ayı olmuştur (28 iddia).

Doğruluk Payı, en çok haber doğrulaması yapan ikinci platform olarak 57 iddia analizi gerçekleştirmiş ve en fazla analiz Mart ayında yayınlanmıştır (Şubat 17, Mart 28). Dogrula.org ise Ukrayna ve Rusya savaşına yönelik ortaya atılan iddialar kapsamında 37 haber incelemesi gerçekleştirmiştir. Dogrula.org analizleri de en çok mart ayında (18 iddia) yoğunlaşmıştır. Malumatfuruş'un yaptığı analizlerin 8'i Şubat ayına 21'i Mart ayına aittir.

Doğruluğu Ne? analizlerini mart ayında bir dosya olarak internet sitesinde yayınlamış ve sadece bu ay içinde Ukrayna-Rusya savaşına yönelik iddia analizi gerçekleştirmiştir.

Platformların toplamda en çok incelediği iddialar mart ayına denk gelmektedir. Çünkü savaş Şubat sonunda başlamış Mart ayında çatışmalar yoğun bir şekilde devam etmiştir. Medyanın süreklilik arz eden olaylara



karşı bir süre sonra duyarsızlaşması ve insanların konuya olan ilgisinin gittikçe azalması, doğrulama platformlarının bu konudaki araştırmalarını azaltmasına ortam hazırlamıştır. Ayrıca en çok dezenformasyon nitelikli haber şubat ve mart aylarında dolaşıma sokulmuştur. Aşağıdaki tabloda incelenen haberlerin doğruluk analizleri yer almaktadır.

**Tablo 2.** İncelenen İddiaların Doğruluk Durumu

	Toplam analiz sayıları	Yanlış	Doğru	Kısmen Doğru	Belirsiz
Teyit	61	60	0	0	1
Malumatfuruş	38	36	0	1	1
Doğruluğu Ne?	12	12	0	0	0
Doğruluk Payı	57	56	1	0	0
Doğrula	37	34	0	3	0
Toplam	205	198 (%97)	1	4	2

Dezenformasyon nitelikli haberlerin dolaşıma girdiği 24 Şubat – 1 Haziran arasındaki dönemde incelenen iddiaların neredeyse tamamı yanlıştır. 205 şüpheli bilgiden 198'i yanlış, 2'si belirsiz 4'ü kısmen doğru, 1'i ise doğru olarak işaretlenmiştir.

**Tablo 3.** İddiaların İçerik Türlerine Göre Sınıflandırılması

Doğrulama Platformları	İddiaların İçerik Türleri						
	Fotoğraf	Yüzde	Video	Yüzde	Metin	Yüzde	Toplam
Teyit	20	%9,75	26	%12,68	15	%7,31	61
Malumatfuruş	11	%5,36	16	%7,80	11	%5,36	38
Doğruluğu Ne?	4	%1,95	4	%1,95	4	%1,94	12
Doğrula	12	%5,85	19	%9,26	6	%2,92	37
Doğruluk Payı	19	%9,26	25	%7,31	13	%6,34	57
Toplam	66	%32,2	90	%43,9	49	%24,9	205

Dolaşıma giren iddiaların içerik türleri bakımından sınıflandırıldığı tabloda en yüksek sayı video içerik kategorisine aittir. Şüpheli bilgilerin içeriklerinde, Video yüzde 44, fotoğraf ve ekran görüntüleri yüzde 32 oranında yer almış, metin ile oluşturulmuş yanlış içerikler ise toplam iddiaların yüzde 24'ünü oluşturmuştur. Aşağıdaki tablo ise yanlış bilgilerin türlerini göstermektedir.

**Tablo 4.** Yanlış bilgi türlerinin dağılımı

	Toplam analiz sayısı	Çarpıtma	Bağlamdan Koparma	Uydurma	Manipülasyon	Parodi	Hatalı İlişkilendirme	Taklit
Teyit	61	7	3	9	3	1	38	-
Pay%		%3,5	%1,5	%4	%1,5	%0,5	%18,50	
Malumat-furuş	38	4	8	7	5	-	14	-
Pay%		%2	%5	%3	%2,4		%6,8	
Doğruluğu Ne?	12	-	2	3	3	-	4	-
Pay%		-	%1,2	%1,5	%1,5		%2	
Doğrula	37	4	4	8	3	-	18	-
Pay%		%2	%2	%4	%1,5		%8,8	
Doğruluk Payı	54	4	3	8	10	1	28	-
Pay%		%2	%1,5	%4	%4,8	%0,4	%13,7	
Toplam analiz	205	19	18	35	24	2	102	-
Pay%	%100	%9,5	%9	%17,5	%13	%1	%50	

Yanlış bilgi türlerine göre yapılan ayırmada, en çok hatalı ilişkilendirme yapılan iddialar göze çarpmaktadır. En fazla hatalı ilişkilendirme tespitinde bulunan platform, Teyit.org (%18), sonra ise Malumatfuruş (%6,8) olmuştur. Doğruluğu Ne? tarafından incelenen iddialar içinde en çok uydurma haber tespiti bulunmaktadır.

