



# Dezenformasyon

**TRT**

**Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Adına**  
**İmtiyaz Sahibi (Owner) Selin BURCU**

**Genel Yayın Yönetmeni (Editor-in-Chief) İbrahim ACAR**  
**Yazı İşleri Müdürü (Editorial Manager) Şeyma BÖYÜK**  
**Sayı Editörü (Guest Editor) Doç. Dr. Ayşegül Elif ÇAYCI**  
**Editör Yardımcıları (Assistant Editors) Recep ORHAN | M. Fırat ÜNAL | Doğukan EMİROĞLU**  
**İngilizce Dil Editörü (English Language Editor) Öğr. Gör. Serhat BOLAT (Yozgat Bozok Üniversitesi)**

**Yayın Kurulu (Editorial Board)**

Prof. Dr. Hatun BOZTEPE TAŞKIRAN (İstanbul Üniversitesi) | Prof. Dr. Hediyeullah AYDENİZ (Marmara Üniversitesi) | Prof. Dr. Köksal BÜYÜK (Anadolu Üniversitesi) | Prof. Dr. Rıdvan ŞENTÜRK (İstanbul Ticaret Üniversitesi) | Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL (Anadolu Üniversitesi) | Doç. Dr. Zuhak AKMEŞE (Dicle Üniversitesi)

**Danışma Kurulu (Advisory Board)**

Prof. Dr. Abdullah ÖZKAN (İstanbul Üniversitesi) | Prof. Dr. Ali Murat KIRIK (Marmara Üniversitesi) | Prof. Dr. Besim YILDIRIM (Atatürk Üniversitesi) | Prof. Dr. Mehmet Sezai TÜRK (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi) | Prof. Dr. Nazım ANKARALIGİL (Uluslararası Balkan Üniversitesi) | Prof. Dr. Zakir AVŞAR (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi) | Doç. Dr. Aydın ÇAM (Çukurova Üniversitesi) | Doç. Dr. Can DİKER (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi) | Doç. Dr. Ekmel GEÇER (Marmara Üniversitesi) | Doç. Dr. Ersin DİKER (Gümüşhane Üniversitesi) | Doç. Dr. Nebahat AKGÜN ÇOMAK (Galatasaray Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üyesi Mesut BOSTAN (Marmara Üniversitesi) | Öğr. Gör. Dr. Mustafa ÇAKIROĞLU (Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)

**Hakem Kurulu (Referees Board)**

Prof. Dr. Ayşe Ceyda ILGAZ BÜYÜKBAYKAL (İstanbul Üniversitesi) | Doç. Dr. Hülya SEMİZ TÜRKÖĞLU (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Füsun ALVER (İstanbul Ticaret Üniversitesi) | Doç. Dr. Kadriye KOBAK (Sakarya Üniversitesi)  
Prof. Dr. Güven Necati BÜYÜKBAYKAL (İstanbul Üniversitesi) | Doç. Dr. Mehmet Emin KAHRAMAN (Yıldız Teknik Üniversitesi)  
Prof. Dr. Okan ORMANLI (İstanbul Kültür Üniversitesi) | Doç. Dr. Mehmet Fatih ÇÖMLEKÇİ (Kırklareli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Oya Şakı AYDIN (İstanbul Ticaret Üniversitesi) | Doç. Dr. Özlem ARDA (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ömer ÖZER (Anadolu Üniversitesi) | Doç. Dr. Recep ÜNAL (Mersin Üniversitesi)  
Prof. Dr. Zakir AVŞAR (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi) | Doç. Dr. Serkan BAYRAKCI (Marmara Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ahmet GÜNEŞ (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi) | Doç. Dr. Volkan YAVUZ (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Doç. Dr. Berk ÇAYCI (İstanbul Ticaret Üniversitesi) | Doç. Dr. Yunus Emre ÖKMEN (Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi)  
Doç. Dr. Birol DEMİRCAN (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üyesi Abdülkadir GÖLCÜ (Uşak Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ceren YEGEN (Mersin Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üyesi Kadir BENDAŞ (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi)  
Doç. Dr. Derya Gül ÜNLÜ (İstanbul Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üyesi Mahmut KUTLU (Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Erkam TEMİR (Kastamonu Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üyesi Oylum TANRIÖVER (Marmara Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ersin DİKER (Gümüşhane Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üyesi Serhat BEKAR (Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi)  
Doç. Dr. Gözde SUNAL KIZIL (İstanbul Ticaret Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üyesi Ümit AYDOĞAN (İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi)  
Doç. Dr. Hicran Özlem ILGIN (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi) | Öğr. Gör. Dr. Hakan IRAK (İğdır Üniversitesi)

**Tasarım (Design) Bedra Nur AYGÜN ALKAN**

**Sosyal Medya Sorumluları (Social Media Specialists) M. Fırat ÜNAL | Doğukan EMİROĞLU**

**Redaksiyon (Redaction) Nusret BİLEN**

**Yayın Türü**

Hakemli, Yılda 3 Sayı, Yerel Süreli Yayın

**Ocak 2025**

(Ocak, Mayıs, Eylül)

**Yer Alınan İndeksler**

TÜBİTAK ULAKBİM Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı (TR Dizin)

Yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarına aittir.

© Yayımlanan yazıların telif hakları TRT'ye aittir, yayıncının izni alınmadan yazıların tümü, bir kısmı ya da bölümleri çoğaltılamaz, basılamaz, yayımlanamaz.

TRT Genel Müdürlüğü Turan Güneş Bulvarı 06109 OR-AN ANKARA

[www.trtakademi.com/trtakademidergisi](http://www.trtakademi.com/trtakademidergisi)

5-9 • Editör Yazısı

➔ **MAKALE**

10-41 • Şeyma FİLİZ – Enes BAYRAKLI

Avrupa Birliği'nin Dezenformasyonla Mücadele Stratejisi (2018-2024) – *Araştırma Makalesi*  
*The European Union's Strategy to Combat Disinformation (2018-2024) – Research Article*

42-73 • Hande ULUSOY – Çağla KAYA İLHAN

Siyasal İletişimde Yapay Zekâ Etkisi ve Deepfake (Derin Sahte) Dezenformasyonu: 2024 ABD Başkanlık Seçimleri Örneği – *Araştırma Makalesi*  
*Artificial Intelligence Effect in Political Communication and Deepfake Disinformation: The Case of 2024 US Presidential Elections – Research Article*

74-103 • Mustafa BÖYÜK - Sefer KALAMAN

Dezenformasyonun Dijitalleşmesi: Hasbara Çerçevesinde İsrail'in Washing Stratejisi  
– *Araştırma Makalesi*  
*The Digitalization of Disinformation: Israel's Washing Strategy Within the Context of Hasbara*  
– *Research Article*

104-139 • Elif KARAKOÇ KESKİN

Türkiye'de Yapay Zekânın Dezenformasyon Karnesi: Yapay Zekâ ile Üretilen Dezenformasyona İlişin Doğruluk Kontrollerinin İçerik Analizi – *Araştırma Makalesi*  
*Disinformation Cases of Artificial Intelligence in Turkey: Content Analysis of Verifications Detecting Disinformation Generated by Artificial Intelligence – Research Article*

140-181 • Zeynep ZELAN

Sağlık İletişiminde Dezenformasyonun Rolü: Maymun Çiçeği Hastalığı Örneği  
– *Araştırma Makalesi*  
*The Role of Disinformation in Health Communication: Example of Monkeypox Disease*  
– *Research Article*

182-207 • İsmail KAPLAN

Sosyal Medya ve Dezenformasyon: İsrail'in Gazze Saldırıları Örneği – *Araştırma Makalesi*  
*Social Media and Disinformation: The Example of Israel's Attacks on Gaza – Research Article*

- 208-237 • **Bahadır AVŞAR**  
Yapay Zekâ ve Dezenformasyon: OpenAI Raporu Doğrultusunda Küresel Dezenformasyon Kampanyalarının Analizi – *Derleme Makalesi*  
*Artificial Intelligence and Disinformation: A Comprehensive Analysis of Global Disinformation Campaigns Underpinned by the OpenAI Report – Review Article*
- 238-265 • **Rufen ORAL – Merve ERDOĞAN**  
Etik ve Dezenformasyon Yönüyle Bir Sağlık Haberinin Söylem Analizi – *Araştırma Makalesi*  
*The Discourse Analysis of a Health News Article from the Aspect of Ethics and Disinformation – Research Article*
- 266-303 • **Bahar KAYIHAN**  
Dezenformasyonun Önlenmesine Yönelik Blok Zinciri Teknolojisinin Kullanımı – *Araştırma Makalesi*  
*Using Blockchain Technology to Prevent Disinformation – Research Article*
- 304-329 • **Büşra Fadim SARIKAYA TÜNALP**  
Dijital Çağda Dezenformasyon: X'te Maymun Çiçeği Virüsü – *Araştırma Makalesi*  
*Disinformation in The Digital Age: Monkeypox on X – Research Article*
- **RÖPORTAJ**
- 330-339 • **İdris KARDAŞ**  
"Dezenformasyon, Doğru Haber ve Bilgi Alma Hakkını Tehdit Ediyor"
- **ANALİZ/DEĞERLENDİRME**
- 340-347 • **Oğuz KUŞ**  
Post-Truth Çağında Yanlış Bilgi, Yıkıcı Teknolojiler ve Yeni Bir Mücadele Perspektifi
- 348-361 • **Yunus Emre ÖKMEN**  
Hakikatin Peşinde Medyanın Dezenformasyon ile Mücadelesi
- 362-369 • **Şebnem ÖZDEMİR**  
Antik Efsanelerden Üretken Yapay Zekâya: Gerçeklik, Dezenformasyon ve İnsanlık Mücadelesi

## Dijital Çağda Dezenformasyonla Mücadele: Sorunlar, Stratejiler ve Teknolojik Yaklaşımlar

→ Ayşegül Elif ÇAYCI\*

Dijital çağda yaşadığımız bu dönem, bilgiye erişimi her zamankinden daha kolay hale getirmiş olsa da aynı zamanda yanlış bilginin, yani dezenformasyonun yayılmasını da olağanüstü bir hızla artırmıştır. Dezenformasyon, bireylerin ve toplumların doğru kararlar almasını engelleyerek hem ulusal hem de uluslararası düzeyde karmaşa ve güvensizliğe yol açan kritik bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar dezenformasyon yeni bir olgu olmasa da, günümüzde geçmişten çok daha büyük bir tehdit haline gelmiştir.

Bu tehdidin artmasının nedenlerini iki temel gelişmede aramak mümkündür. Birincisi, herkesin içerik üretebildiği ve yayınlayabildiği bir mecra olarak sosyal medya platformlarının yükselişidir. Bu platformlar, dünya genelinde geniş kitleler için birincil bilgi kaynağı haline gelmiş, ancak aynı zamanda doğru ve yanlış bilgi arasındaki sınırları bulanıklaştırmıştır. İkincisi, sosyal medyanın yükselişiyle birlikte geleneksel medyanın bilgi üzerindeki tekelinin sarsılmasıdır. Geleneksel medyanın bu meydan okumayla karşı karşıya kalması, dezenformasyonun etkilerini daha da artırmıştır.

Bu iki gelişmenin bir araya gelmesi, dezenformasyonu geçmişe kıyasla çok daha büyük bir sorun haline getirmiş ve bu meseleye yönelik yeni stratejiler geliştirilmesi gerekliliğini ortaya koymuştur. Dezenformasyon konusunun işlendiği bu sayıda, dezenformasyonun etkileri ve bu sorunla başa çıkma yolları farklı boyutlarıyla ele alınmaktadır. Yoğun bir editoryal hazırlık ve titizlikle yürütülen hakem değerlendirme süreci sonucunda, her biri alanında özgün katkılar sunan 10 makale, alanla ilgili farklı perspektifler ve analizler içeren 3 değerlendirme yazısı ile derinlemesine bir bakış açısı sunan 1 röportaj yayımlanmıştır. Bu içeriklerin her biri, bilimsel niteliklerin korunması ve akademik standartların en üst seviyede karşılanması hedefiyle özenle hazırlanmıştır.

\*Doç. Dr. İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Bölümü, aekaragulle@ticaret.edu.tr

“Avrupa Birliği’nin Dezenformasyonla Mücadele Stratejisi (2018-2024)” başlıklı makale, AB’nin dezenformasyona karşı geliştirdiği çok boyutlu politikaları ele almaktadır. Sosyal medya platformlarının düzenlenmesinden medya okuryazarlığı projelerine kadar uzanan geniş bir stratejik çerçeve sunulan çalışmada, uluslararası iş birliklerinin bu sürece katkısı da detaylı bir şekilde incelenmektedir. Makale, pandemi ve uluslararası krizler gibi kritik dönemlerde dezenformasyonun etkilerini en aza indirme çabalarına ışık tutarak güncel ve kapsamlı bir analiz sunmaktadır.

“Siyasal İletişimde Yapay Zekâ Etkisi ve Deepfake (Derin Sahte) Dezenformasyonu: 2024 ABD Başkanlık Seçimleri Örneği” başlıklı makale, yapay zekâ teknolojilerinin siyasal iletişim üzerindeki etkilerini ele almaktadır. 2024 ABD başkanlık seçim sürecinde derin sahte teknolojisinin dezenformasyon aracı olarak kullanımını inceleyen çalışmada, manipüle edilmiş ses ve görüntülerin, siyasetçi ve ünlü figürlerin imajlarını hedef olarak dezenformasyon oluşturma amaçlı kullanıldığına dikkat çekilmektedir. Makale, siyasal iletişimdeki yapay zekâ temelli tehditlere dair güncel ve önemli bir tartışma sunmaktadır.

“Dezenformasyonun Dijitalleşmesi: Hasbara Çerçevesinde İsrail’in Washing Stratejisi” başlıklı makale, İsrail kaynaklı dezenformasyon içeriklerinin nasıl üretildiğini ve yayıldığını incelemektedir. Çalışma, İsrail’in dezenformasyon içeren haberlerle gerçeği manipüle etmek ve kendisini aklamak amacıyla hangi stratejileri kullandığı ortaya koymaktadır. Ayrıca dijitalleşen dezenformasyonun nasıl bir stratejiyle şekillendiği ve medya aracılığıyla nasıl yayılmaya devam ettiği detaylı bir şekilde ele alınmaktadır.

“Türkiye’de Yapay Zekânın Dezenformasyon Karnesi: Yapay Zekâ ile Üretilen Dezenformasyona İlişkin Doğruluk Kontrollerinin İçerik Analizi” başlıklı makalede, yanlış bilginin uygarlığın başlangıcından beri var olduğu belirtilmekte ancak yapay zekâ teknolojilerinin bu sorunu daha da derinleştirdiği ifade edilmektedir. Çalışma, yapay zekâ araçlarının doğru bilgidan ayırt edilmesi güç sahte görüntüler ve haberler yaratmayı nasıl kolaylaştırdığını incelemektedir. Ayrıca, doğruluk kontrolü platformlarının bu içerikleri tespit etme süreçlerini ele alarak, yapay zekâ teknolojisinin dezenformatif içerik üretme ve yayma kapasitesine dair önemli riskler taşıdığına dikkat çekmektedir.

“Sağlık İletişiminde Dezenformasyonun Rolü: Maymun Çiçeği Hastalığı Örneği” başlıklı makale, gelişen teknolojiyle birlikte dezenformasyonun sağlık alanındaki yansımalarını ele almaktadır. Çalışma, maymun çiçeği hastalığı örneği üzerinden sağlık iletişimde dezenformasyonun etkilerini incelemektedir. Sosyal medyada paylaşılan yanlış bilgilerin doğruluk kontrolü mekanizmalarıyla nasıl analiz edildiğini ve dezenformasyonun halk sağlığı üzerindeki etkilerini tartışarak kapsamlı bir değerlendirme sunmaktadır.

“Sosyal Medya ve Dezenformasyon: İsrail’in Gazze Saldırıları Örneği” başlıklı makale, İsrail-Filistin çatışması bağlamında sosyal medyada yayılan dezenformatif içerikleri ele almaktadır. Çalışma, İsrail’in 7 Ekim 2023’te başlayan Aksa Tufanı Operasyonu sonrası İsrail’in sosyal medyada yayılan yanlış ve manipüle edilmiş içeriklerini analiz etmektedir. Araştırma, özellikle X platformunda dolaşıma giren bu içeriklerin İsrail’in meşruiyetini koruma stratejilerine nasıl hizmet ettiğini göstermektedir. Dezenformasyonun kamu algısını yönlendirme ve çatışmalarda bir propaganda aracı olarak kullanımına dair önemli bulgular sunmaktadır.

“Yapay Zekâ ve Dezenformasyon: OpenAI Raporu Doğrultusunda Küresel Dezenformasyon Kampanyalarının Analizi” başlıklı makale, dezenformasyonun dijital ortamda genişleyen yapısını ve yapay zekâ teknolojilerinin bu süreçteki etkisini ele almaktadır. Çalışma, yapay zekâ teknolojilerinin dezenformasyon kampanyalarındaki rolünü inceleyerek dijital ortamda ortaya çıkan yeni tehditleri anlamayı hedeflemektedir.

“Etik ve Dezenformasyon Yönüyle Bir Sağlık Haberinin Söylem Analizi” başlıklı makale, sağlık haberlerinin dijital ortamda nasıl dezenformasyon ve etik ihlalleri içerebileceğini ele almaktadır. Dezenformasyonun çeşitli alanlardaki etkileri ve özellikle sağlık iletişimindeki sonuçları net bir şekilde ortaya konmaktadır.

“Dezenformasyonun Önlenmesine Yönelik Blok Zinciri Teknolojisinin Kullanımı” başlıklı makale, blok zinciri teknolojisinin dezenformasyonun tespiti ve önlenmesindeki yenilikçi rolünü ele almaktadır. Merkeziyetsizlik ve şeffaflık gibi özelliklere sahip olan bu teknolojinin, dijital kimlik, dağıtık defter teknolojisi ve akıllı sözleşmeler aracılığıyla sahte haberlerin yayılımını engelleme potansiyeline dikkat çekilmektedir. Çalışma, gazetecilik ve iletişim alanlarına yeni perspektifler kazandıran bu unsurları değerlendirerek, dijital

çağda dezenformasyonla mücadelede teknolojinin sunduğu fırsatları vurgulamaktadır.

“Dijital Çağda Dezenformasyon: X’te Monkeypox Hastalığı” başlıklı makale, maymun çiçeği hastalığı üzerinden X platformunda dezenformasyonun ne şekilde oluşturulduğu ve nasıl yayıldığını ortaya koymaktadır. Bu yönüyle çalışma, dezenformasyon temasının sağlık iletişimindeki etkilerini analiz etmektedir.

Sonuç olarak, bu sayıda ele alınan çalışmalar, dezenformasyonun tarihsel derinliğinden teknolojik boyutlarına kadar çok yönlü bir perspektif sunmaktadır. Hakikati savunmanın giderek zorlaştığı bir çağda, bu akademik katkılar yalnızca sorunları analiz etmekle kalmayıp, aynı zamanda çözüm yollarına ışık tutmayı amaçlamaktadır.

Bu sayıda yer alan analiz/değerlendirme yazıları, dezenformasyonun farklı yönlerini ele alarak hakikate ulaşma mücadelesine katkı sunmaktadır. Doç. Dr. Oğuz Kuş, “Post-Truth Çağında Dezenformasyon ve Doğru Bilgiye Erişim” başlıklı yazısında, post-truth kavramını toplumsal etkileri bağlamında incelerken, yanlış bilgi ve bilgi operasyonlarının günümüz dünyasındaki rolünü derinlemesine analiz etmektedir. Doç. Dr. Yunus Emre Ökmen’in kaleme aldığı “Hakikatin Peşinde: Medyanın Dezenformasyon ile Mücadelesi” ise medya araçlarının dezenformasyonla mücadeledeki önemine vurgu yaparken, doğrulama platformlarının rolünü kapsamlı bir şekilde ele almaktadır. Son olarak, Doç. Dr. Şebnem Özdemir’in “Antik Efsanelerden Üretken Yapay Zekâya: Gerçeklik, Dezenformasyon ve İnsanlık Mücadelesi” başlıklı çalışması, insanlığın tarihsel hakikat arayışını yapay zekâ teknolojilerinin dezenformasyon üretimindeki etkileri üzerinden tartışmaktadır.

Dezenformasyonu çok boyutlu bir şekilde ele alırken, T.C. İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (DMM) Koordinatörü İdris Kardeş ile gerçekleştirdiğimiz kapsamlı röportaj, önemli bir yere sahip. İdris Kardeş, dezenformasyonun tarihsel köklerinden modern toplumlara kadar etkilerini derinlemesine analiz ederken, DMM’nin bu alandaki kritik çalışmalarını da detaylandırıyor. Dijital çağın getirdiği zorluklara karşı yapay zekâ tabanlı çözümler geliştirme çabalarına değinirken, kriz dönemlerinde dezenformasyonun toplumsal etkilerini çarpıcı örneklerle ortaya koyuyor. Bu röportajın, hem akademik hem de pratik anlamda doğru bilgiye ulaşma mücadelesine ışık tutacağı kanaatindeyim.



Bu sayıda yer alan çalışmaların, dezenformasyonla mücadele konusundaki akademik birikime ve pratik yaklaşımlara anlamlı katkılar sunacağına inanıyorum. Umuyorum ki, bu sayı, okurlara dezenformasyonu tespit, analiz ve mücadele etme konusunda ilham kaynağı olur. Dezenformasyon sayısının yayın sürecine destek veren TRT yönetimine ve editoryal süreci özveriyle yürüten dergi ekibine teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca, bu sayıya bilimsel bir derinlik ve içerik zenginliği katan kıymetli yazarlarımıza da emekleri ve değerli katkıları için teşekkür ederim.

Keyifli okumalar dileğiyle...

# Avrupa Birliği'nin Dezenformasyonla Mücadele Stratejisi (2018-2024)

→ Şeyma FİLİZ\* → Enes BAYRAKLI\*\*

## Öz

Bu çalışma, Avrupa Birliği'nin (AB) dezenformasyonla mücadele politikalarını 2018-2024 yılları arasında incelemektedir. Araştırma, AB'nin resmi dokümanlarını tematik analiz yöntemiyle değerlendirerek, dezenformasyonla mücadele politikalarının iletişim ekosistemi, sosyal platformlar, yapay zekâ ve yasal düzenlemeler çerçevesinde nasıl şekillendiğini incelemektedir. Bulgular, 2018 yılında başlatılan yasal düzenlemelerin Covid-19 pandemisi ile ortaya çıkan "infodemi" sürecinde genişletildiğini göstermektedir. Rusya-Ukrayna Savaşı'nın uluslararası dezenformasyon tehdidini artırması, AB'nin stratejik iletişim mekanizmalarını ve uluslararası iş birlikleri güçlendirdiğini ortaya koymuştur. Yapay zekâ destekli dezenformasyon ve dijital platform düzenlemeleri, AB'nin dezenformasyonla mücadele politikalarının temel unsurları hâline gelmiştir. AB, dezenformasyonun demokratik süreçler üzerindeki etkisini azaltmak ve bilgi ekosistemini daha dirençli hâle getirmek amacıyla dijital düzenlemeler, medya okuryazarlığı projeleri ve uluslararası iş birlikleri içeren çok boyutlu yaklaşımlar benimsemiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Dezenformasyon, Avrupa Birliği, Yapay Zekâ, Sosyal Platformlar, Yasal Düzenlemeler

\*Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, İstanbul, Türkiye

E-mail: seyma.filiz@ogr.iu.edu.tr

ORCID: 0000-0002- 5264-0857

\*\*Doç. Dr., Türk Alman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler, İstanbul, Türkiye

E-mail: bayrakli@tau.edu.tr

ORCID: 0000-0002- 5039- 3493

Filiz, Ş., & Bayraklı, E. (2025). Avrupa Birliği'nin Dezenformasyonla Mücadele Stratejisi (2018-2024). TRT Akademi, 10(23), 10-41. <https://doi.org/10.37679/trta.1599468>

# The European Union's Strategy to Combat Disinformation (2018-2024)

→ Şeyma FİLİZ → Enes BAYRAKLI

## Abstract

This study examines the European Union's (EU) disinformation countermeasures between 2018 and 2024. Using thematic analysis of official EU documents, the research evaluates how policies addressing disinformation evolved within the frameworks of communication ecosystems, social platforms, artificial intelligence, and legal regulations. The findings reveal that the legal measures initiated in 2018 were expanded and adapted during the "infodemic" triggered by the Kovid-19 pandemic. The international dimension of disinformation, highlighted by the Russia-Ukraine war, strengthened the EU's strategic communication mechanisms and international collaborations. In recent years, artificial intelligence-driven disinformation and digital platform regulations have become central to EU policies. By adopting multidimensional approaches, including digital regulations, media literacy initiatives, and international cooperation, the EU aims to mitigate the impact of disinformation on democratic processes and enhance the resilience of the information ecosystem.

**Keywords:** Disinformation, European Union, Artificial Intelligence, Social Platforms, Legal Regulations

## 1. Giriş

Dezenformasyon, dijitalleşen dünyada giderek büyüyen ve karmaşıklaşan bir tehdit olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital medya platformlarının hızlı ve geniş çapta erişilebilir hâle gelmesi, yanıltıcı ve yanlış bilgilerin hızla yayılmasına olanak tanımakta, bireylerin güvenilir bilgiye erişimini zorlaştırmakta ve demokratik süreçlerin işleyişini sekteye uğratmaktadır (Allcott ve Gentzkow, 2017; Wardle ve Derakhn, 2017; Tandoc vd., 2018). Dezenformasyon; sadece bireysel yanlış anlamalarla sınırlı kalmayıp, toplumların siyasi, ekonomik ve sosyal yapılarını tehdit eden çok boyutlu bir sorun olarak kabul edilmektedir.

Sosyal medya platformları, dezenformasyonun yayılmasında kritik bir rol oynamaktadır. Allcott ve Gentzkow (2017), sosyal medyanın yanlış bilgilerin hızla yayılmasına elverişli bir zemin sunduğunu belirtirken Tandoc vd. (2018), sahte haberlerin sosyal medya aracılığıyla geniş kitlelere ulaştığını ve bireylerin doğru bilgiye erişimini kısıtladığını vurgulamaktadır. Wardle ve Derakhn (2017) ise dezenformasyonun bireylerin karar verme mekanizmaları ve demokratik süreçler üzerindeki olumsuz etkilerini detaylandırmaktadır. Sosyal medya algoritmalarının dezenformasyonun yayılmasındaki etkisi ise giderek daha fazla akademik ilgi görmektedir (Vaccari ve Chadwick, 2020; Zeng ve Schäfer, 2021). Vaccari ve Chadwick (2020), algoritmaların seçim dönemlerinde dezenformasyonun yayılmasını hızlandırarak seçmen davranışlarını etkileyebileceğini vurgulamaktadır. Zeng ve Schäfer (2021) ise sosyal medya platformlarının algoritmik yapılarının kullanıcıların yankı odalarında sıkışmasına neden olarak farklı görüş ve kaynaklara erişimi sınırlandırdığını ifade etmektedir.

Bu çalışma, Avrupa Birliği'nin dezenformasyonla mücadele stratejilerine odaklanmakta ve bu stratejilerin temel kavramlar üzerinden nasıl şekillendiğini incelemektedir. Avrupa Birliği, dezenformasyonla mücadelede stratejik bir yaklaşım benimseyerek dijital platformların düzenlenmesi, medya okuryazarlığı girişimleri ve uluslararası iş birliklerini içeren çok boyutlu politikalar geliştirmiştir (Avrupa Komisyonu, 2018; Stanton, 2019; Datzer ve Lonardo, 2022). Stanton (2019), AB'nin Hızlı Uyarı Sistemi (Rapid Alert System) ve EUvsDisinfo gibi araçlarla dezenformasyon kampanyalarını erken tespit ederek üye ülkeler arasında güçlü bir koordinasyon sağlamayı hedeflediğini belirtmektedir. Medya okuryazarlığı ise bireylerin dezenformasyonu tanıma,

eleştirel düşünme ve doğru bilgiye erişim becerilerini geliştirme açısından önemli bir araç olarak kabul edilmektedir (Sádaba ve Salaverria, 2022; Saharrudin vd., 2023). Kovid-19 pandemisi, dezenformasyonun toplum üzerindeki etkilerini daha belirgin hâle getirmiştir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO, 2020), pandemi sürecinde yayılan yanlış bilgileri “infodemi” olarak tanımlayarak, bu durumun hâlk sağlığı üzerindeki ciddi tehditlerini vurgulamaktadır. Zarocostas (2020), doğru bilgiye erişimin pandemi sürecinde kritik bir sorun hâline geldiğini ifade ederken, Scott (2020) sosyal medya platformlarının dezenformasyonla mücadelede daha etkin mekanizmalar geliştirme gerektiğine dikkat çekmektedir. Uluslararası krizler, dezenformasyonun stratejik bir araç olarak nasıl kullanıldığını net bir şekilde ortaya koymuştur. De Boer (2023), Rusya-Ukrayna Savaşı sırasında dezenformasyonun stratejik bir silah olarak kullanıldığını ve kamuoyunun algısının manipüle edildiğini belirtmektedir. Gonchar ve Martyniuk (2019) ise NATO ve AB'nin Ukrayna krizinde dezenformasyonla mücadelede stratejik iletişim mekanizmalarını güçlendirdiğini ve dayanışmayı artırdığını ifade etmektedir. Bu bağlamda çalışma, Avrupa Birliği'nin dezenformasyonla mücadele stratejilerini inceleyerek, medya okuryazarlığı politikalarını, dijital platform düzenlemelerini ve uluslararası iş birliklerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışma aynı zamanda dezenformasyonun demokratik süreçler, ifade özgürlüğü ve bilgi ekosistemi üzerindeki etkilerini değerlendirerek, AB'nin bu alandaki politikalarının uzun vadeli sonuçlarına dair kapsamlı bir perspektif sunmayı hedeflemektedir.

## 2. Dezenformasyon ve İletişim Ekosistemi

Dijitalleşen iletişim ekosistemi, bilgiye erişimi kolaylaştırarak bireyler ve topluluklar arasındaki etkileşimi hızlandırmış, bilgi paylaşımını kolaylaştırmıştır. Ancak etkileşimin bu denli büyüklükteki hızı, son yıllarda yanlış ve yanıltıcı bilgilerin geniş kitlelere kolayca ulaşmasını da mümkün kılmıştır. Bu durum, bireylerin doğru bilgiye erişim kapasitesini sınırlamakla kalmayarak, aynı zamanda demokratik süreçlerin, siyasi istikrarın ve toplumsal uyumun zedelenmesine yol açmaktadır (Wardle ve Derakhn, 2017). Dezenformasyon, kasıtlı olarak yanıltıcı bilgilerin yayıldığı bir olgu olarak tanımlanır ve modern iletişim ortamlarında hızla yayılmakta, bireyleri ve toplulukları yanlış yönlendiren bir araç hâline gelmektedir. Sosyal medya platformlarının yükselmesi, dezenformasyonun etkisini artırmış ve demokratik sistemlerin ve

uluslararası ilişkilerin güvenilirliğini tehdit eden bir unsur hâline gelmesine neden olmuştur.

Dezenformasyon, yalnızca bireysel bir tehdit olarak değil, aynı zamanda sistemik bir tehdit olarak da ele alınmalıdır. Brexit süreci, Kovid-19 pandemisi ve Rusya'nın Ukrayna'yı işgali gibi olaylar, dezenformasyonun uluslararası ilişkilerde manipülatif bir araç olarak kullanıldığını göstermiştir (Datzer ve Lonardo, 2022). Kovid-19 sürecinde Avrupa Birliği'ne yönelik dezenformasyon kampanyalarını inceleyen çalışmalarında Bayraklı ve Filiz (2020), Rusya başta olmak üzere Çin tarafından yayılan dezenformasyon içeriklerine dikkat çekmiş ve bu içeriklerin özellikle Avrupa Birliği'ni zayıflatmaya yönelik faaliyetleri ve toplumsal güvensizlik oluşturmayı hedeflediğini belirtmiştir. Bu tür dezenformasyon kampanyaları, AB kurumlarının otoritesini sarsmayı, üye ülkeler arasındaki dayanışmayı zayıflatmayı ve toplumun sağlık politikalarına olan güvenini azaltmayı amaçlamıştır.

Dezenformasyon, günümüz iletişim ekosisteminin en büyük tehditlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Sosyal medyanın yaygınlaşması, bilginin doğrulanabilirliğini ve güvenilirliğini sorgulayan bir ortam yaratmış ve bu durum hem bireylerin hem de toplulukların doğru bilgiye erişimini zorlaştırmıştır. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) Kovid-19 pandemisi sırasında yanlış bilgi yayılımını "infodemi" olarak tanımlayarak dezenformasyonun toplum sağlığı üzerindeki etkisine dikkat çekmiştir (WHO, 2020). Yalan haberler, dezenformasyonun bir türü olarak kasıtlı bir şekilde yanlış bilgi yaymayı ve okuyucuları yanıltmayı hedefleyen içeriklerdir. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) yalan haberleri, doğruluğu kanıtlanabilir şekilde yanlış ve bilerek yanıltıcı bilgi olarak tanımlamaktadır (WHO, 2020). Avrupa Komisyonunun Yalan Haber ve Çevrim içi Dezenformasyon Raporu'nda, yalan haberlerin gazetecilerin yaptığı hataları, politik tarafsızlık içeren söylemleri, tıklanma oranlarını artırmak amacıyla kullanılan yanıltıcı başlıkları ve devletleri zayıflatmayı amaçlayan içerikleri kapsadığı ifade edilmektedir (Avrupa Komisyonu, 2018). Bu tür içerikler, hâlin yanlış yönlendirilmesine ve kamu güveninin sarsılmasına yol açmaktadır. Genel anlamı ile yalan haber terimi, dezenformasyonun sadece bir alt kümesini tanımlar; dezenformasyon, propaganda, algı yönetimi ve kasıtlı bilgi çarpıtması gibi daha geniş bir alanı kapsamaktadır.

Dezenformasyon ile ilişkili bir diğer kavram ise mezenformasyondur. Kasıtsız olarak yanlış bilgilerin paylaşılması olarak tanımlanan mezenformasyon, buy yön¼ ile dezenformasyondan ayrılmaktadır (Avrupa Konseyi, 2017). Avrupa Komisyonu (2018), dezenformasyonu ekonomik kazanç sağlamak veya kamuoyunu aldatmak amacıyla oluşturulmuş doğrulanabilir yanlış bilgiler olarak tanımlar. Bu tür bilgiler, sosyal medya platformları aracılığıyla hızla yayılmakta ve toplumsal düzeyde olumsuz etkiler yaratmaktadır (Avrupa Komisyonu, 2018). Özellikle dezenformasyonun Avrupa Birliği'nde kamu politikalarını ve kamuoyunu etkileyerek toplumsal güveni sarstığı göz önüne alındığında, sosyal medya platformlarının şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerine uygun şekilde çalışmaları kritik önem taşımaktadır. Sosyal medya, yalnızca bilginin yayılmasını değil, aynı zamanda toplumda yanlış algıların ve manip¼lasyonların artmasına da neden olmaktadır. Dolayısıyla, dezenformasyonun yayılmasında ve toplumsal algının şekillendirilmesinde sosyal medya platformlarının rol¼nü daha detaylı bir şekilde anlamak, bu olgunun çözüm¼ne yönelik stratejilerin geliştirilmesinde kritik bir öneme sahiptir.

## 2.1. Sosyal Medya Platformlarının Rol¼

Sosyal medya platformları, günümüzde bilgiye erişim sağlamak ve dezenformasyonun yayılması için güçlü araçlar h¼line gelmiştir. Avrupa Birliği, dezenformasyonla mücadele amacıyla çeşitli stratejiler geliştirmiştir; özellikle sosyal medya üzerinden yayılan yanlış bilgilerin etkilerini azaltmaya yönelik adımlar atılmıştır. Ancak, sosyal medya platformlarının karmaşık bilgi ekosistemi, farklı görüşlere erişimi sınırlandırarak yankı odalarının oluşumuna ve bilginin homojen gruplar içinde pekişmesine yol açmaktadır (Cinelli, De Francisci Morales, Galeazzi, Quattrociochi ve Starnini, 2021). Sosyal medya, bilgi paylaşımında demokratikleşme potansiyeline sahipken, dezenformasyonun hızla yayılmasına elverişli bir ortam sunmaktadır. Sosyal medyanın özg¼r ifade alanı sağlama ideali, kitlesel medya ve sosyal elitlerin kontrol mekanizmalarıyla sınırlıdır. Bu durum, dezenformasyonun etkisini artırmakta ve platformların propaganda aracı olarak kullanılma riskini beraberinde getirmektedir.

Sosyal medya kullanımının küresel ölçekte yaygınlaşması, bilgiye erişim ve doğrulama süreçlerinde ciddi sorunlara yol açarak güvenilir kaynaklara ulaşımı güçleştiren bilgi bolluğu ve kirliliği sorununu derinleştirmiştir. Kovid-19 pandemisi, bu sorunun etkilerini daha belirgin h¼le getirmiş ve

dezenformasyonun yayılım hızını artıran bir örnek teşkil etmiştir. Pandemi sürecinde, bazı devletlerin ve grupların kasıtlı olarak dezenformasyon yaydığı ve medya araçlarını propaganda amacıyla kullandığı gözlemlenmiştir. Bu dönemde sosyal medya platformları, bilgi akışında merkezi bir rol üstlenmiş; ancak aynı zamanda yanlış bilgilerin yayılımını hızlandırarak toplumsal algı ve davranışları olumsuz yönde etkilemiştir. Sosyal medya platformlarının algoritmik yapıları ve kullanıcı deneyimi tasarım tercihleri, dezenformasyonun yayılmasında kritik bir rol oynamaktadır. Algoritmalar, kullanıcı etkileşimini artırmak ve içerik görünürlüğünü optimize etmek amacıyla tasarlanmış olsa da bu durum yankı odalarının oluşumuna ve doğrulama mekanizmalarından kaçan dezenformasyon içeriklerinin geniş kitlelere ulaşmasına zemin hazırlamaktadır (Chen, Ciuccarelli ve Colombo, 2022). Ayrıca, algoritmaların içerik filtreleme tercihleri, kullanıcıların farklı ve güvenilir bilgilere erişimini sınırlayarak dezenformasyonun tespit edilmesini zorlaştırmaktadır (Malhotra, Zhong ve Kuan, 2023). Bu bağlamda, platformların tasarım ve algoritmik yapılarına yönelik eleştirel yaklaşımların yanı sıra, kullanıcı farkındalığını artırmaya yönelik stratejiler geliştirilmesi gerekmektedir (Poleac ve Ghergut-Babii, 2024). Bu noktada Avrupa Birliği, dezenformasyonun olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla sosyal medya platformlarına yönelik daha sıkı düzenleyici politikalar geliştirmeyi hedeflemektedir. Sosyal medya ağları, asimetrik bilgi ağları, algoritmalar ve kullanıcı deneyimi tasarımı açısından önemli savunmasızlıklar barındırmakta ve bu sorunların çözümü, disiplinler arası iş birliği gerektirmektedir (Poleac ve Ghergut-Babii, 2024). Etkili bir dezenformasyonla mücadele stratejisi, sosyal medya platformlarının şeffaflığı artırması ve dezenformasyonu önlemeye yönelik proaktif çözümler geliştirmesiyle mümkün olacaktır (Chen, Ciuccarelli ve Colombo, 2022). Dezenformasyonu önlemeye yönelik proaktif çözümlerin bir parçası olarak medya okuryazarlığı becerileri de giderek daha kritik hâle gelmektedir. Medya okuryazarlığı, bireylerin dijital ortamda doğru bilgiye ulaşmasını, yanıltıcı içerikleri ayırt etmesini ve bu tür içeriklerin yayılmasını önlemesini sağlayan önemli bir beceridir (Jones-Jang ve Mortensen, 2021). Araştırmalar, medya okuryazarlığı seviyesinin dezenformasyonun algılanması ve yayılmasında belirleyici bir faktör olduğunu göstermektedir. Özellikle medya okuryazarlığı eğitimi almış bireylerin yanlış bilgiye karşı daha eleştirel yaklaşımları ve bu tür içerikleri paylaşma olasılıklarının daha düşük olduğu ortaya konmuştur (Dame Adjin-Tettey, 2022). Bununla birlikte, sosyal medya okuryazarlığı



đı, bireylerin sosyal medya platformlarında algoritmalar tarafından sunulan içerikleri eleştirel bir şekilde değerlendirme ve doğrulama yeteneğini güçlendirmektedir (Wei vd., 2023). Sosyal medya platformlarının algoritmik yapıları, kullanıcıların yankı odalarına sıkışmasına ve benzer görüşleri destekleyen içeriklerle karşılaşmasına neden olabilir. Bu durum, bireylerin yanlış bilgiyi doğrulama becerilerini sınırlandırarak dezenformasyonun yayılmasını kolaylaştırabilir (Hzad ve Khan, 2024). Bu noktada medya okuryazarlığı ve dezenformasyon arasındaki ilişki, sosyal medya kullanımının doğasına ve bireylerin dijital becerilerine dayanmaktadır. Medya okuryazarlığı eğitimi, bireylerin dezenformasyonu tanıma, doğrulama ve yayılımını engelleme becerilerini geliştiren kritik bir araç olarak değerlendirilmelidir. Bu bağlamda, dijital medya okuryazarlığına yönelik eğitim programlarının yaygınlaştırılması ve sosyal medya platformlarının şeffaf algoritmalar geliştirmesi büyük önem taşımaktadır.

## 2.2. Yapay Zekâ ve Teknolojinin Rolü

Yapay zekâ ve makine öğrenimi, dezenformasyonun tespiti ve yayılımının önlenmesi için kritik araçlar olarak değerlendirilmektedir. Yapaya zekâ, bilgisayarların insan benzeri bilişsel süreçleri taklit etmesini sağlayan bir teknoloji olarak tanımlanabilir ve geniş bir uygulama yelpazesinde kullanılmaktadır (Russell ve Norvig, 2016). Yapay zekâ sistemleri ise genel anlamı itibarıyla, veri analizi, desen tanıma ve karar verme gibi süreçlerde etkin bir şekilde kullanılmaktadır (Khazode ve Sarode, 2020). Özellikle sahte haberlerin tespiti, veri analizi ve otomatik içerik doğrulama gibi alanlarda yapay zekâ kritik bir rol oynadığı görülmektedir. Diğer yandan makine öğrenimi, bilgisayarların deneyimlerden öğrenerek kendi performanslarını iyileştirmelerini sağlayan bir yapay zekâ alt alanı olarak ortaya çıkmıştır (Mitchell, 1997). ML algoritmaları, geniş veri setlerinden desenleri öğrenerek gelecekteki veriler üzerinde tahminlerde bulunabilir ve karmaşık problemleri çözebilmektedir. Bununla birlikte bu algoritmaların sahte haberleri tespit etmek ve yayılımını analiz etmek için etkin bir şekilde kullanıldığı bilinmektedir.

Doğal dil işleme (NLP) ise, bilgisayarların insan dilini anlamasını, yorumlamasını ve üretmesini sağlayan bir yapay zekâ alt alanıdır. NLP, sahte haberlerin dilsel yapılarını analiz ederek manipülatif unsurları tespit eder ve dezenformasyonun yayılımını engelleme süreçlerinde önemli bir araç olarak bilinmektedir (Nadkarni vd., 2011). Sosyal medya platformlarında yayılan

içeriklerin doğruluğunu değerlendirmek ve tehditleri belirlemek için de NLP algoritmaları sıklıkla kullanılmaktadır (Chowdhary, 2020). Dilbilim, bilişsel bilim ve bilgisayar bilimleri gibi farklı disiplinlerin kesişiminde yer alan NLP, dezenformasyonun yayılımını analiz etmek ve potansiyel tehditleri belirlemek için etkili araçlar sunmaktadır (Bontridder ve Poulet, 2021). Dilsel manipülasyon ve içerik stratejileri, sahte haberlerin daha geniş kitlelere ulaşmasına ve kullanıcıların yanıltılmasına neden olmaktadır (Hajli vd., 2022). Sosyal medya platformlarının bu süreçteki rolü kritik önem taşımakta ve dezenformasyona karşı daha proaktif mekanizmalar geliştirmeleri zorunlu hâle gelmektedir (Madhan vd., 2024). Bu noktada yapay zekâ, makine öğrenimi ve doğal dil işleme teknolojileri, dezenformasyonun tespiti ve yayılımının önlenmesi amacıyla kritik araçlar olarak kabul edilmektedir.

