

Hakikatin Peşinde Medyanın Dezenformasyon ile Mücadelesi

→ Yunus Emre ÖKMEN*

Giriş

İnsanlığın ilk dönemlerinden itibaren yalan bilgi var olmuştur. Diğer insanların zarar görmesini istemek, ekonomik ya da siyasal olarak avantaj elde etmek gibi nedenlerden dolayı bilgi ya da enformasyonun manipüle edilmiş hâline çeşitli dönemlerde ve çeşitli şekillerde tanık olmaktadır. Bilerek ve isteyerek topluma zarar vermek, yalan haberi üreten bireyin içsel sorunların bir yansıması olarak kendini farklı şekillerde gösterebilmektedir. Bir çeşit şiddet de içeren bu ruhsal hâl, sıradan insanların duygu ve düşüncesini manipüle ederek ve hatta istismar ederek kötü amaçlı çalışmaktadır.

Dönemin iletişim araçlarına göre farklı formatlarda görebildiğimiz yalan bilgi, günümüz dünyasında zirveye ulaşmış durumdadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ya da Jenkins'in "Yakınsama" (2016, s. 16) olarak ifade ettiği internet, telekomünikasyon ve bilgisayar üçlüsünün yakınlaşarak tek bir cihazda toplanması bu süreci başka bir boyuta taşımıştır. Herhangi bir editöryal sürece tabii olmadan isteyen herkesin, istediği zaman, istediği yerden içerik üretebilmesi ve kitlelere bunu aktarabilmesi sonsuz bir özgürlük alanı tanımaktadır (Karadağ ve Ayten, 2020, s. 483).

Bu bakımdan Toffler'in *Üçüncü Dalga* kitabında (2008) "Prosumer" olarak da kavramsallaştırılan süreç, üreten tüketicilere işaret ederken hemen hemen herkesin içerik üretebilmesi ve tüketebilmesi boyutunu vurgulamaktadır. Yine Jenkins'in "Kara Kutu" (2016, s. 32) olarak tanımladığı cep telefonları, internet tabanlı akıllı cihazların avantajlarını suistimal ederek toplumsal bir kaosa yol açabilmektedir.

* Doç. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, yunusemre.okmen@ibu.edu.tr

Medya okuryazarlığının fazlasıyla önemsenmesi gerektiği bu dönemde kullanıcıların yetkinlik düzeylerini artırmanın kaçınılmaz olduğu anlaşılmıştır. İçerik üreten ya da içerik tüketen kullanıcıların hukuki, ahlaki ve sosyal medya gramerine hâkim olmadan göstermiş olduğu kullanım pratiği hem kendisini hem toplumu tehdit edebilmektedir. Bu bilgiler ışığında dezenformasyona giden süreçte bilginin evrimini, kullanım amacını, gelecek koşulları ve fikir önerilerini tartışmak faydalı olacaktır.

Enformasyon Toplumu Üzerine

Enformasyon söz konusu olduğunda, McLuhan'ın konuyla ilgili görüşleri hatırlanmalıdır: “Hayatlarımızı baştan başa enformasyonun tinsel biçimine tercüme edişimiz, yerkürenin ve insanlık ailesinin tamamını tek bir bilinç hâline getiriyor gibi görünmektedir” (akt. Kumar, 2004, s. 19). Benzer şekilde Toffler'in sözleri McLuhan'ı desteklemektedir: “Bilgisayar, tarihsel değişimi hızlandırır ve Üçüncü Dalga, toplumsal çeşitlilik doğrultusundaki itkiyi ateşler” (akt. Kumar, 2004, s. 19). Enformasyon döneminde toplumsal, ekonomik ve politik boyutlar bulunmaktadır (Özçetin, 2018, s. 262). Pek çok düşünür bu dönemden sonraki süreci Enformasyon Toplumu (Van Dijk, 2016), Bilgi Toplumu (Kumar, 2004), Ağ Toplumu (Castells, 2008) gibi kavramlarla ifade etmeye çalışmıştır.