Toplam 205 iddianın %50'si hatalı ilişkilendirme, %17,5'i uydurma, %9'u bağlamdan koparma, %9,5'i çarpıtma, %13'ü manipülasyon %1'i ise parodi türündedir.

### 5.5.2. İddiaların Kaynak Türleri

Ukrayna-Rusya Savaşında dezenformasyon nitelikli haberler, üreten ve yayan aktörler arasında yer alanlar 6 kategoride sınıflandırılmıştır. Bunlar: ünlüler/politikacılar/kurumlar, sıradan kullanıcılar, hem ünlüler/politikacılar/kurumlar hem sıradan kullanıcılar, geleneksel medya, sosyal medya, hem geleneksel medya hem sosyal medya olmak üzere aşağıdaki tablola yer almaktadır. Hem sıradan kullanıcılar hem de ünlüler/politikacılar/kurumlar için ortak olan kategori bu iki kategoriden sonraki sütunda karma olarak kodlanmıştır. Medya ve yeni medya kategorisinden sonraki karma kategorisi de her ikisinde de yayılan iddialar için seçilen koddur.

**Tablo 5.** İddiaların yayıldığı mecra ve yayan aktörler

Plat-formlar	Toplam Doğrulama Sayısı		Ünlüler, Politikacılar, Kurumlar		Sıradan Kullanıcılar		Karma		Geleneksel Medya		Sosyal/Yeni medya		Karma	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Teyit.org	61		8	%5	50	%24,39	3	%1,5	6	%3	52	%25	3	%1,5
Malumat-furuş	38		4	%1,9	27	%13	7	%3,4	8	%4	25	%12	5	%2,5
Doğruluğu Ne?	12		1	%0,5	11	%5,3	-	-	1	%0,5	11	%5,3	-	-
Doğrula	37		5	%2,4	29	%14	3	%1,5	5	%2,5	24	%11	8	%4
Doğruluk Payı	57		6	%2,9	44	%21	7	%3,4	2	%1	50	%24,5	5	%2,5
Toplam	205	%100	24	%12	161	%78	20	%10	22	%10	162	%79	21	%11

İddiaları dolaşıma sokan kaynaklar incelendiğinde genellikle doğrulama platformlarının sosyal medya odaklı çalıştığını, bir başka ifadeyle sosyal medyada daha çok şüpheli bilgi yayıldığı görülmektedir. İddialardan, yalnızca sosyal medyada dolaşıma girenlerin oranı %79 olurken, geleneksel medya kaynaklı iddiaların yüzde 10'da kaldığı görülmüştür. Geleneksel medya genellikle doğruladığı ve güvenilir kaynaklardan aldığı haberleri yayınlamaya çalışırken tam doğrulanamamış ya da şüpheli haberlere de yer verebilmektedir. Örneğin CNN Türk, Ukrayna-Rusya Savaşından bir bombardıman görüntüsü olduğu iddiasıyla bir video oyun sahnesini yayınlamıştır. Bu sahne, sosyal medya üzerinden dolaşıma girerek gerçek zannedilip sıradan sosyal medya kullanıcıları tarafından paylaşılmış, oyunu yükleyen kullanıcının uyarısının da etkisiyle CNN Türk özür dilemiştir (dogrulugune.org)

Platformların incelediği iddialara bakıldığında en çok yanlış bilginin sıradan kullanıcılar aracılığıyla dolaşıma sokulduğu görülmektedir. Ünlüler, politikacılar ve kurumlar tarafından yayılan iddiaların oranı %12 olurken, sıradan kullanıcıların yayılmasına neden olduğu iddiaların oranı %78 olarak belirlenmiştir. İki aktörün de yer aldığı iddialar ise %10'dur