NLP algoritmaları, sahte haberlerin dilsel yapılarını inceleyerek bu tür içeriklerin inandırıcılığını artıran manipülatif unsurları tespit eder ve doğrulama süreçlerini hızlandırır (Devarajan ve Nagarajan, 2023). Araştırmalar, NLP ve derin öğrenme modellerinin birlikte kullanılmasıyla sosyal medya platformlarında yayılan dezenformasyonun tespitinde önemli başarılar elde edildiğini göstermektedir (Aïmeur vd., 2023). Ancak NLP tekniklerinin etkinliği, büyük ölçüde eğitildiği veri setlerinin kalitesine ve kapsayıcılığına bağlıdır (Berrondo-Otermin ve Sarasa-Cabezuelo, 2023). Bu noktada Avrupa Birliği, dezenformasyonla mücadelede dijital okuryazarlığı teşvik etmek, platformların hesap verebilirliğini artırmak ve düzenleyici çerçeveleri güçlendirmek için hem yasal hem de teknolojik çözümler geliştirmektedir (Bontridder ve Poulet, 2021). Dijital platformlarda şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerinin uygulanması, dezenformasyonun azaltılmasında kritik bir rol oynamaktadır. Ayrıca, makine öğrenimi algoritmalarının ve NLP tekniklerinin daha etkin kullanılabilmesi için geniş çaplı veri setlerinin sağlanması ve yapay zekâ sistemlerinin etik kurallar çerçevesinde çalıştırılması gerekmektedir (Ozbay ve Alatas, 2020). Avrupa Birliği politikalarının etkinliği, teknik çözümler ve yasal düzenlemelerin birlikte uygulanmasına dayanmaktadır (Choraş vd., 2021). Bu noktada yapay zekâ, makine öğrenimi ve doğal dil işleme teknolojilerinin dezenformasyonla mücadelede güçlü araçlar sunduğu görülmektedir. Ancak bu teknolojilerin etkinliği, düzenleyici politikaların, etik ilkelerin ve veri setlerinin kalitesiyle doğrudan ilişkilidir. NLP ve derin öğrenme modelleri gibi teknolojik yeniliklerin yanı sıra, bireylerin dijital okuryazarlık düzeylerinin artırılması ve sosyal medya platformlarının sorumluluklarını yerine getirmesi, dezenformasyonla mücadelede bütüncül bir yaklaşımın temelini oluşturmaktadır.

### 3. Avrupa Birliği'nde Dezenformasyonun Yasal Çerçevesi

Avrupa Birliği (AB), dezenformasyonun demokratik s¼reçlere ve toplumsal istikrara yönelik tehditlerini önlemek için kapsamlı bir yasal çerçeve oluşturmuştur. Bu düzenlemeler, bilgiye erişim ve ifade özg¼rl¼ğ¼n¼ güvence altına almayı amaçlamakta olup, Avrupa Birliği Temel Haklar Bildirgesi'nin 11. maddesi ve Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 10. maddesine dayanmaktadır (Avrupa Parlamentosu ve Konseyi, 2000). Sosyal medya platformlarının hızlı büyümesi ve içeriklerin yayılmasının kolaylaşması, AB'yi dezenformasyona karşı daha etkin önlemler almaya yönlendirmiştir.

Dezenformasyonla mücadelede atılan ilk somut adımlardan biri, 2018 yılında Avrupa Komisyonu tarafından kabul edilen *Dezenformasyonda Uygulama Kuralları* (Code of Practice on Disinformation) olmuştur. Bu düzenleme, sosyal medya platformlarının siyasi reklamcılıkta şeffaflık sağlamasını, sahte hesapları kapatmasını ve dezenformasyon kaynaklarını belirlemesini amaçlayan bir özdenetim modeli sunmuştur (European Commission, 2018). Ancak, bu dönemde gönüll¼lük esasına dayalı bu taahh¼tlerin etkisiz kaldığı ve teknoloji şirketlerinin dezenformasyonu engellemede yeterince başarılı olamadığı gerekçesi ile eleştirildiği gör¼lmektedir (Scott, 2020). Avrupa Komisyonu'nun 2018 tarihli "Çevrim içi Dezenformasyonla Mücadele Tebliği" (Tackling Online Disinformation: A European Approach), ifade özg¼rl¼ğ¼n¼ koruyarak kanıta dayalı ve iş birliğine odaklı çözümler geliştirilmesi gerektiğine dikkat çekmiştir. Aynı yıl yayımlanan "Dezenformasyona Karşı Eylem Planı" (The Action Plan Against Disinformation), dezenformasyonun tespit edilmesi, ortak yanıt mekanizmalarının geliştirilmesi, toplumsal dayanıklılığın artırılması ve özel sektörün harekete geçirilmesi gibi dört temel alanı kapsayan bir strateji ortaya koymuştur (European Commission, 2018b). Covid-19 pandemisi, dezenformasyonun halk sağlığı üzerindeki etkilerini daha da belirgin hâle getirmiş ve AB'nin dijital platformlara yönelik düzenlemelerini güçlendirme ihtiyacını artırmıştır. 2022 yılında kabul edilen *Dijital Hizmetler Yasası* (Digital Services Act), özellikle çok büyük çevrim içi platformlar (VLOP'lar) için dezenformasyonu tespit etme, yasa dışı içerikleri kaldırma ve risk değerlendirme raporları sunma gibi yük¼ml¼lükler getirmiştir. Ayrıca, kullanıcı haklarının korunması ve siyasi reklamların şeffaflılığının artırılması gibi düzenlemelerle dezenformasyonun yayılmasının önlenmesi hedeflenmiştir (European Commission, 2022). Pandemi sürecinde yür¼t¼len medya okuryazarlığı kampanyaları, toplumu dezenformasyona karşı dirençli hâle

getirme çabalarına katkıda bulunmuştur. Ancak, teknoloji şirketlerinin gönüllü taahhütlerinin pandeminin yarattığı dezenformasyon krizine yeterince yanıt veremediği görülmüştür (Scott, 2020). 2023 ve 2024 yıllarında yayımlanan “EEAS Yabancı Bilgi Manipülasyonu ve Müdahale Tehditleri Raporları” (1st and 2nd EEAS Reports on Foreign Information Manipulation and Interference Threats), dezenformasyonun yapay zekâ destekli içerik üretimi ve çapraz platform stratejileriyle giderek daha karmaşık bir hâle geldiğini vurgulamıştır. Bu raporlar, deepfake teknolojilerinin ve sosyal medya algoritmalarının manipülasyonunun, dezenformasyonun etkisini artırmada oynadığı rolü ortaya koymuştur (EEAS, 2023). Uluslararası iş birliği, AB’nin dezenformasyonla mücadele stratejisinin temel bir unsuru hâline gelmiştir. NATO, G7 ve diğer uluslararası kuruluşlarla gerçekleştirilen ortak çalışmalar, dezenformasyonu küresel bir tehdit olarak ele almayı kolaylaştırmış ve daha etkili yanıt mekanizmaları geliştirilmesine olanak tanımıştır. Özellikle Rusya-Ukrayna savaşı bağlamında, dezenformasyonun uluslararası politika-daki rolü daha görünür hâle gelmiş, AB’nin stratejik iletişim mekanizmaları bu sorunu sadece bir iç tehdit olarak değil, aynı zamanda dış müdahale aracı olarak ele almıştır (European Commission, 2024). AB’nin dezenformasyonla mücadele kapsamındaki girişimleri, dijital platformların düzenlenmesi, medya okuryazarlığı projeleri, yapay zekâ destekli çözümler ve uluslararası iş birliklerini içeren geniş bir yelpazeye yayılmıştır. Ancak, dezenformasyonun giderek karmaşıklaşan yapısı ve yeni teknolojilerin etkisi, daha yenilikçi ve kapsamlı stratejilere duyulan ihtiyacı ortaya koymaktadır.

#### 4. Metodoloji

Bu çalışma, Avrupa Birliği’nin dezenformasyonla mücadele politikalarını ve stratejilerini analiz etmeyi amaçlayan nitel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Araştırma, 2018 yılından itibaren AB tarafından yayımlanan resmî belgeleri inceleyerek dezenformasyonla mücadelenin temel yaklaşımlarını ve bu alandaki dönüşümleri kapsamlı bir şekilde ele almayı hedeflemektedir. Çalışmada Braun ve Clarke’ın (2006) geliştirdiği indüktif tematik analiz yöntemi kullanılmıştır. Tematik analiz, veride tekrar eden desenleri belirlemeyi ve bu desenleri daha geniş temalar hâlinde organize etmeyi sağlayan esnek bir yöntemdir. Bu çalışma bağlamında tematik analiz, AB’nin dezenformasyon politikalarını ve stratejik belgelerini derinlemesine değerlendirmek amacıyla uygulanmıştır. Araştırmada, belgeler dijital olarak taran-

mış, OpenQDA yazılımı kullanılarak sistematik bir kodlama, kategorileştirme, temaların geliştirilmesi ve analiz s¼reci y¼r¼t¼lm¼řt¼r.

Araştırmada ind¼ktif tematik analiz y¼ntemi uygulanmıştır. Bu y¼ntem, araştırmanın veri setinden doğrudan anlamlar ¼ıkararak temalar oluşturmasını sağlamıştır. Araştırmanın veri seti, Avrupa Komisyonu, Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Dış İlişkiler Servisi (EEAS) gibi AB kurumları tarafından 2018-2024 yılları arasında yayımlanan 15 resm¼ belgeyi i¼ermektedir. Bu belgeler, AB'nin dezenformasyonla m¼cadelede geliştirdiği stratejilerin ve politika önerilerinin temel dayanaklarını oluşturmaktadır. Se¼ilen belgeler, araştırmanın kapsamını ve derinliğini artırmak amacıyla konuyla doğrudan ilişkili olan dok¼manlar arasından se¼ilmiřtir. Veri analizi s¼recinde ind¼ktif tematik analiz y¼ntemi kullanılmıştır. Bu yaklaşım, araştırma sorularını belge analizi yoluyla ele almayı ve elde edilen bulgulara dayalı temalar geliştirmeyi sağlamıştır. Analiz şu aşamalardan oluşmuştur:

**Belgelerin Kodlanması:** Metinler dijital ortamda detaylı olarak taranmış ve i¼erik analizi yazılımları kullanılarak tematik kodlama yapılmıştır.

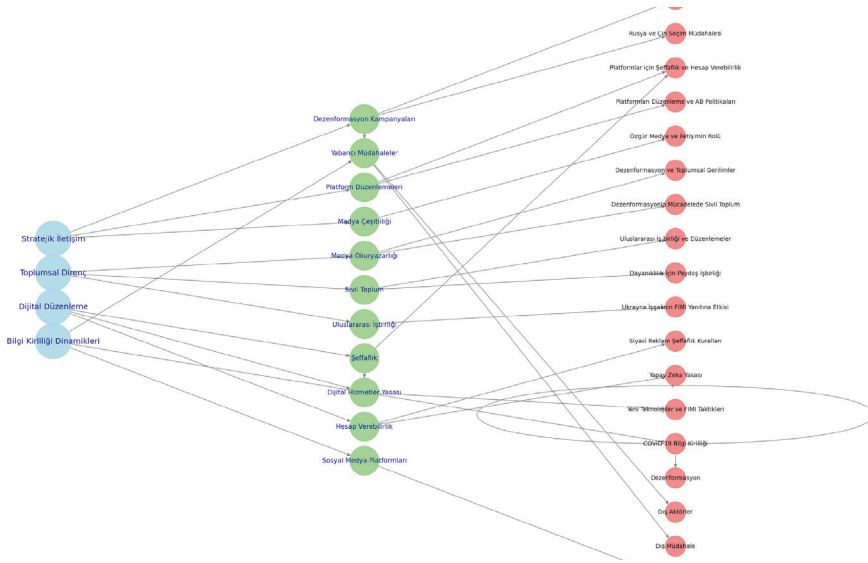
**Temaların Belirlenmesi:** Kodlama sonucunda belirginleşen temalar ve alt temalar analiz edilerek raporlanmıştır.

**Bulgular:** Bağlam i¼inde değerlendirilmeye ve politika belgeleri ile ilişkilendirilmeye ¼alıřılmıřtır.

**¼alıřmanın G¼venilirliđi:** Kodlama s¼recinde sistematik bir yaklaşım izlenerek ve kodlama işlemleri bağımsız olarak doğrulularak sağlanmış ve araştırma, yalnızca AB kurumları tarafından yayımlanan resm¼ belgelerle sınırlandırılmıştır.

## 5. Bulgular

Araştırma, AB'nin dezenformasyonu önlemek ve yönetmek i¼in benimsediği yaklaşımların yıllar i¼inde nasıl evrildiğini g¼stermektedir. İncelenen belgelerden elde edilen kodlar, kategoriler ve temalar, dezenformasyonun farklı boyutlarını yansıtan bir yapı oluşturmuştur. Bu yapı, AB'nin dezenformasyonla m¼cadele politikasındaki değişimleri ve önceliklerini a¼ıklıkla ortaya koymaktadır. Bulgular, AB'nin dezenformasyonla m¼cadelesinde stratejik iletişim, toplumsal direnç, dijital platformların d¼zenlenmesi ve bilgi kirliliği gibi ana temaların ön plana ¼ıktıđını ortaya koymaktadır.



**Görsel 1.** Avrupa Birliği'nin Dezenformasyonla Mücadelesi Tematik Analizi

Her yılın bulguları, bağlam içinde değerlendirilmekte ve Görsel 1'de yer alan genel temalara ulaşılmaktadır. 2018 yılı, AB'nin dezenformasyonla mücadelede ilk sistematik adımları attığı, medya okuryazarlığı ve dijital platformların düzenlenmesine yönelik temellerin oluşturulduğu bir dönemi temsil etmektedir. 2019 yılı, dezenformasyona hızlı yanıt mekanizmalarının devreye alındığı ve dijital medya düzenlemelerinin güçlendiği bir dönemdir. 2020-2021 yılları, Covid-19 pandemisinin getirdiği "infodemi" tehdidine karşı, bilgi kirliliği ve dezenformasyona yönelik uluslararası iş birliği ve platform şeffaflığı girişimlerinin öne çıktığı bir zaman dilimini kapsamaktadır. 2022 yılı, Rusya-Ukrayna Savaşı gibi uluslararası krizlerin etkisiyle dezenformasyonun yabancı müdahale aracı olarak kullanımına yönelik stratejik müdahalelerin ve yasal düzenlemelerin güçlendiği bir dönemdir. 2023-2024 yılları ise, yeni teknolojiler, yapay zekâ destekli dezenformasyon ve bilgi manipülasyonuna karşı uyarlanabilir ve önleyici stratejilerin benimsendiği bir dönem olarak öne çıkmaktadır.

### 5.1. 2018: Dezenformasyonda Uygulama Kuralları ve İlk Adımlar

2018 yılı, Avrupa Birliği'nin dezenformasyonla mücadelede sistematik adımlar attığı bir başlangıç noktası olarak öne çıkmıştır. Bu yıl boyunca dezenfor-

masyon, bilgi ekosistemine m¼dahale, medya okuryazarlığı, birey ve toplum direnci, yasadışı i¼erik ve dijital platformların d¼izenlenmesi gibi kodlar ¼n plana ¼ıkmaktadır.

Kodlar	Kategoriler	Temalar	Raporlar
Dezenformasyon	Bilgi Ekosistemine M¼dahale	Dış M¼dahale ve Dezenformasyon	Dezenformasyona ¼ok Boyutlu Bir Yaklaşım (Mart 2018)
Dış M¼dahale	Birey ve Toplum Direnci	Toplumsal Diren¼ ve Medya Okuryazarlığı	Dezenformasyonla İlgili Uygulama Kodu (28 Haziran 2018)
Medya Okuryazarlığı	Dijital Platformların D¼izenlenmesi	Dijital Ekosistemin D¼izenlenmesi	¼evrim i¼i Dezenformasyonla M¼cadele: Avrupa Yaklaşımı (5 Aralık 2018)
Yasa Dışı İ¼erik			Dezenformasyona Karşı Eylem Planı AB Komisyonu (5 Aralık 2018)

**Tablo 1.** 2018 Yılı Tematik Analizi

Bu d¼nemde yayımlanan ‘‘Dezenformasyona ¼ok Boyutlu Bir Yaklaşım’’ raporu, dezenformasyonu ‘‘kasıtlı olarak kamuya zarar verme veya maddi kazanç elde etme amacıyla yayılan yanlış ya da yanıltıcı bilgiler’’ olarak tanımlamış ve iş birliğine dayalı bir m¼cadele y¼nteminin ¼nemine dikkat ¼ekmiřtir. Bu d¼nemde dezenformasyonla m¼cadele ¼¼ ana kategori ¼erçevesinde ele alınmıştır: Dış m¼dahale ve dezenformasyon, toplumsal diren¼ ve medya okuryazarlığı, dijital ekosistemin d¼izenlenmesi. ¼zellikle ‘‘Dezenformasyona Karşı Eylem Planı’’ raporu, dezenformasyonun tespiti, ortak yanıt verilmesi, ¼zel sekt¼r¼n mobilizasyonu ve toplumsal dayanıklılığın artırılması gibi d¼rt temel direk etrafında bir m¼cadele stratejisi belirlemiştir. 2018 yılında dezenformasyonla m¼cadele kapsamında şeffaflık ve hesap verebilirlik, toplumsal dayanıklılık ve medya okuryazarlığı ile dijital platformların

düzenlenmesi gibi temalar ön plana çıkmıştır. “Dezenformasyonda Uygulama Kuralları,” sosyal medya platformlarının şeffaflık standartlarını artırmayı, sahte hesapların kapatılmasını ve siyasi reklamların düzenlenmesini içeren yükümlülükler getirmiştir. Bunun yanı sıra, “Çevrim içi Dezenformasyonla Mücadele: Bir Avrupa Yaklaşımı” raporu, dezenformasyonun demokratik süreçlere etkilerini azaltmak amacıyla stratejik iletişim mekanizmalarının güçlendirilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Yine Mart 2018’de yayımlanan “Dezenformasyona Çok Boyutlu Bir Yaklaşım” raporu, ifade özgürlüğünün korunmasının ve sansüre dayalı yaklaşımlar yerine kanıtla dayalı stratejilerin benimsenmesinin önemine işaret etmiştir. Bu kapsamda, medya okuryazarlığı ve bağımsız doğrulama ağlarının toplumsal dayanıklılığı artırıcı rolü vurgulanmıştır. “Dezenformasyona Karşı Eylem Planı,” Doğu Ortaklığı ve Batı Balkanlar gibi bölgelerde dezenformasyonla mücadelede EUvsDisinfo gibi girişimlerin hayati önem taşıdığını belirtmiştir. 2018 yılı, dezenformasyonla mücadelede iş birliğine dayalı, çok boyutlu ve ifade özgürlüğünü koruyan yaklaşımların temellerinin atıldığı bir dönemdir. Bu dönemde geliştirilen stratejiler, sonraki yıllarda “Dijital Hizmetler Yasası” gibi daha bağlayıcı hukuki çerçevelerin oluşturulmasında kritik bir rol oynadığı görülmektedir.

## 5.2. 2019: Hızlı Uyarı Sistemi ve Dezenformasyona Karşı Eylem Planı

2019 yılı, Avrupa Birliği’nin dezenformasyonla mücadele politikalarının daha kurumsal bir yapıya kavuştuğu ve çeşitli stratejik araçlarla desteklendiği bir dönem olmuştur. Bu dönemde dezenformasyonla mücadelede belirleyici olan kodlar arasında hızlı uyarı sistemi, stratejik iletişim, medya çeşitliliği, platformların hesap verebilirliği ve dezenformasyona erken müdahale yer almıştır. Bu kodlar, AB’nin dezenformasyon tehdidini ele alma yöntemlerinin çok yönlülüğünü yansıtmaktadır. Dezenformasyonla mücadele kapsamında öne çıkan kategoriler ise; dış müdahaleler ve stratejik iletişim, medya ekosisteminin güçlendirilmesi ve dijital platformların düzenlenmesidir. Bu kapsamda, AB tarafından yayımlanan “Dezenformasyona Karşı Eylem Planının Uygulanmasına Dair Ortak Rapor,” dezenformasyonu tespit etme, müdahale etme ve demokratik süreçlerin korunması açısından bu kategorilerin önemini vurgulamaktadır. AB’nin dezenformasyona yönelik çabaları, şeffaflık ve hesap verebilirlik, medya dayanıklılığı ve çeşitliliği ile dijital platformların düzenlenmesi gibi temalar etrafında şekillenmektedir.



Kodlar	Kategoriler	Temalar	Raporlar
Hızlı Uyarı Sistemi	Dezenformasyona Erken M¼dahale	Dezenformasyonla Stratejik M¼cadele	Dezenformasyona Karşı Eylem Planının Uygulanmasına Dair Ortak Rapor (14 Haziran 2019)
Stratejik İletişim	Medya Ekosisteminin Güçlendirilmesi	Medya Dayanıklılığı ve Çeşitliliği	
Medya Çeşitliliği	Dijital Platformların Düzenlenmesi	Dijital Platformların Düzenlenmesi	
Platformların Hesap Verebilirliği			

Tablo 2. 2019 Yılı Tematik Analizi

Bu bağlamda, 2019 yılında uygulamaya alınan *Hızlı Uyarı Sistemi*, dezenformasyon kampanyalarının tespiti, analizi ve AB ülkeleri arasında koordinasyonun sağlanması için bir araç olarak devreye sokulmuştur. Bu sistem, dezenformasyonun etkilerinin azaltılmasında önemli bir rol oynamıştır.

2019 yılı boyunca AB'nin dezenformasyon stratejileri, Stratejik İletişim Görev Güçleri tarafından desteklenmiştir. "Dezenformasyona Karşı Eylem Planının Uygulanmasına Dair Ortak Rapor," bu görev güçlerinin dezenformasyona karşı alınan önlemlerin etkinliğini artırdığını ve Hızlı Uyarı Sistemi'nin işlevselliğini ortaya koymuştur. Ayrıca, "Dezenformasyonda Uygulama Kuralları" kapsamında sosyal medya platformlarının siyasi reklamların şeffaflığını artırma, sahte hesapları kapatma ve dezenformasyonun erişimini sınırlama gibi taahhütleri yerine getirdiği ifade edilmiştir. Bununla birlikte, raporda platformların kendi kendini düzenleme çabalarının yetersiz olduğu ve daha kapsamlı düzenlemelere ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir.

Buradan hareketle 2019 yılının, dezenformasyon kampanyalarının doğasının değişimine de dikkat çektiği görülmektedir. Daha küçük ölçekli ancak tespit edilmesi zor operasyonlar, AB'nin müdahale stratejilerinin daha esnek ve yenilikçi olmasını gerektirmiştir. Rusya ve Çin gibi dış aktörlerin demokratik süreçleri zayıflatmayı hedefleyen dezenformasyon faaliyetleri ise sosyal

medya platformları üzerinden hızlı bir şekilde yayılmıştır. Bu durum, AB'nin demokratik süreçleri korumak ve dezenformasyonun etkilerini azaltmak amacıyla daha kapsamlı bir iş birliği ve düzenleme ihtiyacını ortaya koymuştur. Sonuç olarak 2019 yılı AB'nin dezenformasyona karşı çok boyutlu bir yaklaşım benimseyerek hızlı uyarı sistemlerini devreye aldığı, dijital platform düzenlemelerini geliştirdiği ve toplumsal farkındalığı artırmaya yönelik çabalarını yoğunlaştırdığı bir yıl olmuştur.

### 5.3. 2020-2021: Kovid-19 ve İnfodemiyle Mücadele

Kovid-19 pandemisi, dezenformasyonun toplumsal ve demokratik etkilerini daha belirgin hâle getirmiş ve Avrupa Birliği'ni dezenformasyona karşı daha kapsamlı stratejiler geliştirmeye yönlendirmiştir. Pandemi döneminde öne çıkan kodlar arasında Kovid-19 bilgi kirliliği, dezenformasyon kampanyaları, yabancı müdahaleler, platformlar için şeffaflık ve hesap verebilirlik, dezenformasyonun yayılmasında çevrim içi platformların rolü ve uluslararası iş birliği yer almıştır. Bu kodlar, dezenformasyonun pandemiye özgü boyutlarını ve AB'nin bu sorunlarla başa çıkma yöntemlerini yansıtmaktadır. Bu süreçte öne çıkan kategoriler ise dezenformasyon ve toplumsal gerilimler, dijital platformların düzenlenmesi, toplumsal direnç ve uluslararası iş birliği olmuştur.

Kodlar	Kategoriler	Temalar	Raporlar
<p>Kovid-19 Bilgi Kirliliği</p> <p>Dezenformasyon Kampanyaları</p> <p>Dezenformasyon ve Toplumsal Gerilimler</p> <p>Yabancı M¼dahaleler ve Dezenformasyon Kampanyaları</p> <p>Devlet Destekli Dezenformasyon Kampanyaları</p> <p>Platformlar için Şeffaflık ve Hesap Verilirlilik</p> <p>Platformları D¼zenleme ve AB Politikaları</p> <p>Dezenformasyonun Yayılmasında Çevrim İçi Platformlar</p> <p>Özg¼r Medya ve İletişimin Rol¼</p> <p>Dezenformasyonla M¼cadelede Sivil Toplum</p> <p>Uluslararası İşbirliği ve D¼zenlemeler</p>	<p>Dezenformasyona Erken M¼dahale</p> <p>Medya Ekosisteminin G¼çlendirilmesi</p> <p>Dijital Platformların D¼zenlenmesi</p>	<p>Dezenformasyonla Stratejik M¼cadele</p> <p>Medya Dayanıklılığı ve Çeşitliliği</p> <p>Dijital Platformların D¼zenlenmesi</p>	<p>Dezenformasyona Karşı Eylem Planının Uygulanmasına Dair Ortak Rapor (14 Haziran 2019)</p>

Tablo 3. 2020-2021 Yılları Tematik Analizi

“Kovid-19 Dezenformasyonu ile Mücadele-Gerçekleri Doğru Bir Şekilde Ele Alma” raporu, pandeminin bilgi kirliliği sorununu küresel bir kriz hâline getirdiğini ve dezenformasyonun halk sağlığına, demokratik süreçlere ve kamu güvenine yönelik ciddi tehditler oluşturduğunu vurgulamıştır. Pandemiyle birlikte şeffaflık ve hesap verebilirlik, medya dayanıklılığı, uluslararası iş birliği ve stratejik iletişim gibi temalar ön plana çıkmıştır. AB, dezenformasyona karşı teknolojik çözümleri ve medya okuryazarlığını güçlendirme stratejilerini uygulamaya koymuştur. Sosyal medya platformları, zararlı içeriklerin kaldırılması ve güvenilir bilgilerin önceliklendirilmesi konusunda şeffaflık önlemleri almaya teşvik edilmiştir. Vatandaşların dezenformasyonu tanıma ve doğrulama becerilerini artırmak için medya okuryazarlığı kampanyaları yürütülmüştür. Aynı zamanda, DSÖ ve G7 gibi uluslararası kuruluşlarla iş birliği yapılmış ve dezenformasyona karşı küresel koordinasyon sağlanmaya çalışılmıştır.

Nisan 2021’de yayımlanan “Dezenformasyon ve Propaganda: Hukukun Üstünlüğü ve Demokratik Süreçlerin İşleyişi Üzerine Etkisi” başlıklı rapor, dezenformasyonun giderek daha karmaşık hâle geldiğini ve yapay zekâ destekli içeriklerin bu kampanyaların etkisini artırdığını ortaya koymuştur. Bu raporda, dezenformasyonun sosyal çatışmaları derinleştirdiği, demokratik kurumlara güveni sarstığı ve kamuoyunu kutuplaştırdığı belirtilmiştir. Ayrıca, AB’nin Dijital Hizmetler Yasası (Digital Services Act) ile dijital platformlara yönelik düzenlemeleri genişlettiği ve dezenformasyonun yayılımını engellemeye yönelik adımlar attığı ifade edilmiştir.

Bu dönemde devlet destekli dezenformasyon kampanyaları, AB ülkelerindeki demokratik süreçlere ciddi tehditler oluşturmuş ve uluslararası iş birliklerinin artırılmasının önemi vurgulanmıştır. Bağımsız doğrulama ağları ve medya okuryazarlığı programları, dezenformasyonun etkilerini azaltma ve toplumsal dayanıklılığı artırma açısından kritik bir rol oynamıştır.

2020-2021 dönemi, dezenformasyonun yalnızca bir bilgi kirliliği unsuru olarak değil, aynı zamanda demokratik istikrarı tehdit eden bir araç olarak ele alındığı bir dönem olmuştur. Bu süreçte AB, düzenleyici çerçeveler, teknolojik yenilikler ve uluslararası iş birlikleriyle dezenformasyona karşı mücadele ederken, ifade özgürlüğü ve düzenleme arasındaki hassas dengeyi koruma çabalarını sürdürmüştür.

#### 5.4. 2022: Rusya-Ukrayna Savaşı ve Yabancı M¼dahaleler

2022 yılı, Rusya'nın Ukrayna'yı işğaliyle birlikte dezenformasyonun uluslararası krizlerdeki stratejik öneminin daha belirgin hâle geldiği bir dönem olmuştur. Avrupa Birliği, dezenformasyonu yalnızca bir bilgi kirliliği sorunu olarak değil, aynı zamanda yabancı müdahalelerin güçlü bir aracı olarak değerlendirmiş ve stratejik yanıtlarını bu çerçevede geliştirmiştir. Bu bağlamda, dezenformasyonla mücadelede öne çıkan kodlar arasında Ukrayna işğalinin dezenformasyona etkisi, stratejik iletişim, dış müdahale, yasadışı içerik, dijital platformların düzenlenmesi ve bilgi manipölasyonu yer almıştır. Dezenformasyonla mücadelede kullanılan temel kategoriler, dış müdahaleler ve stratejik iletişim, demokratik süreçlerin korunması ve dijital platformların düzenlenmesi olmuştur. 8 Şubat 2022 tarihinde yayımlanan "Avrupa Birliği'nde Tüm Demokratik Süreçlere Yabancı Müdahale, Dezenformasyon Dahil" başlıklı rapor, Rusya ve Çin gibi devlet ve devlet dışı aktörlerin Avrupa demokrasisini istikrarsızlaştırmaya yönelik bilgi manipölasyonu taktiklerini detaylandırmıştır. Bu girişimlerin, AB'nin temel değerlerine yönelik bir tehdit oluşturduğu ve demokrasiye zarar verdiği vurgulanmıştır. Bu dönemde dezenformasyonla mücadele stratejileri, şeffaflık ve hesap verebilirlik, medya okuryazarlığı ve demokratik süreçlerin korunması temaları etrafında şekillenmiştir.

Kodlar	Kategoriler	Temalar	Raporlar
Ukrayna İşgalinin FIMI Yanıtına Etkisi	Ukrayna Krizi ve Bilgi Savaşı	Bilgi Manipülasyonu ve Stratejik İletişim	Avrupa Birliği'nde Tüm Demokratik Süreçlere Yabancı Müdahalesi, Dezenformasyon Dâhil (2020/2268(INÍ)) (8 Şubat 2022)
Stratejik İletişim	Demokratik Süreçlere Müdahale	Demokratik Süreçlerin Korunması	Dezenformasyonla İlgili Güçlendirilmiş Uygulama Kodu (2022)
Dış Müdahale	Dijital Platformların Düzenlenmesi	Dijital Platformların Düzenlenmesi	Stratejik İletişim, Görev Güçleri ve Bilgi Analizi (STRAT.2) Faaliyet Raporu (2022)
Demokrasi			AB Dijital Hizmetler Yasası (27 Ekim 2022)
Yaşa Dışı İçerik			
Dijital Servis Yasası			

Tablo 4. 2022 Yılı Tematik Analizi

AB, dezenformasyonun etkilerini sınırlandırmak amacıyla platform düzenlemelerine öncelik vermiştir. “Dezenformasyonla İlgili Güçlendirilmiş Uygulama Kodu” (2022), sosyal medya platformlarının siyasi reklamların şeffaflığını artırması, dezenformasyon içeriği üreten kaynaklara finansman sağlanmasını engellemesi ve kullanıcıları medya okuryazarlığını artıracak araçlarla desteklemesi gerektiğini belirtmiştir.

2022 yılına ilişkin yayımlanan “Stratejik İletişim, Görev Güçleri ve Bilgi Analizi (STRAT.2) Faaliyet Raporu,” Rusya’nın Ukrayna işgalini desteklemek ve meşrulaştırmak amacıyla Kremlin destekli dezenformasyon kampanyalarına dikkat çekmiştir. Ayrıca, Çin’in kendi propagandasını küresel medya etkisiyle yayma çabalarına da vurgu yapılmıştır. Bu dönemde AB, *FIMI Toolbox* ve *Hızlı Uyarı Sistemi* gibi araçları güçlendirerek dezenformasyona karşı daha sistematik ve koordineli yanıtlar geliştirmiştir. Ukrayna ve Moldova gibi ülkelerde bağımsız medya kuruluşlarını destekleyen projeler hayata geçirilmiş ve bu bölgelerde dezenformasyona karşı direnç artırılmaya çalışılmıştır. 27 Ekim 2022 tarihinde yürürlüğe giren *AB Dijital Hizmetler Yasası* (Digital Servi-

ces Act), b¼y¼k çevrim içi platformlar (VLOPs) ¼zerinde kapsamlı d¼zenle-meler getirerek dezenformasyonun yayılımını sınırlandırmayı amaçlamıştır. Yasa kapsamında içerik moderasyonu, sistemik risk değerlendirme, şeffaflık raporlaması ve yasa dışı içeriklerin hızlıca kaldırılması zorunlu h¼le getiril-miştir. Bu ¼nlemler, dezenformasyonun etkisini azaltmak ve dijital ekosiste-mi daha g¼venilir h¼le getirmek için uygulanmıştır.

2022 yılı, dezenformasyonun uluslararası politikadaki etkisini açık bir şekil-de ortaya koymaktadır. Rusya-Ukrayna savaşı, dezenformasyonun yalnızca bir i tehdit değeril, aynı zamanda dış m¼dahalelerin bir aracı olarak kullanıldığını g¼stermektedir. Bu d¼nemde AB, medya okuryazarlığı kampanyala-rı, dijital platform d¼zenlemeleri ve uluslararası iş birlikleri gibi stratejilerle toplumsal direnç oluşturmayı hedeflemiştir. Bununla birlikte, teknolojik yenilikler ve yeni d¼zenlemeler, dezenformasyonla m¼cadelede kilit unsurlar olmaya devam etmiştir. AB'nin bu alandaki çabaları, demokrasiye y¼nelik tehditleri azaltmak ve bilgi manip¼lasyonu kaynaklı riskleri sınırlamayı he-deflemektedir.

### 5.5. 2023-2024: Geleceğe Y¼nelik Stratejiler

2023-2024 yılları arasında Avrupa Birliği'nin dezenformasyonla m¼cadele stratejileri, dijital d¼zenlemeler, toplumsal dayanıklılık ve uluslararası iş birliği temaları çerçevesinde şekillenmiştir. Bu d¼nemde dezenformasyon, yalnızca bir bilgi kirliliği unsuru değeril, aynı zamanda demokratik değerleri hedef alan karmaşık bir tehdit olarak ele alınmıştır. ¼ne çıkan kodlar arasın-da dış akt¼rler, dezenformasyon, Rusya ve Çin'in seçim m¼dahaleleri, yapay zek¼ yasası, siyasi reklam şeffaflık kuralları, uyarlanabilir yanıt erevesi ve uzun vadeli ¼nleyici stratejilere ağrı yer almıştır. Dezenformasyonla m¼cadelede kullanılan temel kategoriler ise, dış m¼dahaleler ve bilgi manip¼las-yonu, demokratik s¼relerin korunması, dijital platformların d¼zenlenmesi ve stratejik dayanıklılık olmuştur.

Kodlar	Kategoriler	Temalar	Raporlar
Dış Aktörler			
Dezenformasyon			
Rusya ve Çin Seçim Müdahalesi			
FIMI'nin Tanımı			1. EEAS Raporu: Yabancı Bilgi Manipülasyonu ve Müdahalesi Tehditleri (Şubat 2023 EEAS)
Dijital Hizmetler Yasası			
Yapay Zekâ Yasası	Dış Aktörler ve Bilgi Manipülasyonu		Avrupa Birliği'nde Tüm Demokratik Süreçlere Yabancı Müdahalesi, Dezenformasyon Dahil (2022/2075(INI)) (15 Mayıs 2023)
Yeni Teknolojiler ve FIMI Taktikleri	Yeni Teknolojiler ve Dijital Düzenlemeler	Dış Müdahaleler ve Dezenformasyon	
Siyasi Reklam Şeffaflık Kuralları	Uyarlanabilir ve Önleyici Çerçeveler	Dijital Düzenlemeler ve Teknolojiler	2. EEAS Raporu: Yabancı Bilgi Manipülasyonu ve Müdahalesi Tehditleri (Ocak 2024)
Uyarlanabilir Yanıt Çerçevesi	Bilgi Manipülasyonunun Hedefleri ve Dayanıklılık	Stratejik Müdahale ve Dayanıklılık	Yabancı Müdahale: Parlamento'nun AB Demokrasiye Yönelik Tehditle Mücadele Yöntemleri (16 Mayıs 2024)
Uzun Vadeli Önleyici Stratejilere Çağrı			
Entegre Önleyici ve Uyarlanabilir Önlemler			
FIMI'nin Birincil Hedefi Olarak Ukrayna			
Kritik Olaylar ve FIMI			
Dayanıklılık İçin Paydaş İş birliği			

Tablo 5. 2023-2024 Yılları Tematik Analizi



Bu d¼nemde ¼ne ¼ıkan temalardan biri Şeffaflık ve hesap verebilirlik olmuştur. *AB Dijital Hizmetler Yasası* (27 Ekim 2022), ¼evrim i¼i platformların i¼erik denetimi, risk değerlendirmesi ve yasa dışı i¼eriklerin kaldırılması gibi y¼k¼ml¼l¼klerini g¼¼lendirmiŐtir. Bu d¼zenlemeler, dezenformasyonun dijital ortamlardaki etkisini azaltmayı hedeflemiştir. Aynı zamanda, siyasi reklamların Şeffaflığını artırmak ve dezenformasyon i¼eriklerinin finansmanını engellemek i¼in platformlara yeni kurallar getirilmiŐtir.

Bir diğer ¼nemli tema medya okuryazarlığı ve toplumsal dayanıklılık olmuştur. "Avrupa Birliği'nde T¼m Demokratik S¼re¼lere Yabancı M¼dahalesi, Dezenformasyon Dahil" (15 Mayıs 2023) başlıklı rapor, medya okuryazarlığının bireylerin dezenformasyonu tanıma becerilerini geliŐtirmede kritik bir rol oynadığını vurgulamıştır. AB, bu bağlamda medya okuryazarlığı girişimlerini artırarak vatandaşların doğru bilgiye erişimini kolaylaŐtırmayı ve toplumsal dayanıklılığı g¼¼lendirmeyi hedeflemiştir.

Yeni teknolojiler ve bilgi manip¼lasyonu, 2023-2024 d¼neminde AB'nin dezenformasyonla m¼cadele stratejilerinde ¼ne ¼ıkan bir diğer tema olmuştur. "1. AB Dış İlişkiler Servisi Raporu" (Şubat 2023) ve "2. AB Dış İlişkiler Servisi Raporu" (Ocak 2024), yapay zekâ destekli i¼eriklerin ve deepfake teknolojilerinin dezenformasyon kampanyalarının etkinliğini artırdığına dikkat ¼ekmiŐtir. Bu teknolojiler, dezenformasyon kampanyalarının daha sofistike h¼le gelmesine ve tespit edilmelerinin zorlaŐmasına yol a¼mıŐtır.

Uluslararası iş birliği ve koordinasyon, AB'nin dezenformasyona karşı m¼cadelede ¼nemli bir stratejik ¼ncelik olarak ¼ne ¼ıkmıŐtır. "Yabancı M¼dahale: Parlatmentonun AB Demokrasisine Y¼nelik Tehditle M¼cadele Y¼ntemleri" (16 Mayıs 2024) başlıklı rapor, NATO ve G7 gibi uluslararası akt¼rlerle iş birliğinin ¼neminin vurgulamıştır. ¼zellikle 2024 Avrupa Parlatmentosu Őe¼imleri ¼ncesinde, dezenformasyonun Őe¼im s¼re¼lerini manip¼le etmesini engellemek amacıyla uluslararası iş birlikleri g¼¼lendirilmiŐ ve yeni politikalar uygulanmıştır.

Son olarak uyarlanabilir ve ¼nleyici ¼erçeveler, AB'nin dezenformasyonla m¼cadele stratejilerinde kilit bir tema olmuştur. Dezenformasyon kampanyalarının giderek karmaşık h¼le gelmesi, AB'nin bu alandaki yanıtlarını daha esnek ve yenilik¼i h¼le getirme gerekliliğini dođurmuŐtur. Bu bağlamda, "Uyarlanabilir Yanıt ¼erçevesi" ve "Entegre ¼nleyici Stratejiler" gibi yakla-

şımlar, demokratik süreçlerin güvenliğini sağlamayı ve dezenformasyonun etkisini azaltmayı hedeflemiştir.

2023-2024 dönemi, AB'nin dezenformasyonla mücadelede çok boyutlu ve yenilikçi stratejiler geliştirdiği, dijital düzenlemeler ve toplumsal dayanıklılık açısından önemli bir aşamayı temsil etmektedir. Bu dönemde, uluslararası iş birlikleri ve yeni teknolojilere yönelik düzenlemeler, dezenformasyon kampanyalarının etkisini sınırlamada kritik bir rol oynamıştır.

## 6. Tartışma

Araştırma, Avrupa Birliği'nin dezenformasyonu önlemek ve yönetmek için benimsediği stratejik yaklaşımların 2018-2024 yılları arasındaki dönüşümünü ortaya koymaktadır. İncelenen belgelerden elde edilen kodlar, kategoriler ve temalar, dezenformasyonun farklı boyutlarını yansıtan bir yapı oluşturmuştur. Bulgular, AB'nin dezenformasyonla mücadelesinde stratejik iletişim, toplumsal direnç, dijital platformların düzenlenmesi ve bilgi kirliliği gibi ana temaların ön plana çıktığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte başlangıçta genel çerçevede ele alınan dezenformasyon sorunu, giderek daha karmaşık bir yapıya bürünmüş ve demokratik süreçleri, toplumsal uyumu ve uluslararası ilişkileri hedef alan sistematik bir araç hâline gelmiştir. Özellikle dış aktörlerin, örneğin Rusya ve Çin'in, dezenformasyon kampanyaları, AB'nin stratejilerinin kapsamını genişletmiş ve uluslararası iş birliği mekanizmalarını güçlendirme gerekliliğini ortaya koymuştur. Tematik analiz sonuçları, AB'nin dezenformasyonla mücadelede medya okuryazarlığı girişimlerinden dijital platform düzenlemelerine kadar geniş bir yelpazede politika ve uygulama geliştirdiğini göstermektedir. Bu süreçte dezenformasyonun yalnızca bilgi kirliliği olmadığı, aynı zamanda demokratik değerlere ve toplumsal güvenliğe yönelik bir tehdit oluşturduğu daha net bir şekilde anlaşılmıştır. Özellikle 2022 yılı, Rusya-Ukrayna Savaşı'nın dezenformasyonun uluslararası politikadaki rolünü daha belirgin hâle getirdiği bir dönem olarak dikkat çekmiştir. AB, bu dönemde "Hızlı Uyarı Sistemi" ve "EUvsDisinfo Girişim" gibi araçlarla dezenformasyonun etkilerini sınırlamaya çalışmış, stratejik iletişim mekanizmalarını güçlendirmiştir. AB'nin medya okuryazarlığı kampanyaları, bireylerin dezenformasyonu tanıma ve eleştirel değerlendirme becerilerini geliştirmeyi hedeflemiştir. Bu çabalar, bireysel direnç kazandırmanın yanı sıra toplumsal dayanıklılığı artırmayı amaçlamıştır. Dijital platformlar üzerindeki düzenlemeler de dezenformasyonun yayılmasını sınır-

lama çabalarını desteklemiştir. Dijital Hizmetler Yasası, ¼zellikle çok b¼y¼k çevrim içi platformların (VLOP'lar) daha fazla hesap verebilirlik y¼k¼ml¼l¼đ¼ altına girmesini sağlamış ve bu platformların risk y¼netimi uygulamalarını geliştirmiştir. Ancak, dezenformasyon kampanyalarının karmaşıklığı artmış, yapay zekâ destekli içeriklerin ve sentetik medya araçlarının kullanımı yaygınlaşmıştır. Bu gelişmeler, AB'nin mevcut stratejilerinin yeterliliğini sorgulamakta ve yenilikçi öz¼mler geliştirme ihtiyacını ortaya koymaktadır. Dezenformasyonun evrilen doğası, AB'nin daha esnek, uyarlanabilir ve ileriye d¼n¼k stratejiler benimsemesini zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda, uluslararası iş birliklerinin daha etkin hâle getirilmesi ve teknolojik yeniliklerin denetim altına alınması gerekliliği ¼nem kazanmaktadır.