1960'lı ve 1970'li yıllardan sonra bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak sosyal bilim araştırmacıları toplumdaki değişim ve dönüşümleri anlamaya çalışmak için çeşitli araştırmalar yapmaya başlamıştır. Sanayi toplumu ve sanayi sonrası toplumun sosyolojisine de odaklanan bu araştırmalar, var olan durumu anlamak için bir yol haritası ortaya koyabilmiştir. Bu alanda çalışan en önemli isimlerin başında *The Coming of Post-Industrial Society* (1973) (Sanayi Sonrası Toplumun Yaklaşması) kitabının yazarı olan Harvard sosyoloji hocası Daniel Bell gelmektedir. Bu süreçten sonra akademik çalışmalar hız kazanmış ve sanayi sonrası süreç enformasyon toplumu olarak ifade edilmeye başlanmıştır (Kumar, 2004, ss. 14-15).

Kavramsal olarak enformasyon kelimesine bakıldığında, “belli bir aracın ya da kanalın taşıdığı bilgi” anlamına gelmektedir (Mutlu, 2012, s. 95). Enformasyon teorisi ise bu sürecin detaylı analizini ele alan iletişim yaklaşımı olarak ifade etmek mümkündür. Şafak Ural'a göre en temel ifadeyle enformasyon, “bilimsel anlamda işlenebilen ve aktarılabilen bir veridir” (2012, s. 537).

Norbert Wiener'a göre enformasyon, "evrenin fiilen duraklamasına neden olacak entropik dürtüye karşı hayatın gerçekleştirdiği karşı saldırıların esas parçasından başka bir şey değildir" (Akt. Kumar, 2004, s. 19). Kumar'a göre enformasyon teknolojiye dayanmaktadır ve bu teknolojik alanda sağlanan birtakım devrimci gelişmelerden doğarak domino etkisi yaratmıştır (2004, s. 20).

Kavramın tarihini İngiliz sosyolog Arthur J. Pentyl'e kadar indirgeyerek ilk kez 1920'li yıllarda kullanıldığını ifade eden görüşler de bulunmaktadır (Akt. Mattelart, 2016, s. 129). Enformasyon konusunda ismi sıklıkla gündeme gelen bir diğer isim Fritz Machlup'tur. 1962 yılında ABD'de "enformasyon endüstrisinin" Gayri-Safi Millî Hasıla'nın yaklaşık 1/3'ünü kapsadığını ortaya koyan bir çalışma yapmıştır. Machlup, enformasyon sanayisi olarak ifade ettiği sektörün eğitim, araştırma, basın ve yayın gibi dalların da dâhil olduğu birçok iş kolunun bulunduğunu ifade etmiştir (Akt. Geray, 2003, ss. 73-74).

Naisbitt'e göre sanayi toplumunda otomobiller fabrikalarda kitlesel olarak imal edilmiş ve kitlesel olarak tüm dünyaya pazarlanması sağlanmıştır. Enformasyon toplumuna geldiğimizde ise bilginin, kitlesel olarak üretilme pratiğinden konuşmaktayız (Akt. Kumar, 2004, s. 25). Bilginin kitlelere dağıtılmak üzere üretilmesi dezenformasyon problemini de beraberinde getirmektedir. Buradaki tespit çok önemlidir. Otomobili kitlesel üretebilecek alt yapının varken bilgiyi kitlesel üretebilecek nitelikli insan kaynağı bulunmakta mıdır? Bu tespitin dezenformasyona giden süreci hızlandırdığını söylemek mümkündür. Bilen bilmeyen herkesin bilgi üretip yaydığı bir dönemde risklerin ve tehditlerin daha görünür olduğu düşünülmektedir.

Yalan İçeriklerin Etki Boyutu

21. yüzyıl, bilginin ulaşılabilirliği bakımından insanlık tarihi boyunca gelişen en ileri düzey olmuştur. Ancak bu bilgiye erişebilme sürecinin aşırı kolaylaşması, yanlış, yalan ve yanıltıcı bilgilerin de aynı hızla yayılmasına yol açmıştır. Dezenformasyon, yani bilerek ve kasıtlı olarak yanlış bilgi yayma faaliyeti hem bireyler hem de toplum için büyük bir tehdit hâline gelmiştir. Medya ise bu mücadele sürecinde önemli bir araç ve aynı zamanda bir sorumluluk alanı olmuştur. Dezenformasyonun kitlelere hızlı bir şekilde yayılmasında birinci araç olan medya, yine dezenformasyonu engelleyen ya da engelleyecek araçların başında gelmektedir. Bu bağlamda, medya ve dezenformasyon arasındaki ilişki elzemdir. Yine doğrulama organizasyonlarının

rolü ve hakikat arayışında atılabilecek adımlar üstünde durulması gereken konuların başında gelmektedir.