**Tablo 6.** İddiaların Ülke İçi ve Ülke Dışı Aktörlere göre dağılımı

Platformlar	Analiz Sayısı		Ülke içi		Ülke dışı		Karma	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Teyit	61	%30	2	%0,9	45	%22	14	%7
Malumatfuruş	38	%18,5	2	%0,9	22	%11	14	%7
Doğruluğu Ne?	12	%6	2	%0,9	2	%1	8	%4
Doğrula	37	%18,5	29	%14	8	%3,5	-	-
Doğruluk Payı	57	%27	3	%1,3	30	%14,5	24	%11
Toplam	205	%100	38	%18,5	107	%52	60	%29,5

İddiaların %18'ini Türkiye içinden, %52'sini ülke dışından, %30'unu ise hem ülke içi hem de ülke dışı aktörlerin dolaşıma soktuğu ya da yaydığı belirlenmiştir. Savaş, Ukrayna ve Rusya arasında olduğu ve dünya genelinde birçok haber kuruluşu tarafından takip edildiği için genellikle yabancı haber kaynakları ve sosyal medya kullanıcıları ön plandadır. Ülke içinden aktörlerin dolaşıma soktuğu iddiaların sayısı az olsa

da haberleri takip eden kitle üzerindeki etkisi düşünüldüğünde azımsanmayacak bir oranı oluşturmaktadır.

### 5.5.3. Platformların Twitter Etkileşimleri

Yanlış bilgilerin etkileşim oranları, somut olarak ulaşmamız mümkün olduğu için Twitter üzerinden alınmıştır. Burada savaşın başladığı Şubat ayı da dâhil olmak üzere Hazirana kadar olan süreçte yaklaşık üç aylık sürede incelediğimiz iddia analizlerinde her platformun Twitter üzerindeki etkileşimleri, yorum, beğeni ve retweet sayıları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 7.** Teyit Twitter etkileşim istatistikleri

24 Şubat-1 Haziran	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Ayların Top.
	Etkileşim	Etkileşim	Etkileşim	Etkileşim	Etkileşim
Retweet	1192 %19,56	259 %4,25	10 %0,16	1 %0,01	1462 %24
Beğeni	3519 %57,75	950 %15,59	42 %0,68	22 %0,36	4533 %74,4
Yorum	64 %1,05	30 %0,49	4 %0,06	-	98 %1,6
Toplam Etkileşim	4775 %78	1239 %20,5	56 %1	23 %0,5	6093 %100

Teyit.org Twitter etkileşimleri göstermektedir ki en çok beğeni, retweet ve yorum, Şubat ayında gerçekleşmiştir. Martta bu sayıda düşüş yaşanmış, paylaşım sayılarına da paralel olarak nisan ve mayıs ayında ise bu oran kayda değer şekilde azalmıştır.

**Tablo 8.** Malumatfuruş Twitter Etkileşimleri

24 Şubat-1 Haziran	Şubat		Mart		Nisan		Mayıs		Ayların Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Retweet	105	%13,4	56	%7,15	12	%1,53	-	-	173	%22,10
Beğeni	349	%44,6	184	%23,49	30	%3,83	3	%0,38	563	%71,90
Yorum	25	%3,2	17	%2,17	5	%0,64	-	-	47	%6
Toplam Etkileşim	479	%61	257	%32,5	47	%6	3	%0,5	783	%100

Malumatfuruş'un Twitter hesabı üzerinden aylara göre yapılan incelemede, Tablo-8 en çok etkileşimin şubat ayında alındığını göstermektedir. Sonraki aylarda kademeli olarak bir düşüş görülmekte, savaş haberleriyle orantılı olarak şüpheli bilgiler de yok denecek kadar azalmıştır.

**Tablo 9.** Doğruluğu Ne? Twitter Etkileşimleri

24 Şubat-1 Haziran	Şubat		Mart		Nisan		Mayıs		Ayların Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Retweet	50	%9,26	66	%12,22	-	-	-	-	116	%24,88
Beğeni	217	%40,19	199	%36,85	-	-	-	-	416	%77,04
Yorum	6	%1,11	2	%0,37	-	-	-	-	8	%1,48
Toplam Etkileşim	273	%50,56	267	%49,44	-	-	-	-	540	%100

Doğruluğu Ne? Bütün iddia analizlerini şubat ve mart ayında topladığı için diğer aylarda Ukrayna-Rusya çatışmasına yönelik bir istatistiği bulunmamaktadır. Bu iki ayın oranları da birbirine çok yakındır.