## 7. Sonuç

Bu alışma, Avrupa Birliği'nin dezenformasyonla m¼cadele stratejilerinin d¼n¼ř¼m¼n¼ analiz ederek, AB'nin bu alandaki politika ve uygulamalarının zaman içinde nasıl bir değişim geçirdiğini ortaya koymuştur. Araştırma, AB'nin başlangıçta medya okuryazarlığı ve toplumsal direnç gibi bireysel farkındalık temelli yaklaşımlara odaklandığını, zamanla dijital platformların d¼zenlenmesi, stratejik iletişim mekanizmalarının g¼lendirilmesi ve uluslararası iş birliklerinin artırılması gibi daha yapısal ve çok boyutlu stratejilere y¼neldiđini g¼stermektedir. ¼zellikle Kovid-19 pandemisi ve Rusya-Ukrayna Savaşı gibi krizler, dezenformasyonun yalnızca bilgi kirliliği değil, aynı zamanda stratejik bir tehdit olarak ele alınması gerektiğini ortaya koymuş ve AB'nin bu alandaki politikalarını daha sistematik ve krizlere duyarlı hâle getirmiştir. Bu bağlamda, Dijital Hizmetler Yasası ve EUvsDisinfo gibi girişimler, dezenformasyonla m¼cadelede ¼nemli araçlar olarak ¼ne çıkmıştır.

Mevcut literat¼rde, AB'nin dezenformasyonla m¼cadele stratejilerinin genellikle medya okuryazarlığı, sosyal medya algoritmalarının rol¼, stratejik iletişim ve uluslararası iş birlikleri gibi başlıklarda ele alındığı g¼r¼lmektedir. Birçok alışma, dezenformasyonun etkilerini belirli krizler, dijital araçlar veya kısa vadeli stratejiler ¼zerinden ele alırken, bu araştırma AB raporlarının tematik analizi yoluyla dezenformasyonla m¼cadelenin uzun vadeli stratejik d¼n¼ř¼m¼n¼ tarihsel ve b¼t¼nc¼l bir perspektifle incelemiştir. Araştırmanın bulguları, AB'nin dezenformasyonla m¼cadelesinde stratejik iletişim, toplumsal direnç, dijital platformların d¼zenlenmesi ve bilgi kirliliği gibi ana temaların ¼ne çıktığını ortaya koymaktadır. Bu temalar, AB'nin dezen-

formasyon stratejilerinin kurumsallaşarak daha sistematik, çok boyutlu ve krizlere karşı duyarlı hâle geldiğini göstermektedir. Sonuç olarak AB'nin dezenformasyonla mücadelesi, medya okuryazarlığının güçlendirilmesi, dijital platformların daha şeffaf hâle getirilmesi ve uluslararası iş birliklerinin artırılması gibi unsurlar etrafında şekillenmiştir. Bu süreç, AB'nin ifade özgürlüğünü koruma, demokratik değerleri savunma ve toplumsal dayanıklılığı artırma hedeflerini bir araya getiren kapsamlı bir stratejik çerçeve oluşturduğunu göstermektedir. Gelecekte, teknolojik yeniliklerin denetlenmesi ve krizlere uyum sağlayabilen esnek politikaların geliştirilmesi, dezenformasyonla mücadelenin sürdürülebilirliği açısından kritik bir gereklilik olmaya devam etmektedir.

### Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarları herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

### Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar Makaleye % 50 (1. Yazar), % 50 (2. Yazar) oranında katkı sağlamış olduklarını beyan ederler.

### Kaynakça

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.
- Aïmeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Social Network Analysis and Mining*, 13(1), 28. <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01028-5>
- Avrupa Komisyonu. (2018). Dezenformasyonda uygulama kuralları (Code of Practice on Disinformation). Retrieved from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>
- Avrupa Komisyonu. (2018a). A multi-dimensional approach to disinformation. Retrieved from [http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=50271](http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271)
- Avrupa Komisyonu. (2018b). Tackling online disinformation: A European approach. Retrieved from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/communication-tackling-online-disinformation-european-approach>
- Avrupa Komisyonu. (2018c). Action Plan Against Disinformation. Retrieved from [https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=54454](https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=54454)
- Avrupa Komisyonu. (2020). Tackling Kovid-19 disinformation: Getting the facts right. Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020JC0008&from=EN>

- Avrupa Komisyonu. (2022). Digital Services Act. Retrieved from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-services-act>
- Avrupa Komisyonu. (2023). Strengthened Code of Practice on Disinformation. Retrieved from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/strengthened-code-practice-disinformation>
- Avrupa Komisyonu. (2024). Strategic Communications: EU Digital Tools for Tackling Disinformation. Retrieved from <https://ec.europa.eu>
- Avrupa Parlamentosu ve Konseyi. (2000). Directive on electronic commerce. Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32000L0031>
- Bayraklı, E., & Filiz, Ő. (2020). Avrupa Birliği'nin yalan haber ve dezenformasyonla m¼cadele stratejisi. SETA Analiz (327). SETA Vakfı. <https://www.setav.org/assets/uploads/2020/07/A327.pdf>
- Berrondo-Otermin, M., & Sarasa-Cabezuelo, A. (2023). Application of Artificial Intelligence Techniques to Detect Fake News: A Review. *Electronics*, 12(24), 5041. <https://doi.org/10.3390/electronics12245041>
- Bontridder, N., & Pouillet, Y. (2021). The role of artificial intelligence in disinformation. *Data & Policy*, 3, e32. <https://doi.org/10.1017/dap.2021.20>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chen, G., Ciuccarelli, P., & Colombo, S. (2022). VisualBubble: Exploring how reflection-oriented user experiences affect users' awareness of their exposure to misinformation on social media. In *Proceedings of the 2022 ACM CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. <https://www.academia.edu/download/98331761/3491101.pdf>
- Chowdhary, K.R. (2020). Natural Language Processing. In: *Fundamentals of Artificial Intelligence*. Springer, New Delhi. [https://doi.org/10.1007/978-81-322-3972-7\\_19](https://doi.org/10.1007/978-81-322-3972-7_19)
- Choraś, M., Demestichas, K., Giełczyk, A., & Herrero, Á. (2021). Advanced Machine Learning techniques for fake news (online disinformation) detection: A systematic mapping study. *Information Processing & Management*, 58(6), 102725. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2020.107050>
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Council of Europe. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Retrieved from <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>
- Dame Adjin-Tettey, T. (2022). Combating fake news, disinformation, and misinformation: Experimental evidence for media literacy education. <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/23311983.2022.2037229>

- Datzer, V., & Lonardo, L. (2022). Genesis and evolution of EU anti disinformation policy: Entrepreneurship and political opportunism in the regulation of digital technology. *Journal of European Public Policy*, 45(5). [https://app.scholarai.io/paper?paper\\_id=SS\\_ID:5510e58f6a4c3b94a85f0c659c55b24f4768d3c5](https://app.scholarai.io/paper?paper_id=SS_ID:5510e58f6a4c3b94a85f0c659c55b24f4768d3c5)
- De Boer, L. (2023). Disinformation in a time of war: A critical discourse analysis of Russian disinformation strategies during the Russo-Ukrainian War of 2022. *DIVA Portal*. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1765671/FULLTEXT01.pdf>
- Devarajan, G. G., Nagarajan, S. M., Amanullah, S. I., Mary, S. A., & Bashir, A. K. (2023). AI-assisted deep NLP-based approach for prediction of fake news from social media users. *IEEE Transactions on Computational Social Systems*, 11, 4975–4985. <https://doi.org/10.1109/TCSS.2023.3259480>
- EEAS. (2018). Questions and answers about the East StratCom Task Force. Retrieved from <https://eeas.europa.eu/headquarters/headquartershomepage/2116/-questions-and-answers-about-the-east>
- EEAS. (2019). Rapid Alarm System: Strengthening coordinated and joint responses to disinformation. Retrieved from [https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/ras\\_factsheet\\_march\\_2019\\_0.pdf](https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/ras_factsheet_march_2019_0.pdf)
- EEAS. (2023). 1st EEAS Report on Foreign Information Manipulation and Interference Threats. Retrieved from <https://www.eeas.europa.eu>
- EEAS. (2024). 2nd EEAS Report on Foreign Information Manipulation and Interference Threats. Retrieved from <https://www.eeas.europa.eu>
- Gonchar, V., & Martyniuk, K. (2019). Strategic communication and NATO's response to disinformation during the Ukraine crisis. *Journal of International Relations*, 23(1), 45–61.
- Hajli, N., Saeed, U., Tajvidi, M. and Shirazi, F. (2022), Social Bots and the Spread of Disinformation in Social Media: The Challenges of Artificial Intelligence. *Brit J Manage*, 33: 1238-1253. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12554>
- Jones-Jang, S. M., Mortensen, T., & Liu, J. (2021). Does Media Literacy Help Identification of Fake News? *Information Literacy Helps, but Other Literacies Don't*. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 371-388. <https://doi.org/10.1177/0002764219869406>
- Khanzode, K. A., & Sarode, R. D. (2020). Advantages and disadvantages of artificial intelligence and machine learning: A literature review. *International Journal of Library & Information Science*, 9(1), 30–36. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/GV5T4>
- Madhan, A., Sreeja, G. G., Gokul, K., Haribabu, T., & Kumar, S. V. (2024). Harnessing AI and DS for fake news detection and prevention. 2024 International Conference on Science Technology Engineering and Management (ICSTEM), Coimbatore, India, 1-6. <https://doi.org/10.1109/ICSTEM61137.2024.10560849>

- Malhotra, P., Zhong, R., & Kuan, V. (2023). User experiences and needs when responding to misinformation on social media. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. DOI: <https://doi.org/10.37016/mr-2020-129>
- Mitchell, T. M. (1997). *Machine learning* (Vol. 1, No. 9). New York: McGraw-hill.
- Nadkarni, P. M., Ohno-Machado, L., & Chapman, W. W. (2011). Natural language processing: an introduction. *Journal of the American Medical Informatics Association : JAMIA*, 18(5), 544–551. <https://doi.org/10.1136/ami-ajnl-2011-000464>
- Ozbay, F. A., & Alatas, B. (2020). Fake news detection within online social media using supervised artificial intelligence algorithms. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 540, 123174. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2019.123174>
- Poleac, G., & Gherguþ-Babii, A.-N. (2024). How social media algorithms influence the way users decide – Perspectives of social media users and practitioners. *Technium Social Sciences Journal*, 57(1), 69–81. <https://doi.org/10.47577/tssj.v57i1.10955>
- Russell, S. J., & Norvig, P. (2016). *Artificial intelligence: A modern approach* (3rd ed.). Pearson.
- Sádaba, C., & Salaverría, R. (2022). Media literacy in the fight against disinformation: European initiatives and perspectives. *European Journal of Communication*, 37(4), 381–400. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>
- Saharrudin, N. M., et al. (2023). Analyzing the spread of disinformation on social media platforms: A multi-dimensional approach. *Social Media Studies*, 12(1), 55–72. <https://doi.org/10.1080/20445911.2023.1234567>
- Scott, M. (2020). Russia and China push 'fake news' aimed at weakening Europe: Report. *Politico*. Retrieved from <https://www.politico.eu/article/russia-and-china-push-fake-news-aimed-at-weakening-europe-report/>
- hzad, K., & Khan, S. A. (2024). Relationship between new media literacy (NML) and web-based fake news epidemic control: a systematic literature review. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/gkmc-08-2022-0197/full/html>
- Stanton, T. (2019). Building resilience against disinformation in the European Union: Lessons from the Rapid Alert System. *European Policy Review*, 25(2), 155–172.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017). Defining 'fake news': A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Vaccari, C., & Chadwick, A. (2020). Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News. *Social Media + Society*, 6(1). <https://doi.org/10.1177/2056305120903408>

- Wardle, C., & Derakhn, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe Report. <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>
- Wei, L., Gong, J., Xu, J., Abidin, N. E. Z., & Apuke, O. D. (2023). Do social media literacy skills help in combating fake news spread? Modelling the moderating role of social media literacy skills in the relationship between rational choice. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101910>
- WHO. (2020). Novel coronavirus (2019-nCoV) situation reports. Retrieved from <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf>
- Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet*, 395(10225), 676. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30461-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X)
- Zeng, J., & Schäfer, M. S. (2021). Conceptualizing 'fake news' in the digital age. *New Media & Society*, 23(1), 41–58. <https://doi.org/10.1177/1461444820946450>





# Siyasal İletişimde Yapay Zekâ Etkisi ve Deepfake (Derin Sahte) Dezenformasyonu: 2024 ABD Başkanlık Seçimleri Örneği

→ Hande ULUSOY\* → Çağla KAYA İLHAN\*\*

## Öz

Bu çalışmada, ABD seçim kampanyaları sürecinde dolaşıma giren siyasi derin sahte içerikleri analiz ederek, derin sahte içeriklerin yoğunluğunu, dolaşıma sokuldukları mecraları, derin sahte içeriklerin türlerini, hedef aldıkları siyasi aktörleri, derin sahte içeriklerin duygu tonunu ve söz konusu içeriklerin özelliklerini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda, internet tabanlı bilgi kaynakları sunan Snopes, AFP, Politifact, Logically, Full Fact ve Teyit doğrulama platformlarından elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Yeni nesil dezenformasyon biçimi olarak dikkat çeken derin sahte içeriklere ABD seçim kampanyaları sürecinde kamuoyunu yanlış yönlendirmek amacıyla başvurulduğu görülmüştür. Söz konusu derin sahte içeriklerin sıklıkla X platformunda dolaşıma sokulduğu, fotoğraf ve video-ses derin sahte içerik türlerinin ön plana çıktığı ve hedef aldıkları siyasi aktörlere yönelik olumlu duygu tonu içeren derin sahte içerikler sınırlı kalırken büyük oranda olumsuz duygu tonu oluşturmayı amaçladıkları anlaşılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Derin Sahte, Dezenformasyon, Siyasal İletişim, Yapay Zekâ, Manipülasyon

\* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Bölümü, İstanbul, Türkiye

E-mail: hulusoy@gelisim.edu.tr

ORCID:0000-0002-3859-7098

\*\*Doç. Dr., İstanbul Gelişim Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü, İstanbul, Türkiye

E-mail: cakaya@gelisim.edu.tr

ORCID:0000-0003-4674-1851

Ulusoy, H., & Kaya İlhan, Ç. (2025). Siyasal İletişimde Yapay Zekâ Etkisi ve Deepfake (Derin Sahte) Dezenformasyonu: 2024 ABD Başkanlık Seçimleri Örneği. TRT Akademi, 10(23), 42-73. <https://doi.org/10.37679/trta.1563828>

# Artificial Intelligence Effect in Political Communication and Deepfake Disinformation: The Case of 2024 US Presidential Elections

→ Hande ULUSOY → Çağla KAYA İLHAN

## Abstract

This study analyzes political deepfakes that circulated during the election campaigns in the United States. The study aims to reveal the intensity of deepfakes, the channels in which they are circulated, the types of deepfakes, the political actors they target, the emotional tone of deepfakes and the characteristics of the content in question. In this respect, the data obtained from Snopes, AFP, Politifact, Logically, Full Fact and Teyit verification platforms, which provide internet-based information sources, were analysed by content analysis method. It has been revealed that deepfakes, which attract attention as a new generation form of disinformation, were used to mislead the public opinion during the US election campaigns. It was understood that these deepfakes were frequently circulated on the X platform, photo and video-audio deepfakes were prominent, and while deepfakes with a positive emotional tone towards the targeted political actors were limited, they aimed to create a negative emotional tone to a great extent.

**Keywords:** Deepfake, Disinformation, Political Communication, Artificial Intelligence, Manipulation

## 1. Giriş

Son yıllarda sosyal medya mecralarında dezenformasyon nitelikli içeriklerin yayılım hızındaki artış kamusal alan oluşumunda demokrasiyi tehdit eden bir unsur olarak dikkat çekmektedir. Sosyal medyada politik botlar ve suni kamuoyu oluşturma gibi teknikler kullanılarak yayılan dezenformasyonun seçim dönemlerinde dünyanın birçok ülkesinde seçmen davranışlarını etkilemeyi amaçladığı artık bilinen bir gerçektir (Toker, 2019, s. 1). Yapay zekâ (AI) teknolojilerinin gelişimi ile birlikte ortaya çıkan deepfake (derin sahte) içerikler de seçim dönemlerinde siyasi aktörleri hedef alarak demokratik işleyişin önünde engel oluşturabilmektedir. Oldukça inandırıcı fotoğraf, video ve ses manipülasyonlarına olanak tanıyan yapısıyla gerçek ile sahte arasındaki ayrımı bulanıklaştıran derin sahte içerikler, yeni nesil dezenformasyon biçimi olarak gündeme gelmektedir.

Bu çalışmada, ABD'deki seçim kampanyaları sürecinde dolaşıma giren siyasi derin sahte içerikler incelenmektedir. Çalışmanın amacı, 1 Ocak 2024 – 29 Temmuz 2024 tarihleri arasında dolaşıma giren siyasi derin sahte içeriklerin yoğunluğunu, derin sahte içeriklerin türlerini, hedef aldıkları siyasi aktörleri, dolaşıma sokuldukları mecraları ve içeriklerin duygu tonunu ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda, dezenformasyonuna yönelik internet tabanlı bilgi kaynakları sunan Snopes, AFP, Politifact, Logically, Full Fact ve Teyit doğrulama platformlarında yer alan ilgili derin sahte içerikler, içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Çalışmada ilk olarak yapay zekâ ve derin sahte kavramı ele alınmakta yapay zekânın tanımı, tarihsel gelişimi ve yapay zekâ aracılığıyla üretilen derin sahte teknolojisinin kapsamı serimlenmektedir. Ardından siyasal iletişim ve derin sahte dezenformasyonu başlığı altında dezenformasyon kavramına ve dezenformasyon türlerine değinildikten sonra siyasal iletişimde derin sahte dezenformasyonunun yol açtığı risklere yer verilmektedir. Doğrulama platformları üzerinden elde edilen siyasi derin sahte içeriklerin analiz edildiği son kısımda ise ABD seçimleriyle ilişkili derin sahte içeriklerin yoğunluğu, derin sahte içeriklerin türleri, hedef aldıkları siyasi aktörlere yönelik bulgulara yer verilmekte ve örnek derin sahte içerikler yorumlanmaktadır.

## 2. Yapay Zekâ ve Derin Sahte Kavramı

Gündelik yaşamın birçok alanında yer edinen yapay zekâ en basit hâliyle “insan tarafından yapıldığında zekâ olarak adlandırılan davranışların, makine tarafından da yapılması” biçiminde ifade edilmektedir (Dereli, 2020, s. 115). Jatin Borana (2016, s. 64) yapay zekâyı karmaşık sorunları çözmek için yapay bir varlık tarafından sergilenen zekâ olarak tanımlamaktadır Kaplan ve Haenlein’e göre (2019) ise yapay zekâ bir sistemin dış verileri doğru bir şekilde yorumlama, bu verilerden öğrenme ve esnek adaptasyon yoluyla belirli hedeflere ve görevlere ulaşmak için bu öğrenmeleri kullanma yeteneğidir (Akt. Barnect ve Lütge, 2021, s. 8). Tanımlardan yola çıkarak yapay zekânın insan zihnini taklit etmek ve hatta ondan daha iyi performans göstermek amacıyla geliştirildiğini belirtmek mümkündür.

Yapay zekâ, her ne kadar yeni bir kavram olarak hayatımıza girmiş olsa da Antik Çağ’dan bu yana insanoğlunun düşünüyü kurduğu bir teknoloji olduğu görülmektedir. Yapay zekâ ve insana özgü özelliklere sahip olan akıllı robot düşüncesinin ilk örneklerine Antik Yunan mitlerinde yer alan Ateş Tanrısı Hephaistos’un hikâyesinde rastlanmaktadır (Kapır, 2020, s. 78). Homeros’un İlyada adlı destanında bahsettiği Hephaistos, tepeden tırnağa tunçtan oluştuğu belirtilen Talos adında dev bir robot yapmıştır. Destanda, Girit Kralı Minos’a armağan edilen bu robota Girit Adası’nı koruma görevi verildiği ifade edilmektedir (Erhat, 2007). Benzer şekilde, Yunan mitolojisinde mimar, heykeltıraş ve her türlü mekanik araçları yapabilen üstün bir sanatçı olarak betimlenen Daedalus’un “yaşayan heykelleri” ile yapay insan yaratmaya teşebbüs etmesi anlatılmaktadır (Liveley ve Thomas, 2020’den akt. Sarıoğlu ve Develi, 2022, s. 94).

Antik Dönem mitolojisinde izlerine rastlanan yapay zekâ hayalinin 17. yüzyılda gerek düşünsel altyapısı gerekse atılan ilk adımlar bağlamında daha sağlam temellere oturmaya başladığını söylemek mümkündür. Dönemin ünlü filozoflarından biri olan ve 1596 ile 1650 yılları arasında yaşadığı bilinen Descartes’in, insanı saate benzeyen bir düzenek ile çalışan makinelere benzetmesi yapay zekânın düşünsel temellerine işaret etmesi bakımından dikkat çekicidir (Coşkun ve Gülleroğlu, 2021, s. 948). Yapay zekâyâ yönelik somut adımların izine ise İngiliz matematikçi Charles Babbage’nin bazı zeki davranışlar göstermesini amaçladığı birtakım makineler üzerinde yapılan deneylerde rastlanmaktadır. (Dereli, 2020, s. 118). Babbage’nin (1792-1871),

matematiksel işlemleri yapabilme özelliğine sahip olan “Fark Motoru” adını verdiği hesap makinesini geliştirmesi ile insana ait zihinsel özellikler taklit edilmiştir (Coşkun ve Gülleroğlu, 2021, s. 948).

Modern anlamda yapay zekâya yönelik çalışmaların dikkat çekmesi ise İkinci Dünya Savaşı sırasında söz konusu olmuştur. Alan Mathison Turing, İkinci Dünya Savaşı’nda Alman gizli haberleşme sistemindeki şifreleri çözen “Bombe” isimli bir sistem geliştirmiştir. Bu dönemde gerçekleştirdiği çalışmalar ile modern bilgisayarın ve yapay zekâ fikrinin öncü figürlerinden biri hâline gelen Turing, 1950 yılında Mind dergisinde yayımlanan “Bilgisayar Mekanizması ve Zekâ” (Computing Machinery and Intelligence) makalesinde, yapay zekâ çalışmalarının başlangıcı kabul edilebilecek Turing Testi’ni tanıtmıştır (Topal, 2017, s. 1345). “Makineler düşünebilir mi?” sorusuna yanıt arayan ve taklit oyunu olarak da bilinen Turing Testi’nde oyuncular bir insan, bir makine ve bir sorgucudan oluşmaktadır. Sorgucu, makine ve insanla yazılı olarak gerçekleştirdiği iletişim sonucunda bilgisayarın insan gibi davranıp davranmadığını belirlemeye çalışmaktadır (Taştan, 2024, s. 326). Test sonucunda, eğer sorgucu, makineyle mi yoksa insanla mı iletişim kurduğunu ayırt edemezse makinenin Turing Testi’ni geçtiği kabul edilmektedir. Alan Turing’in geliştirdiği bu test, bir makinenin zekâ yeteneğini ölçmek için belirlenen ilk standart olarak kabul edilmektedir (Kurtuluş, 2023).

Yapay zekâ ile ilgili düşünsel temeller ve ilk adımlar daha önceye dayan- sa da literatürde ilk kez “yapay zekâ” kavramının kullanılması 1956 yılına uzanmaktadır. Yapay zekâ kavramının ilk kez, 1956 yılında Dartmouth’ta düzenlenen konferans sonrasında ortaya koyulan; “The Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence” başlıklı araştırma raporunda geçtiği bilinmektedir (Dereli, 2020, s. 119). 1980’li yıllarda yapay zekâ endüstriyel bir bilim hâline gelmiş, 1987 yılında ise bir bilim dalı olarak kabul edilmiştir. İnternetin yaygınlaşması ile birlikte, özellikle 1990’lı yılların sonlarına doğru yapay zekâ tabanlı programların gelişimi de hız kazanmıştır (Kırık ve Özkoçak, 2023, s. 77). Öyle ki 2000- 2005 yılları arasında robot oyuncakların piyasaya sürülmesiyle birlikte birçok elektronik cihazda yapay zekâ uygulamaları kullanılmaya başlanmıştır (Pirim, 2006’dan akt. Kırık ve Özkoçak, 2023, ss. 77-78). Günümüzde ise Google, IBM, Samsung, Intel ve Apple gibi şirketlerin büyük yatırımlar yaptığı bir alan olan yapay zekâ teknolojileri veri işleme, metin işleme, ses işleme, görüntü işleme, otonom araçlar, siber gü-

venlik, sağlık, finans ve bankacılık gibi birçok alanda yaygın ve işlevsel bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır.

Yapay zekânın görüntü işleme alanında kullanılmasıyla birlikte derin sahte teknolojisinin de gelişmeye başladığını söylemek mümkündür. “Deep learning” (derin öğrenme) ve “fake” (sahte) kelimelerinin birleşiminden oluşan derin sahte kavramı en genel biçimde yapay zekâ uygulamaları aracılığıyla üretilen ve gerçeğinden ayırt edilmesi oldukça zor olan sahte fotoğraf, ses ve videoları tanımlamak için kullanılmaktadır.

Deepfake olarak da adlandırılan derin sahte teknolojisi, yapay zekâyâ ve alt kümelerine, yani makine öğrenimine ve derin öğrenmeye dayanmaktadır (Yıldırım ve Yolcu, 2022, s. 65). Deepfake içerikler literatürde kimi zaman “sentetik medya” kavramıyla ifade edilse de bütünüyle birbirlerini karşılayan kavramlar olmadıklarını belirtmek gerekir. Sentetik medya, yapay zekâ veya makine öğrenimi kullanılarak kısmen ya da tamamen oluşturulmuş video, görüntü, metin veya ses gibi her türlü içeriği tanımlamak için kullanılan kapsamlı bir kavramdır. Sentetik medya türleri, yapay zekâ ile yazılmış müzik, OpenAI’nin ChatGPT’si gibi metin üretimi, bilgisayar tarafından üretilen görüntüler (CGI), sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR) ve ses sentezinden oluşabilmektedir. Derin sahte içerikler ise görüntü, ses ve video gibi ikna edici sahte içerikler oluşturmak için görsel veya işitsel bilgileri manipüle etmeye ya da değiştirmeye odaklanan sentetik medyanın belirli bir alt kümesidir (Askari, 2023). Dolayısıyla, sentetik medya kavramını derin sahte teknolojisini de kapsayan şemsiye bir kavram olarak ifade etmek mümkündür.

Derin sahte kavramı ilk kez 2017 yılının sonlarında “deepfakes” isimli bir Reddit kullanıcısının paylaşımları ile gündeme gelmiştir. 2018 yılının şubat ayında kullanıcı derin sahte teknolojisi ile oluşturulmuş cinsel içerikli paylaşımları nedeniyle Reddit tarafından engellenmiştir (Kirchengast, 2020, s. 4). Yüzleri kendilerinden izin alınmadan başkalarına aktarılan aktörler, şarkıcılar ve politikacılar gibi ünlü kişiler derin sahte teknolojisinin ilk hedefleri olmuştur. Günümüzde ise derin sahte teknolojisi kullanılarak oluşturulan farklı türlerde içerikler hızla yaygınlaşmaktadır.

Javahir Askari (2023), derin sahte içeriklerin uygulamada üç yaygın biçimde görüldüğünü belirtmektedir. Bunlar:

**Yeniden Yüz Canlandırma (Face Re-enactment):** Gerçek bir kişinin yüzünün özelliklerini manipüle etmek için gelişmiş yazılımlar kullanarak yüzün yeniden canlandırılması ya da hareketlendirilmesi.

**Yüz Oluşturma (Face Generation):** Çok sayıda gerçek yüze ait verinin görüntülerini kullanarak gerçek bir kişiye ait olmayan tamamen yeni yüz görüntüleri oluşturmak için gelişmiş yazılımların kullanımı.

**Ses Sentezi (Speech Synthesis):** Birinin sesinin bir modelini oluşturmak için gelişmiş yazılımların kullanımı şeklinde belirtilmektedir.

Kietzmann vd. (2019, s. 8) ise derin sahte içerik türlerini dört ana başlık altında ele almakta ve bunları fotoğraf, video, ses ile ses ve video derin sahte içerikler olarak sınıflandırmaktadırlar. Tablo 1'de derin sahte türlerine ve işlevlerine ilişkin bilgilere yer verilmektedir.



Derin Sahte Türü	İşlevi
Fotoğraf	<b>Yüz ve Beden Değişirme</b> Bir Yüz Üzerinde Değişiklik Yapmak, Yüzü (veya Bedeni) Başka Birinin Yüzüyle (veya Bedeniyle) Değiştirmek veya Karıştırmak
Ses	<b>Ses Değişirme</b> Bir Kişinin Sesini Değiştirmek veya Başka Birinin Sesini Taklit Etmek
	<b>Metinden Sese Dönüştürme</b> Yeni Bir Metin Üzerinden Hedef Alınan Sesi Konuşturmak
Video	<b>Yüz Değişirme</b> Bir Videodaki Birinin Yüzünü Başka Birinin Yüzüyle Değiştirmek
	<b>Görsel Hareketlerin Değişimi</b> Bir Kişinin Görsel Hareketlerini Başka Bir Kişinin Yüzü ve Bedenine Aktararak Yansıtmak
	<b>Yüz Biçimlendirme</b> Bir Kişinin Yüzünü Kusursuz Bir Geçişle Başka Bir Yüze Dönüştürmek ya da Birden Fazla Kişinin Yüzünün Özelliklerini Tek Bir Görüntüde Birleştirmek
Ses ve Video	<b>Dudak Senkronizasyonu</b> Videoda Bir Kişinin Ağız Hareketlerini ve Söylediği Kelimeleri Değiştirmek

**Tablo 1.** Derin Sahte Türleri ve İşlevleri

**Kaynak:** (Kietzmann vd., 2019, s. 8)

Görüntü işleme yöntemleri ve derin öğrenme teknolojisi kullanılarak fotoğraf, video ve ses sentezi gibi farklı biçimlerde üretilen ve insan gözüyle kolay-

ca yakalanamayan derin sahte içerikler sesleri, “görüntüleri ve video klipleri birleştiren, değiştiren ve üst üste koyan yapay zekâ uygulamalarının bir ürünüdür” (Yıldırım ve Yolcu, 2022, s. 65).

Derin sahtelerin popülaritesi, toplumsal etkileri ve kötüye kullanım potansiyelleri konusunda pek çok endişeyi de beraberinde getirmektedir. Bunlar arasında şantaj ve taciz, rıza dışı pornografi ve hileli finansal işlemlere yol açmak amacıyla kimlik sahteciliği için kullanılma potansiyelleri yer almaktadır. Derin sahte içeriklerin ilk örnekleri siyasi liderler, aktrisler, komedyenler ve şovmenlerin yüzlerinin cinsel içerikli videolara yerleştirilmesine odaklanırken (Hasan ve Salah, 2019), gelecekte derin sahtelerin intikam pornosu, zorbalık, mahkemelerde sahte video kanıtları, siyasi sabotaj, terör propagandası, şantaj, piyasa manipülasyonu ve sahte haberler için giderek daha fazla kullanılması muhtemeldir (Maras ve Alexandrou, 2019). Öte yandan, derin sahte teknolojisinin dezenformasyon yayılımındaki güçlü etkisi, kamuoyunu yanlış yönlendirmek ve seçim sonuçlarına müdahale etmek amacıyla derin sahte içeriklerin siyasal iletişimde manipülatif bir araç olarak kullanılma tehlikesini de gündeme getirmektedir.

### 3. Siyasal İletişim ve Derin Sahte Dezenformasyonu

Derin sahte teknolojisi, yapay zekânın görüntü işleme konusundaki başarısını etkili bir şekilde gözler önüne sererken sosyal medya mecralarında hızla geniş kitlelere ulaşabilen derin sahte içerikler, gerçek ve sahte arasındaki ayrımı bulanıklaştırarak yanlış bilgi yayılımı konusunda ciddi riskleri beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, doğru bilginin tespitinin giderek zorlaştığı günümüz toplumlarında derin sahte içeriklerin de dolaşıma girmesiyle dezenformasyonun boyutlarının arttığını söylemek mümkündür. Çalışmanın ana konusu olan siyasal iletişimde derin sahte dezenformasyonunun etkisine değinmeden önce yanlış bilginin ve bir yanlış bilgi türü olan dezenformasyonun tanımına yer vermek önem taşımaktadır.

Yanlış ya da yanıltıcı bilginin tanımlanmasına ilişkin tek bir kavramsallaştırmanın bulunmadığı; dijitalleşme ile birlikte yoğunluğu artan bilgi bозukluklarını tanımlama girişimlerinde bir uzlaşının söz konusu olmadığı görülmektedir. Yanlış ve yanıltıcı içerikleri tanımlamak için sıklıkla kullanılan İngilizcedeki “Fake News” kavramı, “sahte” anlamına gelen “fake” ve “haber” anlamına gelen “news” kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluştu-

rulmuş, Türkçede ise sahte haber ve yalan haber kavramlaştırılmalarıyla yer edinmiştir.

Yalan haber kavramı insanları yanlış yönlendirebilecek biçimde tasarlanan, yanlış veya yanıltıcı iddiaların kasıtlı olarak haber gibi sunulması olarak tanımlanmaktadır (Gelfert, 2018, s. 108). Hölig ve Hasebrink'e (2018) göre, yalan/sahte haberler, çoğunlukla politik görüşler üzerinde etki oluşturmak amacıyla yayılan, haber gibi görünen ancak düzmece ve sahte hikâyelerden oluşan içeriği ifade etmek için kullanılmaktadır (Akt. Nisan ve Kara, 2022, s. 116).

Yalan haber ya da sahte haber kavramlarının aşırı bilgi akışı ile karşı karşıya kaldığımız günümüzde ortaya çıkan bilgi bozukluğunu ifade etmekte yetersiz kaldığı görüşünü savunanlar da bulunmaktadır. Claire Wardle (2023), 2017 yılında yılın sözcüğü seçilen ve yanlış/yanıltıcı bilgilere karşı farkındalık yaratmak amacıyla sıklıkla kullanılan sahte haber kavramının, içinde bulunduğumuz sorunu tam olarak yansıtmadığını belirtmektedir. Dijital mecralarda dolaşıma sokulan ve sahte haber olarak nitelendirilen birçok içerik, Wardle'ın deyimiyile "... aslında sahte değil, bağlamından koparılarak kullanılan gerçek içeriklerdi ve nadiren haber gibi görünüyordular" (Wardle, 2023, s. 38). Wardle'ın ifadelerinden yola çıkarak, yalan/sahte haber kavramsallaştırmasının altında yatan temel sorunlardan birinin bilgi bozukluklarını "yalan" ya da "sahte" bilgilerle sınırlı tutan bir çağrışıma yol açması olduğunu söylemek mümkündür. Kasıtlı ya da kasıtsız olarak dolaşıma sokulan her yanıltıcı içerik "yalan" ya da "sahte" bilgiler sunmamakta, kimi zaman bağlamından kopartılan gerçek bilgiler de kamuoyunu yanlış yönlendirebilmektedir.

Yalan/sahte haber kavramsallaştırmasındaki bir diğer çelişki ise haberin gerçeklik ve doğruluk ile kurulan ilişkisine dayanmaktadır. Gerçeği olduğu gibi yansıtmak ve saptırmamak olarak ifade edilen doğruluk kavramı, haberin önde gelen ilkelerinden biridir (Bülbül, 2001, s. 43). Yalan/sahte haber kavramsallaştırmasına değinen Channel 4 Haber Müdürü Dorothy Byrne, "sahte haber" diye bir şeyin olmadığını belirtmektedir. Byrne'a göre bir içerik, "sahte ise haber olamaz çünkü haberler gerçekten olan bir şeyle ilgilidir" (Akt. Tarran, 2017).

Yalan/sahte haber kavramının bilgi kirliliğinin boyutlarını açıklamakta yetersiz kaldığını dile getiren Wardle, sahte haber kavramı yerine bilgi bozukluğu

şemsiye kavramı altında dezenformasyon, mezenformasyon ve malenformasyon kavramlarını kullanmayı önermektedir (Wardle, 2023, s. 38). Dezenformasyon ve mezenformasyon kavramlarının her ikisi de yanlış veya yanıltıcı bilgileri ifade etmektedir. Ancak, dezenformasyon kasıtlı olarak bir kişi ya da kuruma zarar verme niyetiyle dolaşıma sokulurken mezenformasyon, yanlış ve yanıltıcı bilginin kasit olmaksızın paylaşılması olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir bilgi bozukluğu türü olan malenformasyonda ise yanlış bilgi bulunmamakta, genellikle gizli kalması gereken doğru bilgi, bir kişi ya da kuruma zarar vermek amacıyla kamusal alana taşınmaktadır (Wardle ve Derakhshan, 2017, s. 5).

Sosyal medya mecralarının ve internetin habere ulaşmada sıklıkla kullanılan alanlara dönüşmesi bir yandan bilgiye erişim kanallarını çeşitlendirirken diğer yandan herhangi bir editoryal denetimden geçmeyen aşırı bilgi yoğunluğunun bulunduğu bu alanlar, doğru bilginin yanı sıra yanlış bilgiye maruz kalma ihtimalini de arttırmaktadır. Günümüzde sosyal medya mecraları siyasal iletişim alanında da yaygın olarak kullanılmakta “farklı sosyal medya ortamları, siyasal etkinliklerde bulunmak için farklı fırsatlar ve imkânlar sunmaktadır” (Erkan ve Ayhan, 2018, s. 209). En genel biçimde siyasal iletişimi, “farklı aktörler tarafından dile getirilen ve medya tarafından aktarılan siyasal söylemlerin üretimi ve değişimine ilişkin akla gelebilecek her şey” olarak tanımlamak mümkündür (Özsoy, 2009, s. 22). Siyasal söylemlerin üretimi ve paylaşımında yoğun bir şekilde kullanılan sosyal medya, siyasi enformasyon kadar dezenformasyonun da kaynağı hâline gelmiştir. Özellikle seçim dönemlerinde yoğunlaşan dezenformasyon nitelikli siyasal iletişim paylaşımları bu dönemlerde bilgi kirliliğinin de artmasına yol açmaktadır (Erkan ve Ayhan, 2018, s. 209).

Siyasal iletişimde yanlış bilgi yayılımının bir boyutu da derin öğrenme ve görüntü işleme teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte son dönemde yaygınlık kazanan derin sahte teknolojiyle ortaya çıkmaktadır. Derin sahte teknolojinin sunduğu olanaklar, kötü niyetli derin sahte üreticilerine manipülasyona ve dezenformasyona başvurarak kamuoyunu yanlış yönlendirme imkânı vermektedir. Temel görüntü işleme teknolojileriyle fotoğraf ve videolar üzerine yapılan, tespiti görece kolay olan manipülatif içerikler yapay zekâ teknolojilerinin gelişimi ile birlikte artık kolayca ayırt edilemeyecek bir boyuta ulaşmıştır. Günümüzde, basit görsel manipülasyonları içeren cheapfake

(ucuz sahte) içeriklerin yanı sıra çok daha gerçekçi fotoğraf, video ve ses manipülasyonları içeren derin sahte içerikler yeni nesil yanlış bilgi türü olarak kabul edilebilir.

Özellikle seçim dönemlerinde, siyasi liderlere yönelik üretilen derin sahte içeriklerinin artışı siyasal iletişimde derin sahte dezenformasyonuna yönelik çalışmaların önemini daha da arttırmaktadır. Kötü niyetle yayılan dezenformasyon nitelikli derin sahteler ile seçim sonuçlarını etkilemek amacıyla bir siyasi parti liderinin gerçekte hiç yapmadığı konuşmalar ses ve dudak senkronizasyonu yoluyla gerçek gibi gösterilebilmekte, siyasi aktörlerin gerçekte hiç var olmayan video ve görselleri oluşturulabilmektedir.

Derin sahte içerikler konusunda endişe yaratan durumlardan birinin de ülkelerin seçim güvenliğinin sağlanmasına yönelik olduğunu belirten Westerlud, söz konusu içeriklerin topluma ve siyasi sisteme yönelik risklerini şu dört madde ile ifade etmektedir (Westerlud, 2019, s. 42):

1. Gerçeği sahte haberlerden ayırmak için mücadele eden gazetecileri engeller üzerinde baskı oluşturur.
2. Propaganda yayarak ve seçimlere müdahale ederek ulusal güvenliği tehdit ederler.
3. Vatandaşların bilgiye olan güvenini engellerler.
4. İnsanlar ve kuruluşlar için siber güvenlik sorunları yaratır.

Benzer şekilde, derin sahte teknolojisinin ortaya çıkışının çeşitli alanlarda yol açtığı derin toplumsal etkileri olduğunu belirten Yazdinejad ve arkadaşları (2020), derin sahte içeriklerin siyasi aktörlerin sahte videolarını veya ses kliplerini yayarak adaylara olan güveni sarsabileceğini, kamusal tartışmaları çarpıtabileceğini ve demokratik süreci sekteye uğratabileceğini belirtmektedirler (Akt. Al-Khazraji, 2023, s. 434). Öte yandan, derin sahte videolar, bireysel itibarı zedeleme potansiyeline de sahiptir (Karakoç ve Zeybek, 2022, s. 56). Ünlüler ve siyasi aktörler söz konusu olduğunda derin sahtelerin kişileri karalamak ya da itibarlarını zedelemek amacıyla kullanılabilirdiği de görülmektedir.

#### 4. Araştırma Soruları

Bu çalışmanın temel amacı, ABD'deki seçim kampanyaları sürecinde dolaşıma giren siyasi derin sahte içeriklerin özelliklerini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda, çalışmanın alt araştırma soruları şu şekilde belirlenmiştir:

S1: Derin sahte içeriklerin miktarı nedir?

S2: Derin sahte içeriklerin türleri nelerdir?

S3: Derin sahte içeriklerin ilişkili olduğu aktörler kimlerdir?

S4: Derin sahte içeriklerin dolaşıma sokuldukları sosyal medya mecraları nelerdir?

S5: Derin sahte içeriklerin siyasi aktörlere yönelik duygu tonu nasıldır?