En genel tanımıyla dezenformasyon, bilginin medya aracılığıyla yanlış bir şekilde ve kasten dolaşıma sokulması anlamına gelmektedir (Turan, 2015, s. 3). Yalan içerikler, manipüle edilmiş görseller, deepfake videolar ve yanlış bağlamda aktarılan bilgiler, dezenformasyonun en yaygın ve en sık görülen türleridir. Gerek geleneksel medya gerek sosyal medya ve gerekse dijital platformlar bu yanlış bilgilerin hızlı bir şekilde yayılmasını kolaylaştıran araçlar olmaktadır.

Dezenformasyonun etkileri sadece kullanıcı konumundaki bireylerle sınırlı değildir. Dezenformasyon, toplumsal kutuplaşmayı artırarak demokratik süreçleri zedeler ve bireylerin medya araçlarına olan güvenini kırarak haber kaynaklarını sorgulamalarına yol açar. Sadece medya araçlarına olan güvensizlik değil, yalan haber neticesinde gösterilen davranışlar maddi manevi pek çok zarara da yol açmaktadır. Bu bakımdan, medya kuruluşlarının doğruluk ve etik sorumluluğunu artırmaktadır. Medya hem doğru bilgi paylaşımı yapmakta hem de yalan haberleri çok hızlı düzelterek kamuoyuna doğru bilgileri aktarmalıdır.

Dezenformasyon, yalan bilginin kasıtlı olarak yayıldığı bir süreçtir ve amacı genellikle kamuoyunu manipüle etmek, toplumu kutuplaştırmak ya da belirli bir ideolojiyi veya çıkarı desteklemek üzerine kurgulanmaktadır. Dezenformatif bilginin medya aracılığıyla kitlelere dağıtılması neticesinde temelde üç başlık ön plana çıkmaktadır:

- **Dezenformasyonun Sosyal Etkileri:** Dezenformasyon, toplumlara kutuplaştırarak sosyal uyumu tehdit eder. Yalan bilginin hedef olduğu kişi, grup ya da oluşum toplumun düşmanca nefretini kazanır.
- **Dezenformasyonun Siyasi Etkileri:** Yanlış bilgiler, seçimler ve demokratik süreçler üzerinde etkili olmaktadır. Yalan bilgi neticesinde siyasi aktörler baskı altında kalmakta ve siyasi konumu netliğe kavuşturamamaktadır.
- **Dezenformasyonun Ekonomik Etkileri:** Yanıltıcı haberler, piyasalarda manipülasyona yol açan bir diğer konudur. Bu hem iç pazarda dalgalanmaya yol açmakta hem de dış yatı-

rımcının ülkeye yatırım yapmasını engellemektedir. Özellikle yalan haberden kaynaklı siyasi dalgalanmalar piyasalarda durgunluğa yol açmaktadır.

Yakın zamanda ülkemizde yaşanan dezenformasyon konularına bakacak olursak siyaset, ekonomi, sağlık ve afet haberlerinin ön plana çıktığını görmekteyiz. Bu bakımdan Türkiye’de en çok dezenformatif içerik üretilen konuların genellikle siyasi ve toplumsal olaylarla ilgili olduğunu söylemek mümkündür. Türkiye’de sıklıkla yaşanan dezenformatif içerikleri şu şekilde sıralayabiliriz:

- **Siyasi İçerikler:** Türkiye’deki seçim dönemlerinde, siyasi partiler ve adaylar hakkında yanlış bilgiler, çarpıtılmış veriler ve sahte haberler yaygın olarak dolaşıma girer. Bu tür içerikler, seçmenlerin oy verme davranışlarını etkilemek amacıyla üretilir.
- **Ekonomiyle İlgili Haberler:** Döviz kurları, enflasyon oranları ve işsizlik rakamları gibi veriler üzerine dezenformatif içeriklerin üretildiği alanlardır. Bu tür içerikler, halkın ekonomik durumla ilgili algısını şekillendirmeyi hedefler. Özellikle finansal piyasalarla ilgili spekülasyon haberleri, bireylerin yatırım kararlarını etkileyebilir.
- **Sağlık Haberleri:** Kovid-19 pandemisi döneminde, aşılarda tedavi yöntemleri ve virüsün yayılması ile ilgili çok sayıda dezenformatif içerik üretilmiştir. Sahte tedavi yöntemleri, aşı karşıtlığı ve sağlıkla ilgili diğer yanlış bilgiler bu alanda sıkça görülmektedir.
- **Göçmenlerle İlgili İçerikler:** Mülteci ve göçmenlerle ilgili sahte haberler, yanlış bilgiler ve çarpıtılmış görüntüler sıklıkla dezenformasyon amacıyla kullanılır. Bu tür içerikler, toplumsal kutuplaşmayı artırmaktadır.
- **Dini İçerikler:** Türkiye’nin çok kültürlü yapısı, etnik ve dini konularda dezenformatif içeriklerin üretimi için zemin oluşturur. Bu tür içerikler, toplumda gerilim ve ayrışmayı körüklemek için kullanılabilir.

- **Deprem, Sel Gibi Afetler:** Doğal afetler sonrasında ortaya çıkan yanlış bilgiler ve sahte haberler, kamuoyunu yanıltabilir. Özellikle sosyal medyada hızla yayılan bu tür içerikler, afet yönetimini zorlaştırabilir.
- **Güvenlik ve Terörizm:** Terör olayları ve güvenlikle ilgili konularda dezenformatif içerikler, halk arasında korku ve paniğe yol açmak amacıyla kullanılabilir.

Türkiye’de dezenformatif içerik üretimi genellikle sosyal medya platformları üzerinden hızla yayılmakta ve geniş kitlelere ulaşmaktadır. Bu nedenle, medya okuryazarlığının artırılması ve doğru bilgiye ulaşımın sağlanması büyük önem taşımaktadır.

Doğrulama Kuruluşları: Fact-Checking Platformlarının Konumu

Doğrulama organizasyonları, dezenformasyonla mücadelede önemli araçlardan birisidir. Fact-checking (doğruluk kontrolü) süreçleri, bir bilginin kaynağını ve doğruluğunu merkeze alarak hakikatin korunmasına katkı sağlar. Uluslararası ve yerel birçok doğrulama platformunun, yalan haberleri çürütmek ve kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla çalışmalar yürüttüğünü söylemek mümkündür. Ancak doğrulama kuruluşlarının ne kadar verimli olduğu, herhangi bir ideolojik kaygı güdüp gütmeyeceği, ekonomik olarak nasıl ya da nereden gelir elde ettiği bu hususta göz önünde bulundurulması gereken önemli detaylardır.

International Fact-Checking Network (IFCN) olarak ifade edilen doğrulama organizasyonu, çeşitli ülkelerden oluşumların bünyesine katılması sonucu varlığını sürdürmüştür. Dijital mecralarda çıkan enformasyonlar başta olmak üzere toplum gündeminde bulunan verileri doğrulayan oluşum, bu yönde atılmış önemli adımlardan birisidir. Organizasyonun Türkiye temsilciliğinde Doğruluk Payı bulunmaktadır. Bu organizasyonların çalışma sistemi, kaynakları, ekonomi politik yönelimleri merak edilen konuların başında gelmektedir.

Türkiye’de doğrulama kontrolü yapan kuruluşlardan başlıcaları şunlardır:

- **Teyit.org:** Türkiye’nin önde gelen doğrulama platformlarından biri olan teyit.org, yanlış bilgileri analiz ederek kamuoyuna aktarmaya çalışan kuruluşların ilklerinden birisidir.