**Tablo 10.**Doğrula Twitter Etkileşimleri

	Şubat		Mart		Nisan		Mayıs		Ayların Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Retweet	13	%7,83	7	%4,21	7	%4,21	2	%1,20	29	%17,46
Beğeni	30	%18,07	38	%22,89	29	%17,46	40	%24,09	137	%82,53
Yorum	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Toplam	43	%26	45	%27	36	%22	42	%25	166	%100

Doğrula.org diğer 4 doğrulama platformuna oranla en düşük etkileşim istatistiğine sahiptir. Platformun en yoğun etkileşim aldığı dönem ise mart ayı olmuştur.

**Tablo 11.**Doğruluk Payı Twitter Etkileşimleri

	Şubat		Mart		Nisan		Mayıs		Ayların Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Retweet	57	%4,27	240	%17,99	20	%1,49	15	%1,12	333	%24,96
Beğeni	147	%11,01	717	%53,74	65	%4,87	49	%3,67	978	%73,32
Yorum	3	%0,22	17	%1,27	2	%0,14	1	%0,07	23	%1,72
Toplam	207	%15,5	974	%73	87	%6,5	65	%5	1334	%100

Mart ayında en çok etkileşim alan paylaşımlara sahip olan Doğruluk Payı, Teyit.org doğrulama platformundan sonra en yüksek Twitter etkileşimleriyle ikinci sırada yer almaktadır.

**Tablo 12.**Platformların Aylara Göre Twitter Paylaşımları ve Etkileşimleri

24 Haziran	Şubat-1		Mart		Nisan		Mayıs		Ayların Top.	
	Sayı	Genel içindeki yüzde	Sayı	Genel içindeki yüzde	Sayı	Genel içindeki yüzde	Sayı	Genel içindeki yüzde	Sayı	Genel içindeki yüzde
Teyit	4322	%53,25	1220	%13,79	56	%0,68	23	%0,28	5621	%69,25
Malumatfuruş	479	%5,90	254	%3,12	47	%0,57	3	%0,03	783	%9,64
Doğruluğu Ne?	-	-	213	%2,62	-	-	-	-	213	%2,62
Doğrula	43	%0,52	45	%0,55	36	0,44	42	0,51	166	%2,04
Doğruluk Payı	207	%2,55	974	%12	87	%1,07	65	0,80	1333	%16,42
Toplam Etkileşim	5051	%62	2706	%33,5	226	%2,8	143	%1,7	8116	%100

Tablo 12, genel pay içinde aylar bazında her platformun incelediği haberlere yönelik verileri göstermektedir. Her platformun ay içindeki toplam etkileşimleri ve bütün aylardaki toplam etkileşimleri görülmektedir. Buradan hareketle, en çok etkileşimi alan platform, Teyit.org olmuştur. Teyit.org diğer sitelere göre daha eski ve daha çok takipçiye sahip olan (780 bin), daha fazla inceleme yayınlayan



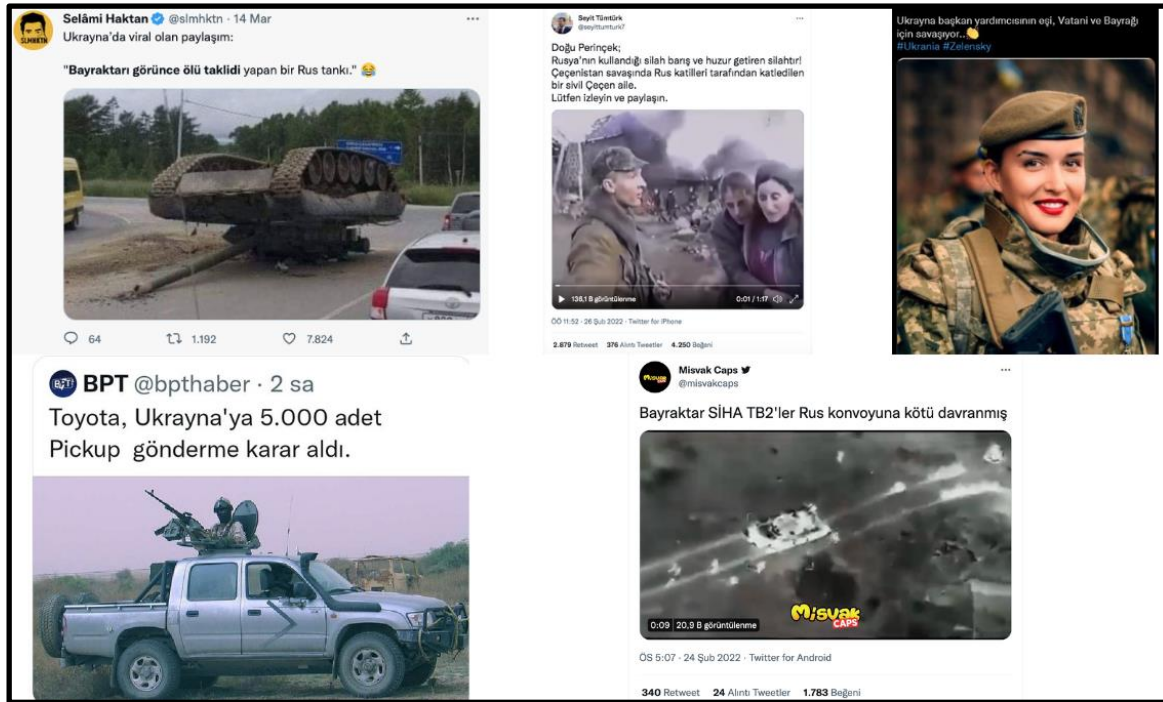
platformdur. Doğruluk Payı, 286 binin üzerindeki takipçi sayısı ile ikinci sırada yer almaktadır. Üçüncü sırada yer alan platform 49 binin üzerinde takipçisiyle Malumatfuruş, dördüncü sırada yer alan platform 21 bin takipçisiyle Doğru olmuştur. Beşinci ve son sıradaki doğrulama platformu, 12 bin 600 kişilik takipçi sayısı ile Doğruluğu Ne'dir.