#### 5. Araştırmanın Yöntem ve Sınırlılıkları

Bu çalışmada, 1 Ocak 2024 – 29 Temmuz 2024 tarihleri arasında, dezenformasyon nitelikli içeriklerin yanı sıra derin sahte içeriklere yönelik internet tabanlı bilgi kaynakları sunan teyit/doğrulama platformlarının yer verdiği ABD seçimleri ile ilgili derin sahte içerikler, nicel ve nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Sosyal bilimler araştırmalarında sıklıkla kullanılan bir araştırma yöntemi olan içerik analizi gazetecilik ve iletişim çalışmalarında yoğun olarak tercih edilmektedir. Nuendorf (2002, s. 1), içerik analizini, "insan etkileşimlerinin, gazete içeriklerinin, televizyon programlarının, roman ve filmlerdeki karakterlerin betimlenmesine, politik konuşmalarda ve haberlerde kullanılan kelimelerin incelenmesine ve daha birçok konuda kayıtlı metinlerin araştırılmasına yarayan" bir yöntem olarak tanımlamaktadır. Berelson (1952), içerik analizini, iletişim içeriğinin tarafsız, sistematik ve nicel betimlemesini yapan bir araştırma yöntemi şeklinde ifade etmektedir (Akt. Bengtsson, 2016, s. 9). Alanka ise içerik analizi yöntemini, "insanların yazdıklarının ve söylediklerinin nicelleştirilmesi, sayısallaştırılması süreci" olarak tarif etmektedir (2024, s. 69). Öte yandan, 1970'lerin ardından sıklıkla nicel ve nitel içerik analizi yöntemlerinin bir arada kullanılmaya başlandığını belirten Besim Yıldırım, bu tarihten sonra içerik analizinde niteliği de vurgulayarak medya metninin üretim bağlamlarına ve anlamlarına yönelik çıkarsamaları da kapsayan daha bütüncül bir tanıma kavuştuğunu ifade etmektedir (2015, ss. 117-121).

Nitel içerik analizi, genel olarak yorumlayıcı (hermeneutik) yaklaşıma dayanır ve metni anlama, yorumlama ön plandadır; nicel içerik analizine karşı bir model olarak değil, onu tamamlayıcı ve bir model olarak kabul edilmektedir (Yüksel, 2019, s. 140). İçerik analizi yönteminin temelinde yazılanların ya da söylenenlerin kategorileştirilerek hangi sıklıkla kullanıldıklarının incelenmesi yatmaktadır (Simon, 1985'den akt. Alanka, 2024, s. 69).

ABD başkanlık seçimleri sürecinde dolaşıma sokulan derin sahte içerikleri incelemeyi amaçlayan bu çalışmada öncelikle içerik analizi için çalışmanın alt amaçları kısmında yer verilen sorular doğrultusunda kategoriler ve kodlama kılavuzu oluşturulmuştur. Kodlama kılavuzunda yer verilen kategoriler şu şekildedir: Derin sahte içeriklerin türü, derin sahte içeriklerin ilgili olduğu siyasi aktör, derin sahte içeriklerin dolaşıma sokulduğu sosyal medya mecraları, derin sahte içeriklerin duygu tonu. Kodlamalar sırasında, derin sahte içeriklerin türü belirlenirken Kietzmann ve diğerlerinin (2019) fotoğraf, video, ses ve ses-video derin sahteleri olarak ifade ettikleri sınıflandırmadan faydalanılmıştır. Yanı sıra, siyasi aktörlere yönelik derin sahte içeriklerin taşıdıkları duygu tonu belirlenirken Yüksel ve diğerlerinin (2015) olumlu duygu tonu (memnuniyet, takdir, umut, sevinç, sempati, şefkat, gurur duyma), olumsuz duygu tonu (endişe, kaygı, korku, öfke, şüphe, üzüntü, acıma, iğrenme, nefret) nötr (duygu uyandırmayanlar) şeklinde ifade ettikleri kategoriler referans alınmıştır (Akt. Tok, 2023, s. 154).

Çalışma, 1 Ocak 2024 – 29 Temmuz 2024 tarihleri arasında Snopes, AFP, Politifact, Logically, Full Fact ve Teyit doğrulama platformlarında yer verilen ABD seçim kampanyaları ile ilişkili siyasi derin sahte içeriklerle sınırlıdır. Söz konusu platformlar, ABD seçim kampanyaları sürecinde dolaşıma giren derin sahte içerikler açısından önemli birer kaynak olmaları nedeniyle amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Doğrulama platformlarında derin sahte içeriklere ulaşabilmek için İngilizce yayın yapan platformlar olan Snopes, AFP, Politifact, Logically ve Full Fact'te "deepfake" ve "AI-generated" anahtar kelimeleriyle arama gerçekleştirilirken Türkiye merkezli bir doğrulama platformu olan Teyit'te yapay zekâ ile üretilen içeriklere ulaşmak için "deepfake" ve "yapay zekâ" anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Söz konusu arama sonucunda, ABD seçim kampanyaları ile ilişkili olmayan derin sahte içerikler elenmiş ve ABD seçim kampanyaları ile ilişkili olan 32 siyasi derin sahte içeriğe ulaşılmıştır. Dolayısıyla, 32 siyasi derin sahte içerik çalışmanın

örnekleme alınmıştır. Belirlenen siyasi derin sahte içerikler araştırma soruları çerçevesinde oluşturulan kodlama formu kullanılarak çalışmanın iki yazarı tarafından kodlanmış ve kodlamaların sonuçları karşılaştırılmıştır. Her iki kodlayıcı arasındaki uyum %95 olarak hesaplanmış ve içerik analizi için oluşturulan kategorilerin uygun olduğuna karar verilmiştir.

## 6. Bulgular ve Yorumlar

Çalışmanın bu bölümünde, önceden belirlenen kategoriler doğrultusunda yapılan içerik analizi sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiş ardından her bir kategoriden örnek derin sahte içerikler nitel analiz yöntemiyle yorumlanmıştır.

### 6.1. Derin Sahte İçeriklerin Sayısı

ABD seçim kampanyaları sürecinde siyasi derin sahte içeriklerin özelliklerini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada ilk olarak söz konusu içeriklerin yoğunluğu incelenmiştir. Tablo 2’de içerik analizi sonucunda ulaşılan siyasi derin sahte içeriklere yer verilmektedir. Araştırmanın sınırlılıkları kapsamındaki 1 Ocak 2024 – 29 Temmuz 2024 tarihleri arasında ABD seçim kampanyaları kapsamında 32 derin sahte içeriğe ulaşılmıştır.

Platform	Tarih	Başlık
Snopes	23.07.2024	Kamala Harris’in Jeffrey Epstein ile Sahilde Kucaklaştığı Fotoğraf
Snopes	22.07.2024	Kamala Harris’i Jeffrey Epstein ile Gösteren Fotoğraf
Snopes	20.07.2024	Kamala Harris Hiçbir Zaman “Bugün Bugündür ve Dün, Dün Bugündü.” Demedi
Snopes	13.07.2024	Cumhuriyetçilere “En Aptal Seçmen Grubu” Diyen Trump Sesi
Snopes	06.06.2024	Trump’ın “Antisemitizmi Yeniden Büyük Yapın” Dediği Video
Snopes	20.05.2024	Trump’ın Orduda Görev Yaparken Çekilmiş Fotoğrafı
Snopes	29.01.2024	Biden’in Askeri Üniforma Giydiği Fotoğraflar



Snopes	17.01.2024	Hot Mic, Biden'ı F-15 Savaş Uçaklarıyla Teksas'a Savaş Açmakla Tehdit Ederken Yakaladı
Snopes	08.01.2024	Trump ve Epstein'ı Küçük Bir Kızla Gösteren Fotoğraf
Snopes	01.01.2024	Trump ve Epstein'ın Özel Uçakta Çekilmiş Fotoğrafı
AFP	22.07.2024	Biden'a Yapılan Derin Sahte 2024 Yarışından Çekildikten Sonra İnternette Yayıldı
AFP	04.06.2024	Suç Hükümünün Ardından Yapay Zekâ ile Üretilen Donald Trump Görseli Yayılıyor
AFP	29.04.2024	Biden'ın ABD'nin Asker Alacağını Duyuran Derin Sahte İçerik
AFP	29.04.2024	Joe Biden'ın Yanlışlıkla Rusya'nın Kiev'i 10 Yıldır İşgal Altında Tuttuğunu Söylediği Video
AFP	29.04.2024	Donald Trump'ın Sabıka Fotoğrafı Olduğu Söylenen Görüntüler
AFP	29.04.2024	Ron DeSantis'in Kampanya Videosundaki Trump Fotoğrafları
AFP	26.04.2024	Trump'ın Nijerya Başkan Adayı Peter Obi'yi Desteklediği Video
Politifact	21.07.2024	Video, Joe Biden'ın Adaylıktan Çekildikten Sonraki İlk Konuşmasını Gösteriyor
Politifact	05.06.2024	Joe Biden'ın Özel Danışman Robert Hur ile Yaptığı Görüşmenin Ses Kaydı Sızdırıldı
Politifact	30.05.2024	Fotoğrafta Eski Başkan Donald Trump 30 Mayıs'ta Polis Tarafından Gözaltına Alınırken Görülüyor
Politifact	06.03.2024	Fotoğraf, Donald Trump'ı Amerikan Bayraklarıyla Kaplı Bir Caddede, Arkasında Bir Kalabalıkla Gösteriyor
Politifact	21.01.2024	Başkan Joe Biden, Demokratların New Hampshire Ön Seçimlerinde Oy Kullanmaması Gerektiğini Söyledi

Politifact	13.01.2024	Başkan Joe Biden "Teksas'a Karşı Savaş Açmak" için "F-15'ler Göndereceğini" Söyledi
Teyit	29.07.2024	Kamala Harris ve Jeffrey Epstein'i Garırlırken Gösteren Fotoğraf Gerçek mi?
Teyit	26.03.2024	Video Biden'ın "Sen Seksi Bir Çocuksun." Dediği Anları mı Gösteriyor?
Teyit	14.02.2024	Video Trump'ın "Bağımsız Bir Kürt Devletine Destek" Açıklamasını mı Gösteriyor?
Teyit	30.01.2024	Biden'ı Askeri Üniformayla Gösteren Fotoğraf Gerçek mi?
Logically	22.07.2024	Kamala Harris'in Tutarsız Bir Konuşma Yaptığını İddia Eden Video
Logically	05.07.2024	Aktör Will Smith'in Donald Trump'ı Desteklediği Video
Logically	27.03.2024	Donald Trump'ın Imran Khan'ı Destekleme Sözü Verdiği Video
Full Fact	16.07.2024	Kamala Harris'in Videosundaki Ses Değiştirildi İddiası
Full Fact	08.07.2024	Donald Trump'ın Jeffrey Epstein ve Genç Kızla Çekilmiş Sahte Fotoğrafı

**Tablo 2.** ABD Seçim Kampanyaları Sürecinde Dolaşıma Giren Siyasi Derin Sahte İçerikler

Araştırma kapsamında incelenen doğrulama platformlarında yer alan siyasi derin sahte içeriklerin oranları ise Tablo 3'te gösterilmektedir. ABD merkezli Snopes, 10 içerik (%31,2) ile siyasi derin sahte içeriklere en sık rastlanan doğrulama platformu olarak öne çıkmaktadır. Bunu sırasıyla, 7 içerik ile Fransa merkezli AFP (%21,9), 6 içerik ile ABD merkezli Politifact (%18,8), 4 içerik ile Türkiye merkezli Teyit (%12,5), 3 içerik ile Birleşik Krallık merkezli Logically (%9,4) ve 2 içerik ile Birleşik Krallık merkezli Full Fact (%6,2) takip etmektedir.

## 6.2. Derin Sahte İçeriklerin Dolaşıma Sokulduğu Mecralar

Seçim dönemlerinde kasıtlı olarak kamuoyunu yanlış yönlendirmek amacıyla üretilen siyasi derin sahte içeriklerin dolaşıma sokulduğu mecraların hangileri olduğunu ortaya koymak, manipülatif ve yanıltıcı içeriklerin paylaşımı için kullanılan platformların anlaşılması bakımından önem taşımaktadır. Tablo 3'te ABD seçim kampanyaları sürecinde paylaşılan siyasi derin sahte içeriklerin dolaşıma sokuldukları mecralara yer verilmektedir.

Platform Adı	Sayı	Oran (%)
X (Twitter)	23	71,9 %
TikTok	5	15,6 %
Instagram	2	6,2 %
Facebook	1	3,1 %
Diğer	1	3,1 %
<b>Toplam</b>	<b>32</b>	<b>100 %</b>

**Tablo 3.** Siyasi Derin Sahte İçeriklerin Dolaşıma Sokulduğu Mecralar

Çalışmada ulaşılan 32 içeriğin 23'ünün, başka bir ifadeyle %71,9'unun X Platformu'nda dolaşıma sokulduğu görülmüştür. Bunu sırasıyla, 5 içerik ile TikTok (%15,6), 2 içerik ile Instagram (%6,2) ve 1 içerik ile Facebook (%3,1) takip etmektedir. Yanı sıra 1 içerik ise, robot çağrı olarak seçmenlere yönelik telefon araması şeklinde gerçekleşen derin sahte teknolojisiyle oluşturulmuş ses kaydıyla ilgilidir. Söz konusu içerik "diğer" kategorisinde kodlanmıştır.

## 6.3. Derin Sahte İçeriklerin Türü

ABD seçim kampanyaları sürecinde dolaşıma giren derin sahte içeriklerin özelliklerini ortaya koymak için söz konusu içeriklerin türünü incelemek önemli görülmüştür. Derin sahte içeriklerin türü kodlanırken Kietzmann ve diğerlerinin (2019) fotoğraf, video, ses ve ses-video derin sahteleri olarak belirledikleri sınıflandırma referans alınmıştır. Öte yandan, araştırma kapsamındaki 32 içerik arasında sadece video olarak nitelendirilebilecek derin sahte içeriklerle karşılaşılmamıştır. Örnekleme dâhil olan video içeriklerin her biri aynı zamanda ses manipülasyonu da içerdiği için video-ses sınıflandırılmasına dâhil edilmiş ve "video derin sahte içerikler" kategorisi tabloda belirtilmemiştir. Tablo 4'te siyasi derin sahte içeriklerin türleri gösterilmektedir.

Derin Sahte İçerik Türü	Sayı	Oran (%)
Fotoğraf	14	43,8 %
Video-Ses	13	40,6 %
Ses	5	15,6 %
<b>Toplam</b>	<b>32</b>	<b>100 %</b>

**Tablo 4.** Siyasi Derin Sahte İçeriklerin Türleri

ABD seçim kampanyaları sürecinde dolaşıma giren derin sahte içeriklerin türleri incelendiğinde yapay zekâ aracılığıyla üretilen ve bir kişinin gerçek dışı görsellerini içeren ya da yapay zekâ aracılığıyla yüzde, bedende, kişinin bulunduğu ortamda oynamalar yapılan fotoğraf türündeki içeriklerle hem görüntü hem de sesteki değişikliklerin yapıldığı video-ses türündeki içeriklerle ve yalnızca kişinin sesine yönelik manipülasyonları barındıran içeriklerle karşılaşmıştır. Tablo 4'te gösterildiği üzere dijital mecralarda dolaşıma giren siyasi derin sahte içeriklerin 14'ü eş deyişle %43,8'i fotoğraflardan, 13'ü (%40,6) hem video hem sesteki ve 5'i (%15,6) yalnızca ses derin sahte türünden oluşmaktadır. Fotoğraf ve video-ses türlerinin oranlarının birbirine yakın olduğu dikkat çekmektedir.

#### 6.4. Derin Sahte İçeriklerin İlişkili Olduğu Siyasi Aktörler

ABD seçim kampanyaları sürecinde dolaşıma giren derin sahte içeriklerin ilişkili olduğu siyasi aktörlerin incelenmesi, hangi siyasi aktörlere yönelik yanlış ve yanıltıcı derin sahte paylaşımlar yapıldığının anlaşılması bakımından önemlidir. Tablo 5'te siyasi derin sahte içeriklerin ilişkili olduğu aktörlere yer verilmiştir. Örnekleme dâhil edilen 32 içerik incelendikten sonra, siyasi aktörler Donald Trump, Joe Biden, Kamala Harris ve diğer şeklinde kategorilere ayrılmıştır.

Siyasi Aktörler	Sayı	Oran (%)
Donald Trump	15	44,2
Joe Biden	11	32,3
Kamala Harris	6	17,6
Diğer	2	5,2
<b>Toplam</b>	<b>34</b>	<b>100 %</b>

**Tablo 5.** Siyasi Derin Sahte İçeriklerin İlişkili Olduğu Aktörler

Dijital platformlarda dolaşıma giren derin sahte içeriklerin %44,2 oranında Donald Trump ile ilişkili olduğu bulgusuna ulaşılırken bunu sırasıyla %33,3 ile Joe Biden ile ilişkili içerikler, %17,6 ile Kamala Harris ile ilişkili içerikler ve %5,2 ile diğer siyasi aktörler ile ilişkili içerikler takip etmiştir. Diğer kategorisinde kodlanan 2 içerik, aynı zamanda Donald Trump ile de ilişkili olduğu için her iki kategoride de kodlama gerçekleştirilmiştir. Öte yandan, Kamala Harris ile ilgili derin sahte içeriklerin tamamının başkanlık adaylığının gündeme geldiği Temmuz 2024'te dolaşıma girdiği dikkat çekmektedir.

### 6.5. Derin Sahte İçeriklerin Duygu Tonu

Derin sahte içeriklerin duygu tonunun belirlenmesinde Yüksel ve diğerlerinin (2015) olumlu duygu tonu (memnuniyet, takdir, umut, sevinç, sempati, şefkat, gurur duyma), olumsuz duygu tonu (endişe, kaygı, korku, öfke, şüphe, üzüntü, acıma, iğrenme, nefret) nötr (duygu uyandırmayanlar) şeklinde ortaya koyduğu kategoriler kullanılmıştır (Akt. Tok, 2023, s. 154). Tablo 6'da derin sahte içeriklerin duygu tonu gösterilmektedir. İncelenen 32 siyasi derin sahte içeriklerden %75'inin (24 içerik) olumsuz duygu tonuna, %16,6'sının (5 içerik) olumlu duygu tonuna ve %9,4'ünün (3 içerik) nötr duygu tonuna sahip olduğu anlaşılmıştır.

Duygu Tonu	Siyasi Aktörler						Sayı	Oran (%)
	Donald Trump		Joe Biden		Kamala Harris			
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)		
Olumlu	3	9,4 %	2	6,2 %	-	-	5	15,6 %
Olumsuz	10	31,2 %	8	25 %	6	18,8 %	24	75 %
Nötr	2	6,2 %	1	3,2 %	-	-	3	9,4 %
<b>Toplam</b>	<b>15</b>	<b>46,8 %</b>	<b>11</b>	<b>34,4 %</b>	<b>6</b>	<b>18,8 %</b>	<b>32</b>	<b>100 %</b>

**Tablo 6.** Siyasi Derin Sahte İçeriklerin Duygu Tonu

Siyasi aktörler bağlamında derin sahte içeriklerin duygu tonuna bakıldığında ise Cumhuriyetçi Partinin adayı Donald Trump ile ilişkili 15 içerikten, 10'unun

olumsuz duygu çağrışımına sahip olduğu, 3'ünün olumlu duygu tonu içerdiği ve 2'sinin nötr çağrışım yaptığı ortaya çıkmıştır. Mevcut ABD Başkanı Joe Biden'a yönelik içerikler incelendiğinde, 11 içerikten 8'inin olumsuz çağrışımına sahip olduğu, 2'sinin olumlu, 1'inin ise nötr duygu tonunu yansıttığı anlaşılmıştır. Kamala Harris'e yönelik derin sahte içeriklere bakıldığında ise Harris'e yönelik 6 içeriğin tamamının olumsuz duygu tonuna sahip olduğu, olumlu ya da nötr duygu tonu içeren derin sahte içeriğin bulunmadığı görülmüştür.

### 6.6. Örnek Derin Sahte İçerikler Üzerine Nitel Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın örneklemeine dâhil edilen 32 derin sahte içerikten, farklı siyasi aktörlere yönelik olarak olumlu ve olumsuz duygu tonlarına sahip olan, fotoğraf ve video-ses türündeki örnekler nitel analiz yöntemiyle yorumlanmıştır.

ABD Başkanı Joe Biden'a yönelik olumsuz duygu tonuna sahip derin sahte içeriklerden biri Politifact doğrulama platformunda, "Video, Joe Biden'ın adaylıktan çekildikten sonraki ilk konuşmasını gösteriyor" başlığı ile paylaşılmıştır. Görsel 1'de yer alan içerik, bir sosyal medya kullanıcısı tarafından X platformunda dolaşıma sokulmuştur. Videoda Biden'ın, "Amerikalı dostlarım, bir dakikanızı ayırıp hakkımda söylediğiniz bazı nefret dolu sözlerle değinmek istiyorum. Birçoğunuz beyin solucanından mustarip olduğumu ya da beynimin elma püresi gibi olduğunu söylediniz. Lafı dolandırmayacağım, işte söylüyorum..." sözlerinin ardından hakaret içeren cümleler kullandığı görülmektedir. Ancak, Politifact platformunun yaptığı doğrulama analizi sonrasında Biden'ın bahsi geçen sözleri sarf etmediği, videonun gerçeği yansıtmadığı ve derin sahte olduğu ortaya çıkmıştır. ABD Başkanı Joe Biden'ın eski bir konuşmasının ses ve görüntülerinin değiştirildiği videonun sahne ve jestlerin eşleştiği bölümdeki asıl ifadeleri ise şu şekildedir: "Amerikalı dostlarım, bu akşam sizlerle siyasetimizde tansiyonu düşürmemiz ve aynı fikirde olmasak da düşman olmadığımızı hatırlamamız gerektiği konusunda konuşmak istiyorum. Bizler komşuyuz. Arkadaşız, iş arkadaşınız, vatandaşız. Ve en önemlisi, biz Amerikalı dostlarız. Ve birlikte durmalıyız" (Politifact, 2024).

Breaking News: President Joe Biden makes his first video address following dropping out of the Presidential race.



9:27 PM · Jul 21, 2024 · 1.4M Views

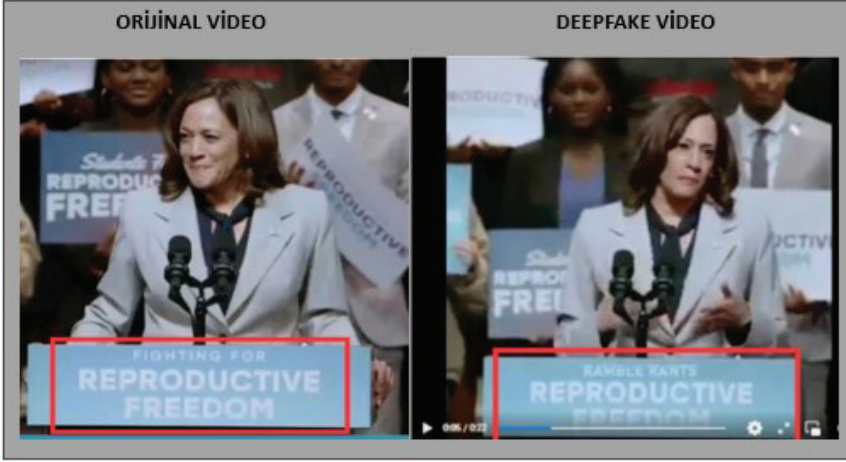
3,878 Reposts 667 Quotes 24.9K Likes 5,923 Bookmarks

### Görsel 1. X Platformunda Paylaşılan Joe Biden'a Yönelik Derin Sahte İçerik

Görsel 1'deki örnek, video-ses derin sahte manipülasyonunu kategorisine girmektedir. Videoda Biden'ın dudak hareketleri değiştirilmiş ve PBS News kanalının logosu eklenmiştir. Yanı sıra, Biden'ın sesinin yapay zekâ aracılığıyla taklit edilmesi yoluyla kurgu söylemlerin oluşturulması ses manipülasyonunun göstergesidir. Hakaret içerikli sahte söylemlerin yer aldığı video, Biden'a yönelik olumsuz duygu tonuna sahiptir. Videonun, siyasi aktöre yönelik kamuoyunda yanlış bir algı oluşturmaya yönelik olduğunu söylemek mümkündür.

Olumsuz duygu tonuna sahip olan bir başka derin sahte içerik, Donald Trump'ın Cumhuriyetçilere "en aptal seçmen grubu" dediğini iddia etmektedir. Bir sosyal medya kullanıcısı tarafından TikTok platformunda dolaşıma sokulan videoda Donald Trump'ın geçmişte şu sözleri sarf ettiği ileri sürülmektedir: "Eğer aday olacak olsaydım, Cumhuriyetçi olarak aday olurum. Onlar ülkedeki en aptal seçmen grubu. Fox News'te çıkan her şeye inanıyorlar. Yalan söylesem yine de yutarlar..." (Snopes, 2024a). Görsel olarak sadece Donald Trump'ın bir fotoğrafının yanında Trump'a yönelik hakaret içeren bir cümlenin yer aldığı videoda yapay zekâ aracılığıyla ses klonlama tekniği kullanılarak siyasi aktörün sesi taklit edilmiş ve gerçekte hiç söylenmeyen sözler gerçek gibi yansıtılmıştır. Joe Biden'a yönelik video-ses

türündeki derin sahte örneğine benzer şekilde Donald Trump'ı hedef alarak paylaşılan ses manipülasyonu türündeki derin sahte içeriğin kamuoyunda yanlış bir algı oluşturmaya yönelik olduğunu söylemek mümkündür.



**Görsel 2.** Kamala Harris'in Logically'de Yer Alan Orijinal ve Derin Sahte Videoları

**Kaynak:** (Logically, 2024a)

Joe Biden ve Donald Trump'ın yanı sıra ABD Başkanı Biden'ın adaylıktan çekilmesinin ardından demokratların adayı olarak gündeme gelen Kamala Harris de olumsuz nitelikli derin sahte içeriklerin hedefi olmuştur. Bir sosyal medya kullanıcısı tarafından X platformunda, Kamala Harris'in tutarsız bir konuşma yaptığı iddiasıyla dolaşıma sokulan 22 saniyelik videoda Harris'in şu sözleri söylediği görülmektedir: "Bugün bugündür ve dün de bugündü. Dün, yarın bugün olacak, bu yüzden bugünü yaşayın. Yani gelecek bugün nasılsa yarın da öyle olacak." Öte yandan, orijinal videoya ulaşan Logically doğrulama platformu, videonun orijinalinde Harris'in bu ifadeleri kullanmadığını belirtmektedir (Logically, 2024a).

Video-ses derin sahte türüne bir örnek olan içerikte, ses klonlama tekniği kullanılmış ve oluşturulan sahte ifadeler ile uyumlu olması için Harris'in dudak hareketleri değiştirilmiştir. Öte yandan orijinal videoda kürsüde bulunan "Fighting For Reproductive Freedom" yazısının derin sahte içerikte Ramble Runts Reproductive Freedom" olarak değiştirildiği görülmektedir. Kamala Harris'e ait olduğu öne sürülen olumsuz duygu tonuna sahip konuş-



maların yer aldığı içeriğin, siyasi aktörün imajına zarar verme amacı taşıdığını söylemek mümkündür.



**Görsel 3.** Donald Trump'ın Instagram'da Paylaşılan Derin Sahte Fotoğrafı

ABD seçim kampanyaları sürecinde en sık karşılaşılan derin sahte türü, %44 ile fotoğraf olmuştur. Başka bir ifadeyle 32 derin sahte içerikten 14'ü yapay zekâ aracılığı ile fotoğraf üzerinde oynamalar yapılarak oluşturulmuştur. İçerikler incelendiğinde, Joe Biden, Donald Trump ve Kamala Harris'e yönelik derin sahte fotoğraf manipülasyonlarının sosyal medya mecralarında paylaşıldığı görülmüştür. Görsel 3'te yer alan fotoğraf, Donald Trump'ın 30 Mayıs'ta bir sus payı davasının ardından gözaltına alınırken çekilmiş fotoğrafı olduğu iddiası ile Instagram'da dolaşıma sokulmuştur. İddianın temelleri Stormy Daniels isimli film yıldızına sus payı olarak Trump'ın avukatı tarafından ödeme yapılmasına ilişkin suçlamaya yöneliktir. 2016 yılında Stormy Daniels'in çeşitli medya kuruluşlarına Donald Trump ile yaşadığını iddia ettiği ilişkinin görüntülerini satmayı teklif ettiği ve Trump'ın avukatının, Daniels'in sessiz kalması için ona 130 bin dolar ödediği farklı medya kuruluşlarında yer almıştır (BBC, 2023). Ancak, 30 Mayıs 2024 tarihinde Instagram'da "GUILTY!" (SUÇLU!) ifadesiyle paylaşılan fotoğrafın yapay zekâ

aracılığıyla üretilen bir derin sahte olduğu anlaşılmıştır. Söz konusu fotoğraf, Trump'ı "suçlu" olarak nitelendirmesi ve polisler tarafından gözaltına alındığını gösteren sahte bir görsel ile kamuoyuna yansıtması nedeniyle olumsuz duygu tonu içermektedir.

Siyasi aktörlere yönelik olumsuz çağrışım yapan fotoğraf türündeki derin sahteler arasında Jeffrey Epstein ile ilişkilendirildiği manipülatif içerikler de bulunmaktadır. Donald Trump ve Jeffrey Epstein'i birlikte gösteren iki farklı fotoğraf türündeki derin sahte içerik çeşitli sosyal medya platformlarında paylaşılmış ve farklı teyit platformları tarafından doğruluk kontrolleri yapılmıştır. Söz konusu içeriklerden biri Trump ve Epstein'i küçük bir kızla aynı karede yansıtmaktadır. X platformunda dolaşıma sokulan derin sahte içeriğin Full Fact ve Snopes tarafından doğruluk kontrolü yapılmıştır. Benzer şekilde siyasi aktörü Epstein ile ilişkilendiren bir diğer fotoğraf ise iki ismi bir özel uçakta yan yana göstermektedir. Ancak her iki fotoğrafın da sahte olduğu ve yapay zekâ ile oluşturulduğu ortaya çıkmıştır.

Donald Trump'ın yanı sıra Kamala Harris de Jeffrey Epstein ile ilişkilendirilen manipülatif görüntüleri dolaşıma giren siyasi aktörlerdendir. Harris'in Epstein ile plajda sarıldıkları sahte görsel, farklı sosyal medya mecralarında paylaşımı yapılan derin sahte fotoğraf türüne örnektir. Kamala Harris, ABD Başkanı Joe Biden'ın adaylıktan çekilmesinin ardından Demokrat Partinin yeni başkan adayı olmuştur. Çalışmada, Harris'e yönelik derin sahte içeriklerin tamamının Biden'ın adaylıktan çekildiği temmuz ayında dolaşıma sokulmuş olması dikkat çekmektedir.



Görsel 5. X Platformunda Dolaşıma Sokulan Askeri Üniformalı Biden Derin Sahte İçeriği

ABD seçim kampanyaları sürecinde paylaşılan derin sahteler arasında olumlu duygu tonuna sahip içeriklere de rastlanmıştır. Olumlu duygu tonu taşıyan içerikler incelendiğinde dikkat çeken bir nokta, olumlu nitelikli toplam 5 içerikten 4'ünün fotoğraf, 1'inin video-ses türüne sahip olmasıdır. Görsel 5'te siyasi aktörlere yönelik olumlu duygu çağrıştıran derin sahte fotoğraf örneklerinden birine yer verilmiştir.

Bir sosyal medya kullanıcısı tarafından X platformunda dolaşıma sokulan görselde askeri üniforma giyen ABD Başkanı Joe Biden "Başkomutan" olarak nitelendirmiş ve görselin, Biden'ın düşmana karşı plan yaptığı anı gösterdiği ileri sürülmüştür. Ancak, doğrulama platformu Snopes'ın yaptığı kontrol sonrasında, görselin yapay zekâ ile üretildiği ve bir derin sahte olduğu ortaya çıkmıştır (Snopes, 2024b). Söz konusu görselin, seçim kampanyaları sürecinde siyasi aktörleri hedef alan ve imajlarına zarar vermeye niyeti güden olumsuz nitelikli örneklerden farklı olarak, güçlü bir siyasi figür çağrışımı oluşturmayı amaçladığını söylemek mümkündür.

Benzer şekilde olumlu duygu tonuna sahip bir başka içerik, Donald Trump ile ilişkili bir video-ses derin sahte örneğidir. X platformunda dolaşıma sokulan içerikte ünlü aktör Will Smith'in seçimlerde Cumhuriyetçi Parti adayı Donald Trump'ı desteklediğine ilişkin ifadelerinin yer aldığı iddia edilmektedir. Öte yandan, Logically doğrulama platformunun yaptığı kontrol ile videonun gerçeği yansıtmadığı ve derin sahte olduğu ortaya çıkmıştır (Logically, 2024b). Yapay zekâ ile ses klonlama tekniğinin kullanıldığı videoda, Will Smith'in dudak hareketlerinin de sahte ses ile uyumlu hâle getirilmek için değiştirildiği görülmektedir. 2024 yılında farklı sosyal medya platformlarında Donald Trump'ı siyahi ABD vatandaşları ile bir arada gösteren derin sahte fotoğraflar dolaşıma sokulmuştur. Araştırma kapsamında yer alan doğrulama platformları aracılığıyla ulaşılamayan bu görsellerden ikisi BBC tarafından incelenmiş ve Trump'ın siyah seçmenlerle poz verirken çekildiği iddia edilen söz konusu görsellerin yapay zekâ ile üretilen derin sahte fotoğraflar oldukları belirtilmiştir (BBC, 2024). Söz konusu fotoğraflarda olduğu gibi, siyahi aktörün Trump'ı desteklediğini gösteren video-ses türündeki derin sahte içeriğin, siyahi seçmenlerin oy verme davranışını olumlu yönde etkilemeye yönelik olduğunu söylemek mümkündür.

## 7. Sonuç ve Tartışma

Yeni dijital teknolojilerdeki gelişmelerle birlikte, dezenformasyon nitelikli içeriklerin paylaşımı oldukça kolaylaşmış; sosyal medya platformlarında izlediklerimiz ve gördüklerimiz içerisinde neyin gerçek ve neyin sahte olduğunu ayırt etmek giderek zorlaşmaya başlamıştır. Bu soruna katkıda bulunan en son gelişmelerden biri, bir kişinin aslında hiç dile getirmediği sözcükleri söylediğini ve hiç olmamış şeyleri yaptığını göstermek için yapay zekâ kullanan hiper-gerçekçi videolar ya da görseller olan derin sahte içeriklerin ortaya çıkmasıdır.

Bu çalışmada, ABD seçim kampanyaları sürecinde dolaşıma giren siyasi derin sahte içerikler analiz edilerek derin sahte içeriklerin yoğunluğu, dolaşıma sokuldukları mecralar, derin sahte içeriklerin türleri, hedef aldıkları siyasi aktörler, derin sahte içeriklerin duygu tonu ve söz konusu içeriklerin özellikleri ortaya konulmuştur. Araştırmanın sınırlılıkları kapsamındaki 1 Ocak 2024 – 29 Temmuz 2024 tarihleri arasında ABD'deki seçim kampanyaları ile ilişkili 32 derin sahte içeriğe ulaşılmıştır. Söz konusu içeriklerin %43 oranında Donald Trump'a yönelik olduğu ortaya çıkmıştır. Bunu sırasıyla %31 ile Joe Biden'a yönelik içerikler, %17 ile Kamala Harris'e yönelik içerikler ve %9 ile diğer siyasi yönelik aktörlere yönelik içerikler takip etmektedir.

ABD seçim kampanyaları sürecinde X, Tiktok, Instagram ve Facebook gibi farklı sosyal medya mecraları üzerinden siyasi derin sahte içeriklerin dolaşıma sokulduğu anlaşılmıştır. Ancak, söz konusu içeriklerin sıklıkla X platformunda paylaşıldığı, bu paylaşımlar arasında fotoğraf ve video-ses türündeki derin sahte içeriklerin ön plana çıktığı, çalışmanın kapsamı dâhilindeki zaman aralığında yalnızca ses sentezinden oluşan tek bir derin sahte içeriğin bulunduğu görülmüştür.

Derin sahte içerikler incelendiğinde siyasi aktörlere yönelik olumsuz, olumlu ya da nötr çağrışımlara sahip duygu tonları ile karşılaşmıştır. Derin sahte içeriklerden %75'inin olumsuz duygu tonuna, %16'sının olumlu duygu tonuna ve %9'unun nötr duygu tonuna sahip olduğu anlaşılmıştır. Siyasi aktörlere yönelik olumlu duygu tonuna sahip içerikler sınırlı kalırken büyük oranda derin sahte içerikler ile olumsuz duygu tonu oluşturmanın amaçlandığı anlaşılmıştır. Dolayısıyla yeni nesil dezenformasyon biçimi olarak dikkat çeken derin sahte içeriklere ABD seçim kampanyaları sürecinde kamuoyunu yanlış yönlendirmek amacıyla başvurulduğunu ve siyasi aktörlere yönelik olumsuzluklar içerdiğini söylemek mümkündür.

Siyasi derin sahte içerikler özellikle seçim dönemlerinde siyasi aktörlerin itibarını zedelemek amacıyla üretilebilmektedir. Kasıtlı olarak kamuoyunu yanlış yönlendirmek, siyasi aktörlere yönelik yanlış kanaatlere neden olmak amacıyla üretilen dezenformatif derin sahte içerikler demokrasiyi tehdit eden bir unsur olarak kabul edilebilir.

Bugüne kadar üretilen ve ucuz sahte (cheapfake) olarak adlandırılan basit görsel manipülasyonlar barındıran içeriklere kıyasla derin sahte içerikler oldukça gerçekçidir. Bu nedenle derin sahte teknolojisi aracılığıyla yanlış bilgi ve dezenformasyonun yayılmasıyla mücadele etmek için söz konusu içeriklerin tespit tekniklerinin geliştirilmesi, derin sahtelerin varlığı ve yol açabileceği sorunlar konusunda farkındalık yaratılması oldukça önemlidir. Öte yandan, kötü niyetli derin sahte üreticilerini ve yayıncılarını sorumlu tutan politikaların oluşturulması ve bu anlamda var olan hukuki boşlukların giderilmesi derin sahte dezenformasyonu ile mücadelede birer gereklilik olarak görülmektedir.

### **Çıkar Çatışması Beyanı**

Makale yazarları herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

### **Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı**

Yazarlar Makaleye % 50 (1. Yazar), % 50 (2. Yazar) oranında katkı sağlamış olduklarını beyan ederler.

### **Kaynakça**

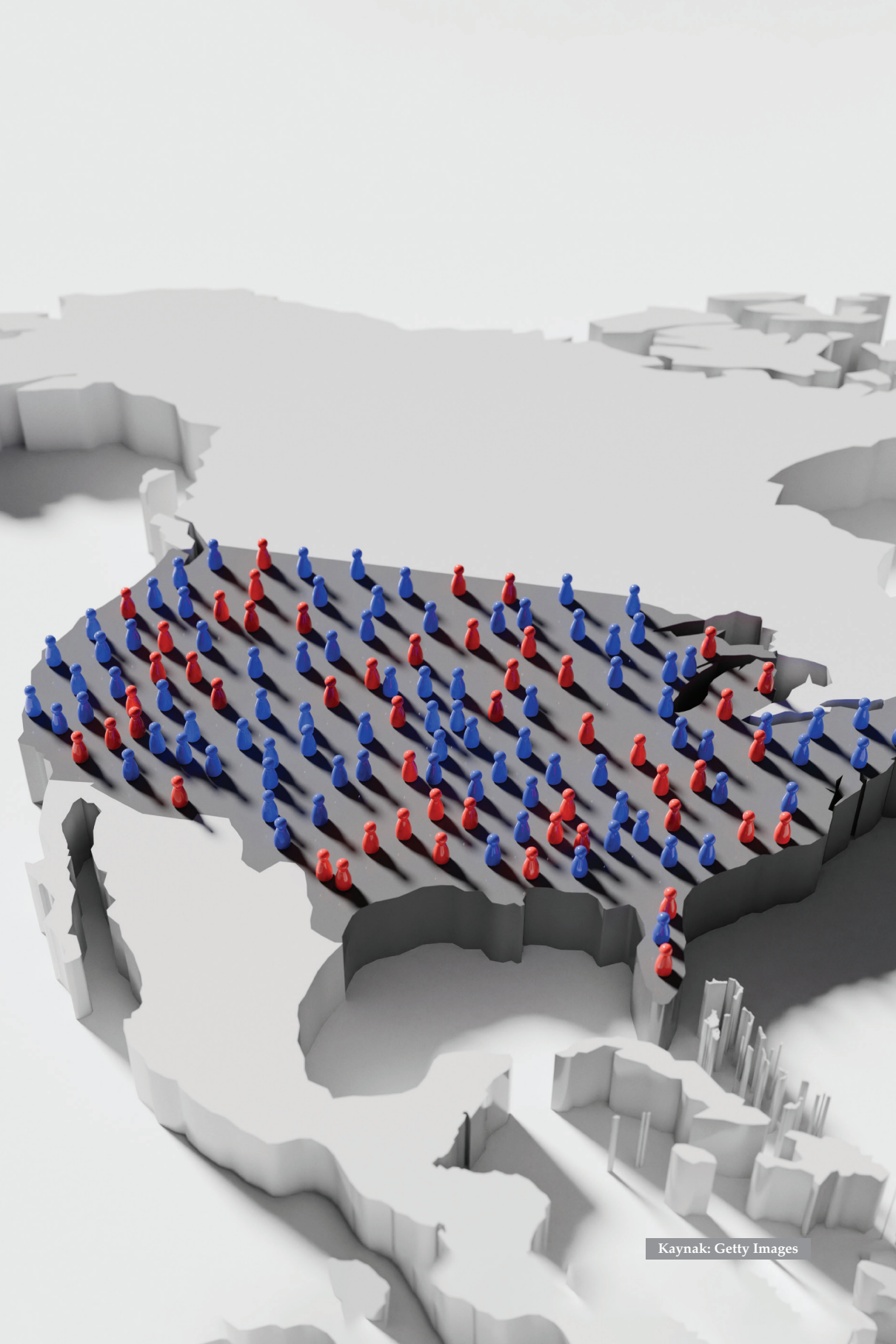
- Alanka, D. (2024). Nitel Bir Araştırma Yöntemi Olarak İçerik Analizi: Teorik Bir Çerçeve. *Kronotop İletişim Dergisi*, 1(1), 62-82.
- Al-Khazraji, S.H., Saleh, H. H., Khalil, A. I., ve Mishkal, I. A. (2023). Impact of Deepfake Technology on Social Media: Detection, Misinformation, and Societal Implications. *The Eurasia Proceedings of Science, Technology, Engineering & Mathematics (EPSTEM)*, 23, 429-441.
- Askari, J. (2023). Deepfakes and Synthetic Media: What are they and how are techUK members taking steps to tackle misinformation and fraud. <https://www.techuk.org/resource/synthetic-media-what-are-they-and-how-are-techuk-members-taking-steps-to-tackle-misinformation-and-fraud.html> (Erişim tarihi: 28.09.2024).
- Bartneck, C. ve Lütge, C. (2021). What Is AI? An Introduction to Ethics in Robotics and AI. C. Bartneck, C. Lütge, A. Wagner ve S Welsh (Ed.), *An Introduction to Ethics in Robotics and AI*. Switzerland: Springer, 5-16.

- BBC. (2023). Donald Trump porno yıldızı Stormy Daniels'a yaptığı 'sus payı' ödemesi nedeniyle gözaltına alınabilir mi? <https://www.bbc.com/turkce/articles/cv201wj2j0yo> (Erişim Tarihi: 25.07.2024).
- BBC. (2024). Trump supporters target black voters with faked AI images. <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-68440150> (Erişim Tarihi: 02.08.2024).
- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis, *Nursing Plus Open*, pp.8-14.
- Borana, J. (2016). Applications of Artificial Intelligence and Associated Technologies. *Proceeding of International Conference on Emerging Technologies in Engineering, Biomedical, Management and Science*, 5-6 March, 64-67.
- Bülbül, A. R. (2021). *Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Coşkun, F. ve Gülleroğlu, H. D. (2021). Yapay Zekanın Tarih İçindeki Gelişimi ve Eğitimde Kullanılması. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 54(3), 947-966.
- Dereli, T. (2020). Yapay Zekâ ve İnsanlık. İçinde M. Şeker, Y. Bulduklu, C. Korkut ve M. Doğrul (Ed.), *Bilişim Teknolojileri ve İletişim: Birey ve Toplum Güvenliği*. Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi, 113-130.
- Erhat A. (2007). *Mitoloji Sözlüğü*. (15. baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Erkan, G. ve Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (29. Özel Sayısı), 202-223. <https://doi.org/10.31123/akil.458933>
- Gelfert, A. (2018). Fake News: A Definition. *Informal Logic*, 38(1), 84-117.
- Hasan, H. R. ve Salah, K. (2019). Combating Deepfake Videos Using Blockchain and Smart Contracts. *IEEE Access*, 7, 41596-41606. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2905689>
- Kapır, B. (2020). Yapay Zekâ Eksenli Gelişen Algoritmik Toplum. İçinde F. Zengin ve B. Kapır (Ed.), *Yapay Zekâ ve Medya*. İstanbul: Doruk Yayıncılık, 59-101.
- Karakoç, E. ve Zeybek, B. (2022). Görnek İnanmaya Yeter mi? Görsel Dezenformasyonun Ayırt Edici Biçimi Olarak Siyasi Deepfake İçerikler. *Öneri Dergisi*, 17(57), 50-72.
- Kırık, A. M. ve Özkoçak, V. (2023). Medya ve İletişim Bağlamında Yapay Zekâ Tarihi ve Teknolojisi ChatGPT ve Deepfake ile Gelen Dijital Dönüşüm. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (58), 73-99, <https://doi.org/10.17498/kdeniz.1308471>
- Kietzmann, J., Lee, W. L., McCarthy, P. I. ve Kietzmann, C. T. (2020). Deepfakes: Trick or treat?. *Business Horizons*. 63, 135-146.
- Kirchengast, T. (2020). Deepfakes and Image Manipulation: Criminalisation and Control. *Information & Communications Technology Law*, 29(3), 1-16.
- Kurtuluş, Ö. (2023). Turing'den Bugüne Yapay Zekâ Testleri. <https://bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/turingden-bugune-yapay-zeka-testleri> (Erişim tarihi: 23.09.2024).