- **Doğruluk Payı:** Siyasi söylemler ve vaatlerin doğruluğunu kontrol ederek, özellikle siyasi dezenformasyonun önüne geçmeyi hedefler. Günlük hayattan sıradan konulardan ziyade siyasi konulara odaklanması bakımından tematik bir doğrulama kontrolü yaptığını söylemek mümkündür.
- **Malumatfuruş:** Türkiye’de faaliyet gösteren doğrulama kontrollerinden bir diğeridir. Köşe yazarlarının yazılarına odaklanarak onların geçerliliğini sorgulamaktadır.
- **Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (DMM):** Yeni hükümet sistemiyle birlikte Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesinde faaliyet göstermeye başlamıştır. Kamuoyunu etkileyebilecek daha büyük ölçekli konulara odaklanmaktadır.
- **AA Teyit Hattı:** Türkiye’nin en eski ve kamusal haber ajansı Anadolu Ajansı bünyesinde faaliyet göstermektedir. Anadolu Ajansının yurt içi ve yurt dışı kurumsal ağının güçlü olmasından dolayı etkin bir mücadele vermesi beklenmektedir.

Uluslararası boyutta doğrulama kontrolü yapan kurum, kuruluş ya da organizasyonlardan başlıcaları şunlardır:

- **International Fact-Checking Network (IFCN):** IFCN, dünya çapındaki doğrulama platformlarını bir araya getirerek dezenformasyonla mücadelede küresel bir ağ oluşturur. Organizasyon, doğrulama standartlarını belirleyerek medya kuruluşlarının daha şeffaf ve güvenilir olmasını sağlar. Doğrudan doğrulama yapmaktansa dünyanın hemen her yerinden doğrulama yapabilecek medya kuruluşlarını organizasyonun bir parçası yaparak ilerlemeye çalışır.
- **PolitiFact ve Snopes:** ABD merkezli bu platformlar, siyasi içerikler ve kamuoyunu ilgilendiren bilgilerin doğruluğunu kontrol etmektedir.
- **Full Fact (İngiltere):** Özellikle Birleşik Krallık’taki haberlerin doğruluğunu inceleyen bir platformdur ve Brexit sürecinde yoğun bir şekilde çalışmıştır.

Bu noktada Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı'na (IFCN) özellikle dikkat çekmek gerekir. 2015 yılında Alexios Mantzarlis'in öncülüğünde Poynter Enstitüsü bünyesinde kurulduğu görülmektedir (Çavuş, 2019). IFCN, sosyal medyada dolaşıma sokulan enformasyonların doğruluğu başta olmak üzere politikacıların söylemlerini, vaatlerini ya da iddialarını doğrulamak üzere çalışmalarına başlamıştır. Fact-checking Network olarak da ifade edilen oluşum, medyadaki yanlış enformasyonları önlemek amacıyla çatı kuruluş olmuş ve Global Fact konferansında farklı ülkelerdeki doğrulama ve teyit organizasyonlarını da bünyesine katarak bu alanda oldukça ses getirmiştir. Farklı ülkelerden katılımları ve farklı örnekleri bir araya getiren oluşum, bugün 100'e yakın farklı organizasyonu içerisinde barındıran bir ağa dönüşmüştür.

Ancak henüz kamu kurumlarıyla bu oluşumlar arasında somut bir iş birliği görülememektedir. IFCN bünyesinde olsun ya da olmasın faaliyet gösteren bu doğrulama kuruluşlarının ideolojik, ekonomik ve sosyal meselelerde tam olarak hangi konumda durduğu ve kamu faydasını ne oranda düşündüğü tam olarak kestirilemediğinden, iş birliklerinin artmadığı düşünülmektedir. Ancak her ne olursa olsun dijital bilginin gelmiş olduğu bu noktada doğrulama organizasyonlarıyla iş birliklerini artırmak dezenformasyonla mücadelede katkı sağlayacaktır. Doğrulama organizasyonlarının kendi hedef kitleleri, erişebildiği kesim bile başlı başına bu mücadelede erişimi artıracaktır.

Yeni Medyada Küresel Şirketler Dezenformasyon ile Yeterince Mücadele Ediyor mu?

Dezenformatif içeriklerin en hızlı yayıldığı ve sıklıkla dolaşıma sokulduğu mecranın sosyal medya olduğunu söylemek mümkündür. Bu bakımdan, dezenformasyonun en hızlı yayıldığı platformlardan olan sosyal medya ve algoritmalar önem arz eden bir diğer husus olmuştur. Özellikle algoritmaların kullanıcıların ilgisini çekecek içerikleri öne çıkarması, yalan haberlerin gerçek haberlerden daha fazla yayılmasına neden olmaktadır. Bir diğer deyişle sistematik bir şekilde dolaşıma sokulan yalan haberlerin aynı ekip tarafından farklı ülkelerden, farklı şehirlerden ve farklı isimlerle yeniden paylaşılması, bu süreci destekleyen ana unsurdur. Son dönemde bu konuyu ele alan araştırmalar da sahte haberlerin sosyal medya platformlarında gerçek haberlerden altı kat daha hızlı yayıldığını gösterebilmektedir (Vosoughi, Roy ve Aral, 2018).