Yanlış bilgiyi yayan hesapların paylaşımları genellikle doğru bilgidен daha yüksek etkileşimlere sahip olmaktadır. Daha önce yapılan önemli araştırmalar (Vosoughi vd, 2018) yanlış bilgi ve sahte haberlerin gerçek bilgilere nazaran 10 kat daha fazla kullanıcıya eriştiğini ortaya koymuştur. Aşağıdaki tabloda yer alan iddia ve bu iddiaların yanlışlığını ortaya koyan doğru bilgi paylaşımlarının bazılarına ait etkileşimlerin karşılaştırması görülmektedir.

**Tablo 13.** İddia ve doğrulama etkileşimlerinin karşılaştırılması (teyit.org)

İddia	İddia Etkileşimleri	Doğrulama etkileşimleri
Devrilmiş tankı Bayraktar SİHA'nın vurduğu iddiası	4.000	51
Toyota'nın Ukrayna'ya 5 bin jeep gönderdiği iddiası	3.974	108
Filmden alınan videonun Rusların Çeçen aileyi öldürüp kameraya kaydettiğini gösterdiği iddiası	4500	305
Fotoğrafın Ukrayna başkan yardımcısının eşini savaşta gösterdiği iddiası	1205	159
Videonun SİHA TB2'lerin Rus konvoyuna saldırısını gösterdiği iddiası	1.783	288

## Görsel 2: Yanlış bilgi içeren paylaşımlar



Takipçisi en fazla olan doğrulama platformu Teyit baz alınarak yapılan karşılaştırmada, iddiaların yer aldığı paylaşımların etkileşimlerinin, doğrulanmış bilgi paylaşımlarına oranla onlarca kat daha fazla olduğu görülmektedir. Bu sonuçta, doğru bilginin yanlış bilgi kadar sansasyonel olmaması, sosyal medyanın anımsal özelliklerinin etkisiyle yanlış bilginin hızlıca yayılması ve kaybolması, doğru bilginin yanlış bilgiye maruz kalan aynı kişilere ulaşmaması etkili olmaktadır.

#### 5.5.4. Yanlış ve sahte haberlerin hedef aldığı taraflar

Çalışmada, doğrulama platformlarının yanlış olduğunu tespit ettiği içeriklerin savaşın hangi tarafını hedef aldığı da incelenmiştir. Bu analiz, sosyal medya kullanıcılarının en çok hangi tarafın aleyhinde üretilmiş yanlış/sahte bilgilere maruz kaldığını öğrenmek açısından önemlidir. Diğer yandan doğrulama platformları viral yani etkileşimi fazla olan iddiaları incelediği için hangi tarafı hedef alan iddiaların daha çok ilgi gördüğü verisine de bu yolla ulaşılmıştır.