- Logically, (2024a). Deepfake video of Kamala Harris shared to claim she delivered incoherent speech. <https://www.logicallyfacts.com/en/fact-check/fake-deepfake-video-of-kamala-harris-shared-to-claim-she-delivered-incoherent-speech> (Erişim Tarihi: 26.07.2024)
- Logically, (2024b). Deepfake video of actor Will Smith shared to claim he endorsed Donald Trump. <https://www.logicallyfacts.com/en/fact-check/fake-deepfake-video-of-actor-will-smith-shared-to-claim-he-endorsed-donald-trump>. (Erişim Tarihi: 22.07.2024).
- Maras, M. H. ve Alexandrou, A. (2019). Determining authenticity of video evidence in the age of artificial intelligence and in the wake of Deepfake videos. *International Journal of Evidence and Proof*, 23(3), 255–262.
- Nisan, F. ve Kara, E. Ş. (2022). Yalan Haber ve Etik. İçinde M. İşliyen ve F. Ş. İşliyen (Ed.), *Dijital Sis: Yeni Medya Çağında Bilginin ve Gerçeğin Değişen Korumu*. Konya: Çizgi Kitapevi, 99-134.
- Neuendorf, K.A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: Sage.
- Özsoy, O. (2009). *Seçim Kazandıran Siyasal İletişim*. İstanbul: Pozitif.
- Politifact, (2024). A July 21 video aired by PBS News shows President Joe Biden's first video address following dropping out of the presidential race. <https://www.politifact.com/factchecks/2024/jul/22/tweets/this-video-doesnt-show-president-joe-bidens-first/> (Erişim tarihi: 28.07.2024).
- Sarıoğlu, B. ve Develi, İ. (2022). Pazarlamada Kampanya Yönetimi ve Yapay Zekâ Kullanımı. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 5(2), 91-124.
- Snopes, (2024a). Clip Features AI-Generated Trump Voice Calling Republicans Dumbest Group of Voters. <https://www.snopes.com/fact-check/trump-republicans-ai-dumbest-voters/> (Erişim tarihi: 20.07.2024).
- Snopes, (2024b). Real Photos of Biden Wearing Military Uniform? <https://www.snopes.com/fact-check/biden-in-military-uniform/>. (Erişim tarihi: 30.08.2024).
- Tarran, B. (2017). Why facts are not enough in the fight against fake news. *Significance*, 14(5), 6-7.
- Taştan, Ü. (2024). Turing Testinin Sınırları Üzerine Felsefi Bir İnceleme. *FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi)*, 37, 325-344.
- Tok, İ. (2023). Tık odaklı haberlerin duygusal boyutu: Çevre haberleri üzerine bir inceleme. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi (KİAD)*, (10), 145-171. DOI: 10.56676/kiad.1251643
- Toker, S. (2019). 23 Haziran Seçimlerinde Yalan Haber ve Dezenformasyon. *Seta/Perspektif*, 243, 1-5.
- Topal, Ç. (2017). Alan Turing'in Toplumbilimsel Düşünü: Toplumsal Bir Düş Olarak Yapay Zekâ. *DTCF Dergisi*, 57(2), 1340-1364.
- Yıldırım, A. ve Yolcu, E. (2022). Sahte Ne Kadar Derin? Derin Sahte (Deepfake) Kavramının İzini, Youtube Üzerinden Sürmek. *Electronic Cumhuriyet Journal of Communication*, 4(1), 65-77.

- Yıldırım, B. (2015). İletişim Araştırmalarında Yöntemler, Konya: Literatürk.
- Yüksel, E. (2019). Türkiye’de İletişim Araştırmalarında İçerik Analizi Uygulamaları, Sorunlar ve Çözüm Önerileri. International Euroasia Congress on Scientific Researches and Recent Trends – V, Baku, Azerbaycan, 16 - 19 Aralık 2019, cilt.2, 134-152.
- Wardle, C. (2023). Misunderstanding Misinformation. Issues in Science and Technology 29(3), 38-40.
- Wardle, C. ve Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. Council of Europe. France: Strasbourg.
- Westerlund, M. (2019). The Emergence of Deepfake Technology: A Review. Technology Innovation Management Review, 9(11), 39-52.





# Dezenformasyonun Dijitalleşmesi: Hasbara Çerçevesinde İsrail'in Washing Stratejisi

→ Mustafa BÖYÜK\* → Sefer KALAMAN\*\*

## Öz

Araştırmada, İsrail'in Filistin'e yönelik saldırıları ekseninde İsrail kaynaklı üretilen içeriklerle Filistin'e karşı nasıl ve hangi tür dezenformasyon üretildiğini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. İsrail'in dezenformasyon içeren haberleri paylaşarak kendisini aklamak ve gerçeği manipüle etmek için kullandığı Hasbara stratejisi çerçevesinde hangi washing stratejilerini kullandığını tespit etmek çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı araştırma, durum çalışması desenine göre tasarlanmıştır. Araştırmanın verileri, T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığının İsrail'in Filistin'e karşı işgalci saldırıları sürecinde yürütülen ulusal ve uluslararası dezenformasyon kampanyalarına karşı hazırlanan Filistin özel dezenformasyon raporundan elde edilmiştir. Raporda yer alan 160 haberden, İsrail'in Filistin'e karşı ürettiği dezenformasyon içeren 155 haber araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırma verileri, içerik analizi tekniği ile incelenmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, İsrail'in Filistinlilere karşı ürettiği ve dolaşıma soktuğu dezenformasyon içeren haberlerde en fazla uydurma, manipülasyon ve hatalı ilişkilendirme türünde haberler yapılmıştır. Bununla birlikte, İsrail tarafından yapılan dezenformasyon içerikli haberlerde en fazla whitewashing, bluwashing, carewashing ve crisiswashing stratejileri kullanılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Dezenformasyon, Washing Stratejisi, Medya, Dijitalleşme, Hasbara

\*Öğr. Gör. Dr., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Ankara, Türkiye

E-mail: mustafaboyuk@aybu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-1010-9048

\*\*Doç. Dr., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü, Ankara, Türkiye

E-mail: seferkalaman@aybu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-2761-1229

Böyük, M., & Kalaman, S. (2025). Dezenformasyonun Dijitalleşmesi: Hasbara Çerçevesinde İsrail'in Washing Stratejisi. TRT Akademi, 10(23), 74-103. <https://doi.org/10.37679/trta.1561653>

# The Digitalization of Disinformation: Israel's Washing Strategy Within the Context of Hasbara

→ Mustafa BÖYÜK → Sefer KALAMAN

## Abstract

In the research, it is aimed to reveal how and what kind of disinformation is produced against Palestine with the content produced by Israel on the axis of Israel's attacks on Palestine. Another aim of the study is to determine which washing strategies Israel uses within the framework of the Hasbara strategy used to justify itself and manipulate the truth by sharing news containing disinformation. The research, in which qualitative research method was used, was designed according to the case study design. The data of the study were obtained from the Palestine special disinformation report prepared by the Presidency of the Republic of Türkiye Presidency of Communications against the national and international disinformation campaigns carried out during Israel's attacks on Palestine. Among the 160 news items in the report, 155 news items containing disinformation produced by Israel against Palestine were included in the study. The research data were analysed by content analysis technique. According to the results obtained from the research, in the news items containing disinformation produced and circulated by Israel against Palestinians, the most common types of news were fabrication, manipulation and false association. In addition, whitewashing, bluewashing, carewashing and crisiswashing strategies were mostly used in the disinformation-containing news produced by Israel.

**Keywords:** Disinformation, Washing Strategy, Media, Digitalization, Hasbara

## 1. Giriş

Dijital teknolojilerin hızla gelişmesi ve internet erişiminin yaygınlaşması, bilgi akışının hızını ve kapsamını önemli ölçüde artırmıştır. Bilginin hızlı ve kolay bir şekilde paylaşılabilirdiği bu çağda, doğru ve güvenilir bilgilere erişimin yanı sıra yanlış bilgi ve dezenformasyonun yayılması da büyük bir sorun hâline gelmiştir (Wardle ve Derakhshan, 2017, s. 5). Özellikle çatışma ve savaş ortamlarında, tarafların kendi söylemlerini meşrulaştırmak ve kamuoyu algısını yönlendirmek amacıyla dezenformasyon stratejilerine başvurdukları gözlemlenmektedir (Allcott ve Gentzkow, 2017, s. 213).

Orta Doğu'da uzun yıllardır devam eden İsrail'in Filistin'e yönelik işgalci saldırıları, uluslararası kamuoyunun dikkatini çeken ve medyanın ilgisine mazhar olan bir konudur. Bu çatışma sürecinde, tarafların ulusal ve uluslararası düzeyde politikalarını meşrulaştırmak amacıyla yürüttükleri propaganda ve dezenformasyon faaliyetleri büyük önem taşımaktadır (Seib, 2012, s. 38). Özellikle İsrail'in, Filistin aleyhine yürüttüğü dezenformasyon kampanyaları ve "Hasbara" olarak adlandırılan algı stratejileri dikkat çekmektedir (Gilboa, 2006, s. 716). Hasbara, İbranicede "açıklama" anlamına gelmekte olup İsrail'in uluslararası imajını olumlu yönde şekillendirmek ve işgalci politikalarını haklı göstermek amacıyla yürüttüğü iletişim ve propaganda faaliyetlerini ifade etmektedir (Chomsky ve Pappé, 2016). İsrail, bu strateji çerçevesinde dijital platformlar ve geleneksel medya aracılığıyla Filistin'e yönelik dezenformasyonlar üretmekte ve kamuoyu algısını kendi lehine dönüştürmeyi hedeflemektedir.

Bu dezenformasyon stratejilerinin önemli bir parçasını oluşturan "washing" kavramı, bir aktörün olumsuz eylemlerini veya imajını örtbas etmek amacıyla olumlu söylemler veya faaliyetlerle kendini aklamasını ifade etmektedir (Pope ve Weraas, 2016, s. 4). Whitewashing, bluewashing, carewashing ve crisiswashing gibi çeşitli türleri bulunan bu stratejiler, kamuoyu algısını manipüle etmek ve eleştirileri azaltmak için etkin bir şekilde kullanılmaktadır.

Bu bağlamda çalışmanın amacı, İsrail'in Filistin'e yönelik işgalci saldırıları ekseninde İsrail'in kaynaklı üretilen haberler ve paylaşılan içerikler aracılığıyla Filistin'e karşı nasıl ve hangi tür dezenformasyonlar ürettiğini ortaya koymaktır. Ayrıca, İsrail'in dezenformasyon içeren bu haber ve içerikleri paylaşarak Hasbara çerçevesinde gerçeği manipüle etmek ve kendisini aklamak için hangi washing stratejilerini kullandığını tespit etmek de araştırmanın temel hedeflerindedir.

Araştırmanın önemi, dezenformasyon türleri ve washing stratejileri konusunda literatürde mevcut olan boşlukların doldurulmasına katkı sağlamasından kaynaklanmaktadır. Literatürde dezenformasyon türleri üzerine çeşitli çalışmalar bulunmakla birlikte, washing stratejilerinin kapsamlı bir şekilde ele alındığı ve dezenformasyon türleri ile ilişkilendirildiği çalışmalar sınırlıdır. Bu çalışma, 16 farklı washing stratejisini dezenformasyon türleri ile ilişkilendirerek sunması nedeniyle literatüre önemli bir katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış ve durum çalışması (örnek olay/vaka çalışması) deseniyle tasarlanmıştır. Araştırma verileri ise içerik analizi tekniği ile incelenmiştir. Araştırmanın verileri, T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi'nin 2024 yılında yayınlamış olduğu ve 807 sayfadan oluşan "Filistin Özel Dezenformasyon Raporu"ndan elde edilmiştir. Bu çalışma, elde edilen bulgular ile İsrail'in Filistin'e karşı yürüttüğü dezenformasyon faaliyetlerini ve bu faaliyetlerde kullandığı stratejileri ortaya koyarak konuya ilişkin literatüre katkı sağlamayı hedeflemektedir. Ayrıca, dezenformasyonla mücadele ve medya okuryazarlığı alanlarında da farkındalık oluşturması ve gelecekte yapılacak bilimsel çalışmalara veri sağlaması açısından önem taşımaktadır.

## 2. Dijital Çağda Dezenformasyon

Küreselleşen dünyada, bilgi akışının hızlanmasıyla birlikte dezenformasyon, toplumların sosyal ve siyasi dinamiklerini derinden etkilemektedir. Dezenformasyon, bilginin kasıtlı olarak yanlış veya yanıltıcı hâle getirilmesiyle karakterize edilen bir fenomendir ve dijital teknolojilerin gelişimiyle birlikte şekil ve kapsam bakımından evrilmiştir. Dezenformasyon, genel olarak yanlış bilgi yayma amacı güden, kasıtlı ve sistematik bir çabadır. Bu terim, doğru bilgiyi kasıtlı olarak çarpıtma veya yanıltıcı bilgiler oluşturma eylemlerini kapsamaktadır (Smith, 2018, s. 45). Dezenformasyon, genellikle siyasi, sosyal veya ekonomik hedeflere ulaşmak için kullanılmakta ve kamuoyunun algısını manipüle etmeyi amaçlamaktadır.

Bilgi, doğrulanabilir ve güvenilir kaynaklardan elde edilen, gerçeği yansıtan verilerdir. Dezenformasyon ise bilginin doğruluğundan bağımsız olarak, belirli bir amaca hizmet etmek üzere yanlış veya yanıltıcı şekilde sunulmasıdır. Bu fark, bilgiye dayalı toplumlarda dezenformasyonun tehlikesini ve zararını arttırmaktadır (Gölbaşı vd., 2022).

Dezenformasyonun temel amacı, bilgi kirliliği yaratarak toplumsal algıları şekillendirmek, yanlış yönlendirmeler yapmak veya belirli bir grubun itibarını zedelemektir. Bu stratejik bilgi manipülasyonları, siyasi propaganda, ekonomik çıkar sağlama veya sosyal kontrol gibi çeşitli amaçlara hizmet etmektedir. Dezenformasyon, yanlış veya yanıltıcı bilgilerin kasıtlı veya kasıtsız olarak yayılması sonucu toplumda bilgi kirliliğine neden olan bir fenomendir (Wardle ve Derakhshan, 2017, s. 10). Dijital medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte dezenformasyonun çeşitli biçimleri ortaya çıkmış ve bu durum, bilgi tüketicilerinin doğru bilgi ile yanıltıcı bilgi arasındaki farkı ayırt etme yeteneklerini zorlamıştır. Wardle ve Derakhshan, dezenformasyonun karmaşık doğasını anlamak ve etkili mücadele stratejileri geliştirmek amacıyla yedi temel dezenformasyon türünü tanımlamıştır (2017, ss. 12-46).

**Bağlamdan Koparma:** Gerçek bir içeriğin, yanıltıcı veya alakasız bağlamla sunulmasıdır. Bu yöntemle, özgün içeriğin anlamı çarpıtılarak izleyicilerin yanlış bir algıya sahip olması sağlanır. Bağlamdan koparma, genellikle eski olayların veya görsellerin güncel olaylarla ilişkilendirilmesi yoluyla gerçekleştirilir. Bu tür dezenformasyon, özellikle sosyal medya platformlarında hızla yayılabilir çünkü paylaşılan içerikler genellikle duygusal tepkiler uyandıracak şekilde tasarlanır. Bir protesto hareketinin tarihi bir fotoğrafla ilişkilendirilerek güncel bir olay olarak sunulması, izleyicilerin mevcut durumu yanlış anlamalarına neden olabilir.

**Çarpıtma:** Doğrulanmış bilgilerin manipülasyonu yoluyla gerçeğin sapıtılmasıdır. Bu, bilgilerin seçici olarak sunulması veya ön yargılı bir şekilde çerçevelenmesiyle gerçekleştirilir. Çarpıtma, bilginin belirli açılardan vurgulanması veya bazı kısımlarının atlanması yoluyla yapılır. Bu yöntem, izleyicilerin konuyu çarpık bir şekilde algılamasına ve yanlış bir yargıya varmasına neden olabilir. Bir ekonomik raporun, olumlu büyüme rakamlarını abartarak sunması ancak olumsuz verileri saklaması, halkın ekonomik durum hakkında yanlış bir izlenim edinmesine yol açabilir.

**Uydurma:** Tamamen gerçek dışı ve kasıtlı olarak oluşturulmuş sahte bilgileri ifade eder. Bu tür dezenformasyon, gerçeği yansıtmayan içeriklerin yaratılması ve yayılması yoluyla gerçekleş-

tirilir. Uydurma içerikler, sahte haberler, dikte edilen anekdotlar veya tamamen hayali olaylar olabilir. Bu tür içerikler, genellikle belirli bir ideolojiyi desteklemek veya kamuoyunu manipüle etmek amacıyla oluşturulur. Hiç gerçekleşmemiş bir doğal afetin haber yapılması ve sosyal medyada yayılması, paniğe ve yanlış bilgilendirmeye yol açabilir.

**Manipülasyon:** Mevcut medyanın -görseller, videolar veya ses kayıtları gibi- değiştirilerek orijinal anlamının çarpıtılmasıdır. Bu, dijital araçlar kullanılarak bilgilerin gerçek dışı bir şekilde düzenlenmesini içerir. Manipülasyon, fotoğraf düzenleme yazılımları veya derin sahtekârlık (deepfake) teknolojileri kullanılarak yapılabilir. Bu yöntem, izleyicilerin doğrulanabilir görseller veya videolar gördüğüne inanmalarına yol açar, bu da medyaya olan güveni zedeler. Politikacıların konuşmalarını içeren videoların düzenlenerek söyledikleri şeylerin tersine çevrilmesi, halkın politikacılar hakkında yanlış bir değerlendirme yapmasına neden olabilir.

**Hatalı İlişkilendirme:** Başlıkların, görsellerin veya altyazıların içerikle uyumsuz bir şekilde sunulmasıdır. Bu tür dezenformasyon, okuyucuların veya izleyicilerin başlık ile içerik arasındaki uyumsuzluğu fark etmeden etkilenmesine neden olur. Hatalı ilişkilendirme, özellikle çevrim içi haber platformlarında sıkça rastlanan bir durumdur. Sansasyonel başlıklar, içerikten bağımsız olarak okuyucuların dikkatini çekmek amacıyla kullanılır, bu da yanlış anlama ve yanıltıcı algılar oluşturur.

**Taklit:** Gerçek kaynakları veya güvenilir kurumları sahte bir şekilde kopyalayarak oluşturulan içerikleri ifade eder. Bu tür dezenformasyon, sahte web siteleri, sosyal medya hesapları veya e-posta adresleri aracılığıyla gerçekleştirilir. Taklit, güvenilir kurumların adını ve imajını kullanarak izleyicilerin güvenini kazanmayı hedefler. Bu yöntem, sahte bilgiye karşı farkındalığın düşük olduğu durumlarda özellikle etkilidir. Gerçek bir haber ajansı adı altında oluşturulan sahte bir web sitesinden yayılan yanlış bilgiler, izleyicilerin bu bilgileri gerçek kabul etmesine yol açabilir.

**Parodi:** Espri, ironi, abartı veya alaycılığı kullanarak toplumsal sorunları eleştiren veya vurgulayan içeriklerdir. Niyetleri aldatıcı olmasa da bağlam dışı veya yanlış anlaşıldığında gerçeğe uygun haberler olarak algılanabilir. Parodik içerikler, genellikle medya okuryazarlığı yüksek olan kitlelere yönelik olsa da geniş kitleler tarafından gerçek haber olarak algılanabilir. Bu durum, özellikle parodinin sınırlarını tanımayan bireylerde yanlış bilgilendirmeye neden olabilir. Hicivsel bir haber platformunun oluşturduğu mizahi haberlerin, ciddi içeriklerle karışması sonucu okuyucuların bu haberleri gerçek olarak algılaması.

Yukarıda bahsi geçen dezenformasyon sınıflandırması, yanlış bilginin dijital ortamda nasıl yayıldığını ve çeşitlendiğini anlamak için kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır. Bu yedi dezenformasyon türünü anlamak, medya okuryazarlığı eğitimleri, doğrulama süreçleri ve eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesi gibi mücadele stratejilerinin oluşturulmasında temel teşkil etmektedir (Wardle ve Derakhshan, 2017, s. 50).

Dijital dönüşüm, bilginin üretim, dağıtım ve tüketim biçimlerini kökten değiştirmiştir. İnternetin yaygınlaşması ve dijital teknolojilerin gelişimi, dezenformasyonun yayılma hızını ve etkisini artırmıştır. Bu noktada özellikle sosyal medya, dezenformasyonun yayılmasında merkezi bir rol oynamaktadır. Facebook, X (Twitter), Instagram ve YouTube gibi platformlar, kullanıcıların hızlı ve geniş çapta bilgi paylaşmasını mümkün kılarak dezenformasyonun hızla yayılmasına olanak tanımaktadır. Ayrıca, sosyal medya algoritmaları, kullanıcıların ilgi alanlarına yönelik içeriklerin öne çıkarılmasını sağladığından, dezenformasyonun hedef kitlelere ulaşmasını kolaylaştırmaktadır.

İnternetin sağladığı anonimlik ise kullanıcıların dezenformasyon yayarken sorumluluk almadan hareket etmelerini mümkün kılmaktadır. Ayrıca, Covid-19 pandemisi gibi küresel kriz dönemlerinde bilgiye olan talebin artması, dezenformasyonun yayılmasını daha da hızlandırmıştır. Pandemi sürecinde sahte haberler ve yanlış bilgiler, halk sağlığı politikalarını ve kamuoyu algısını olumsuz etkilemiştir (Kandır, 2023).

Bununla birlikte yapay zekâ ve otomasyon teknolojilerinin gelişimi de dezenformasyonla mücadeleyi zorlaştırmaktadır. Otomatik olarak oluşturulan içerikler, tespit edilmesi zor hâle gelmiş ve dezenformasyon kampanyalarının



etkisi artmıştır. Yapay zekâ destekli algoritmalar, kullanıcıların ilgi alanlarına uygun dezenformasyon içeriklerini hedefleyerek, daha etkili bilgi kirliliği yaratmaktadır (Kiraz, 2023, ss. 152-161). Nihayetinde ise gerçekleştirilen bu dezenformasyon faaliyetleri/uygulamaları, dijital çağın getirdiği bilgi akış hızının bir sonucu olarak toplumsal ve siyasi yapıları derinden etkilemektedir. Yanlış bilgi yayma taktikleri, halkın bilinçli kararlar almasını engellemekte ve demokratik süreçleri zayıflatmaktadır. Yaşanan bu dijital dönüşüm, dezenformasyonun yayılma hızını artırmış ve yeni teknolojik araçlarla bu tehdidi daha da karmaşık hâle getirmiştir.

### 3. İsrail'in Manipülasyon Stratejisi: Hasbara

Günümüzün küreselleşmiş dünyasında, bilgi savaşları ve kamu diplomasisi stratejileri, uluslararası ilişkilerde belirleyici bir rol oynamaktadır. Özellikle Orta Doğu'nun karmaşık siyasi dinamikleri içinde yer alan İsrail, "Hasbara" olarak adlandırılan geniş kapsamlı kamu diplomasisi faaliyetleriyle uluslararası arenada kendi soykırımcı ve işgalci politikaları ile eylemlerini meşrulaştırma çabalarını sürdürmektedir. Hasbara, temel olarak İsrail'in kendi perspektifini global kamuoyuna aktarma ve eleştirileri dengeleme amacı taşıyan dijitalleşme süreciyle birlikte manipülasyon ve dezenformasyon stratejilerini de içeren daha sofistike yöntemlere dönüşmüştür.

Hasbara, İbranice kökenli bir kelime olup "açıklama" veya "bilgilendirme" anlamına gelmektedir. Hasbara, İsrail'in kuruluşundan bu yana, özellikle savaş dönemlerinde ve uluslararası krizlerde, ülkenin varlığını ve politikalarını meşrulaştırmak amacıyla kullanılan sistematik bir kamu diplomasisi aracı olmuştur (Gilboa, 2006, s. 716). İlk yıllarda Hasbara, geleneksel medya ilişkileri, kültürel değişim programları ve diplomatik girişimler aracılığıyla yürütülmüştür. Ancak, 1990'lı yıllardan itibaren dijital teknolojilerin ve internetin yaygınlaşmasıyla birlikte, Hasbara stratejileri de dijital platformlara kaymış ve yeni iletişim araçlarıyla zenginleşmiştir (Aouragh, 2016, s. 271).

Hasbara, kamu diplomasisi çerçevesinde yürütülen bir stratejidir. Kamu diplomasisi, bir devletin uluslararası kamuoyunu etkilemek amacıyla yürüttüğü iletişim faaliyetlerini kapsamaktadır. İsrail, Hasbara aracılığıyla uluslararası hukuka aykırı politikalarını ve eylemlerini meşrulaştırmak için çeşitli iletişim kanallarını kullanmaktadır. Bu kanallar arasında geleneksel medya, sosyal medya, kültürel etkinlikler ve diplomatik ilişkiler yer almaktadır (Gilboa,

2006, s. 716). Bu doğrultuda Hasbara stratejisi, belirli hedef kitlelere yönelik özelleştirilmiş mesajlar ve kampanyalar oluşturarak etkili bir iletişim sağlamayı amaçlamaktadır. Bu hedef kitleler arasında uluslararası medya, akademik çevreler, genç nesil ve belirli etnik veya dini gruplar bulunmaktadır. Hedef kitle analizi, hangi mesajların hangi kitleler üzerinde daha etkili olacağını belirlemek için kritik bir öneme sahiptir.

### 3.1. Hasbara'nın Manipülasyon Teknikleri

Algı yönetimi, Hasbara'nın en önemli bileşenlerinden birisini oluşturmaktadır. İsrail, sosyal medya ve diğer iletişim kanalları aracılığıyla kendi bakış açısını ön plana çıkararak uluslararası kamuoyunun algısını şekillendirmeye çalışmaktadır. Bu süreçte, belirli olaylar veya durumlar hakkında olumlu bir imaj yaratmak için çeşitli teknikler kullanılmaktadır. Örneğin, askeri saldırılar sırasında İsrail, sivil kayıpları minimize ettiğini iddia eden ve işgalci operasyonlarını meşruiyetini vurgulamak amacıyla sosyal medya üzerinden manipülasyon içeren görsel ve metin paylaşımları yapmaktadır (Aouragh, 2016, s. 272).

Yanlış bilgi yayma, Hasbara'nın manipülasyon stratejilerinin önemli bir parçası olmaktadır. Bu strateji, kasıtlı olarak yanıltıcı veya yanlış bilgilerin paylaşılmasını içermektedir. Örneğin İsrail, askeri operasyonlar sırasında karşı tarafın eylemlerini çarpıtarak, kendi bakış açısını meşrulaştırmaya çalışmaktadır. Bu tür yanlış bilgiler, sosyal medya üzerinden hızla yayılmakta ve kamuoyunun algısını etkilemektedir.

Seçici bilgi sunumu ise gerçeklerin yalnızca belirli kısımlarının paylaşılması veya bağlamından koparılması yoluyla yürütülen bir manipülasyon taktiğidir. Bu strateji, hedef kitlelerin belirli bir bakış açısını benimsemelerini sağlamak amacıyla kullanılmaktadır. Örneğin İsrail, Filistin topraklarındaki insan hakları ihlallerini göz ardı ederek, kendi sözde güvenlik endişelerini ön plana çıkaran içerikler paylaşmaktadır (McQuail, 2010, s. 567).

Dijital manipülasyonun bir diğer aracı da botlar ve trol hesaplar kullanılarak yapılan kampanyalardır. Bu tür hesaplar, sosyal medya platformlarında belirli mesajların yayılmasını hızlandırmak ve kamuoyunu etkilemek için kullanılmaktadır. İsrail, bu tür dijital araçları kullanarak kendi politikalarını destekleyen içeriklerin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır (Bradshaw ve Howard, 2018, s. 30).

Kriz anlarında, dezenformasyon ve manipülasyon stratejileri daha belirgin hâle gelmektedir. İsrail, uluslararası krizler sırasında işgalci bakış açısını hızla yaymak ve rakip görüşleri bastırmak için dijital platformları etkin bir şekilde kullanmaktadır. Bu süreçte sosyal medya üzerinden yayılan yanlış bilgilerin düzeltilmesi ve İsrail'in resmî görüşlerinin ön plana çıkarılması hedeflenmektedir (Tsfati ve Cohen, 2005). Örneğin Gazze'ye yönelik soykırımcı saldırıları sırasında İsrail hükûmeti ve IDF, sosyal medya üzerinden anlık güncellemeler yaparak dünya genelindeki medya kuruluşlarına ve kamuoyuna manipülasyon içeren bilgiler vermiştir.

### 3.2. Dijital Hasbara

Dijital çağ, bilgi akışının hızlandığı, iletişim biçimlerinin değiştiği ve kamu diplomasisi stratejilerinin yeniden şekillendiği bir dönemi temsil etmektedir. Bu bağlamda Hasbara, yani İsrail'in uluslararası alanda kendi işgalci politikalarını ve soykırımcı eylemlerini savunma çabaları dijitalleşme ile birlikte önemli bir dönüşüm geçirmiştir. Hasbara'nın dijitalleşmesi yalnızca iletişim stratejilerinin evrimini değil, aynı zamanda dijital manipülasyon ve dezenformasyon taktiklerinin benimsenmesini de beraberinde getirmiştir. Hasbara, 1948'de İsrail Devleti'nin kurulmasından bu yana özellikle savaş dönemlerinde ve uluslararası krizlerde, ülkenin sözde güvenlik ve işgalci varoluşsal kaygılarını meşrulaştırmak için kullanılmıştır (Gilboa, 2006, s. 716). Geleneksel olarak medya ilişkileri kültürel etkinlikler ve diplomatik çabalar üzerinden yürütülen Hasbara, dijital teknolojilerin ve sosyal medyanın yükselişiyle birlikte önemli bir dönüşüm geçirmiştir.

Dijitalleşme, bilgi üretimi ve dağıtımında devrim niteliğinde değişikliklere yol açmış; devletlerin kamu diplomasisi stratejilerini yeniden şekillendirmelerine neden olmuştur. Bu bağlamda, İsrail'in Hasbara stratejisi de dijital platformların sunduğu yeni imkânlardan faydalanarak daha geniş kitlelere ulaşmayı hedeflemiştir. Bu aşamada özellikle sosyal medya platformları, Hasbara'nın dijitalleşmesinde merkezi bir rol oynamaktadır. Facebook, X (Twitter), Instagram ve YouTube gibi platformlar, İsrail'in manipülatif mesajlarını geniş kitlelere ulaştırmak için etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Bu platformlar, hedef kitlelerle doğrudan etkileşime girme ve mesajları kişiselleştirme imkânı tanımakta; böylece kamuoyunun algısını şekillendirmede kritik bir araç hâline gelmektedir. Örneğin İsrail Savunma Kuvvetleri (IDF), sosyal medya üzerinden yaptığı paylaşımlarla, işgalci askeri saldırılarını

meşrulaştırmaya çalışmakta ve bu operasyonların sözde güvenlik gerekçelerini vurgulamaktadır.

Söz konusu sosyal paylaşım ağlarının yanında bloglar ve bağımsız haber siteleri de Hasbara stratejilerinin bir parçası hâline gelmiştir. İsrail destekçileri ve devlet ajanları, bu platformlarda kendi perspektiflerini yansıtan manipülatif içerikler üreterek alternatif bilgi akışlarını kontrol etmeye çalışmaktadır. Bu durum, geleneksel medya kuruluşlarının ötesinde, bireysel ve topluluk bazlı bilgi kaynaklarının da yönetilmesine olanak tanımaktadır. İsrail'in özellikle dijital ortamda yürüttüğü bu Hasbara stratejisi kamuoyunu yanlış yönde etkilemek ve alguları şekillendirmek amacıyla çeşitli manipülasyon tekniklerini içermektedir. Bu teknikler, dijitalleşmenin getirdiği yeni imkânlarla daha sofistike hâle gelmiş olup hedef kitle üzerinde belirgin etkiler yaratmaktadır.

#### 4. Washing Stratejileri ve Hasbara Entegrasyonu

Kamu diplomasisi, devletlerin uluslararası arenada kendi politikalarını ve vizyonlarını tanıtmak için kullandığı stratejik iletişim faaliyetlerini kapsar (Melissen, 2005, s. 5). İsrail'in Hasbara stratejisi, bu kapsamda önemli bir rol oynamakta olup, çeşitli manipülasyon teknikleri ve "washing" stratejileriyle entegre edilerek uluslararası kamuoyunu etkilemeyi hedeflemektedir (Klein, 2014, s. 12). "Washing" terimi, belirli sosyal veya çevresel konularda olumlu bir imaj yaratma amacıyla kullanılan aklama stratejilerini ifade etmektedir (Delmas ve Burbano, 2011, s. 64).

"Washing" stratejileri, genellikle bir kurumun veya devletin olumsuz alguları bastırmak veya olumlu bir imaj oluşturmak için kullandığı çeşitli teknikleri ifade etmektedir (Friedman, 2007, s. 102). Bu stratejiler, sosyal konulara odaklanarak kamuoyunun dikkatini belirli alanlara çekme ve böylece eleştirileri dengeleme amacı taşımaktadır. Washing kavramı, özellikle kurumsal iletişim ve pazarlama stratejilerinde kuruluşların belirli imajları ve alguları oluşturmak veya iyileştirmek amacıyla gerçekleştirdikleri çeşitli faaliyetleri tanımlamak için kullanılmaktadır (Laufer, 2003, s. 253). Bu tür faaliyetler, kamuoyu önünde görünürde farklı bir duruş sergilemek suretiyle gerçek uygulamalardan bağımsız olarak algıyı yönetmeyi amaçlamaktadır (Carroll, 1999, s. 271). Bu bağlamda kullanılan washing türleri ise şu şekildedir:

**Techwashing:** Kurum ve kuruluşların teknolojik yenilikleri ve gelişmeleri ön plana çıkararak kendilerini ileri teknoloji kullanı-

cısı ve yenilikçi bir imajla konumlandırma stratejisidir (Bennett ve Segerberg, 2011, s. 740). Bu strateji, insanlara kurum ve kuruluşun modern, dinamik ve geleceğe yönelik bir vizyona sahip olduğu izlenimini vermeyi amaçlar. Techwashing, özellikle teknoloji sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlar için yaygın olmakla birlikte diğer sektörlerde de teknolojiyi vurgulayarak rekabet avantajı elde etmek için kullanılabilir.

**Whitewashing:** Bir kuruluşun geçmişteki olumsuz davranışlarını veya hatalarını gizleyerek kamuoyu nezdinde temiz ve etik bir imaj sergileme stratejisidir (Brown ve White, 2010, s. 78). Bu tür yıkama, özellikle kriz yönetimi sürecinde veya skandallar sonrasında kuruluşların itibarlarını korumak amacıyla başvurulan bir taktiktir (Akbar vd., 2020, s. 247).

**Artwashing:** Kuruluşların sanat ve kültür etkinliklerine sponsor olarak veya bu tür projelere doğrudan katılım sağlayarak kendilerini toplumsal açıdan duyarlı ve destekleyici bir imajla sunma stratejisidir (Parker ve Khanyile, 2022, s. 158). Bu yaklaşım, kültürel sermayeyi kullanarak şirketlerin pozitif bir imaj oluşturmalarını ve toplumsal bağlarını güçlendirmesini amaçlamaktadır.

**Greenwashing:** Kuruluşların çevre dostu olduklarına dair yanıltıcı veya abartılı iddialarda bulunarak çevresel sürdürülebilirlik konusunda sorumluluk sahibi izlenimi yaratma stratejisidir (Peattie ve Crane, 2005, s. 357). Bu strateji, gerçek çevresel performansı maskelerken tüketicilere ve paydaşlara olumlu bir çevresel imaj sunmayı amaçlar.

**Bluewashing:** Kuruluşların uluslararası kurumlarla iş birliği yaparak veya bu kuruluşların programlarına destek vererek, kendilerini etik ve sosyal sorumluluk sahibi olarak tanıtmaları stratejisidir (Scherer ve Palazzo, 2011, s. 750). Bu yaklaşım, özellikle Birleşmiş Milletler gibi prestijli kurumlarla ilişkilendirilerek şirketlerin sosyal sorumluluk imajlarını güçlendirmeyi amaçlar.

**Faithwashing:** Ülkelerin, kurumların ve şirketlerin, dini veya manevi değerleri benimseyerek bu değerler aracılığıyla tüketicilerle duygusal bağ kurma stratejisidir. Bu yaklaşım, şirketle-

rin etik duruşlarını vurgulamak ve daha geniş kitlelere ulaşmak amacıyla dini semboller, ritüeller veya söylemler kullanmalarını içermektedir (USCPR, 2024).

**Sportswashing:** Kuruluşların spor etkinliklerine sponsor olarak veya bu tür etkinlikler düzenleyerek, kendilerini sosyal sorumluluk sahibi ve toplumsal duyarlılık taşıyan kuruluşlar olarak konumlandırmaları stratejisidir (Bergkvist ve Skeiseid, 2024, s. 1091). Bu yaklaşım, sporun geniş kitlelere ulaşma gücünden yararlanarak olumlu bir imaj oluşturmayı ve kamuoyu nezdinde markanın algısını iyileştirmeyi amaçlar.

**Wokewashing:** Kuruluşların sosyal adalet, eşitlik ve diğer güncel toplumsal konulara destek verdiklerini göstererek bilinçli ve duyarlı bir imaj sergilemeleri stratejisidir (Klein, 2014, s. 15). Ancak, bu destek genellikle pazarlama amacıyla kullanılır ve şirketler gerçek bir bağlılık göstermeyebilirler.

**Pinkwashing:** Kuruluşların cinsel hakları destekliyormuş gibi davranarak bu desteği pazarlama amaçlı kullanmalarıdır (Blackmer, 2019, s. 171). Gerçek bir bağlılıktan ziyade, sadece belirli tüketici kitlelerini çekmek için gerçekleştirilen bir stratejidir.

**Carewashing:** Kuruluşların sosyal sorumluluk projeleri ve yardım kampanyaları aracılığıyla kendilerini toplumsal sorumluluk sahibi olarak tanıtmalarını ifade etmektedir. Bu strateji, kamuoyunda olumlu bir imaj oluşturmayı amaçlar (Chatzidakis ve Littler, 2022).

**Localwashing:** Kuruluşların yerel topluluklara destek veriyormuş gibi göstererek yerel halk nezdinde olumlu bir imaj yaratmalarıdır (Kumar ve Pande, 2017, s. 1114). Bu strateji, yerel bağlantıları ve kimliği vurgulayarak toplumsal entegrasyonu hedefler.

**Causewashing:** Kuruluşların toplumsal veya çevresel nedenlere destek veriyormuş gibi göstererek bu destekleriyle olumlu bir imaj yaratmalarıdır. Bu strateji, kuruluşun belirli bir nedeni ön plana çıkararak tüketici desteğini artırmayı amaçlar (Singh vd., 2022).

**Crisiswashing:** Kuruluşların bir kriz durumundan veya olumsuz olaydan sonra kendilerini yeniden konumlandırarak kriz sonrası imajlarını iyileştirmeyi hedeflemeleridir. Bu strateji, kriz yönetimi sürecinde olumlu bir algı oluşturmayı amaçlar (Wardhaugh, 2022).

**Healthwashing:** Kuruluşların sağlıkla ilgili ürün veya hizmetler sunduğunu iddia ederek sağlık bilincine yönelik pazarlama stratejileri uygulamalarıdır. Bu tür yıkama, tüketicilere sağlık açısından faydalı oldukları izlenimini verir (Ares vd., 2023).

**Socialwashing:** Kuruluşların sosyal sorumluluk projeleri ve sosyal fayda sağlayan faaliyetlerle, toplumsal sorumluluk sahibi bir imaj sergilemeleridir. Bu strateji, sosyal faydaya odaklanarak kamuoyunda olumlu bir algı oluşturmayı amaçlar (Rizzi, 2020).

**Culturalwashing:** Kuruluşların farklı kültürleri destekliyormuş gibi göstererek kültürel çeşitliliği ve kapsayıcılığı vurgulamalarını ifade eder. Bu strateji, kültürel duyarlılığı ön plana çıkararak geniş kitlelere ulaşmayı hedefler (Schmidt, 2024).

İsrail'in Filistin'e yönelik soykırımcı saldırıları, uluslararası alanda yoğun bir şekilde tartışılan ve eleştirilen bir konu olarak gündemde yer almaktadır (Pappe, 2006, s. 3). İsrail, bu bağlamda yürüttüğü askeri saldırıları ve işgalci yerleşim politikalarını meşrulaştırmak için washing stratejilerini kullanmaktadır (Chomsky, 2000, s. 112). Öyle ki İsrail'in askeri operasyonları genellikle sözde terörle mücadele çabaları olarak sunulurken bu operasyonların sivil halk üzerindeki etkileri göz ardı edilmektedir (Finkelstein, 2003, s. 78). Bu tür stratejiler, İsrail'in uluslararası alanda işlediği insanlık suçlarına karşı olumlu bir imaj oluşturmasını sağlamaktadır. Bu stratejiler aynı zamanda çatışmanın kökenlerini ve taraflar arasındaki güç dengesizliğini göz ardı ederek çatışmanın çözümüne yönelik çabaları zayıflatmaktadır (Lynch, 2013, s. 15). Washing stratejileri bu bağlamda, Filistin halkına yapılan işgalci saldırıları ve yaşanan katliamı basitleştirerek uluslararası kamuoyunun dikkatini başka yöne çekmektedir (Finkelstein, 2003, s. 78).

Hasbara'nın washing stratejileri, medya manipülasyonu ve propaganda yoluyla da gerçekleştirilmektedir. İsrail, uluslararası medyada kendi işgalci bakış açısını ve politikalarını destekleyen haberlerin öne çıkmasını sağlamak

için çeşitli medya stratejileri kullanmaktadır. Bu stratejiler, İsrail'in soykırımcı ve işgalci politikalarını eleştiren haberlerin etkisini azaltmak ve kamuoyunun dikkatini başka yöne çekmek amacıyla kullanılmaktadır (Jowett ve O'Donnell, 2018, s. 72). Medya manipülasyonu, genellikle belirli olayların veya politikaların olumlu yönlerini vurgulamak ve olumsuz yönlerini gizlemek yoluyla gerçekleştirilmektedir (Klein, 2014, s. 12). Bu durum, İsrail'in uluslararası alanda daha bir imaj yaratmasına yardımcı olurken dezenformasyonun yayılmasına ve kamuoyunun yanıltılmasına da yol açmaktadır (Chomsky, 2000, s. 112).