Peki, yeni medyanın küresel kapitalist şirketleri olarak kabul edebileceğimiz Google, X (Twitter), Meta vb. doğru bilginin paylaşımında kalmasına ve yalan bilginin hızlı bir şekilde kaldırılmasına ne ölçüde destek oluyor? Bu konuda dijital medya şirketlerine hakikati koruma noktasında büyük sorumluluk düşmektedir. Gerek bot hesapların kaldırılması gerek algoritmaların işleyiş biçiminin düzenlenmesi gerek yalan haber üreten hesapların kullanıcı bilgilerinin silinmesi gerekse yapay zekâ desteğiyle uygulamanın zaman tüneline gezen içeriklerin kontrol edilmesi gibi önlemleri sıralamak mümkündür.

Google ve X (eski adıyla Twitter), doğrulanmış içeriklerin yanına “doğrulama kontrolü” etiketi koymayı planlayan çalışmalar yapsa da sistem sağlıklı bir şekilde işletilememekte ve faaliyete geçirilememektedir. En çok kullanıcının bulunduğu Google, YouTube, X, Meta vb. platformlar yoğun bir şikâyet olmadıkça içerikleri doğrulama konusunda yetersiz kalmaktadır. Bu noktada bir medya olan bu platformların hakikati koruma sorumluluğu noktasında kurumsal yapılarını gözden geçirerek uygulamaları üzerinden iyileştirmeler yapması gerekmektedir. Çünkü yalan haber bireyleri, toplumları, devletleri zayıflattığı gibi bir zaman sonra bu platformları da zayıflatacaktır. Kullanıcıların gözünde güven ve itibarı zamanla zedelenen bu platformlar, daha önceleri tavan yapan ancak şu an atıl kalan uygulamalar gibi kullanımdan çıkartılabilecektir.

Bahse konu olan küresel kapitalist bu şirketlerin bireyin özgürlük ve demokratik haklarını zedelemekten atabileceği somut adımlardan bazılarını şu şekilde sıralanabilir:

- Kullanıcıların kimlik bilgilerini tam olarak tespit edemeden hesap onayı vermeme,
- Algoritmaların yalan haberlerle mücadele edebilecek şekilde sistemleşmesi, çalışma prensibinde sahte ve kötü içeriklerin göz önünde bulundurulması,
- Yalan ve sahte içerikleri kullanıcıların kolayca şikâyet edebilmesi ve hızlı müdahale,
- Bot ve trol hesapların kısa süre içerisinde kimlik onaylaması. Bu hesaplardan çıkan içerikleri takip edebilecek yeni birimlerin kurulması,

- Deepfake teknolojisiyle üretilmiş içeriklerin görsel işitsel olarak tespit edebilecek uygulamaların etkin kullanımı (FaceForensics, Deepware Scanner, Sensity (eski adıyla Deeptrace), Amber Authenticate, Reality Defender...),
- Yapay zekâ şirketleriyle iş birliklerinin sağlanması. AI araçların bot hesap ve yalan bilgiyi tespit edebilecek yönde eğitilerek sisteme entegre edilmesi,
- Blockchain teknolojisinden faydalanarak içerik zincirinin takip edilebilir olması ve görünür kılınması...