**Tablo 14.** Sahte Haberlerin Hedef Aldığı Tarafların Analizi

Platformlar	İncelenen iddia sayısı		Rusya aleyhine		Ukrayna aleyhine		Tarafsız	
	Sayı	Genel top. İçindeki Pay (%)	Sayı	Genel toplam içindeki pay (%)	Sayı	Genel top. içindeki pay (%)	Sayı	Genel top. İçindeki pay (%)
Teyit	61	% 29.76	29	% 14.15	16	% 7.80	16	% 7.80
Malumatfuruş	38	% 18.54	16	% 7.80	6	% 2.93	16	% 7.80
Doğruluğu Ne?	12	% 5.85	7	% 3.41	1	% 0.49	4	% 1.95
Doğrula	37	% 18.05	19	% 9.27	9	% 4.40	9	% 4.40
Doğruluk Payı	57	% 27.80	31	% 15.12	14	% 6.83	12	% 5.85
Toplam	205	% 100	102	% 49,75	46	% 22,45	57	% 27,80

Tablo 14'ten elde edilen sonuçlar, viral olan iddiaların yaklaşık yarısının (%49,75) Rusya aleyhinde iddialar olduğunu ortaya koymaktadır. Ukrayna aleyhinde iddiaları içeren paylaşımların oranı ise %22,45 olarak tespit edilmiştir. Herhangi bir tarafı hedef almayan, genel olarak savaşla ilgili iddialar ise %27,80'dir.

Bu veriler doğrultusunda Türkiye'de dolaşıma giren ve sosyal medya kullanıcılarının ilgi gösterdiği iddiaların ağırlıklı olarak Rusya'yı hedef alan iddialar olduğu görülmektedir.

#### 6. Sonuç ve Değerlendirme

Geleneksel medyada sadece medya profesyonelleri içerik üretip dağıtırken günümüzde her internet ve sosyal medya kullanıcısı yeni medyada içerik üretebilmekte ve yaymaktadır. Bazı içerikler paylaşan tarafından onların özgün çalışmalarını içermekte olsa da dezenformasyon nitelikli haberlere ve içeriklere sosyal medya ve yeni medya mecralarında sıklıkla rastlamak mümkündür. Öyle ki sosyal medyanın geleneksel medyadan daha etkili olmaya başladığı 2010'lardan itibaren dezenformasyonun üretilmesi ve yayılması çok daha hızlı bir hal almıştır. Özellikle milli ve dini duygular üzerinden yapılan dezenformasyon, belli kitlelerin tepkilerini çekmek ve onları harekete geçirmek amacıyla yapılmaktadır. Kriz ve savaş dönemlerinde başvurulan dezenformasyon nitelikli haberler ise çoğunlukla tarafların birbirini yıpratma amacının ötesinde sadece kitlelerin dikkatini çekmek için de yapılabilmektedir. Video oyunlarının savaştan gerçek görüntüler gibi verilebilir hale gelmesi, bazı içerik üreticilerin, eğlenmeyi amaçladığını gösterse de onların bu davranışı, aynı zamanda savaş ve kriz dönemlerinde doğru bilgiye ulaşmayı da zorlaştırmaktadır.

Ukrayna-Rusya Savaşı, dünyayı dolaylı olarak etkilese de, milyonlarca insanın hayatını kaybetmesine neden olan pandemi gibi, devam ettiği sürece ilginin canlı kaldığı bir kriz olmamıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlara bakıldığında platformların gündemine giren yanlış bilgi ve sahte haberlerin savaşın ilk bir ayı içinde yoğunlaştığı ve incelenen şüpheli bilgilerin yüzde 97 gibi büyük bir ölçüde yanlış olarak tespit edildiği görülmektedir. Yapılan analize göre, dezenformasyon nitelikli haberlerin sosyal medya kullanıcıları, ünlüler ve çeşitli kurumlar tarafından yayılmaya devam ettiği, en çok sıradan kullanıcılarının bu iddiaların yayılmasına aracılık ettiği görülmüştür. Bu yayılmanın en temel sebebi, bilgiye hızlıca ulaşma ve yayma arzusu, araştırmaya duyulan isteksizlik, şüphe reflekslerinin gelişmemesi ve inandığı görüş ya da tarafa bağlılık olduğu söylenebilir. Diğer yandan sosyal medyanın anımsalılık özelliği nedeniyle yanlış bilginin ulaştığı kitlelere nazaran, doğrulanmış/yanlışlanmış gerçek bilginin yayılımı daha düşük kalmaktadır.



Elde edilen önemli bir bulgu da, sahte ya da yanlış bilgilerin büyük ölçüde fotoğraf ya da video barındırmasına paralel olarak, yanlış bilgi türlerinden en çok hatalı ilişkilendirme kategorisinde iddiaların yoğunlaşmasıdır. Farklı ya da eski tarihli fotoğraf ya da videoları, savaş gibi kriz dönemlerinde manipülasyonun en yaygın yöntemi olarak başvurulduğu görülmektedir. Sıradan kullanıcıların bu görsel/videoların kaynağını araştırma konusundaki bilgi eksikliği, dezenformasyon amacıyla hareket eden kişi ya da grupların sahte haber üretiminde görsel/video kullanımına daha çok başvurduğunu göstermektedir.