Hasbara'nın washing stratejileri, İsrail'in uluslararası alanda eleştirilen işgalci ve saldırgan politikalarını ve eylemlerini meşrulaştırmak için etkili bir araç olarak kullanılmaktadır (Friedman, 2007, s. 102). Bu stratejiler, Filistin halkına karşı işgalci ve soykırımcı bir politika izleyen İsrail'in uluslararası imajını gizlemek ve manipüle etmek amacıyla medya manipülasyonu, propaganda, eğitim ve kültürel diplomasi yoluyla gerçekleştirilmektedir.

## 5. Araştırmanın Metodolojisi

### 5.1. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Soruları

Araştırmada, İsrail'in Filistin'e yönelik saldırıları ekseninde İsrail'in yaptığı haberlerle ve paylaştığı içeriklerle Filistin'e karşı nasıl ve hangi tür dezenformasyon ürettiğini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bununla birlikte, İsrail'in dezenformasyon içeren haberleri ve içerikleri paylaşarak kendisini aklamak ve gerçeği manipüle etmek için hangi washing stratejilerini kullandığını tespit etmek de amaçlanmıştır. Araştırma, İsrail tarafından dolaşıma sokulan haber ve içeriklerin hangi dezenformasyon türünü içerdiğini ve bu haber ve içeriklerin hangi washing stratejisi ile kurgulandığını tespit edecek ve yapılacak diğer bilimsel çalışmalara veri oluşturacak olması hasebiyle önem arz etmektedir. Dezenformasyon türleri hakkında literatürde kaynaklar yer almaktadır ancak washing stratejileri hakkında literatürde yeterli ve kapsayıcı bir yayın bulunmamaktadır. Bu çalışmanın, 16 washing stratejisinin dezenformasyon türleri ile ilişkilendirilip sunulması vasıtasıyla literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmanın amacı doğrultusunda yanıt aranan sorular aşağıda belirtilmiştir:

**AS1:** İsrail, Filistin'e yönelik işgalci saldırıları ekseninde paylaştığı haber ve içeriklerde hangi dezenformasyon türlerini kullanmaktadır?



**AS2:** İsrail, Filistin'e yönelik işgalci saldırıları ekseninde paylaştığı haber ve içeriklerde hangi washing stratejilerini kullanmaktadır?

## 5.2. Araştırmanın Yöntemi ve Deseni

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırma, durum çalışması (örnek olay/vaka çalışması) desenine göre tasarlanmıştır. Durum çalışması, bir ya da birkaç durumun, olayın, olgunun gerçek yaşam bağlamı içerisinde bütüncül şekilde derinlemesine araştırıldığı bir nitel araştırma desendir. Durum çalışması, vaka çalışması ya da örnek olay çalışması şeklinde de literatürde yer almaktadır (McMillan, 1996; McMillan ve Schumacher, 2010).

Durum çalışması diğer bir adıyla örnek olay çalışması tasarımları farklı araştırma yaklaşımlarının bir arada kullanılmasına olanak sağlamaktadır. Bunun yanında durum çalışması, çok yönlü olarak veri toplamayı destekleyerek neden sonuç ilişkilerinin daha derinlemesine açıklanmasına imkân sağlamaktadır. Bu sayede, bir olguyu "Ne, neden, nasıl?" sorularına yanıt vermeyi amaçlayan geniş açıdan ele alarak araştırmacının bağ içinde karmaşık sorunları keşfetmelerine, açıklamalarına, tanımlamalarına, değerlendirmelerine ve kavramsallaştırmalarına yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda örnek olay çalışmaları, özellikle sosyal bilimler, eğitim, iletişim, sağlık, hukuk, yönetim ve işletme gibi alanlarda derinlemesine bilgi edinmeyi sağlayan bir yaklaşım olarak benimsemiştir (İplikçi ve Gülay, 2023, ss. 224-225).

## 5.3. Veri Toplama ve Analiz

Araştırmanın verileri, T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi'nin 2024 yılında yayınlamış olduğu rapordan elde edilmiştir. İsrail'in Filistin'e yönelik yaptığı saldırılar sürecinde yürütülen ulusal ve uluslararası dezenformasyon kampanyalarına karşı hazırlanan Filistin özel dezenformasyon raporu, 807 sayfadan oluşmaktadır. Raporda bulunan 160 habere Türkçe ve İngilizce olarak yer verilmiştir. Raporda yer alan 160 haberden, İsrail'in Filistin'e karşı ürettiği dezenformasyon içeren 155 haber araştırmaya dâhil edilmiştir. 5 haber ise Filistin ile ilgili olmadığı için incelenmemiştir. Araştırma verileri, içerik analizi tekniği ile incelenmiştir.

Kodlama çizelgesi hazırlanırken Wardle ve Derakhshan'ın (2017, s. 17) oluşturduğu yanlış bilgi ve dezenformasyon sınıflandırmasından yararlanılmıştır. Wardle ve Derakhshan yanlış bilgi ve dezenformasyonu, çarpıtma, uydurma, hiciv veya parodi, hatalı ilişkilendirme, bağlamdan koparma, manipülasyon ve taklit olmak üzere 7 tür olarak ele almıştır. Bununla birlikte literatürde yer alan 16 washing stratejisi de (Techwashing, Whitewashing, Artwashing, Greenwashing, Bluewashing, Faithwashing, Sportswashing, Wokewashing, Pinkwashing, Carewashing, Localwashing, Causewashing, Crisiswashing, Healthwashing, Socialwashing, Culturalwashing) kodlama çizelgesine dâhil edilmiştir. Bu minvalde hazırlanan kodlama süreci üç aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada kodlama çizelgesinde yer alacak kavramlar ve temalar belirlenmiştir. İkinci aşamada ise iki araştırmacı rapordan elde edilen bilgileri temaların altına toplamıştır. Üçüncü aşamada ise kodlamanın geçerlilik ve güvenilirliği için iki araştırmacı birbirlerinden bağımsız olarak raporda yer alan içerikleri analiz etmiştir. Devamında iki araştırmacı yaptıkları analizler hakkında tartışmışlardır. Ek olarak kodlamanın geçerliliğini sağlamak adına dezenformasyon alanında çalışan bir öğretim üyesinden temaları ve yapılan analizleri incelemesi istenmiştir. İnceleme neticesinde verilerin tutarlı olduğu sonucuna varılmıştır. Kodlamalar ve frekans analizleri yapılırken Microsoft excel programından yararlanılmıştır.

#### 5.4. Bulgular

Araştırmada, İsrail'in Filistin'e yönelik saldırıları sürecinde yürütülen ulusal ve uluslararası dezenformasyon kampanyalarına karşı hazırlanan Filistin özel dezenformasyon raporunda yer alan 155 haber ve içerik incelenmiştir. Haberler 8 kategoride (medya türü, haber içeriğinin türü, habere konu olan Filistinliler, haber kaynağı, Filistinlilerin temsili, kullanılan dil, dezenformasyon türü, washing türü) ele alınmış ve hem biçimsel hem de içeriksel inceleme yapılmıştır.

Araştırmadan elde edilen veriler incelendiğinde, raporda yer alan ve içerisinde dezenformasyon bulunan haberlerin ve içeriklerin çok büyük oranda internet (%82,6) aracılığıyla üretilip dolaşıma sokulduğu görülmektedir. Bunun yanında dezenformasyon içeren haberler, radyo ve dergi (0,6) aracılığıyla oldukça az yayınlanmıştır (Tablo 1).

Medya Türü	N	%
Televizyon	15	9,7
İnternet	128	82,6
Gazete	10	6,5
Dergi	1	0,6
Radyo	1	0,6
Diğer	0	0
<b>Toplam</b>	<b>155</b>	<b>%100</b>

**Tablo 1.** Dezenformasyonun Yayınlandığı Medya

Bununla birlikte dezenformasyon içeren haberlerin biçimi incelendiğinde, haberlerin en fazla video (43,9) ve yazı içerikli fotoğraf (41,3) şeklinde yayınlandığı görülmektedir. Metnin (%7,7), fotoğrafın (%6,5) ve sesin (%0,6) tek başına verildiği haber ve paylaşımların sayısı az olmaktadır (Tablo 2).

Haber Biçimi	N	%
Fotoğraf	10	6,5
Yazı İçerikli Fotoğraf	64	41,3
Metin	12	7,7
Video	68	43,9
Ses	1	0,6
Diğer	0	0
<b>Toplam</b>	<b>155</b>	<b>%100</b>

**Tablo 2.** Dezenformasyon İçeren Haberin Biçimi

Araştırma verilerine göre, dezenformasyon içeren haber ve içeriklerde Filistinlilerin içerisinde habere en fazla konu olanlar gruplar (39,4) olmuştur. Ayrıca haber ve içeriklerde Filistinliler topyekûn toplum (25,3) olarak konu edinmiştir. Ailelere (1,3), yaşlılara (0,6) ve çocuklara (8,4), dezenformasyon içeren haber ve içeriklerde çok az yer verilmiştir (Tablo 3).

Habere Konu Olan Filistinliler	N	%
Erkek	19	12,2
Kadın	19	12,2
Çocuk	13	8,4
Yaşlı	1	0,6
Aile	2	1,3
Grup	61	39,4
Toplum	39	25,3
Diğer	1	0,6
<b>Toplam</b>	<b>155</b>	<b>%100</b>

**Tablo 3.** Dezenformasyon İçeren Habere Konu Olan Filistinliler

Dezenformasyon içeren haber ve içeriklerin hangi kaynaktan paylaşıldığına bakıldığında ise haber ve içeriklerin büyük oranda gayriresmî (%70,3) kaynaklardan üretildiği ve dolaşıma sokulduğu görülmektedir. Bununla birlikte dezenformasyon içeren her 3 haberden birisi de resmi kaynaklardan paylaşılmaktadır (Tablo 4).

Haber Kaynağı	N	%
Resmî	46	29,7
Gayriresmî	109	70,3
<b>Toplam</b>	<b>155</b>	<b>%100</b>

**Tablo 4.** Dezenformasyon İçeren Haberin Kaynağı

Araştırma verilerinde Filistinlilerin dezenformasyon içeren haber ve içeriklerde nasıl temsil edildiği incelendiğinde, manipülatör (%27,8), suçlu (%17,4), saldırgan (%17,4), tehdit (%14,2) ve pasif/güçsüz (%11,6) unsurları öne çıkmaktadır. Bunun aksine Filistinler haberlerde ve içeriklerde çok az oranda mağdur (%3,2) ve yoksul/muhtaç (%5,2) olarak temsil edilmiştir (Tablo 5).

Filistinlilerin Temsili	N	%
Suçlu	27	17,4
Tehdit	22	14,2
Mağdur	5	3,2
Yoksul/Muhtaç	8	5,2
Manipülatör	43	27,8
Saldırgan	27	17,4
Pasif, Gücsüz	18	11,6
Diğer	5	3,2
<b>Toplam</b>	<b>155</b>	<b>%100</b>

**Tablo 5.** Dezenformasyon İçeren Haberde Filistinlilerin Temsili

Dezenformasyon içeren haber ve içeriklerde Filistinlilere karşı nasıl bir dil kullanıldığına bakıldığında, haberlerin neredeyse yarısına yakınında suçlayıcı (%46,5) bir dil kullanıldığı görülmektedir. Tehditkâr/öfkeli (%11,6), memnuniyetsiz (%12,9), şüpheli (%14,2) dil ise birbirine yakın oranlarda kullanılmıştır (Tablo 6).

Filistinlilere Karşı Kullanılan Dil	N	%
Tehditkâr, Öfkeli	18	11,6
Memnuniyetsiz	20	12,9
Şüpheli	22	14,2
Suçlayıcı	72	46,5
Nötr	23	14,8
<b>Toplam</b>	<b>155</b>	<b>%100</b>

**Tablo 6.** Dezenformasyon İçeren Haberde Filistinlilere Karşı Kullanılan Dil

Araştırma verileri incelendiğinde, haber ve içeriklerde kullanılan dezenformasyon türleri arasında bağlamdan koparma (%14,8), çarpıtma (%15,5), uydurma (%23,9), manipülasyon (%22,6) ve hatalı ilişkilendirme (%21,3) birbirine yakın oranlarda kullanılmıştır. Ancak dezenformasyon içeren haber

ve içeriklerde taklit (%1,3) ve hiciv veya parodi (%0,6) unsuru yok denecek kadar az kullanılmıştır (Tablo 7).

Dezenformasyon Türleri	N	%
Bağlamdan Koparma	23	14,8
Çarpıtma	24	15,5
Uydurma	37	23,9
Manipülasyon	35	22,6
Hatalı İlişkilendirme	33	21,3
Taklit	2	1,3
Hiciv veya Parodi	1	0,6
<b>Toplam</b>	<b>155</b>	<b>%100</b>

Tablo 7. Dezenformasyon Türleri

Dezenformasyon içeren haber ve içeriklerde hangi tür washing stratejisinin kullanıldığına bakıldığında ise, en fazla whitewashing (%21,4) stratejisinin kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca bluewashing (%11,0), carewashing (%11,0) ve crisiswashing (%10,3) stratejileri de yoğun olarak dezenformasyon içeren haberlerde kullanılmıştır. Greenwashing (%0,6) ve sportswashing (%0,6) ise en az kullanılan washing stratejileri olmaktadır (Tablo 8).

Washing Türleri	N	%
Techwashing	5	3,2
Whitewashing	33	21,4
Artwashing	4	2,6
Greenwashing	1	0,6
Bluewashing	17	11,0
Faithwashing	4	2,6
Sportswashing	1	0,6
Wokewashing	4	2,6

Pinkwashing	14	9,0
Carewashing	17	11,0
Localwashing	9	5,8
Causewashing	12	7,7
Crisiswashing	16	10,3
Healthwashing	9	5,8
Socialwashing	5	3,2
Culturalwashing	4	2,6
<b>Toplam</b>	<b>155</b>	<b>%100</b>

Tablo 8. Haberde Yer Alan Washing Türleri

### 5.5. Tartışma

İsrail'in Filistin'e yönelik soykırımcı saldırıları ve işgalci tutumları ekseninde İsrail'in yaptığı haberlerle Filistin'e karşı nasıl ve hangi tür dezenformasyon ürettiğini ortaya çıkarmak amacıyla yapılan araştırmada, dezenformasyon içerikli haberlerin çok büyük oranda internet vasıtasıyla üretilip dolaşıma sokulduğu tespit edilmiştir. Özellikle söz konusu dezenformasyon içerikli haberler çoğunlukla sosyal paylaşım ağları vasıtası ile paylaşılmıştır. Koçyiğit ve Koçyiğit'in (2024, s. 155) İsrail'in Filistin'e yönelik işgalci saldırıları özelinde yaptığı çalışmada da İsrail tarafından gerek sosyal medyada gerekse de geleneksel medyada çok büyük oranda dezenformasyon içeren haber üretildiği ortaya çıkarılmıştır.

Araştırmada dezenformasyon içeren haberlerin biçim olarak nasıl oluşturulduğuna bakıldığında, haberlerin en fazla video ve yazı içerikli fotoğraf şeklinde paylaşıldığı tespit edilmiştir. Aydın'ın (2024) çalışmasında da İsrail'in Filistin'e yönelik işgalci saldırıları ekseninde sosyal medyada paylaşılan haberlerin ve içeriklerin en fazla video ve yazı içerikli fotoğraf şeklinde paylaşıldığı ortaya konulmuştur.

İsrail tarafından Filistin'e yönelik işgalci saldırıları ekseninde yapılan dezenformasyon içerikli haberlerde Filistinlilere en fazla grup ya da topyekûn toplum olarak yer verilmiştir. İsrail yaptığı ve paylaştığı dezenformasyon içerikli haberlerde, Filistinli ailelere, yaşlılara ve çocuklara çok az yer vermiş-

İsrail, Filistin'e yönelik işgalci saldırılarında hayatını kaybeden Filistinlilerin yarısından fazlasının kadın çocuk ve yaşlı olması hususunu gizlemek ve manipüle etmek için haberleri bu şekilde tasarlamıştır. İsrail söz konusu bu dezenformasyon içeren haberleri büyük oranda gayriresmî kaynaklar vasıtasıyla paylaşmıştır. Bununla birlikte dezenformasyon içeren her 3 haberden birisi de İsrail'in resmî kaynakları tarafından paylaşılmıştır. Gölcü ve Karadeniz'e (2024, s. 218) göre, İsrail, Gazze'ye giriş ve çıkışı yasaklayarak yaşananlar hakkında bilgi alınmasını ve yaşananların dünyaya duyurulmasını engellemektedir. İsrail, savaş hakkında bilgi alınmasının önüne geçmek için Gazze'deki enerji kaynaklarını ve internet altyapısını yok etmektedir. Devamında, gazetecilere saldırmakta, onları öldürmekte ve uluslararası basının haber alma ve yayınlama imkânını imkânsız kılmaktadır. Böylece İsrail, Gazze'den bilgi akışını engelleyerek kendisini meşru bilgi kaynağı konumuna yerleştirmek istemektedir.

Araştırmada, İsrail tarafından Filistinlilerin dezenformasyon içeren haberlerde nasıl sunulduğu da incelenmiştir. Filistinliler haberlerde çoğunlukla manipülatör, suçlu, saldırgan, tehdit ve pasif/güçsüz olarak gösterilmiştir. Gölcü ve Karadeniz de (2024, s. 218) araştırmasında İsrail yönetimi hem Hamas'ı hem de Filistinlileri terörizmle ilişkilendirmektedir. Buradan yola çıkarak da Filistin'deki hastane, ibadethane, okul, yerleşim yerleri gibi alanlara düzenlediği saldırıları meşrulaştırmaya çalışmaktadır. İsrail bu eylemlerin sonrasında sosyal medya ve geleneksel medyada üretmiş olduğu dezenformasyon içerikli haberde ve içeriklerde Filistinlileri ve Haması, suçlu ve tehdit olarak ifade etmektedir. Buna paralel olarak da İsrail, bu dezenformasyon içerikli haberlerde Filistinlilere karşı çok büyük oranda suçlayıcı bir dil kullanmaktadır. Ayrıca, haberlerde Filistinlilere karşı tehditkâr, öfkeli, memnuniyetsiz ve şüpheli bir söylem gerçekleştirilmektedir.

İsrail'in Filistin'e yönelik saldırıları ekseninde yapılan araştırmada, incelenen dezenformasyon içerikli haberlerde en fazla uydurma, hatalı ilişkilendirme ve manipülasyon türlerinde, en az ise taklit ve parodi türünde yanlış haber yapıldığı ortaya çıkarılmıştır. Aydın'ın (2023, s. 2621) sosyal medya ve yanlış haber üzerine yaptığı araştırmada da en fazla uydurma ve hatalı ilişkilendirme türünde en az ise parodi ve taklit türünde yanlış haber yapıldığı sonucuna varılmıştır. Topçu ve Çaycı (2022, s. 181) tarafından sosyal medyada yer alan dezenformasyon içerikli haberler konulu araştırmada da en fazla uydur-



ma ve hatalı ilişkilendirme türünde yanlış haber yapıldığı tespit edilmiştir. Konuya farklı bir açıdan bakıldığında ise uydurma haberlerin sosyal medyada ne sıklıkla paylaşıldığı anlaşılabilir. Öyle ki Barthel ve arkadaşlarının (2023) yaptığı araştırmada, neredeyse her dört ABD'li yetişkinden birinin bilerek veya bilmeyerek uydurma bir haberi paylaştığı ortaya çıkarılmıştır. Bu yönüyle söz konusu araştırmalardan elde edilen sonuçlar, araştırmanın yanlış haber (dezenformasyon içeren haber) kategorisindeki sonuçlarıyla örtüşmektedir.

Araştırmada dezenformasyon içeren haberlerde hangi tür washing stratejisinin kullanıldığına bakıldığında ise İsrail'in Filistin'e yönelik saldırıları ekseninde İsrail tarafından en fazla whitewashing, carewashing ve bluewashing stratejisinin en az ise greenwashing ve sportswashing stratejisinin gerçekleştirildiği görülmektedir. Fleischmann'a (2024) göre de İsrail gerçekleştirdiği işgalin suçlarını örtmek, hedef şaşırtmak ve kendisini haklı çıkarmak için whitewashing stratejisinden yoğun olarak yararlanmaktadır. Tıpkı ABD'nin Afganistan'daki kadınları özgürleştirmek iddiasıyla işgali meşrulaştırmaya çalıştığı gibi İsrail de whitewashing ve dezenformasyon stratejileri ile neokolonializm faaliyetleri gerçekleştirerek Filistin'in işgalini meşrulaştırmaya çalışmaktadır.

Carewashing de İsrail tarafından whitewashingden sonra en fazla kullanılan strateji olarak öne çıkmaktadır. Frosh ve Georgiou (2022) carewashing ile haber konusuna odaklanan çalışmasında, carewashing stratejisinin hem politik hem de ekonomik boyutu olan bir strateji olduğunu savunmaktadır. Gramsci terimleriyle carewashing 'pasif bir devrim'i yansıtmaktadır. Söz konusu whitewashing ve carewashingin aksine greenwashing İsrail'in, Filistin'e yönelik işgalci saldırıları sürecinde tercih etmediği bir strateji olarak görünmektedir. Oppong-Tawiah ve Webster'in (2023, s. 5) greenwashing üzerine yaptığı araştırmada, hükümetler ya da devletlerden ziyade şirketlerin, çevre dostu ürünler, politikalar ve uygulamalar illüzyonuyla dezenformasyon içerikli haberler ürettiklerini ve greenwashing stratejisini uyguladıklarını ileri sürmektedir.

## 6. Sonuç

Araştırmada, İsrail'in Filistin'e karşı yürüttüğü dezenformasyon faaliyetlerinin Hasbara stratejileriyle büyük ölçüde örtüştüğü görülmektedir. İsrail tara-

findan üretilen dezenformasyon içeriklerinin büyük çoğunluğunun internet aracılığıyla özellikle sosyal medya platformları üzerinden dolaşıma sokulduğu tespit edilmiştir. Bu durum, Hasbara'nın dijitalleşmesi ve dijital platformların etkili bir şekilde kullanılarak uluslararası kamuoyunun algısının şekillendirilmeye çalışıldığını göstermektedir.

Dezenformasyon içeren haberlerin biçimsel analizinde, en fazla video ve yazı içerikli fotoğraf formatlarının kullanıldığı görülmüştür. Görsel ve işitsel öğelerin yoğun kullanımı, mesajların daha hızlı ve etkili bir şekilde yayılmasını sağlamaktadır. Bu strateji, Hasbara'nın manipülasyon teknikleri arasında yer alan algı yönetimi ve yanlış bilgi yayma taktikleriyle uyum göstermektedir.

İsrail'in dezenformasyon içeriklerinde Filistinlileri genellikle grup veya topluluk olarak hedef aldığı ve bireysel hikâyelere yer vermediği tespit edilmiştir. Filistinliler, bu içeriklerde sıklıkla manipülatör, suçlu, saldırgan, tehdit unsuru ve pasif/güçsüz olarak temsil edilmiştir. Bu temsil biçimi, Hasbara'nın hedef kitlelerin algısını şekillendirme ve Filistinlileri olumsuz bir imajla sunma çabalarının bir yansımasıdır. Böylece, İsrail kendi işgalci ve soykırımcı politikalarını meşrulaştırmak ve uluslararası desteği artırmak için Filistinlileri negatif bir çerçeve içinde sunmaktadır.

Dezenformasyon içeriklerinde kullanılan dil analiz edildiğinde, İsrail'in büyük oranda suçlayıcı, tehditkâr, öfkeli ve şüpheli bir dil kullandığı görülmüştür. Bu dil kullanımı, hedef kitlede duygusal tepkiler uyandırarak Filistinlilere yönelik olumsuz tutumlar geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu strateji de Hasbara'nın manipülasyon teknikleri ve kamu diplomasisi faaliyetleriyle örtüşmektedir.

Araştırmanın önemli bulgularından biri de İsrail'in dezenformasyon stratejilerinde en sık kullandığı dezenformasyon türleridir. Uydurma, manipülasyon ve hatalı ilişkilendirme türleri en fazla kullanılan dezenformasyon biçimleri olarak öne çıkmıştır. Bu türler, gerçek bilgilerin çarpıtılması veya tamamen yanıltıcı içeriklerin üretilmesi yoluyla kamuoyunun yanlış bilgilendirilmesine neden olmaktadır. Bu durum, Hasbara'nın yanlış bilgi yayma ve seçici bilgi sunumu tekniklerini yansıtmaktadır.

Washing stratejileri açısından incelendiğinde, İsrail'in en fazla whitewashing, bluewashing, carewashing ve crisiswashing stratejilerini kullandığı tespit edilmiştir. Whitewashing, olumsuz eylemlerin üzerini örtmek ve olumlu

bir imaj yaratmak için kullanılırken, bluewashing uluslararası kuruluşlarla iş birliği yaparak etik ve sorumlu bir imaj sergilemeyi amaçlamaktadır. Carewashing stratejisi ile İsrail, insani yardım ve sosyal sorumluluk faaliyetleri üzerinden kendi eylemlerini meşrulaştırmaya çalışmaktadır. Crisiswashing ise kriz durumlarını fırsata çevirerek imajını iyileştirmeyi hedeflemektedir. Bu stratejilerin kullanımı, Hasbara'nın manipülasyon tekniklerini ve algı yönetimi çabalarını desteklemektedir.

Hasbara faaliyetleri, İsrail'in uluslararası alanda yürüttüğü kamu diplomasisi ve propaganda stratejilerinin bir parçası olarak dezenformasyon ve washing stratejileriyle entegre bir şekilde uygulanmaktadır. Araştırma bulguları, Hasbara'nın dijital platformlar aracılığıyla etkisini artırdığını ve dezenformasyonun yayılmasında önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Özellikle sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıyla, Hasbara faaliyetleri daha geniş kitlelere ulaşarak uluslararası kamuoyunu etkileme potansiyelini artırmıştır. Botlar ise belirli hashtag'leri trend hâline getirerek İsrail'in işgalci bakış açısını destekleyen içeriklerin daha görünür olmasını sağlamaktadır.

Araştırma bulguları İsrail'in Filistin'e karşı yürüttüğü dezenformasyon faaliyetlerinin, Hasbara stratejileriyle entegre bir şekilde gerçekleştirildiğini göstermektedir. Dezenformasyon türleri ve washing stratejilerinin birlikte kullanılması, İsrail'in uluslararası kamuoyunu etkileme, kendi işgalci ve soykırımcı politikalarını meşrulaştırma ve Filistinlilere yönelik olumsuz algılar oluşturma çabalarının bir göstergesidir. Hasbara faaliyetleri, dijital platformların etkin kullanımıyla güçlendirilmiş ve manipülasyon teknikleriyle desteklenmiştir.

Bu durum, dezenformasyonla mücadelenin ve medya okuryazarlığının önemini bir kez daha ortaya koymaktadır. Medya kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve bireylerin, Hasbara gibi sofistike manipülasyon stratejilerine karşı bilinçli olmaları ve doğru bilgiye erişim için çaba göstermeleri gerekmektedir. Ayrıca, bu tür manipülasyonları tespit edebilecek ve kamuoyunu bilinçlendirebilecek mekanizmaların geliştirilmesi önem taşımaktadır.

Araştırmanın literatüre katkısı, 16 farklı washing stratejisini dezenformasyon türleriyle ilişkilendirerek Hasbara faaliyetlerinin analizine yeni bir perspektif kazandırmasıdır. Gelecekte yapılacak araştırmalar için bir referans noktası oluşturan bu çalışma, dezenformasyon ve manipülasyon stratejilerinin daha iyi anlaşılmasına ve etkili mücadele yöntemlerinin geliştirilmesine yardımcı olacaktır.

Sonuç itibarıyla, dijital çağda dezenformasyonun yayılma hızının ve etkisinin arttığı bir dönemde, bu tür stratejik manipülasyonlara karşı bilinçli olmak ve doğru bilgiye erişim yollarını güçlendirmek hayati öneme sahip olmaktadır. Araştırma, medya kuruluşlarının, politika yapımcıların ve bireylerin dezenformasyonla mücadele konusunda daha etkin rol almaları gerektiğini göstermektedir.

### Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarları herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

### Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar Makaleye % 50 (1. Yazar), % 50 (2. Yazar) oranında katkı sağlamış olduklarını beyan ederler.

### Kaynakça

- Akbar, N., Sanjaya, A. A., Febriansyah, M. R., & Saputra, R. T. (2020). The role of public relations in crisis management in the social media era. *International Journal of Global Community*, 3 (3), 247-259.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), 211-236.
- Aouragh, M. (2016). Hasbara 2.0: Israel's public diplomacy in the digital age. *Middle East Critique*, 25 (3), 271-297.
- Ares, G., Natero, V., Gugliucci, V., Machin, V., Alcaire, F., Leon, C. & Otterbring, T. (2023). Health-Washing of ultraprocessed products on Instagram: Prevalence and strategies in an emerging market. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 55 (11), 815-822.
- Aydın, A. F. (2023). Sosyal medyada dezenformasyon ve manipülasyon: 2023 Kahramanmaraş Depremi örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 12 (5), 2603-2624.
- Aydın, A. F. (2024). Sosyal medyada propaganda ve algı yönetimi: İsrail-Filistin Savaşı örneği. *Ombudsman Akademik*, 2, 65-99.
- Barthel, M., Mitchell, A. & Holcomb, J. (2016). Many americans believe fake news is sowing confusion. *Pew Research Center's Journalism Project*.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2011). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 16 (1), 739-770.
- Bergkvist, L., & Skeiseid, H. (2024). Sportswashing: exploiting sports to clean the dirty laundry. *International Journal of Advertising*, 43 (6), 1091-1109.
- Blackmer, C. E. (2019). Pinkwashing. *Israel Studies*, 24 (2), 171-181.

- Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2018). Challenging truth and trust: A global inventory of organized social media manipulation. Oxford Internet Institute.
- Brown, K. A., & White, C. L. (2010). Organization–public relationships and crisis response strategies: Impact on attribution of responsibility. *Journal of Public Relations Research*, 23 (1), 75-92.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38 (3), 268-295.
- Chatzidakis, A., & Littler, J. (2022). An anatomy of carewashing: Corporate branding and the commodification of care during Covid-19. *International Journal of Cultural Studies*, 25 (3-4), 268-286.
- Chomsky, N. (2000). *The new military humanism: Lessons from Kosovo*. Pluto Press.
- Chomsky, N., & Pappé, I. (2016). Filistin üzerine konuşmalar. İnkılap Yayınevi.
- Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 54 (1), 64-87.
- Finkelstein, N. (2003). *Image and reality of the Israel-Palestine Conflict*. Verso.
- Fleischmann, A. (2024). Stripping away the paint: Mythology, whitewashing, and Arab-Israeli Conflict. [www.academia.edu/29716905/Stripping\\_Away\\_the\\_Paint\\_Mythology\\_Whitewashing\\_and\\_Arab\\_Israeli\\_Conflict](http://www.academia.edu/29716905/Stripping_Away_the_Paint_Mythology_Whitewashing_and_Arab_Israeli_Conflict)
- Friedman, M. (2007). The social responsibility of business is to increase its profits. In: Zimmerli, W.C., Holzinger, M., Richter, K. (eds) *Corporate Ethics and Corporate Governance*. Springer.
- Frosh, P., & Georgiou, M. (2022). Covid-19: The cultural constructions of a global crisis. *International Journal of Cultural Studies*, 25 (3-4), 233-252.
- Gilboa, E. (2006). Public diplomacy: The missing component in Israel's foreign policy. *Israel Affairs*, 12 (4), 715-747.
- Gölbaşı, S. D., Metintas, S., & Önsüz, M. F. (2022). Web sitelerinde yer alan Covid-19 ile ilişkili mitlerin infodemi açısından değerlendirilmesi: Bir içerik analizi. *Turkish Journal of Public Health*, 20 (1), 138-151.
- Gölcü, A. & Karadeniz, D. B. (2024). İsrail'in dezenformasyon stratejisini çözümlenmek: Gazze saldırıları örneği. *Ombudsman Akademik*, 2, 195-226.
- İplikçi, H. G. & Gülay, H. G. (2023). Örnek olay çalışması. *İletişim Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Tekniği Kullanımı Rehberi* (205-228). Editör: İlgar Seyidov. Nobel Yayınevi.
- Jowett, G. S., & O'Donnell, V. (2018). *Propaganda and persuasion*. SAGE Publications.
- Kandır, M. O. (2023). Sosyal medyanın bilişim suçlarına etkisi. *Eskişehir Barosu Dergisi*, 8 (1), 150-169.
- Kiraz, E. (2023). Sosyal medyada yer alan manipülatif haber ve paylaşımların z kuşağı üzerindeki etkileri [Doktora tezi]. Eskişehir Anadolu Üniversitesi.
- Klein, N. (2014). *This changes everything: Capitalism vs. the climate*. Simon & Schuster.
- Koçyiğit, M. & Koçyiğit, A. (2024). Kriz ve Afet durumlarında dezenformasyonla mücadele stratejileri. *Dijital Çağın Karanlık Yüzü Teknoloji, Siyaset ve Güvenlikte Dezenformasyon*. (1133-160). Editör: Makbule Evrim Günsünler, Gözde Kosa, Bahadır Avşar. Gazi Kitabevi.

- Kumar, R., & Pande, N. (2017). Technology-mediated learning paradigm and the blended learning ecosystem: What works for working professionals? *Procedia computer science*, 122, 1114-1123.
- Laufer, W. S. (2003). Social accountability and corporate greenwashing. *Journal of Business Ethics*, 43 (3), 253-261.
- Lynch, M. (2013). *The Arab uprising: The unfinished revolutions of the new Middle East*. PublicAffairs.
- McMillan, J. H. (1996). *Educational research: Fundamentals for the Consumer*. Harper Collins College Publishers.
- McMillan, J. H. & Schumacher, S. (2010). *Research in education: Evidence-based inquiry*. Pearson Education.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage Publications.
- Melissen, J. (2005) *The new public diplomacy: Soft power in international relations*. Palgrave Macmillan.
- Oppong-Tawiah, D., Webster, J. (2023). Corporate sustainability communication as 'Fake News': firms' greenwashing on Twitter. *Sustainability*, 15, 1-26.
- Pappe, I. (2006). *A history of modern Palestine: One land, two peoples*. Cambridge University Press.
- Parker, A., & Khanyile, S. (2022). Creative writing: Urban renewal, the creative city and graffiti in Johannesburg. *Social & Cultural Geography*, 25 (1), 158-178.
- Peattie, K., & Crane, A. (2005). Green marketing: Legend, myth, farce or prophesy? *Qualitative Market Research: An International Journal*, 8 (4), 357-370.
- Pope, S., & Waeraas, A. (2016). CSR-Washing is rare: A conceptual framework, literature review, and critique. *Journal of Business Ethics*, 137 (1), 173-193.
- Rizzi F, Gusmerotti N & Frey M. (2020). How to meet reuse and preparation for reuse targets? Shape advertising strategies but be aware of "social washing". *Waste Manag* 1 (101), 291-300.
- Scherer, L., & Palazzo, G. (2011). The new political role of business in a globalized world: A review of a new agenda for business and society. *Business & Society*, 50 (4), 745-775.
- Schmidt, L. (2024). Culture washing in the world of work. <https://worldofwork.io/2020/01/culture-washing/>
- Seib, P. (2012). *Real-time diplomacy: Politics and power in the social media era*. Palgrave Macmillan.
- Singh, P., Shukla, I., Krishna, P. S., Dhingra, V., Shakya, M. P., Dubey, S., & Chawla, T. (2022). Analysing cause-related marketing campaigns for effectiveness: A thorough investigation. *NeuroQuantology*, 20 (1), 1242-1247.
- Topçu, E., & Çaycı, B. (2022). Sosyal medyada dezenformasyon: Kovid-19 pandemisi örneği. *TAM Akademi Dergisi*, 1 (2), 161-191.
- Tsfati, Y., & Cohen, J. (2005). The Influence of presumed media influence on democratic legitimacy: The case of Gaza settlers. *Communication Research*, 32 (6), 794-821.

- USCPR (2024). Fighting faithwashing and Islamophobia. <https://uscpr.org/activist-resource/fighting-faithwashing-and-islamophobia/>
- Wardhaugh, B. (2022). Competition Law in crisis the antitrust response to economic shocks. Cambridge University Press.
- Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe Report.

## Türkiye’de Yapay Zekânın Dezenformasyon Karnesi: Yapay Zekâ ile Üretilen Dezenformasyona İlişkin Doğruluk Kontrollerinin İçerik Analizi

→ Elif KARAKOÇ KESKİN\*

### Öz

Dezenformasyon, yapay zekâ alanındaki gelişmeler sayesinde hızla üretilebilmekte, yayılabilmekte ve doğru bilgiyi algılama sürecini daha karmaşık hâle getirmektedir. Bu noktada doğruluk kontrolü platformlarının şüpheli bilgileri kontrol ederek doğruluk tespit faaliyeti gerçekleştirmeleri önem kazanmaya devam etmektedir. Bu faaliyet, aynı zamanda ülke gündeminde viral olan yani hızlı ve denetlenemez bir şekilde yayılan içerikler üzerinden çeşitli anlamlandırmalarda bulunmaya imkân tanımaktadır. Buradan hareketle çalışma, Türkiye’nin internet gündeminde dolaşıma giren ve çoğunlukla viral hâle gelen dezenformasyonun yapay zekâ ile ilişkisini öne çıkararak, yapay zekâ ilişkili doğruluk kontrollerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, Türkiye’de doğruluk kontrolü faaliyeti yürüten ve Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağının imzacısı olan Doğrula, Doğruluk Payı ve Teyit platformları ile Anadolu Ajansının Teyithattı platformlarında 01.01.2023-31.08.2024 tarihleri arasında yapay zekâ ile üretildiği tespit edilen dezenformasyon barındıran doğruluk kontrollerine içerik analizi uygulanmıştır. Çalışma sonunda, dezenformasyonun en yaygın türünün manipülasyon olduğu, sıklıkla siyaset, yaşam, kültür sanat ve eğlence, teknoloji alanına ilişkin konuları içerdiği, çoğunlukla tüm konuların siyasi manipülasyonla ilişkilenen yönlerinin olduğu ve bu doğrultuda en fazla siyasi aktörleri hedef aldığı, dezenformasyon kaynaklarının ağırlıklı olarak yabancı hesaplar tarafından X ve TikTok platformlarından yayıldığı tespit edilmiştir. Diğer yandan dezenformasyonun içerdiği alt konulardan yola çıkılarak yapay zekânın etkileşim kazanma yoluyla dolandırıcılık faaliyetlerine teşvik etme, komplo teorilerini pekiştirme gibi potansiyel etkileri de değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yapay Zekâ, Dezenformasyon, Doğruluk Kontrolü, Doğruluk Kontrolü Platformları, İçerik Analizi

\* Dr. Öğr. Üyesi, Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, İstanbul, Türkiye

E-mail: elif.karakoc@yeditepe.edu.tr

ORCID: 0000-0002-2831-2247

Karakoç Keskin, E. (2025). Türkiye’de Yapay Zekânın Dezenformasyon Karnesi: Yapay Zekâ ile Üretilen Dezenformasyona İlişkin Doğruluk Kontrollerinin İçerik Analizi. TRT Akademi, 10(23), 104-139. <https://doi.org/10.37679/trta.1557154>



## Disinformation Cases of Artificial Intelligence in Turkey: Content Analysis of Verifications Detecting Disinformation Generated by Artificial Intelligence

→ Elif KARAKOÇ KESKİN

### Abstract

Thanks to advances in artificial intelligence, disinformation can be generated and disseminated rapidly, making the process of detecting accurate information more complex. At this point, it continues to gain importance for platforms to perform fact-checking activities by checking suspicious information. At the same time, this activity also allows various interpretations to be made through the content that is viral in the country's agenda, that is, content that spreads rapidly and uncontrollably. From this point of view, this study aims to analyze the AI-related fact-checks detected by fact-checking platforms by highlighting the relationship between disinformation, which circulates on Turkey's internet agenda and often goes viral, and artificial intelligence. Based on this aim, the study applied content analysis to the disinformation-related fact-checks identified as being produced with artificial intelligence between 01.01.2023 and 31.08.2024 on Doğrula, Doğruluk Payı, and Teyit platforms, which carry out fact-checking activities in Turkey and are signatories of the International Fact-Checking Network, and Anadolu Agency's Teyithattu platforms. At the end of the study, it was determined that the most common type of disinformation is manipulation; it frequently includes topics related to politics, life, culture, arts and entertainment, and technology. Mostly all topics have aspects related to political manipulation, and in this direction, it targets political actors the most. Disinformation sources are mainly spread by foreign accounts on X and TikTok platforms. On the other hand, based on the sub-topics of disinformation, the potential effects of artificial intelligence such as encouraging fraudulent activities and reinforcing conspiracy theories through gaining interaction were also evaluated.

**Keywords:** Artificial Intelligence, Disinformation, Factchecking, Factchecking Platforms, Content Analysis

## 1. Giriş

Dijitalleşmenin hızla artması ve sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ile bilgiye erişim de hiç olmadığı kadar kolaylaşmıştır. Ancak bu durum, bilgi kalitesini etkileyen doğruluk boyutunun endişe kaynağı hâline gelmesine neden olmuş ve özellikle sosyal medya platformlarında paylaşılan bilgilerin güvenilirliği sürekli olarak sorgulanır konuma gelmiştir (Asamoah ve Sharda, 2021). Çünkü dijital ortamın sağladığı olanaklar sayesinde bilgi, doğrulama bariyerlerine takılmadan yayılabilmekte ve böylece yanlış bilgilerin dolaşımında olduğu bir bilgi düzensizliği “düzeni” oluşabilmektedir (Karakoç Keskin, 2022, s. 119). Nitekim, sosyal medya kullanımının yıllar içinde kazandığı ivme, bilgi düzensizliği doğrultusundaki endişelerin merkezi bir rol oynamaya devam edeceği üzerine düşünmeyi olanaklı hâle getirmektedir.