Dezenformasyonla Mücadele için Diğer Öneriler ve Tavsiyeler

Sosyal medya araçları üzerinden yapılabilecek iyileştirmeler dezenformasyonun engellenmesine mutlak katkı sunacaktır. Bu hamleleri şu şekilde aktarmak mümkündür:

- **Yanlış İçerikleri Etiketleme:** Twitter başta olmak üzere sosyal medya uygulamaları dezenformasyon içerdiği düşünülen paylaşımlara uyarı etiketleri ekleyebilir. Bu etiketler, kullanıcılara tweetin doğruluğuyla ilgili ek bilgi sağlar veya tweetin yanıltıcı olabileceğini belirtir.
- **İçerik Kontrolü için Yönlendirmeler:** Sosyal medya uygulamalarına kullanıcıların bir konu hakkında daha fazla bilgi alabilmesi için güvenilir kaynaklara yönlendirebilecek bağlantıları eklemek.
- **Yanıltıcı İçeriklerin Görünürlüğünü Azaltma veya Gizleme:** Yanıltıcı veya doğruluğu şüpheli olan içerikleri kullanıcıların zaman tünelinden kaldırmak, gizlemek bir diğer önemli yöntemdir. Bu tür içeriklerin üzerine bir ikon yerleştirilir ve kullanıcılar içeriği görmek için bu uyarıyı geçmek zorunda bırakılır.
- **Algoritma Hamleleri:** Twitter vb. araçlar dezenformatif içeriklerin yayılmasını önlemek için algoritmalarını kullanarak bu içeriklerin platformda daha az görünmesini sağlayabilir. Bu tür içerikler, daha az kişi tarafından görülür ve yayılma potansiyeli azaltılır.

- **Yanılıtıcı Bilgi Paylaşan Hesaplar:** Twitter gibi platformda yanlış bilgilendirmeyi önlemeye yönelik bir politika belirleyerek gerektiğinde sert adımlar atabilir. Bu politika kapsamında, sağlık, seçimler, kamu güvenliği gibi kritik konularda yanılıtıcı içerikler paylaşan hesaplara müdahale edilir. Hesap dondurma, hesabı askıya alma, hesabı kapatma, ilgili ülkenin kamusal muhataplarına durumu paylaşma vb.
- **Doğrulama Kuruluşlarıyla İş Birliği:** Sosyal medya uygulamaları dünya genelinde çeşitli doğrulama kuruluşlarıyla iş birliği sağlayabilir. Bu kuruluşlar, platformda yayılan yanlış bilgileri tespit eder ve platforma bildirir. Platform, bu bilgilere dayanarak gerekli müdahaleleri yapar.
- **Bot Hesapları Tespit Etme ve Kaldırma:** Twitter gibi platformlarda yer alan bot hesaplar, dezenformasyon yaymak amacıyla kullanılmaktadır. Bot hesapları tespit etmek için çeşitli teknolojiler kullanır. Bu hesapların tespit edilerek kaldırılması önemli yöntemlerden birisi olacaktır.
- **Koordinasyonlu Dezenformasyonla Mücadele:** Platformlar, devlet destekli veya organize grupların dezenformasyon yaymak amacıyla düzenlediği operasyonlara karşı aktif olarak mücadele eder. Bu tür operasyonlar tespit edildiğinde, ilgili hesaplar kapatılır ve kullanıcılar bilgilendirilir.
- **Kaliteli İçeriği Öne Çıkarma:** Google'ın arama algoritmaları, yüksek kaliteli, güvenilir kaynaklardan gelen içerikleri öne çıkaracak şekilde tasarlanmıştır. Bu sistemin geliştirilmesi sayesinde kullanıcıların doğru ve güvenilir bilgilere ulaşma ihtimali artacaktır.
- **Medya Okuryazarlığı ve Farkındalık Kampanyaları:** Google, medya okuryazarlığı konusunda farkındalığı artırmak için çeşitli eğitim programları ve kaynaklar sunar. Bu programlar, kullanıcıların dijital içeriklerin doğruluğunu değerlendirme becerilerini geliştirerek mücadeleye önemli katkılar sunacaktır.

Sonuç

Dezenformasyon hem geçmişte hem günümüzde her zaman var olagelmıştır. Farklı şekillerde ve farklı araçları kullanarak şekil değiştirse de kasıtlı bir şekilde toplumu kaosa sürme, belirli bir kişiyi, grubu ya da topluluğu linç ettirerek avantaj elde etme taktiği değişmemiştir. Yalan bilginin topluma yayılması ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. Bu noktada medya kuruluşları başta olmak üzere, doğruluk kontrolü organizasyonları ve bireyler, dezenformasyonla mücadelede sorumluluğa sahiptir. Hakikatin korunması demokratik, yaşanılabilir ve sürdürülebilir toplumlar için vazgeçilmezdir.