Son olarak çalışma, Türkiye’de viral olan iddiaların büyük bölümünün Rusya aleyhinde üretilmiş ve yaygınlaşmış iddialar olduğunu, herhangi bir tarafı hedef almayan iddiaların taraflı iddialara göre daha az olduğunu ortaya koymaktadır.

Yanlış bilgi ve dezenformasyona karşı dirençli olmak için, şüpheli, eleştirel bir zihin yapısına sahip olmak, şüpheli bilgilerle karşılaşıldığında kaynak ve içeriğin güvenilirliğini sorgulamak ve sosyal medyayı yavaş kullanmak, sansasyonel haberlerin etkileşimini arttırmamak adına yeni gelişmelerin ve bilgilerin ortaya çıkmasını beklemek gerekmektedir. Bilgi açığının olduğu dönemlerde kamu otoritelerinin kamuoyunu daha hızlı bilgilendirmesi de yanlış bilginin yayılımını engelleyecek faktörlerden biridir. En önemlisi ise, demokrasiler için bir tehdit olan yanlış bilgi ve sahte haberle mücadelede dijital okur yazarlığın geliştirilmesi ve sosyal medya kullanıcılarının doğru bilgiye daha kolay ulaşmasını sağlayacak doğrulama girişimlerinin sayısının artmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

## Kaynakça

- Akyüz, S. S. (2020). Yanlış Bilgi Salgını: COVID-19 Salgını Döneminde Türkiye’de Dolaşıma Giren Sahte Haberler . Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi , (34) , 422-444 . DOI: 10.31123/akil.779920
- Akyüz, S. S., Kazaz, M., ve Gülnar, B. (2021). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sahte/Yalan Haberlerle İlgili Görüşlerine Yönelik Betimleyici Bir Çalışma. Selçuk İletişim, 14(1), 216-239.
- Aouragh, M. (2008). Everyday resistance on the internet: The Palestinian context. *Journal of Arab and Muslim Media Research*. 1 (2), 109–130.
- Aydın, F. A. (2020). Post-Truth Dönemde Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Pandemi Süreci. *Asya Studies Dergisi*. 4, (12). <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asya/issue/55644/740420> adresinden erişim sağlandı.
- Brennen, J. S., Simon, F., Howard, P. N., Nielsen, R. N. (2020). Types, Sources, and Claims of COVID-19 Misinformation. Reuters Institute Report, Factsheet, April 202
- Çömlekçi, M. F. (2019). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Haber Doğrulama Platformlarının Etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (e- GİFDER)*. (7). 1549-1563.,
- Cooke, N. A. (2017). Posttruth, Truthiness, and Alternative Facts: Information Behavior and Critical Information Consumption for a New Age. *Library Quarterly: Information, Community, Policy*. 87: (3). 211-221. The University of Chicago.
- Ercan, E. E. (2021). Dezenformasyon Çağı. (Editör: Dr. Selim Selman Akyüz). (İçinde 3) “Haber ve Misenformasyon Bağlamında Yeni Gazetecilik Pratikleri: Veri, Mecra ve Robot Gazeteciliği”. Eğitim Yayınevi: Konya.
- Fallis, D. (2009). “A Conceptual Analysis of Disinformation.” Paper presented at the fourth annual iConference at University of North Carolina, Chapel Hill. <https://www.ideals.illinois.edu/handle/2142/15201/browse>
- Humaid, A. ve Akyüz, S, S. (2021). *İsrail’in Dezenformasyon Aracı Olarak Televizyon Dizileri: Fauda Örneği*. (İçinde) Dezenformasyon Çağı, Editör: Dr. Selman Selim Akyüz. İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- Ilgın, H. Ö. (2021). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Halkla İlişkiler İlişkisi. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2): 303-322.
- Işık, H. (2021). Twitter Cumhuriyetinden(!) yaptırım, Doğru Haber: <https://dogruhaber.com.tr/haber/732762-twitter-cumhuriyetinden-yaptirim/>, Erişim tarihi: 14.3.2021.