Bilgi düzensizliğini yaratan yanlış bilgi türleri, mezenformasyon, dezenformasyon ve malenformasyon olmak üzere temelde üç şekilde ifade edilmektedir. Mezenformasyon, yanlış olan ancak zarar verme niyetiyle oluşturulmayan bilgi; dezenformasyon, bir kişiye, sosyal gruba, kuruluşa veya ülkeye zarar vermek için kasıtlı olarak oluşturulan yanlış bilgi ve malenformasyon ise bir kişiye, kuruluşa veya ülkeye zarar vermek için kullanılan, bağlamı kasıtlı olarak değiştirilen doğru bilgi anlamına gelmektedir (Wardle vd., 2017, s. 20). Bilgi düzensizliği çerçevesinde değerlendirilen bir diğer önemli kavram ise geçmiş gibi hazırlanıp yayınlanan yanlış bilgiler içeren haberleri ifade eden sahte haberdur. Sahte haber, genellikle bir ideolojiyle çelişen herhangi bir bilginin “sahte” olarak etiketlenebildiği siyasi düzlemde kullanılmaktadır (DiFranzo ve Gloria-Garcia, 2017, s. 34). Yalan haberlerin yayılması ve etkisi üzerine yapılan araştırmalar genellikle bu haberleri paylaşan kişilerin bunlara inandığını ve bu hikâyeleri okumanın siyasi davranışlarını değiştireceğini varsaymaktadır (Monsees, 2023). Dolayısıyla sahte haberlerin üç yanlış bilgi türünü de kapsamaması mümkündür. Öte yandan, dezenformasyonu diğer yanlış bilgi türlerinden ayıran temel nokta, yanıltıcı olmasının tesadüf olmaması (Fallis, 2015, s. 406) ve kasıtlı olarak yanlış veya yanıltıcı bilgi taşımasıdır (Jack, 2017). Bu özelliği sebebiyle dezenformasyon, bireylerin dünya hakkında manipüle olmasına, siyasal, ekonomik, toplumsal veya kültürel yönden yanlış inançlar edinebilmesine neden olmakta (Fallis, 2009) ve bu sebeple etik değerlerle karşı karşıya gelerek (Bennett ve Livingston, 2020) demokrasinin işleyişini zedelemekte ve insan haklarına yönelik tehditler oluşturmaktadır (McKay ve Tenove, 2020). Dezenformasyonu yaratan ak-

törler ve motivasyonlar ise çeşitlilik göstermektedir. Genel olarak dezenformasyonun oluşturulmasına ve yayılmasına neden olan motivasyonlar, çeşitli siyasal, ekonomik, psikolojik veya sosyal bileşenlere sahip olabilmektedir (Wardle, 2018). Ek olarak bu motivasyonlara sahip olan ve dezenformasyonun yayılmasında etkili olan aktörler ise genellikle söz konusu motivasyonlarla ilişkili çıkar boyutunu gözeten siyasi parti tarafları, politikacılar, nefret grupları, komplo yanlıları, troller vb. şeklinde sıralanmaktadır (Marwick ve Lewis, 2017, ss. 22-27). Bununla birlikte dijital ortamın çok boyutlu platform yapısı ve kullanıcı sayısı göz önünde bulundurulduğunda bu motivasyon ve aktörlerin çeşitlendirilebileceğini söylemek mümkündür. Bu bakımdan dezenformasyonla ilgili endişelerin yöneldiği temel nokta ise dezenformasyonun zararları ve taşıdığı risklerle doğrudan ilişkilidir. Dezenformasyonun bireyler ve toplum üzerinde, psikolojik açıdan zihinsel korku, öz saygı kaybı, kaygı, nefret söylemi, otosansür yaratması; fiziksel açıdan bedensel şiddet, kendine zarar verme, izolasyona neden olması ve siyasi bağlamda ise politik istikrarsızlık, kutuplaşma, spekülasyon, aldatmaca, seçim ve piyasa dolandırıcılığı, şantaj yaratma etkilerine sahiptir (Frau-Meigs, 2021, s. 138). Bunların yanı sıra dezenformasyonun artışı bireyler ve toplumlar için güven erozyonuna neden olmakta bilgiye duyulan güveni zayıflatarak yaygın bir ilgisizliğe yol açabilmektedir (Beridze ve Butcher, 2019). Bu olumsuz etkiler bireylerin ve toplumların sağlıklı, güvenli ve uyumlu bir şekilde yaşamalarını tehdit etmekte ve gerçeğinden ayırt edilmesi güç içerikler üretme potansiyeli taşıyan makine öğrenmesi teknolojileri bağlamında dezenformasyonla mücadelenin taşıdığı önemi vurgular niteliktedir. Zira, makine öğrenmesi teknikleriyle yaratılan yapay zekâ uygulama ve araçları, sahte içeriğin algılanan gerçekçiliğinde ve oluşturulabileceği erişilebilirlikte dramatik bir artışa yol açmıştır (Agarwal, 2019, s. 38). Nitekim yapay zekâ, dezenformasyon bağlamında kapsayıcı bir rol oynamaktadır. Bu tür sistemler, yalnızca yapay zekâ tarafından üretilen gerçekçi sahte içerik oluşturma fırsatlarını artırmakla kalmamakta aynı zamanda dezenformasyonun kötü niyetli aktörler tarafından hedeflenen bir kitleye yayılmasını kolaylaştırmaktadır (Bontridder ve Poulet, 2021). Yapay zekâ ile üretilen dezenformatif içerik, yine yapay zekâ ve çeşitli algoritmalar aracılığıyla kullanıcının ilgisi doğrultusunda yapılandırılan internet ortamında bu dezenformatif içerikle sarmalanmasına neden olmakta ve alternatif görüşlere erişimi sınırlandırılmaktadır. “Bu durum, kullanıcının karşılaştığı dezenformasyona güvenmesi, gerçek bilgiyi arama

yollarının tıkanması, doğru bilgiye erişiminin kısıtlanması, edinilen bilgiye güvenin zedelenmesi sorunlarını da beraberinde getirmektedir” (Gül Ünlü ve Küçükşabanoğlu, 2023, s. 86). Dolayısıyla yapay zekânın, bilgi düzensizliğine dayalı ortamda risk unsurunu harekete geçirmede ve bu riske dayalı denetim/doğrulama mekanizmalarını öne çıkarmada etkili bir teknoloji hâline geldiğini söylemek mümkündür.

Sosyal medya kullanıcıları, belirli duygu durumlarında ve kendi değerleri veya inançlarıyla tutarlı olan içeriklerle karşılaştıklarında yalanları tespit etmede yetersiz kalmaktadır (Scheufele ve Krause, 2019, s. 7664). Bu da kullanıcıların bunlara şüpheyle yaklaşıp bile doğruluğunu kontrol edebileceği teyit mekanizmalarına gereksinim duyulduğunu vurgulamaktadır (Kavaklı, 2019, s. 674). Doğruluk kontrolü platformları, internet gündeminde paylaşılan şüpheli bilgi ve iddialı içeriklerin doğruluğunu kontrol ederek kamuoyu ile paylaşmakta ve doğru bilgiye ulaşma noktasında etkili olarak farkındalık yaratmaktadır (Kocabay Şener, 2018; Çömlekçi, 2022). Bu bakımdan doğruluk kontrolü platformları, ülke gündeminde oluşan dezenformatif içeriğin boyutlarını görebilme imkânı taşımaktadır. Nitekim, Türkiye’deki alanyazınına bakıldığında çeşitli konular bağlamında doğruluk kontrolü platformlarında yayınlanan içerikleri analiz eden çalışmalar görülmüştür. Bu çalışmalar genel olarak Kovid-19 (Yumrutaş, 2022), Ukrayna-Rusya Savaşı (Akyüz ve Özkan, 2022), deprem (Eyüboğlu ve Kodak, 2023), genel seçimler (Eroğlu, 2023) kapsamında doğruluk kontrolü platformlarında yayınlanan içeriklerin analizine odaklanmaktadır. Diğer yandan yapay zekânın dezenformasyon açısından yarattığı riskleri doğruluk kontrolü zemininde tartışmanın önem taşıdığı görülmüştür (Koçer, 2024). Ancak bu çalışmanın odaklandığı üzere yapay zekâ tabanlı dezenformasyonun doğruluk kontrollerini analiz eden bir araştırmaya rastlanmamıştır.

Bu düşünce düzleminden hareketle çalışma, Türkiye’deki kullanıcıların dâhil olduğu etkileşimin de katkısıyla yayılan dezenformasyonda yapay zekânın rolünü ve ilişkilendiği sosyal boyutlara yönelik yönünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaçtan yola çıkarak çalışmada, Türkiye’de doğruluk kontrolü faaliyeti yürüten ve Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı’nın imzacısı olan Doğrula, Doğruluk Payı ve Teyit platformları ile Anadolu Ajansı’nın Teyithattı platformlarında 01.01.2023-31.08.2024 tarihleri arasında yapay zekâ ile üretildiği tespit edilen dezenformasyon barındıran doğruluk kontrollerine içerik analizi uygulanmıştır.

## 2. Yapay Zekânın Dezenformasyonun Üretilmesi ve Yayılmasındaki Kapsayıcı Rolü

Yapay zekâ gibi makine öğrenmesine dayalı pek çok teknoloji, “hesaplamalar yapmak, sorunları çözmek ve kararlara ulaşmak için kullanılabilir metodik adımlar dizisi” (Harari, 2016, s. 97) olan algoritmalar aracılığıyla etkin hâle gelmektedir. Algoritmalar, kullanıcıların yapay zekâ ile etkileşime geçmelerini sağlayan araçlar olarak çeşitli durumlarda kullanıcılara kolaylık sağlaması açısından değerlendirildiğinde faydalı görülmektedir. Diğer yandan algoritmalar, çok çeşitli yapay zekâ uygulama ve araçlarının kullanımının giderek arttığı ve buna bağlı olarak da verinin çok yüksek boyutlara ulaştığı dijital ortamda, verileri toplayan, işleyen ve analiz eden (Zweig, 2019) dolayısıyla makinelerin öğrenme sürecine katkı sağlayan karar destek mekanizmaları olarak işleyen yapılardır. Bu açıdan bakıldığında yapay zekâ algoritmaları ve dezenformasyon arasındaki ilişki, dezenformasyonun üretilmesi ve yayılmasını içeren kapsamlı bir etki alanına yayılmaktadır. Çünkü yapay zekâ, metinler, görüntüler, ses ve video içeriği oluşturmak veya bunları manipüle etmek için yeni fırsatlar yaratmaktadır (Bontridder ve Poulet, 2021). Dahası, çevrim içi platformlar tarafından kullanıcılarının katılımını artırmak için geliştirilen ve kullanılan yapay zekâ sistemleri, dezenformasyonun çevrim içi ortamda etkili ve hızlı bir şekilde yayılmasına önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır (Tomassi vd., 2024; Gutiérrez-Caneda ve Vázquez-Herrero, 2024). Dolayısıyla dezenformatif içeriğin yapay zekâ tabanlı ortamlar aracılığıyla üretilmesi ve üretilen içeriğin yayılması, taşıdığı riskler odağında geniş bir endişe alanı yaratmaktadır.

Akers’in (2018, s. 4) de vurguladığı üzere sahte içeriklerin varlığı esasen medyanın varlığı kadar eskiye dayanmaktadır fakat dijital medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte teknoloji destekli dezenformasyon yeni bir boyut kazanmıştır. Yapay zekâ ve derin sinir ağlarındaki gelişmeler, sentetik medyada, yani yapay olarak oluşturulan veya manipüle edilen fotoğraf, ses ve video içeriğinde artışa yol açmıştır. (Shoaib vd., 2023, s. 1). Nitekim, derin öğrenme yöntemi kullanılarak üretilen ve kamuoyunu manipüle edici etkiye sahip olan deepfake içerikler, gerçeğinden ayırt edilemeyecek bir derin sahteliğe sahip olarak sentetik videoların seri üretimini mümkün hâle getirmiştir (Karakoç ve Zeybek, 2022). Böylece, nesnelere gerçekçi benzerliklerinin sentetik olarak üretildiği veya hiç gerçekleşmemiş bir şeyi söylemek veya yapmak için tamamen değiştirildiği dijital uydurmalar (Shoaib vd., 2023, s.

1), manipülasyon ortamının etkili aktörleri hâline gelmiştir. Walorska (2020, s. 15), derin öğrenme modelleri ile üretilen deepfake videoların oluşumunu “Donald Trump’ın binlerce görüntüsünü analiz edebilir ve ardından analiz edilen görüntülere benzeyen ancak hiçbirinin tam kopyası olmayan yeni bir görüntü oluşturabilir. Bu teknoloji çeşitli içerik türlerine (görüntüler, hareketli görüntüler, ses ve metin) uygulanabilir” şeklinde örneklendirerek açıklamaktadır. Bu bakımdan deepfake içerikler medya manipülasyonuna odaklanan alanyazınında dikkat çeker biçimde ilerleme göstermiş; siyasi aktörleri ya da ünlü kişileri konu alan deepfake içerikler (Whittaker vd., 2020; Vaccari ve Chadwick, 2020) ile ülke ya da dünya gündemine yönelik seçimler, savaşlar, salgın vb. gibi belirli olaylarda ortaya çıkan (Pawelec, 2022; Hirsch, 2023; Twomey vd., 2023; Eloğlu, 2023; Lim, 2023) deepfake içeriklerin manipülatif varlığına ve doğru bilgilendirmenin önemine dikkat çekmiştir.

Deepfake videoların ve görüntülerin yanı sıra, ses klonlama ve yapay zekâ destekli dezenformatif metin oluşturma da yapay zekâ tabanlı dezenformasyonun varyasyonları olarak görülmektedir (Helmus, 2022). Çeşitli çevrim içi uygulamalar, kullanıcıların özellikle popüler kişilerin seslerini taklit etmelerine olanak sağlamak ve ses klonlama bu yönüyle kişilerin seslerinin manipülasyonu ile dolandırıcılık gibi amaçlarla tasarlanan algoritmik vantrilokizm (Tanır Levendeli, 2024, s. 366) şeklinde etkin bir dezenformasyon ortamı yaratmaktadır. Benzer biçimde yapay zekâ destekli metin oluşturma, özellikle sahte haber üretiminde dikkate değer şekilde öne çıkmaktadır. Örneğin, Helmus (2022, s. 6), metin oluşturan yapay zekâ uygulamalarının gazetelerin yayınladığı haberlerin metinlerini taklit ederek, zarar vermek niyetiyle yaratılan herhangi bir durumla ilgili sahte haber yaymak ya da ilgili duruma yönelik gerçek haberleri bastırmak amacıyla kullanılabileceğini aktarmaktadır.

Bu noktada yapay zekâ tabanlı görüntü, ses ya da metin oluşturmaya sağlayan uygulamaların internet kullanıcıları tarafından kolay erişilebilir olması, bu içeriklerin dezenformasyon taşıması durumunda internete yayılması ve manipülatif bir etki alanı yaratması hususundaki endişeleri öne çıkarmaktadır. Nitekim, Venrutini’ye (2019) göre kullanıcılar dezenformasyon taşıyan içerikleri kimi zaman yalnızca dikkatlerini çekmesi durumunda inanmasalar bile eğlence amaçlı kimi zaman ise doğrulama ihtiyacı duymadan belirli bir sosyal gruba duydukları aidiyetler (Tandoc vd., 2019) ve duygusal tetikleyiciler (Serrano-Puche, 2021) nedeniyle doğru olduklarını düşündüklerinden

yeniden paylaşabilmektedir. Tam da bu nedenle söz konusu dezenformatif içeriklerin paylaşıldığı ve yayıldığı dijital yapının önemine dikkat çekmek gerekmektedir. Zira, genellikle dezenformasyon taşıyan içeriklerin kullanıcılarla bulunduğu sosyal medya platformlarının yapısı, algoritmalar aracılığıyla paylaşılan herhangi bir içeriğin kullanıcıların bağlantıları, etkileşimleri ve beğenileri doğrultusunda ve çoğu zaman bot hesaplar aracılığıyla (Dourado, 2023) hızlı ve kontrolsüz bir şekilde yayılmasını sağlamaktadır (Tomassi vd., 2024). Sosyal medya platformlarındaki içerik akışı, kullanıcıların bağlantıları, beğenileri, yorum yapmaları, tekrar paylaşmaları, izlemeleri, okumaları vb. gibi etkileşimlerine göre algoritmik seçimlere (Gillespie, 2014, s. 91) bağlı olarak öneriler içermektedir. Dolayısıyla algoritmaların sosyal medya kullanıcıları için kişiselleştirilmiş filtrelemeler oluşturduğunu söylemek mümkündür. Bu bakımdan filtre balonları aracılığıyla değişmeyen bir sosyal ortamda yer alan kullanıcılar (Pariser, 2011) için siyasi fikirlerinin, değerlerinin ve duygularının benzeştiği, karşı çıkmaktansa onaylama ihtimallerinin daha yüksek olduğu yankı odaları (Richterich, 2018, s. 48) etkin hâle gelmektedir. Sözü edilen dijital ortamdaki homofili olgusu yani benzerlikler arasında ilişki kurma eğilimi, ilgi alanlarının, değerlerinin ve dünya görüşlerinin paylaşılmasıyla güçlenen çevrim içi topluluklar yaratmakta ve böylece verimli bir zemin bulabilen içeriklerin yaygınlığını artırmaktadır (McPherson vd., 2001). Bu durum söz konusu dezenformasyon taşıyan içerikler olduğunda bilginin kalitesi ve güvenilirliği konusunda önemli endişeler yaratmaktadır (Bhadani vd., 2022). Dahası, kullanıcıların sıkça paylaşılan ya da etkileşim gösterilen dezenformatif bir içeriğe maruz kalmasının mevcut olan yanlış ve/veya yanlı inançları besleme potansiyeli taşıdığını söylemek mümkündür. Nitekim Avram ve arkadaşlarının çalışması (2020, s. 3), video içeriklerinden hareketle, insanların birçok kişinin bir videoyu beğendiğini veya paylaştığını gördüklerinde bu içeriği doğrulamadan videoyu onaylama olasılığının daha yüksek olabileceğini aktarmıştır. Yine Bontridder ve Poulet (2021, s. 4) de psikografik ve davranışsal kullanıcı profillerinin mikro hedeflenmesine olanak sağlayan yapay zekâ sistemlerinin dezenformasyonun yayılmasını doğrudan güçlendireceğinden bahsetmiş ve bu durumu YouTube ile ilgili olarak aşağıdaki gibi örneklendirmiştir:

“Örneğin YouTube’da her gün bir milyar saatten fazla video izlenmekte ve bunların %70’i kullanıcılara bir sonraki adımda

hangi videoyu izleyecekleri konusunda tavsiyelerde bulunmak üzere otomatik sistemler tarafından gerçekleştirilmektedir. YouTube’da iki milyardan fazla kullanıcı olduğu için, bu dünyanın izledikleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Ancak platform kâr amaçlı çalıştığından ve izlenme süresine göre optimize edildiğinden, önerilen içeriğin kalitesine öncelik verilmemektedir.”

Yapay zekânın hem dezenformasyon üretiminde hem de yayılmasında etkili bir aktör olarak ilerlemesi, kaynak doğrulanması sorununu öne çıkarmakta, bilgi doğruluğuna odaklanmayı gerektirmekte ve söz konusu sorunun yaratığı ya da yaratabileceği riskleri önlemek adına atılabilecek adımları gündeme taşımaktadır. Çünkü yapay zekâ tabanlı dezenformasyon yayıldığında yani gerçekçi ancak yanlış içerik çoğaldığında, gerçek bilgiyi manipüle edilmiş içerikten ayırt etmek giderek zorlaşmaktadır. Bununla birlikte siyasi propaganda yapmak, bireylerin itibarını sarsmak ya da uydurma olayları veya ifadeleri gerçekmiş gibi göstererek huzursuzluk yaratmak için kullanılma potansiyeli taşıyan söz konusu dezenformatif içerikler (Singh ve Dhiman, 2024, s. 4), kamu sağlığı, kamu güvenliği, sivil söylem, siyasi katılım, eşitlik (Bontridder ve Pollet, 2021, s. 14) ve toplumun medyaya güveni üzerinde öngörülebilir olumsuz etkileri vurgulamaktadır. Dolayısıyla bilginin doğruluğunu tespit etmek ve güvenliğini sağlamak bir gereklilik hâlini almaktadır. Bu bakımdan doğruluk kontrolü süreçlerinin uygulanması ve etkili tespit araçlarının geliştirilmesi oldukça önemli görülmektedir. Bunun yanı sıra doğruluk tespiti yapılan içeriklerin kamuoyu ile paylaşılması, dezenformasyonun oluşturduğu riskler karşısında konumlandırılan çözüm önerilerinden biridir. Helmus’un (2022, s. 15) da altını çizdiği üzere, deepfake’leri ve dezenformasyon barındıran diğer içerikleri tespit etmek için kullanılacak doğruluk kontrolü gerçekleştiren açık kaynaklı araçlar geliştirmek ve paylaşmak oldukça önemlidir. Doğruluk kontrolü platformları, demokratik toplumlarda kamusal diyalogu gerçekleştirmek noktasında (Kriplean vd., 2014) ve bir haberin ya da içeriğin doğru ya da yanlış olduğuna dair çatışmalı görüşlerin söz konusu olduğu ve kafa karışıklığının yaşandığı durumlarda işlevsel olarak (Kavaklı, 2019, s. 674) kilit bir rol oynamaktadır.



### 3. Yapay Zekâ Tabanlı Dezenformasyonu Tespit Eden Doğruluk Kontrol- lerinin İçerik Analizi

#### 3.1. Amaç

Doğruluk kontrolü platformları, internette yanlış bilginin yayılımını önlemek ve kamuoyunu doğru bilgilendirmek anlamında son derece önem arz etmektedir. Bununla birlikte doğruluk kontrolü platformlarının faaliyetlerini, ülke gündemindeki yanlış bilgi yayılımının yansıması olarak da nitelendirmek mümkündür. Bu olanağın Türkiye’deki dezenformasyon ve yapay zekâ ilişkisinin boyutlarının izini sürmek adına bir hareket alanı sağladığı düşünülmüştür. Bu bağlamda çalışmanın amacı, Türkiye’nin internet gündeminde dolaşıma giren ve çoğunlukla viral hâle gelen dezenformasyonun yapay zekâ ile ilişkisini öne çıkararak, doğruluk kontrolü platformları tarafından tespit edilen yapay tabanlı dezenformatif içeriklerin, konu, tür, yayıldıkları kaynaklara göre analiz etmektir. Bu bağlamda, yapay zekâ tarafından üretilen dezenformasyon içeriklerinin türlerine göre nasıl dağıldığını belirlemek ve bu türler arasında en yaygın olanları tespit etmek; konu bazında nasıl dağıldığını analiz etmek ve hangi konuların dezenformasyon için en sık kullanıldığını ortaya koymak; kaynağına göre dağılımını incelemek ve bu kaynaklar arasında hangi türlerin en etkili olduğunu belirlemek amaçlanmıştır. Dolayısıyla çalışma, Türkiye’de yapay zekâ ve dezenformasyon arasındaki ilişkiye doğruluk kontrolü faaliyetleri kapsamında katkı sağlamayı ve böylece dezenformatif içeriklerin boyutlarını öne çıkarmayı hedeflemektedir. Bu kapsamda araştırmada aşağıdaki sorular yanıtlanmıştır:

**AS1:** Yapay zekâ tarafından üretilen dezenformasyon içeriklerin türlerine göre dağılımı ne şekildedir?

**AS2:** Yapay zekâ tarafından üretilen dezenformasyon içeriklerin konularına göre dağılımı ne şekildedir?

**AS3:** Yapay zekâ tarafından üretilen dezenformasyon içeriklerin kaynağına göre dağılımı ne şekildedir?

#### 3.2. Örneklem

İnternetteki şüpheli bilgileri inceleyerek birincil ve ikincil kaynakların araştırılması (Kriplean vd., 2014, s. 1190) ve yapay zekâ araçlarıyla tespit yoluyla

doğruluğunu kontrol eden ve tespitlerini kamuoyu ile paylaşan çeşitli doğruluk kontrolü platformları bulunmaktadır.

Türkiye’de doğruluk kontrolü gerçekleştiren kamu kurumları arasında T.C. İletişim Başkanlığına bağlı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi ve Anadolu Ajansı bünyesinde bulunan Teyithattı yer almaktadır. Diğer yandan, Yalansavar, Malumatfuruş, Evrim Ağacı, Doğruluk Payı, Teyit, Günün Yanları (Fact-checking Turkey), Doğrula ve Doğruluğu Ne? olmak üzere 8 platform ise herhangi bir kamu kurumuna bağlı olmadan doğrulama faaliyeti gerçekleştirmektedir (Delal Abanoz, 2023). Bu platformlardan Doğrula, Doğruluk Payı ve Teyit, Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağının imzacısı olarak yer almaktadır (IFCN, 2024a). Bu bağlamda söz konusu üç platform, Ağın imzacısı olarak, ağın belirlediği ve denetlediği, “tarafsızlık ve adil olma taahhüdü, kaynakların şeffaflığına bağlılık, finansman ve organizasyon şeffaflığı taahhüdü, metodolojinin şeffaflığına bağlılık, açık ve dürüst düzeltme politikasına bağlılık” (IFCN, 2024b) ilkelerini benimsemektedir. Bu yönüyle doğruluk kontrolü platformlarının kamu yararını gözeten bir yaklaşımla internette şüpheli içeriklerin tespiti ve doğruluk kontrolü yapılan içeriğin paylaşımı faaliyeti öne çıkmaktadır. Buradan hareketle araştırmada söz konusu 3 platform ile çeşitlilik sağlanması amacıyla 1 kamuya bağlı platformda yayınlanan yapay zekâ içerikli doğruluk kontrolleri örnekleme dâhil edilmiştir. Kamu kurumu olarak T.C. İletişim Başkanlığına bağlı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi yerine Anadolu Ajansı bünyesinde bulunan Teyithattı örnekleme dâhil edilmiştir. Bunun nedeni, Teyithattının Doğrula, Doğruluk Payı ve Teyit platformlarında olduğu gibi sitesinde anahtar kelime ile arama yapabilme imkânına sahip olması ve dezenformasyon içeriğinin tespitinde kullanılan yöntemin belirtilmesidir. Örnekleme dâhil edilen söz konusu platformların ortak doğruluk kontrolü prosedürlerini ise kontrol içeriğini belirlemede önem, yaygınlık (viral olma durumu), kriz zamanları için aciliyet durumlarının göz önünde bulundurulduğunu, iddia kontrol sürecinde ise şüpheli içeriğin orijinal hâline ya da üreticisine ulaşmak, birden fazla doğrulama kanıtını kamuya açık biçimde sağlamak, doğruluk tespiti için yapay zekâ tespit araçlarından faydalanmak şeklinde özetlemek mümkündür. (AA Teyithattı, 2024a; Doğrula, 2024a; Doğruluk Payı, 2024a; Teyit, 2024a)

### 3.3. Yöntem

Çalışmada doğruluk kontrolü içeriklerini analiz edebilmek ve araştırma so-

ularını yanıtlayabilmek üzere nitel araştırma yaklaşımlarından doküman incelemesi tercih edilmiştir. Bowen’ın (2009) da vurguladığı üzere basılı ve/veya elektronik, yazılı ve/veya görsel dokümanlar, ele alınan konu bağlamında incelenecek verinin sistematik biçimde toplanması ve analiz edilmesine imkân tanımaktadır. Bu bakımdan doğruluk kontrolü platformlarının yayınladığı ve yapay zekâ tarafından üretildiği tespit edilen doğruluk kontrolü içeriklerini oluşturan dokümanlar çalışma için elverişli bir veri seti oluşturmuştur. Ek olarak, doğruluk kontrolü platformlarının doğrulayacakları içerikleri ülkenin internet gündeminden hareketle belirlemesi de çalışmada bu dokümanlar doğrultusunda Türkiye’deki yapay zekâ ve dezenformasyon ilişkiselliğinde temel çıkarımlar yapılmasını da olanaklı kılmıştır. Çalışmada doküman incelemesi prosedürü, araştırmanın amacına uygun dokümanların seçilmesi, sistematik bir kodlama sürecinin oluşturulması, kodlamanın gerçekleştirilmesi, veri analizinin yapılması ve bulguların anlamlandırılması aşamalarına (Bowen, 2009; Merriam, 2009) göre gerçekleştirilmiştir. Doğruluk kontrolü içeriklerinin sistematik biçimde analizini sağlamak için doküman incelemesinde yararlanılan yaklaşımlardan biri olan ve nitel verilerin belirli özelliklerini nesnel ve sistematik olarak tanımlayarak çıkarımlarda bulunmayı sağlayan yorumsayıcı içerik analizi (Tight, 2019; Drisko ve Masci, 2016) tercih edilmiştir. Bu metodolojik dayanaklardan hareketle öncelikle veri setini oluşturmak üzere her bir doğruluk kontrolü platformunda “yapay zekâ” anahtar kelimesi kullanarak arama yapılmış ve 01.01.2023-31.08.2024 tarihleri arasındaki tüm doğruluk kontrolü içerikleri yayın başlıkları, erişim linkleri ve yayınlanma tarihleriyle Microsoft excel programında tablolastırılmıştır. Tarih aralığı belirlenirken, dezenformatif içeriklerin seçim dönemlerindeki potansiyel yoğunluğu bağlamında Türkiye’nin 2023 Genel Seçimleri gündemi göz önünde bulundurulmuş bu sebeple veri toplama için başlangıç noktası 01.01.2023 olarak belirlenmiştir.

Kodlama sürecine başlamadan önce her bir içerik detaylı biçimde okunmuş ve araştırmanın temel dâhil etme kriteri olan yapay zekâ tarafından oluşturulan dezenformasyon kriterine uymayan dokümanlar analizden hariç tutulmuştur. Buna ek olarak tekrar eden içerikler de analiz dışında bırakılmıştır. Veri ayıklama süreci sonunda analiz edilecek veri seti finalize edilmiştir.

Kodlama süreci, Elo ve Kyngäs’in (2008) prosedürüne dayanılarak gerçekleştirilmiştir. Buna göre, açık kodlama yapılmış böylece kodlama süreci

boyunca araştırma soruları göz önünde bulundurularak içeriğin tüm yönlerini tanımlamak için gerektiği kadar notlar alınmış; alt-üst kod hiyerarşisinin ve temaların belirlenmesi süresince veriler yinelemeli olarak okunmuş, gruplandırılmış ve kodlanmıştır. İçeriklerin dezenformasyon türlerine göre kodlanmasında, yanlış bilgi konusunda çalışmalar yapan First Draft'ın belirlediği dezenformasyonun en yaygın yedi türü -parodi, çarpıtma, taklit, uydurma, manipülasyon, hatalı ilişkilendirme ve bağlamdan koparma- (Wardle, 2020) dikkate alınmıştır. İçerikleri oluşturan iddiaların kaynaklarına göre kodlanmasında, doğruluk kontrolü platformlarının analizlerinde kaynak olarak yer verdikleri gönderiler göz önünde bulundurulmuştur. İçeriklerin konularına göre kodlanmasında ise platformların kategorilerinden yola çıkılarak yapay zekâ aracılığıyla üretilen içeriğe konu olan diğer bir ifadeyle hedef alınan kişi, olay, nesne vb. dikkate alınmıştır. Kodlama süreci tamamlandıktan sonra analiz bulguları elde edilmiş ve yorumlanmıştır.

Çalışmanın geçerlik ve güvenilirliğini sağlamak üzere çeşitli stratejiler yürütülmüştür. Öncelikle, veri seti ve kod tablosu iki farklı araştırmacı ile paylaşılmış, gerçekleştirilen bir oturumla araştırmacıların görüşleri doğrultusunda kod tablosunda uzlaşa sağlandıktan sonra analiz tamamlanmıştır. Araştırma soruları yanıtlanırken yapay zekâ ve dezenformasyon ilişkisini konu edinen alanyazını göz önünde bulundurulmuştur. Bulgular yorumlanırken analiz edilen doğruluk kontrolü dokümanlarından her bir platformu içerir biçimde örnek görsellere ve referanslara yer verilmiştir.

Araştırmanın yalnızca üç bağımsız doğruluk kontrolü platformu ve bir kamu kurumu olan doğruluk kontrolü platformu üzerinden gerçekleştirilmesi ve analizin içeriklerin kaynağa, konulara ve tarihe göre dağılımını ele alınması, araştırmanın sınırlılıklarını oluşturan ana unsurlardır. Bunlara ek olarak, veri setinde yer alan dokümanlar, yayımlandıkları platformlar bağlamında karşılaştırılmamış yalnızca Türkiye'deki dezenformasyon ve yapay zekâ ilişkisinin yönünün öne çıkan konular bağlamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

#### 4. Bulgular

Veri toplama süreci sonucunda toplamda 167 dokümana ulaşılmıştır. Bu dokümanlar, yöntemde belirtilen dâhil etme ve hariç tutma kriterleri doğrultusunda ayıklanmış ve böylece kodlama, 114 dokümandan oluşan veri seti

üzerinde uygulanmıştır. Analizde araştırma sorularından yola çıkılarak Türkiye internet gündeminde viral hâle gelen ve yapay zekâ ile üretildiği tespit edilen dezenformasyon içerikli iddiaların taşıdığı dezenformasyon türlerine, ana ve alt konularına, iddiaların hedef aldığı kişi ya da gruplara ve iddiaların kaynaklarına odaklanılmıştır.

#### 4.1. Yapay Zekâ Dezenformasyonunun En Yaygın Türü: Manipülasyon

Tablo 1, yapay zekâ ile üretildiği tespit edilen içeriklerin dezenformasyon türlerine göre dağılımını göstermektedir. Buna göre yapay zekâ ile üretilen dezenformasyonun yüksek oranda manipülasyon niteliği taşıdığı görülmektedir.

Dezenformasyon Türü	İçerik Sayısı	Yüzdelerik Oran
Manipülasyon	77	%67,54
Uydurma	10	%8,77
Uydurma ve Manipülasyon	9	%7,89
Hatalı İlişkilendirme	6	%5,26
Hatalı İlişkilendirme ve Manipülasyon	3	%2,63
Hatalı İlişkilendirme ve Uydurma	3	%2,63
Parodi ve Manipülasyon	3	%2,63
Parodi ve Uydurma	1	%0,87
Taklit ve Manipülasyon	1	%0,87
Uydurma ve Çarpıtma	1	%0,87
<b>Toplam</b>	<b>114</b>	<b>%100</b>

Tablo 1. Yapay Zekâ ile Üretilen Dezenformatif İçeriklerin Türlerine Göre Dağılımı

Hâlihazırda metin ve görüntülerin manipülasyonu daha az sofistike araçlarla mümkünken, yapay zekâ araçlarının ortaya çıkışı sahte görüntü, video ve seslerin oluşturulmasını da son derece erişilebilir hâle getirmiştir (Bont-ridder ve Pouillet, 2021). Nitekim, yapay zekâ ve manipülasyon arasındaki etkileşimli ilişki araştırma bulgularına da yansımıştır. Dolayısıyla kişi ya da

grupların belirli amaçlar ya da çıkarlar doğrultusunda kasıtlı olarak yönlendirilmesi noktasında yapay zekânın etkili bir aracı olarak konumlandırıldığını söylemek olanaklıdır. Bununla birlikte manipülasyonun hatalı ilişkilendirme, parodi, taklit ve uydurma ile güçlendirildiği görülmektedir. Bu bakımından yapay zekâ araçlarının metin, görüntü ve sesi değiştirme ya da üretme bağlamında sunduğu elverişli kullanım yapısının içeriklerin yanıltıcı yönünün güçlenmesinde de etkili olduğunu ifade etmek mümkündür. Diğer yandan, uydurma da içeriklerde öne çıkan bir dezenformasyon türüdür. Bu durum, Shoaib ve arkadaşlarının (2023, s. 1) belirttiği gibi, nesnelere gerçekçi benzerliklerinin sentetik olarak üretildiği veya hiç gerçekleşmemiş bir şeyi söylemek veya yapmak için tamamen değiştirildiği dijital uydurmaların manipülasyon ortamının etkili aktörleri hâline geldiği düşüncesine vurgu yapmaktadır. Bu bakımdan, herhangi bir gerçeklik payı taşımayan yani uydurma olan, eğlence amaçlı hazırlanan, belirli bir olayla ilişkilendirilse de aslında farklı bir durumu yansıtan ve bir kişinin ya da kurumun taklidini barındıran içerikler, yapay zekâ aracılığıyla manipülasyonu ve dolayısıyla dezenformasyonu üretme ve yayma noktasında aktif hâle gelmektedir.

#### 4.2. Siyaset Dünyasından Ekonomi ve Finansa Yapay Zekâ Destekli Dezenformasyonun İçerdiği Konular

Yapay zekâ tarafından üretilen dezenformasyon içeriklerinin konularına göre dağılımına bakıldığında ana konular ve alt konular olmak üzere iki kategoriden bahsetmek mümkündür. Buna göre Tablo 2, yapay zekâ ile üretildiği tespit edilen dezenformatif içeriklerin ana konularına göre dağılımını göstermektedir. Dağılımda siyaset ile yaşam ve keyif konuları öne çıkmaktadır. Bu iki konuyu sıklıklarına göre, kültür sanat ve eğlence, teknoloji, spor, polis adliye, din ve inançlar, tarih ve ekonomi ve finans takip etmektedir.

İçeriğin Ana Konusu	İçerik Sayısı	Yüzdellik Oran
Siyaset	31	%27,19
Yaşam ve Keyif	27	%23,68
Kültür Sanat ve Eğlence	19	%16,66
Teknoloji	15	%13,15
Spor	7	%6,14
Polis Adliye	5	%4,38

Din ve İnançlar	4	%3,5
Tarih	4	%3,5
Ekonomi ve Finans	2	%1,75
<b>Toplam</b>	<b>114</b>	<b>%100</b>

**Tablo 2.** Yapay Zekâ ile Üretildiği Tespit Edilen Dezenformatif İçeriklerin Ana Konularına Göre Dağılımı

Söz konusu öne çıkan konular esasen, insanlık tarihi boyunca yol alan bireyleri ve toplumu yönlendirmek maksadının yapay zekâ aracılığıyla sürdürülmeye devam ettiğini göstermektedir. Ek olarak bu maksadın yapay zekâ araçlarıyla sürdürülüyor oluşu, dijital ekosistemin sunduğu olanaklar sayesinde kazandığı etkili boyutu da vurgulamaktadır. Çünkü özellikle bu içeriklerin yayıldığı sosyal medya ortamı, Erkan ve Ayhan’ın (2018, s. 209) belirttiği gibi, söz konusu içerikler aracılığıyla doğru bilgi kadar yanlış bilginin de kaynağı hâline gelmiş durumdadır. Bu durumda söz gelimi, siyasi alanla ilgili bir iddianın taşıdığı dezenformasyonun, yapay zekânın yarattığı gerçeğinden ayırt edilmesi zorlaşan içeriklerle kanaat değişimi ya da var olan kanaatleri güçlendirme noktasında potansiyel taşıdığını söylemek mümkündür. Bu bakımdan söz konusu içeriklerin siyasal iletişim süreçlerinin bir parçası olarak konumlandırmanın yanlış olmayacağı düşünülmektedir. Örneğin Görsel 1, siyaset konulu dezenformasyon içeriklerinden biri olan Kemal Kılıçdaroğlu’nun İngilizce konuşmasını içerdiği iddiasıyla TikTok’ta paylaşılan videonun görüntüsünü yansıtmaktadır.



**Görsel 1.** Kemal Kılıçdaroğlu’nun İngilizce Konuşmasını İçerdiği İddiasıyla TikTok’ta Paylaşılan Videonun Görüntüsü

Teyit'in tespitine göre, Görsel 2'de görüldüğü gibi yapay zekâ üretimi olan bu video, 1 Mayıs 2023'te paylaşılmış ve sosyal medya platformlarında hızla yayılarak binlerce etkileşim almıştır (Teyit, 2023a).



**Görsel 2.** Kemal Kılıçdaroğlu'nun İngilizce Konuşmasını İçerdiği İddiasıyla TikTok'ta Paylaşılan Videonun Yapay Zekâ Üretimi Olduğunu Tespit Eden Görsel

Türkiye'nin 2023 Genel Seçimleri döneminde yayılan bu ve benzeri örneklerde olduğu gibi özellikle siyasal iletişim süreçlerinin yoğunlaştığı dönemlerde siyasi aktörleri konu alan içeriklerin sayısında artış yaşanmaktadır. Kocaağa ve Lokmanoğlu'nun (2023, s. 88) belirttiği üzere sosyal medya platformları seçim dönemlerinde etkili mecralar hâline gelmekte, "geleneksel siyasal iletişim yöntem ve tekniklerine göre liderlere, siyasal partilere, parti üyelerine ve seçmenlere kendi içeriklerini üreterek paylaşma açısından birçok olanak sağlamaktadır." Böylece, bu olanaklar dâhilinde, yapay zekâ araçlarının seçmenlerin de siyasal iletişim sürecine katkı sunan aktörler olarak katılım göstermesini sağladığı söylenebilmektedir. Araştırma bulguları, söz konusu olanakları yapay zekâ ile ilişkilendiren tespitlerle desteklemektedir. Zira, Tablo 2'deki dağılımdan da anlaşılacağı üzere, aynı zamanda seçmen olan sosyal medya kullanıcılarının yapay zekâ araçlarıyla ürettikleri ya da paylaştıkları içeriklerin, siyaset konusunu barındıran dezenformasyonun baskın unsurlarından biri hâline geldiği görülmektedir. Benzer biçimde bireylerin inançları ve ideolojileri gibi düşünsel dünyalarını hedef alan dezenformasyonu taşıyan



din ve inançlar konusu, “Papa Francis’in LGBTİ+ bayrağı taşıdığını gösteren fotoğraf gerçek mi?” (Teyit, 2023b) ve “Video “Şeytan çıkarma ayini sırasında içine şeytan giren kadını mı gösteriyor?” (Teyit, 2024b) başlıklı içeriklerle örneklendirilebilmektedir.

Öte yandan dezenformatif içeriklerin diğer ana konularına bakıldığında gündemde olan ya da gündeme taşınan pek çok iddiadan söz etmek mümkündür. Bu durumun, Zannettou ve arkadaşlarının (2019, s. 5) aktardığı gibi özellikle dijital ortamın dezenformasyona kazandırdığı boyutlardan biri olan “bir söylenti ya da hikâyeyi okuyacak kitleyi artırmak için tık tuzağı tekniklerini kullanma” ile ilişkili olduğu da söylenebilmektedir. Zira, dezenformatif içeriklerin yayıldığı sosyal ağ ortamının yaşam kaynaklarından biri olan etkileşim unsuru bu boyutla doğrudan ilişkilidir. Yapay zekâ ise bu ilişkiyi güçlendiren bir aracı konumundadır. Örneğin Görsel 3, yaşam ve keyif konulu dezenformasyon içeriklerinden biri olan Ayder Yaylası’nda yılda bir kez açan kedi çiçeğini gösterdiği iddiasını taşıyan Facebook paylaşımını göstermektedir.



Görsel 3. Ayder Yaylası’nda Yılda Bir Kez Açan Kedi Çiçeğini Gösterdiği İddia Edilen Paylaşım

Doğruluk Payı Platformunun tespitine göre, yaklaşık 15 bin etkileşim alan paylaşımına konu olan görsel, yapay zekâ üretimi olmakla birlikte Görsel 4’te görüldüğü üzere bu çiçeğin doğada var olduğuna inanan internet kullanıcılarına sahte tohum satışı yapmak için kullanılmıştır (Doğruluk Payı, 2024b).



## CAT'S EYE DAZZLE×PINK

\$45.99 \$21.99 Save \$24.00

Buy 2 items and save 10% off  
Buy 4 items and save 15% off  
Buy 6 items and save 20% off

QUANTITY

150 seeds 80 seeds 50 seeds

QUANTITY

- 1 +

425 people are viewing this right now

It's been recommended by 69.5K people on Facebook, Twitter and Instagram

Free Shipping on orders over \$35

Secure payments

Görsel 4. Kedi Çiçeğinin Doğada Var Olduğuna İnanan İnternet Kullanıcılarına Sahte Tohum Satışı Yapmak için Kullanılan Görsel

Benzer olarak polis adliye, tarih, spor konularında değerlendirilen dezenformatif içerikleri de etkileşim unsurunu önceleyen, daha fazla kitleye ulaşması istenen haberlerin ya da düşüncelerin yansıması olarak görülebilmektedir. Bu içerikler şu şekilde örneklendirilebilmektedir: "Videonun Kanada'daki bir polis aracının tırın altına girerek ilerlediği anı gösterdiği iddiası" (AA Teyithattı, 2023a); "Fotoğraflar 70'li yıllarda mı çekilmiş?" (Teyit, 2023c); "Video Yusuf Dikeç'i İngilizce konuşurken mi gösteriyor?" (Teyit, 2024c).

Bu noktada Tablo 2'de aktarılan konularda üretilen ve dolaşıma sokulan yapay zekâ destekli dezenformatif içeriklerin hem hedef kitleyi belirli kanaatler doğrultusunda kasıtlı olarak yönlendirme hem de etkileşim kazanma yoluyla belirlenmiş bir amaca yönlendirme niteliği taşıdığını söylemek mümkündür.

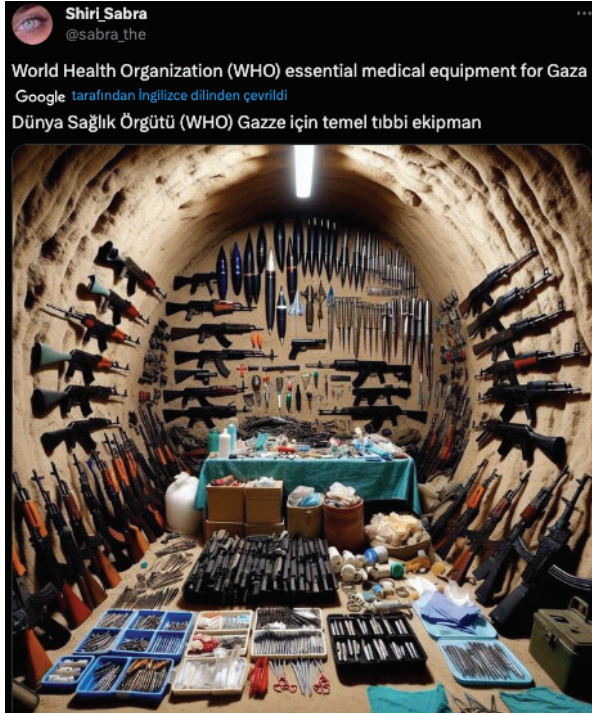
### 4.3. Yapay Zekâ Dezenformasyonunun Spesifik Rotaları

Araştırmanın tespitlerden bir diğeri ise Tablo 3'te görüldüğü üzere incelenen yapay zekâ destekli dezenformasyon içeriklerinden bazılarının birden fazla konuyla ilişkilenebilir oluşudur.