Medya organlarının ve basın mensuplarının etik habercilik ilkelerine bağlı kalması, değişen dünya ve ihtiyaçlara göre kendisini yenileyebilmesi, bireylerin medya okuryazarlığı becerilerini geliştirmesi ve uluslararası iş birliklerinin artırılması, bu mücadelede kritik öneme sahiptir. Hakikatin peşinde, dezenformasyona karşı verilen bu mücadele, toplumsal dayanışma ve topluma duyulan sorumluluk anlayışıyla kuvvetlendirilebilir.

Bir bakıma teknolojinin bu denli yaygınlaşması ve kolaylaşmasının neden olduğu dezenformasyonun, engellenmesine ve etkisinin azaltılmasına yönelik çözüm önerilerinin başında yine teknolojinin geleceğini söylemek mümkündür. Yapay zekâ, doğrulama platformları, doğru işleyen algoritma sistemleri ve blok zincir teknolojisi dezenformasyon ile mücadelede önemli teknikler olarak ifade edebiliriz.

Blok zincir teknolojisinin ekonomi, sağlık, eğitim gibi alanlarda etkin kullanılabilir. Ancak medya alanında yapay zekânın etkin kullanımının sonuçları henüz bilinmemektedir. Bu bakımdan medya sektöründe pek çok amaçla kullanılacak blok zincir teknolojisi dezenformasyonla mücadeleye katkı sunacak önemli bir araçtır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeleri takip ederek yeni önlemler almanın yanında bir diğer önemli mesele medya okuryazarlığıdır. Bireylere medya okuryazarlığı ve dijital medya eğitimleri sağlayarak; araştırma, karşılaştırma ve sorgulama yeteneği kazandırarak yalan bilgiyi ayırt edebilmeleri sağlanmalıdır. Özellikle Doğu toplumları bu noktada dezavantajlı bir konumdadır. Bu açığı kapatmak adına toplumdaki bireyleri eğitmek, bu konuda duyarlı olmasını sağlamak toplumun geleceği açısından kaçınılmazdır.

Kaynakça

- Castells, M. (2008). Ağ toplumunun yükselişi. (Ebru Kılıç, Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çavuş, G. (2019). Baybars Örsek uluslararası doğruluk kontrolü ağı'nın yeni direktörü oldu. Retrieved from <https://teyit.org/baybars-orsek-uluslararası-dogruluk-kontrolu-aginini-yeni-direktoru-oldu> (Erişim Tarihi: 28.12.2024).
- Geray, H. (2003). İletişim ve teknoloji: Uluslararası birikim düzeninde yeni medya politikaları. Ankara: Ütopya.
- Jenkins, H. (2016). Cesur Yeni Medya Teknolojiler ve Hayran Kültürü, çeviren: Nihan Yeğengil, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Karadağ, H., & Ayten, A. (2020). A comparative study of verification/fact-checking organizations in Turkey: Dogrulukpayi.com and teyit.org. Motif Akademi Halkbilimi Dergisi, 13(29), 483-501.
- Kumar, K. (2004). Sanayi sonrası toplumdan post-modern topluma çağdaş dünyanın yeni kuramları. Ankara: Dost.
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (2016). İletişim kuramları tarihi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mutlu, E., (2012). İletişim sözlüğü. Ankara: Sofos Yayıncılık.
- Özçetin, B. (2018). Kitle iletişim kuramları kavramlar, okullar, modeller. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Toffler, A. (2008). Üçüncü Dalgaya, Çev: Selim Yeniçeri, İstanbul: Koridor.
- Turan, C. (2015). Açıklığın Yanılsaması: Dezenformasyon Çağımızın Kitle İmha Silahı mı? Akademik Bilişim Konferansı. Yayın No:4286280.
- Ural, Ş. (2012). Enformasyon kavramı üzerine. Türk Kütüphaneciliği 26, 3, 536-547.
- Van Dijk, J. (2016). Ağ toplumu. (Özlem Sakin, Çev.). İstanbul: Kafka.
- Vosoughi, S., Roy, D., Aral, S. (2018). "The Spread Of True And False News Online", <http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/2017%20IDE%20Research%20Brief%20False%20News.pdf>, (Erişim Tarihi: 02.01.2025).