- İrvan, S. (2022). Yanlış bilgiyle doğru mücadele: Doğrulama platformları nasıl işlemeli? NewsLabTurkey, <https://www.newslabturkey.org/2022/11/07/yanlis-bilgiyle-dogru-mucadele-dogrulama-platformlari-nasil-islemeli/> adresinden 20.11.2022 tarihinde erişildi.
- Kazaz, M., & Akyüz, S. S. (2019). Sahte Haber. Konya: Literatürk.
- Mayfield, T. D. (2011). A Commander's Strategy for Social Media. Joint Forces Quarterly 60, (1), 79-83. <https://apps.dtic.mil/sti/citations/ADA535374> (19.08.2022).
- Netchitailova, E. (2017). Yeni Medya Kuramları. (Editör: Prof. Dr. Filiz Aydoğan). (İçinde, 1): "Flaneur, Aylak ve Empatik İşçi". DR Yayınları. İstanbul.
- Özcan, M. (2018), "Öznenin Ölümü: Post-Truth Çağında Güvenlik Ve Türkiye", İHH İnsani Yardım Araştırma Merkezi Araştırmaları No: Ocak- 2018-55
- Pomerantsev, P. (2019). How fake news conquered the world? Haziran 14, 2020 tarihinde vox.com: <https://www.vox.com/world/2019/10/24/20908223/trump-russia-fake-news-propaganda-peter-pomerantsev> adresinden alındı
- Roeder, O. (2018), Why We're Sharing 3 Million Russian Troll Tweets. <https://fivethirtyeight.com/features/why-were-sharing-3-million-russian-troll-tweets/> adresinden 12.08.2018 tarihinde erişim sağlandı.
- Shu, K. Bhattacharjee, A. vd. (2020). Combating Disinformation in a Social Media Age. <https://wires.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/widm.1385> adresinden erişildi.
- Shu, K. Sliva, A. vd. (2017). Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective. SIGKDD Explor. Newsl. 19, 1 (June 2017), 22–36. <https://doi.org/10.1145/3137597.3137600>
- Staender, A, and Humprecht, E. (2021). Types (Disinformation). Zürich: Hope. DOI: <https://doi.org/10.34778/4e>. [https://www.researchgate.net/publication/351770276\\_Types\\_Disinformation](https://www.researchgate.net/publication/351770276_Types_Disinformation) adresinden erişildi.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. (359), 1146-1151.
- Yayla, A. (2020). Totaliterizm ve Dezenformasyon. Liberal Düşünce Derneği. 25, (98). 135-146. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1428825> adresinden erişim sağlandı.
- Yaylagül, L. (2021). Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. Dipnot Yayınları. (11. Baskı). Ankara.
- Yozkat, A. S. (2017). Sosyal Medyanın Ekonomi Politikası Bağlamında Instagram'ın İncelenmesi. e-Journal of New Media / Yeni Medya Elektronik Dergisi. 1, (2). 173-182. [https://www.researchgate.net/publication/317045748\\_SOSYAL\\_MEDYANIN\\_EKONOMI\\_POLITIGI\\_BAGLAMINDA\\_INSTAGRAM'IN\\_INCELENMESI](https://www.researchgate.net/publication/317045748_SOSYAL_MEDYANIN_EKONOMI_POLITIGI_BAGLAMINDA_INSTAGRAM'IN_INCELENMESI) (11.06.2022). adresinden 22.10.2022 tarihinde erişim sağlandı.
- Wardle, C. ve Derakhshan H. (2017), Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report DGI (2017) 09.
- İnternet**
- Dogrula.org (2022). Hakkımızda. <https://www.dogrula.org/biz-kimiz/> adresinden 01.04.2022 tarihinde erişildi.
- Dogrulugune.org Ukrayna ve Rusya paylaşımları (2022). [https://twitter.com/search?q=\(%22ukrayna%22%20OR%20%22rusya%22\)%20\(from%3Adogrulugune\)%20lang%3Atr%20until%3A2022-06-01%20since%3A2022-02-24&src=typed\\_query](https://twitter.com/search?q=(%22ukrayna%22%20OR%20%22rusya%22)%20(from%3Adogrulugune)%20lang%3Atr%20until%3A2022-06-01%20since%3A2022-02-24&src=typed_query) adresinden 20.06.2022 tarihinde erişildi.
- Doğruluğu Ne? (2022). Hakkında bilgi. <https://dogrulugune.org/hakkinda/> adresinden 01.05.2022 tarihinde erişildi.
- Doğruluk Payı (2022). Hakkımızda. <https://www.dogrulukpayi.com/sayfa/hakkimizda> adresinden 20.06.2022 tarihinde erişildi.