İçeriğin Ana Konusu	İçeriğin Alt Konusu	İçerik Sayısı
Siyaset	Ekonomi ve Finans	6
	Savaş	4
	Polis Adliye	1
	Gösteri/Eylem	1
Yaşam ve Keyif	Doğa ve Canlılar	20
	Komplo Teorileri	2
	Tarih	1
Kültür Sanat ve Eğlence	Komplo Teorileri	3
	Siyaset	2
	Robotlar	1
	Tarih	1
Teknoloji	Robotlar	5
	Ekonomi ve Finans	2
	Sağlık	1
	Siyaset	1
Spor	Siyaset	1
Polis Adliye	Siyaset	3
	Teknoloji	1
	Spor	1
Din ve İnançlar	Siyaset	3
Ekonomi ve Finans	Siyaset	1
<b>Toplam</b>		<b>61</b>

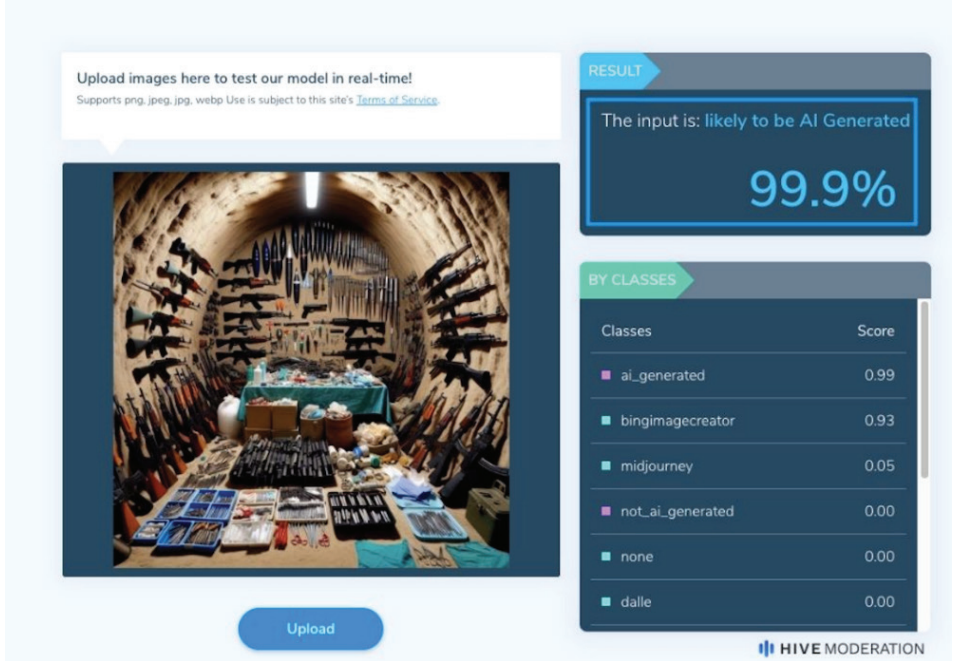
**Tablo 3.** Yapay Zekâ ile Üretildiği Tespit Edilen Dezenformatif İçeriklerin Alt Konularına Göre Dağılımı

Buna göre siyaset konusundaki dezenformasyonun alt konularını sıklıklarına göre ekonomi ve finans, savaş, polis adliye ve gösteri/eylem alt konuları oluşturmaktadır. Siyasetle ilişkili ekonomi ve finans alt konularının tümünde siyasi aktörlerin yatırım fırsatı sunduğu iddiasını taşıyan dezenformasyon hâkimdir. Örneğin, “Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın vatandaşları bazı yatırım araçlarına yönlendirdiği iddiası” (AA Teyithatı, 2023b); “Ekrem İmamoğlu’nun yatırım fırsatı duyurduğu görüntüler gerçek mi?” (Teyit, 2024d) ve “Fatih Erbakan Enerjya-Gaz Yatırım Fırsatı” (Doğruluk Payı, 2024c) başlıklı içerikler, platformların tespit ettiği üzere, sözü geçen siyasi aktörlerin görüntü ve seslerinin yapay zekâ aracılığıyla değiştirilmesi ile oluşturulmuştur. Söz konusu içerikler dolandırıcılık faaliyeti doğrultusunda kullanıcıları manipüle etme amacı taşımaktadır. Siyaset konusunda öne çıkan bir diğer alt konu ise savaştır. Savaş alt konusunda incelenen içerikler, İsrail’in Filistin’e, Rusya’nın Ukrayna’ya açtığı savaşa ve İsrail-Hamas çatışmalarına yönelik dezenformasyon içermektedir. Örneğin Görsel 5, Gazze’deki Hamas tünellerini gösterdiği iddiasını taşıyan X paylaşımını göstermektedir.



Görsel 5. Gazze’deki Hamas Tünelleri’ni Gösterdiği İddiasını Taşıyan X Paylaşımı

Anadolu Ajansı Teyithattı’nın bulgularına göre, binlerce kez görüntülenen paylaşımına konu olan görsel, yapay zekâ tespiti sorgulaması doğrultusunda Görsel 6’da görüldüğü üzere %99 oranında yapay zekâ üretimi dezenformasyon niteliği taşımaktadır (AA Teyithattı, 2023c).



Görsel 6. Gazze’deki Hamas Tünelleri’ni Gösterdiği İddiasını Taşıyan X Paylaşımının Yapay Zekâ Üretimi Olduğunun Tespitini İçeren Görsel

Yaşam ve keyif konusundaki dezenformasyonun alt konularını doğa ve canlılar, komplo teorileri ve tarih alt konuları oluşturmaktadır. Bu noktada öne çıkan yapay zekâ dezenformasyonunu, ağırlıklı olarak “Videodaki su samurunun gerçek olduğu iddiası” (Doğrula, 2024b); “Dubai’de kar yağdığı anları gösteren video gerçek mi?” (AA Teyithattı, 2024b); “Video Tayvan’da gökyüzünde bir portal açıldığını mı gösteriyor?” (Teyit, 2024e) ve “Görsel Endonezya’da Sahile vuran dev kalamarı mı gösteriyor” (Doğruluk Payı, 2024d) gibi doğa ve canlılarla ilişkilenen içeriklerle örneklendirmek mümkündür.

Kültür sanat ve eğlence konusundaki dezenformasyonun alt konularını ise komplo teorileri, siyaset, robotlar ve tarih oluşturmaktadır. Bu noktada hem yaşam ve keyif hem de kültür sanat ve eğlence konularını oluşturan ve öne

çıkan alt konulardan biri olan komplo teorilerini vurgulamak gerektiği düşünölmektedir. Çünkü, dijital ortamın sunduğu olanaklar dâhilinde komplo teorilerinin yayılımında yararlanılan bilgiye ulaşma yollarının hatalı olmasından kaynaklanan unsurlar komplo teorileri ve dezenformasyon arasındaki ilişkiye ışık tutmaktadır. Örneğin, bu alt konuda yer verilen ve yapay zekâ ile oluşturulduğu tespit edilen “Video UFO’ları takip eden savaş uçaklarını mı gösteriyor?” (Teyit, 2023d); “The Simpsons dizisi helikopter kazasını bildi mi?” (AA Teyithattı, 2024c) ve “The Simpsons dizisi Afrika kupasını kimin kazanacağını önceden bildi iddiası” (AA Teyithattı, 2024d) gibi içeriklere, The Simpsons dizinin dünya gündeminde yaşanan pek çok olayı öncesinden tahmin ettiği anlatısı ile UFOların/uzaylıların gerçek olduğu anlatısını içeren komplo teorileri çerçevesinde (Hashmi ve Ab Rashid, 2021; Hanley vd., 2023) dikkat çekmek mümkündür. Bu noktada, Kesgin ve Gül Ünlü’nün (2022, s. 9) aktardığı üzere “dijital ortamda herhangi bir konuyu araştıran kullanıcı, araştırdıkça birbirine benzer ve doğruluğu şüpheli olan içeriğe kolaylıkla ulaşabilmekte; bir düzen içerisinde karşılaşılan içerik çoğu zaman dezenformasyon içerse de bireye inandırıcı gelebilmektedir.” Dolayısıyla bu durum, bireylerin komplo teorilerine inanmasında ve bu inancı sürdürmesinde etkili olabilmektedir. Buradan hareketle, yapay zekânın gerçek ve sahte arasındaki ayrımı silikleştiren yapısının bu etkiyi güçlendirme potansiyeli taşıdığını söylemek olanaklıdır.

Teknoloji konusundaki dezenformasyonun alt konularını ise robotlar, ekonomi ve finans, sağlık ve siyaset oluşturmaktadır. Öne çıkan bir alt konu olarak robotları içeren iddialara bakıldığında “Elon Musk’ın robotlarla olan fotoğraflarının gerçek olduğu iddiası” (Doğrula, 2023); “Hamur açan robot videosu gerçek mi?” (Teyit, 2024f) ve “Videonun futbol oynayan robotu gösterdiği iddiası” (AA Teyithattı, 2023d) örnekleriyle karşılaşılmaktadır. Bu örnekler, toplumsal yaşama her geçen gün daha fazla dâhil olan teknolojinin ve bu yöndeki teknolojik gelişmelerden biri olan robotların sosyal ilişkilerde izlediği konumun dezenformasyon gündemine taşınması durumunu yansıtır niteliktedir. Teknoloji konusunda öne çıkan bir diğer alt konu ise ekonomi ve finanstır. Bu noktada ekonomi ve finansın siyaset konusundaki gibi benzer bir konuma yerleştığı görölmektedir. Zira her iki ekonomi ve finans içeriği de dolandırıcılık faaliyeti amacı güden yatırım tavsiyesi başlıklı dezenformasyona dayanmaktadır. Örneğin, Görsel 7, Elon Musk’ın, Türkiye’ye özel projesi hakkında konuştu iddiasını taşıyan Facebook paylaşımını göstermektedir.



Görsel 7. Elon Musk'ın, Türkiye'ye Özel Projesi Hakkında Konuştu İddiasını Taşıyan Facebook Paylaşımı

Hem AA Teyithattı (2024e) hem de Doğruluk Payı'nda (2024e) doğruluk kontrolü gerçekleştirilen videoda, diğer dezenformatif içeriklerde olduğu gibi inandırıcılığın inşa edilmesi amacıyla yapay zekâ araçlarından faydalandığı tespit edilmiştir.

Tüm bunlara ek olarak hem yukarıdaki ifade edilen ana konularda hem de Tablo 3'te aktarılan diğer ana konularda siyaset alt konusu ile diğer alt konulara kıyasla daha sık karşılaşılmaktadır. Dolayısıyla siyaset konusu dikkat çekici biçimde öne çıkmaktadır. Çünkü, siyaset, tarih dışındaki tüm konuların alt konularından biri olma niteliği taşımaktadır. Bu durumda, yapay zekâ aracılığıyla oluşturulan dezenformatif içeriklerin ağırlıklı olarak siyaset alanı ile ilişkilenen bir yapı kazandığı ifade edilebilmektedir.

### 4.3.1. Kamuya Mal Olan Kişiler: Yapay Zekâ Dezenformasyonunun Ana Hedefleri

Yapay zekâ destekli dezenformasyon içeriklerin konularına göre dağılımını içeren araştırma bulguları, bu içeriklerde direkt olarak hedef alındığı tespit edilen kişilerle de desteklenmektedir. Nitekim, Tablo 4'e bakıldığında en fazla siyasetçi ve/veya siyasetçi yakınlarının hedef alındığı görülmektedir. Takiben, sporcular, iş insanları, aktör ve aktrisler dezenformatif içeriklerin hedefleri arasındadır. Diğer yandan dini liderler ve şarkıcılar da yapay zekâ aracılığıyla oluşturulan dezenformasyonun hedefi hâline gelmiştir. Söz konusu hedeflerin neredeyse yarısı Türkleri, kalan kısmı ise dünyanın çeşitli ülkelerinden isimleri oluşturmaktadır.

Hedef Alınan	İçerik Sayısı	İçeriğe Konu Olan Türklerin Sayısı
Siyasetçi/Siyasetçi Yakını	30	15
Sporcu	7	1
İş İnsanı	6	3
Aktör/Aktris	6	2
Dini Lider	2	0
Şarkıcı	2	0
Akivist	1	0
<b>Toplam</b>	<b>54</b>	<b>21</b>

**Tablo 4.** Yapay Zekâ ile Üretildiği Tespit Edilen Dezenformatif İçeriklerde Hedef Alınanların Dağılımı

Bu kişilerin kendi alanlarında kamuya mal olmuş kişiler olduğu düşünüldüğünde, söz konusu bulguların, dezenformasyonu yaratanların sosyal ve siyasi dünyanın görsel üretiminde ve yeniden üretiminde dijital medyanın rolünden faydalanmaya devam ettikçe görsel bilgi manipülasyonunun, bu kişileri çevrim içi ortamda itibarsızlaştırmak için en etkili stratejilerden biri olduğu (Hameleers, 2020) görüşüyle desteklendiğini söylemek mümkündür. Dahası, hem yapay zekâ uygulama ve araçlarının içerik üretiminin erişilebilirliğinde hem de sahte içeriğin algılanan gerçekçiliğinde ve oluşturulabileceği erişilebilirlikte yol açtığı dramatik artış (Agarwal, 2019, s. 38) düşünüldüğünde araştırma bulgularının ilgili alanlarda oluşabilecek riskleri vurgular nitelikte olduğunu ifade etmek olanaklıdır.



### 4.3.2. Yapay Zekâ Dezenformasyonun Kaynakları: Türkiye ve Sosyal Medya Nasıl Konumlanıyor?

Türkiye internet gündeminde viral hâle gelen ve dezenformasyon içeriğinin yapay zekâ ile üretildiği doğruluk kontrolü platformları tarafından tespit edilen iddiaların kaynaklarına bakıldığında, Tablo 5 ‘te görüldüğü üzere, iddiaların çoğunluğunun çeşitli ülkelerden yabancı hesaplar tarafından dolaşıma sokulduğunu söylemek mümkündür.

İddianın Kaynağı	İçerik Sayısı	Yüzdellik Oran
Yabancı Hesaplar	81	%71,05
Türkçe Hesaplar	33	%28,95
<b>Toplam</b>	<b>114</b>	<b>%100</b>

Tablo 5. Yapay Zekâ ile Üretildiği Tespit Edilen Dezenformatif İçeriklerin Kaynağına Göre Dağılımı

Tablo 6’da ise dezenformasyonun yayılmaya başladığı sosyal medya platformları görülmektedir. Buna göre, X, yapay zekâ destekli dezenformasyonun yayılımında ilk sırada yer almakta, TikTok, Facebook ve Instagram X’i takip etmektedir. İlaveten, çeşitli içeriklerin aynı anda birden fazla sosyal medya platformunda da dolaşıma girdiği anlaşılmaktadır.

Sosyal Medya Platformu	İçerik Sayısı	Yüzdellik Oran
X	48	%42,10
TikTok	23	%20,17
Facebook	18	%15,78
Instagram	17	%14,91
YouTube	4	%3,5
Instagram ve Facebook	1	%0,87
X ve Facebook	1	%0,87
X ve Instagram	1	%0,87
Reddit	1	%0,87
<b>Toplam</b>	<b>114</b>	<b>%100</b>

Tablo 6. Yapay Zekâ ile Üretildiği Tespit Edilen Dezenformatif İçeriklerin Yayıldıkları Sosyal Medya Platformlarının Dağılımı

Türkiye, DataReportal (2023) tarafından hazırlanan ve ülkelerin internet kullanım alışkanlıklarını gösteren verilere göre sosyal medyada en fazla vakit geçiren ülkelerden biridir. Instagram’da en çok vakit geçiren ülke olarak

birinci sırada yer alan Türkiye, YouTube’da onuncu, TikTok ve X’te on birinci, Facebook’ta ise on dördüncü sırada yer almaktadır. Diğer yandan Reuters Institute (2024, s. 111) tarafından yayımlanan 2024 Dijital Haber Raporu’na göre, Türkiye’de haber okumak için kullanılan temel kaynak %88 oranıyla sosyal medyadır. Ek olarak haberlerin paylaşımında en çok tercih edilen sosyal medya platformları, YouTube (%38), Instagram (%38), Whatsapp (%29), Facebook (%27), X (%22) ve TikTok (%10) olarak aktarılmıştır. Türkiye’de haberlere duyulan güvenin oranı ise %35 olarak belirtilmiştir. Bu noktada sözü edilen oranlar, Türkiye’deki internet kullanıcılarının yapay zekâ desteğiyle daha güçlü hâle bürünen yanlış bilgilere maruz kalma durumunu da gözler önüne sermektedir. Zira, sosyal ağlarda dezenformasyon içeriğinin üretilmesi, yayılması ve hatta yeniden üretilmesi, özellikle bu tür kaynaklara erişim kolaylığı nedeniyle artan bir endişe kaynağıdır (Shu vd., 2020). Çoğu durumda, yapay zekâ yetkili bir ajan olmaktan çok bir yayıcı olarak hareket etmektedir (Tomassi, 2024). Bu durum özellikle en yaygın kullanılan sosyal medya platformları ile araştırma bulgularının gösterdiği üzere en fazla dezenformasyon yayan sosyal medya platformları arasında doğrudan bir ilişki kurmaya imkân tanımaktadır. Nitekim, sosyal medya platformlarındaki içerik akışının kullanıcıların bağlantıları, beğenileri, yorum yapmaları, tekrar paylaşmaları, izlemeleri, okumaları vb. gibi etkileşimlerine göre algoritmik seçimlere (Gillespie, 2014, s. 91) dayalı önerilere bağlı olduğu düşünüldüğünde daha fazla tıklanan yani etkileşim alan içeriğin teşvik edildiğini göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Dolayısıyla söz konusu durumun Türkiye’deki kullanıcıları, doğruluğunu ayırt etmenin giderek zorlaştığı yapay zekâ dalgalarıyla şiddetlenen bir dezenformasyon deryasının içinde konumlandırmakta olduğunu söylemek mümkündür.

## 5. Sonuç

Yapay zekâ uygulama ve araçlarının kolay erişilebilir hâle gelmesi, hâlihazırda bilginin kolay erişilebildiği ve hızla yayılabildiği dijital ortamda görüntü, ses, video veya metin türlerinde dezenformatif içeriklerin varlığını, bilginin güvenilirliği bağlamında ciddi bir endişe kaynağı hâline getirmiştir. Bu endişe kaynağı, kamuoyunu besleyen doğru olmayan bilgiler ve manipülasyon aracılığıyla kamu sağlığı, kamu güvenliği, sivil söylem, siyasi katılım ve eşitlik üzerinde etkili olan risklerle doğrudan ilişkilidir. Dolayısıyla doğruluk kontrolü gerçekleştiren platformların faaliyetleri, bireylerin doğru ve yanlış arasında yapay zekâ etkisiyle silikleşen ayrımı görebilmesi açısından önemli bir

işleve sahiptir. Bununla birlikte, platformların doğruluk kontrolü faaliyetlerini, ülke gündemindeki yanlış bilgi yayılımının yansıması olarak da nitelenmek mümkündür. Bu bağlamda çalışmada, Türkiye’nin internet gündeminde dolaşıma giren ve çoğunlukla viral hâle gelen dezenformasyonun yapay zekâ ile ilişkisini öne çıkararak, doğruluk kontrolü platformları tarafından tespit edilen yapay zekâ destekli dezenformatif içeriklerin türlerine, konularına ve yayıldıkları kaynaklara göre boyutlarını tespit etmek üzere analiz edilmesini amaçlanmıştır. Buradan hareketle, Türkiye’de doğruluk kontrolü faaliyeti yürüten ve Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağının imzacısı olan Doğrula, Doğruluk Payı ve Teyit platformları ile Anadolu Ajansı’nın Teyit-hattı platformlarında 01.01.2023-31.08.2024 tarihleri arasında yapay zekâ ile üretildiği tespit edilen dezenformasyon barındıran doğruluk kontrollerine içerik analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda, Türkiye’nin dezenformasyon ortamında yapay zekânın rolü ve ilişkilendiği sosyal boyutlara yönelik çeşitli çıkarımlarda bulunulmuştur.

Çalışma sonunda, yapay zekâ destekli dezenformasyonun en yaygın türünün manipülasyon olduğu, manipülasyonun hatalı ilişkilendirme, parodi, taklit ve uydurma ile pekiştirildiği dolayısıyla kişi ya da grupların belirli amaçlar ya da çıkarlar doğrultusunda kasıtlı olarak yönlendirilmesi noktasında yapay zekânın etkili bir aracı olarak konumlandığı anlaşılmıştır. İlaveten, uydurma da yapay zekânın yanıltıcı yönünün güçlenmesinde öne çıkan bir dezenformasyon türü olmuştur. Bununla birlikte yapay zekâ destekli dezenformasyonun sıklıkla siyaset, yaşam ve keyif, kültür sanat ve eğlence ve teknoloji konularını içerdiği görülmüştür. Analiz edilen içerikler doğrultusunda yapay zekânın, sosyal ağlarda dezenformasyon ile etkileşim unsuru arasındaki ilişkiyi güçlendiren bir araç olarak, hedef kitleyi belirli kanaatler ya da belirli amaçlar doğrultusunda kasıtlı olarak yönlendirme niteliği yansıttığını söylemek mümkün hâle gelmiştir. Ek olarak çoğunlukla tüm konuların siyasi manipülasyonla ilişkilenen yönlerinin olduğu ve bu doğrultuda yarısı Türk olmak üzere en fazla siyasi aktörlerin hedef alındığı bulgulanmıştır. Bu durum, çeşitli ülkelerde gözlemlendiği gibi (Appel ve Prietzel, 2022; Bontridder ve Poulet, 2021) Türkiye’deki siyasal sistemin demokratik ilkelere uyumlu ve sağlıklı biçimde işlemlenmesini engelleyen risklerin yapay zekâ destekli dezenformasyondan da kaynaklanan bir boyuta sahip olduğunu göstermektedir. Diğer yandan dezenformasyonun içerdiği alt konulardan yola çıkılarak yapay zekânın etkileşim kazanma yoluyla dolandırıcılık faaliyetlerine teşvik

etme ve komplo teorilerini pekiştirme gibi potansiyel etkileri de öne çıkmıştır. Nitekim, bu potansiyel etkiler, dezenformasyonun bireyler ve toplumlar üzerinde yarattığı tespit edilen seçim ve piyasa dolandırıcılığı, spekülasyon ve aldatmaca (Frau-Meigs, 2021, s. 138) gibi etkilerle de vurgulanır hâle gelmiştir. Ayrıca, dezenformasyon kaynaklarının çoğunluğunun çeşitli ülkelerden yabancı hesaplar tarafından dolaşıma sokulduğu ve ağırlıklı olarak X ve TikTok platformlarından yayıldığı görülmüştür.

Tüm bunlara ek olarak araştırmaya konu olan dezenformasyonların doğruluk kontrolü platformlarının tespiti ile belirlenmiş olması ve bu tespitlerde faydalanılan araçlar arasında yapay zekâ tespit araçlarının olması, Tomassi ve arkadaşlarının (2024) belirttiği gibi, yapay zekânın hem sahte içeriklerin yayıcısı hem de bir otoriter aracı olarak konumlanması durumuna mercek tutmaktadır. Zira yapay zekâ, çalışmada vurgulandığı üzere yanlış bilgileri oluşturma, inandırıcılığını güçlendirme ve hızla yayma noktasında zararlı bir aktördür fakat aynı zamanda söz konusu zararlı içeriklerin tespit edilmesinde yani gerçeğin sahteden ayırt edilmesi noktasında da yardımcı bir araçtır. Tam da bu sebeple yapay zekânın dijital ortamdaki kullanım pratiklerinde nasıl konumlandırılması gerektiği sorusu, bireylerin kaynakların ve karşılaştıkları içeriğin güvenilirliğini değerlendirmek için eleştirel düşünme ve okuryazarlık becerilerine gereken önemi vermeleri gerektiği düşüncesini merkeze taşımaktadır. Zira, Türkiye'nin, 41 ülkenin post-truth, dezenformasyon, sahte haber ve yanlış bilgilendirme fenomeni karşısında dayanıklılık potansiyellerine göre sıralandığı Media Literacy Index raporuna göre, medya okuryazarlığı puanı doğrultusunda 36. sırada yer aldığı (Open Society Institute, 2023) düşünüldüğünde, medya okuryazarlığının boyutlarını algoritmik karar vericilik ve yapay zekâ dinamiklerine taşıyan yapılandırmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Yanı sıra, kullanıcıların iddiaların doğruluğunu tespit edecekleri araçları kullanabilmeleri için teşvik edilmesi ve bu bağlamda da yapay zekâ okuryazarlığını vurgulamak son derece önemli görülmektedir. Bu noktada, kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları, dijital platform sorumluları ve dijital iletişim hususunda okuryazarlık uzmanlığına sahip aktörlerinin iş birliği önem arz etmektedir. Ek olarak gelecek araştırmalar için Türkiye'deki dezenformasyon ve yapay zekâ ilişkisini çeşitli alanlar bağlamında hem hedef alanlar hem de hedef alınanlar açısından derinlemesine incelemek, yapay zekâ destekli dezenformasyona karşı savunma mekanizmalarını hem kullanıcılar hem de uzmanlar gözünden değerlendir-

mek önerilebilir. Son olarak, yapay zekâ dalgalarının şiddetlendirdiği dezenformasyon deryasının eleştirel muhakeme, etik ilkeler ve sorumlu teknoloji kullanımı ışığında sakinleşmesi yolunda iz süren proje ve faaliyetlerin teşvikinin de son derece önemli olduğu düşünülmektedir.

### Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

### Kaynakça

- AA Teyithattı. (2024a). Teyit Hattı Hakkında. <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/p/teyit-hatti-hakkinda-> (Erişim Tarihi: 20.08.2024).
- AA Teyithattı. (2023a). Videonun Kanada’daki Bir Polis Aracının Tırın Altına Girerek İlerlediği Anı Gösterdiği İddiası. <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/bilim-teknoloji/videonun-kanada-polisininin-uyguladigi-yeni-tekni-gi-gosterdigi-iddiasi-/1816509> (Erişim Tarihi: 10.09.2024).
- AA Teyithattı. (2023b). Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın Vatandaşları Bazı Yatırım Araçlarına Yönlendirdiği İddiası. <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/aktuel/cumhurbaskani-erdoganin-vatandaslari-bazi-yatirim-araclarina-yonlendirdigi-iddiasi/1816878> (Erişim Tarihi: 10.09.2024).
- AA Teyithattı. (2023c). Fotoğraf Gazze’deki Hamas Tünellerini Gösteriyor İddiası. <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/gazze/fotograf-gazzedeki-hamas-tunellerini-gosteriyor-iddiasi/1817063> (Erişim Tarihi: 10.09.2024).
- AA Teyithattı. (2024b). Dubai’de Kar Yağdığı Anları Gösteren Video Gerçek mi? <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/aktuel/dubaide-kar-yagdig-i-anlari-gosteren-video-gercek-mi/1817273> Erişim Tarihi: (10.09.2024).
- AA Teyithattı. (2024c). The Simpsons Dizisi Helikopter Kazasını Bildi mi? <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/aktuel/the-simpsons-dizisi-helikopter-kazasini-bildi-mi/1817804> (Erişim Tarihi: 10.09.2024).
- AA Teyithattı. (2024d). The Simpsons Dizisi Afrika Kupasını Kimin Kazanacağını Önceden Bildi İddiası. <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/aktuel/the-simpsons-dizisi-afrika-kupasini-kimin-kazanacagini-onceden-bildi-iddiasi/1817389> (Erişim Tarihi: 10.09.2024).
- AA Teyithattı. (2023d). Videonun Futbol Oynayan Robotu Gösterdiği İddiası. <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/aktuel/videonun-futbol-oynayan-robotu-gosterdigi-iddiasi-/1816472> (Erişim Tarihi: 10.09.2024).
- AA Teyithattı. (2024e). Elon Musk, Türkiye’ye Özel Projesi Hakkında Konuştu İddiası. <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/aktuel/elon-musk-turkiyeye-ozel-projesi-hakkinda-konustu-iddiasi/1817340> (Erişim Tarihi: 10.09.2024).

- Agarwal, S., Farid, H., Gu, Y., Mingming, H. Nagano, K., Li, H. (2019). Protecting World Leaders Against Deepfakes. Proceedings of the IEEE/CVF Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR) Workshops (ss. 38-45). Computer Vision Foundation.
- Akers, J., Bansal, G., Cadamuro, G., Chen, C., Chen, Q., Lin, L., Mulcaire, P., Nandakumar, R., Rockett, M., Simko, L., Toman, J., Wu, T., Zeng, E., Zorn, B., & Roesner, F. (2018). Technology-Enabled Disinformation: Summary, Lessons, and Recommendations, Technical Report UW-CSE, 21. <https://arxiv.org/abs/1812.09383> (Erişim Tarihi: 10.08.2024).
- Akyüz, S. S., & Özkan, M. (2022). Kriz Dönemlerinde Enformasyon Süreçleri: Ukrayna-Rusya Savaşında Dolaşıma Giren Sahte Haberlerin Analizi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(2), 66-82. <https://doi.org/10.46442/intjcss.1213993>
- Appel, M. & Priezel, F. (2022). The Detection of Political Deepfakes. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 27(4), 1-13.
- Asamoah, A. D. & Sharda, R. (2021). What should I believe? Exploring information validity on social network platforms. *Journal of Business Research*, 122, 567-581.
- Avram, M., Micallef, N., Patil, S. & Menczer, F. (2020). Exposure to Social Engagement Metrics Increases Vulnerability to Misinformation. *The Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 1(5), 1-11.
- Bennett, L.W., Livingston, S. (2020). *The Disinformation Age*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108914628>
- Beridze, I., & Butcher, J. (2019). When Seeing is No Longer Believing. *Nature Machine Intelligence*, 1, 332-334.
- Bhadani S., Yamaya, S., Flammini, A., Menczer, F., Ciampaglia, G. L., & Nyhan, B. (2022). Political Audience Diversity and News Reliability in Algorithmic Ranking. *Nature Human Behaviour*, 6(4), 495-505.
- Bontridder, N. & Pouillet, Y. (2021). The Role of Artificial Intelligence in Disinformation. *Data & Policy*, 3, e32. doi:10.1017/dap.2021.20.
- Bowen, G. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Çömlekçi, M. F. (2022). Why do Fact-checking Organizations Go Beyond Fact-checking? A Leap Toward Media and Information Literacy Education. *International Journal of Communication*, 16, 21.
- DataReportal. (2023). Digital 2023: Global Overview Report. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (Erişim tarihi: 25.09.2024).
- Delal Abanoz, Ö. (2023). Türkiye'de Haber Doğrulama Ekosistemi ve Kullanıcıların Doğrulama Platformlarını Kullanım Pratikleri. Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Konya.
- DiFranzo, D., & Gloria-Garcia, K. (2017). Filter Bubbles and Fake News. *XRDS: Crossroads, The ACM Magazine for Students*, 23(3), 32-35.
- Drisko, J. & Maschi, T. (2016). *Content Analysis*. New York: Oxford University Press.

- Doğrula. (2024a). İddia Kontrol Süreci. <https://www.dogrula.org/iddia-kontrol-sureci/> (Erişim Tarihi: 20.08.2024).
- Doğrula. (2024b). Videodaki Su Samurunun Gerçek Olduğu İddiası. <https://www.dogrula.org/dogrulamalar/videodaki-yavru-su-samurunun-gercek-oldugu-iddiasi/> (Erişim Tarihi: 12.09.2024).
- Doğrula. (2023). Elon Musk’ın Robotlarla Olan Fotoğraflarının Gerçek Olduğu İddiası. <https://www.dogrula.org/dogrulamalar/elon-muskin-robotlarla-olan-fotograflarinin-gercek-oldugu-iddiasi/> (Erişim Tarihi: 12.09.2024).
- Doğruluk Payı. (2024a). Değerlendirme Kriterleri. <https://www.dogrulukpayi.com/sayfa/metodoloji> (Erişim Tarihi: 20.08.2024).
- Doğruluk Payı (2024b). Görsel Ayder Yaylası’nda Açan Kedi Çiçeğini mi Gösteriyor? <https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/gorsel-ayder-yaylasi-nda-acan-kedi-cicegini-mi-gosteriyor> (Erişim Tarihi: 12.09.2024).
- Doğruluk Payı. (2024c). Fatih Erbakan Enerya-Gaz Yatırım Fırsatı. <https://www.dogrulukpayi.com/bulten/yaniltici-iceriklerin-yapay-yuzleri-degistirilmis-videolar> (Erişim Tarihi: 12.09.2024).
- Doğruluk Payı. (2024d). Görsel Endonezya’da Sahile Vuran Dev Kalamarı Mı Gösteriyor? <https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/goruntuler-endonezya-da-sahile-vuran-dev-kalamari-mi-gosteriyor> (Erişim Tarihi: 12.09.2024).
- Doğruluk Payı. (2024e). Elon Musk ve Sadece Türkiye Vatandaşlarına Özel Yatırım Fırsatı. <https://www.dogrulukpayi.com/bulten/yaniltici-iceriklerin-yapay-yuzleri-degistirilmis-videolar> (Erişim Tarihi: 12.09.2024).
- Dourado T. (2023). Who Posts Fake News? Authentic and Inauthentic Spreaders of Fabricated News on Facebook and Twitter. *Journalism Practice*, 17(10), 1–20.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The Qualitative Content Analysis Process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107–115.
- Erkan, G. & Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.org. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi*, 30, 201-223.
- Eroğlu, E. (2023). Seçim Dönemlerinde Sosyal Medya Dezenformasyonu: 2023 Genel Seçimleri Üzerine Bir İçerik Analizi. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 5(2), 142-151.
- Eyüboğlu, E., & Kodak, D. (2023). İnfodemi ve Dijital Kamusal Alan: Afet Dönemi Özelinde Bir Araştırma. *TRT Akademi*, 8(18), 528-551.
- Fallis, D. (2009). A Conceptual Analysis of Disinformation. *iConference 2009: iSociety: research, Education, Engagement*. <https://www.ideals.illinois.edu/items/15210> (Erişim Tarihi: 20.07.2024).
- Fallis, D. (2015). What is Disinformation? *Library Trends*, 63(3), 401–426.
- Frau-Meigs, D. (2021). Addressing the Risks of Harms Caused by Disinformation. *İçinde L. Corredoira, I. Bel Mallén, & R. C. Presuel (Eds.). Handbook of Communication Rights, Law, and Ethics (ss. 135–146). John Wiley & Sons. https://doi.org/10.1002/9781119719564.ch11*

- Gillespie, T. (2014). The Relevance of Algorithms. İçinde T. Gillespie, P. J. Boczkowski, K. A. Foot (Eds.). *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality and Society* (ss. 167- 193). The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.001.0001>
- Gutiérrez-Caneda, B., & Vázquez-Herrero, J. (2024). Redrawing the Lines Against Disinformation: How AI Is Shaping the Present and Future of Fact-checking. *Tripodos*, 55, 55-74.
- Gül Ünlü, D. & Küçükşabanoğlu, Z. (2023). Dezenformasyon ve Yapay Zekâ: Dezenformasyonla Mücadele Yollarına Yapay Zekâ Uzmanlarının Gözünden Bakmak. *İletişim ve Diploması*, 11, 83-106.
- Kesgin, Y. & Gül Ünlü, D. (2022). Komplo Teorilerine Neden İnanırız?: Komplo Zihniyeti, Komplo Teorilerinin Yapısı ve Dijital Ortam İlişkisi Üzerine Düşünmek. İçinde Y. Kesgin, E. Karakoç Keskin (Ed.). *Yeni Medyada Yanlış Bilgi: Komplo Teorileri ve Bilimin İnkârı* (ss. 1-20). İstanbul: Kriter.
- Hameleers, M., Powell, T. E., Van Der Meer, T. G., & Bos, L. (2020). A Picture Paints a Thousand Lies? The Effects and Mechanisms of Multimodal Disinformation and Rebuttals Disseminated Via Social Media. *Political Communication*, 37(2), 281–301.
- Hanley, H. W. A., Kumar, D., & Durumeric, Z. (2023). A Golden Age: Conspiracy Theories' Relationship with Misinformation Outlets, News Media, and the Wider Internet. *Proc. ACM Human Computer Interaction*, 7. <https://doi.org/10.1145/3610043>
- Harari, N. Y. (2016). *Homo Deus Yarının Kısa Bir Tarihi*. P. N. Taneli (Çev.). İstanbul: Kolektif Kitap.
- Hashmi, U. M., Ab Rashid, R., & Hashmi, H. A. (2021). Informed Intertextuality in the Conspiracy Theories on Kovid-19 within Social Media. 7th International Conference on Web Research (ICWR), Tehran, Iran. ss. 103-108, doi: 10.1109/ICWR51868.2021.9443115.
- Helmus, C. T. (2022). *Artificial Intelligence, Deepfakes, and Disinformation: A primer*. RAND Corporation. <http://www.jstor.org/stable/resrep42027>.
- Hirsch, B. P. (2023). At the Crossroads: Generative AI and Corporate Risk Management. *Journal of Business Strategy*, 44(6), 426-429.
- IFCN. (2024a). Signatories. <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories> (Erişim Tarihi: 20.08.2024)
- IFCN. (2024b). International Fact-Checking Network Transparency Statement. <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-transparency-statement/> (Erişim Tarihi: 20.08.2024)
- Jack, C. (2017). *Lexicon of Lies: Terms for Problematic Information*. Data ve Society Research Institute, [https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety\\_LexiconofLies.pdf](https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_LexiconofLies.pdf) (Erişim Tarihi: 01.08.2024).
- Karakoç Keskin, E. (2022). Yanlış Bilgi Ekosisteminde Cinsiyete Dayalı Yükselişler: Cinsiyetçi Dezenformasyon Üzerine. İçinde Y. Kesgin, E. Karakoç Keskin (Ed.). *Yeni Medyada Yanlış Bilgi: Komplo Teorileri ve Bilimin İnkârı* (ss. 119- 134). İstanbul: Kriter.



- Karakoç, E. & Zeybek, B. (2022). Görmek İnanmaya Yeter mi? Görsel Dezenformasyonun Ayırt Edici Biçimi Olarak Siyasi Deepfake İçerikler. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 17(57), 50-72.
- Kavaklı, N. (2019). Yalan Haberle Mücadele ve İnternet Teyit/Doğrulama Platformları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 663-682.
- Kriplean, T., Bonnar, C., Borning, A., Kinney, B., and Gill, B. Integrating on-demand Fact-checking with Public Dialogue. 17th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing (Baltimore, MD, Feb. 15–19). ss. 1188-1199. New York: ACM Press.
- Kocaağa, N. & Lokmanoğlu, E. (2023). Sosyal Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanılması: 28 Mayıs 2023 2.Tur Cumhurbaşkanlığı Seçimi. İçinde G. N. Büyükbaykal & A.C. Ilgaz Büyükbaykal (Eds.). *İletişim ve Medya Alanında Uluslararası Araştırmalar XV* (ss. 87-100). Ankara: Eğitim Yayınevi.
- Koçer, S. (2024). Yapay Zeka ve Doğrulama. *REFLEKTİF Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 103–114.
- Lim, M. W. (2023). Fact or Fake? The Search for Truth in an Infodemic of Disinformation, Misinformation, and Malinformation with Deepfake and Fake News. *Journal of Strategic Marketing*, 1-37. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2023.2253805>
- Marwick, A. ve Lewis, R. (2017). Media Manipulation and Disinformation Online. Data ve Society Research Institute. <https://datasociety.net/library/media-manipulation-and-disinfo-online/> (Erişim Tarihi: 03.08.2024).
- McKay, S. ve Tenove, C. (2020). Disinformation as a Threat to Deliberative Democracy. *Political Research Quarterly*, 74(3), 703-717.
- McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook, J. M. (2001). Birds of a Feather: Homophily in Social Networks. *Annual Review of Sociology*, 27(1), 415–444.
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Monsees, L. (2023). Information Disorder, Fake News and the Future of Democracy. *Globalizations*, 20(1), 153-168.
- Open Society Institute. (2023). The Media Literacy Index Report 2023. <https://osis.bg/wp-content/uploads/2023/06/MLI-report-in-English-22.06.pdf> (Erişim Tarihi: 05.09.2024).
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble What the Internet Hiding From You*, New York: Penguin Press.
- Pawelec, M. (2022). Deepfakes and Democracy (Theory): How Synthetic Audio-Visual Media for Disinformation and Hate Speech Threaten Core Democratic Functions. *Digital Society*, 1(19), 1-37.
- Reuters Institute. (2024). Reuters Institute Digital News Report 2024. [https://reuters-institute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ\\_DNR\\_2024\\_Digital\\_v10%20lr.pdf](https://reuters-institute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf) (Erişim Tarihi: 10.09.2024).
- Richterich, A. (2018). *The Big Data Agenda: Data Ethics and Critical Data Studies*. London: University of Westminster Press.

- Serrano-Puche, J. (2021). Digital Disinformation and Emotions: Exploring the Social Risks of Affective Polarization. *International Review of Sociology*, 31(2), 231–245.
- Shoaib, M. R., Wang, Z., Ahvanooy, M. T., & Zhao, J. (2023). Deepfakes, Misinformation, and Disinformation in the Era of Frontier AI, Generative AI, and Large AI Models, *International Conference on Computer and Applications (ICCA)*, ss. 1-7. Cairo, Egypt.
- Singh, P. & Dhiman, B. (2024). Exploding AI-Generated Deepfakes and Misinformation: A Threat to Global Concern in the 21st Century. *Journal of Robotics and Automation Research*, 5(1), 1-7.
- Kocabay Şener, N. (2018). “Doğruluk Kontrol Merkezi” ve “Yalan Haber” Kavramlarına İlişkin İçeriklerin Medyada Yansımasının Araştırılması. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (29. Özel Sayısı), 355-373.
- Tandoc, E. C., Lim, D., & Ling, R. (2019). Diffusion of Disinformation: How Social Media Users Respond to Fake News and Why. *Journalism*, 21(3), 381-398.
- Tanır Levendeli, Ş. (2024). Dijital Çağda Yapay Zekâ Tabanlı Ses Taklidi: Algoritmik Vantrikolizm. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 8(2), 355-373.
- Teyit. (2024a). Metodoloji. <https://teyit.org/metodoloji> (Erişim Tarihi: 20.08.2024).
- Teyit. (2023a). Kemal Kılıçdaroğlu'nun İngilizce Konuştuğu Videonun Gerçek Olduğu İddiası. <https://teyit.org/analiz/kemal-kilicdaroglundun-ingilizce-konustugu-videonun-gercek-oldugu-iddiasi> (Erişim Tarihi: 15.09.2024).
- Teyit. (2023b). Papa Francis'in LGBTİ+ Bayrağı Taşıdığını Gösteren Fotoğraf Gerçek mi? <https://teyit.org/analiz/papa-francisin-lgbti-bayragi-tasidigini-gosteren-fotograf-gercek-mi> (Erişim Tarihi: 15.09.2024).
- Teyit. (2024b). Video “Şeytan Çıkarma Ayini Sırasında İçine Şeytan Giren Kadını” mı Gösteriyor? <https://teyit.org/analiz/video-seytan-cikarma-ayini-sirasinda-icine-seytan-giren-kadini-mi-gosteriyor> (Erişim Tarihi: 15.09.2024).
- Teyit. (2023c). Fotoğraflar 70'li Yıllarda mı Çekilmiş? <https://teyit.org/analiz/fotograf-lar-70li-yillarda-mi-cekilmis> (Erişim Tarihi: 15.09.2024).
- Teyit. (2024c). Video Yusuf Dikeç'i İngilizce Konuşurken mi Gösteriyor? <https://teyit.org/analiz/video-yusuf-dikeci-ingilizce-konusurken-mi-gosteriyor> (Erişim T).
- Teyit. (2024d). Ekrem İmamoğlu'nun Yatırım Fırsatı Duyurduğu Görüntüler Gerçek mi? <https://teyit.org/analiz/ekrem-imamoglundun-yatirim-firsati-duyurdu-goruntuler-gercek-mi> (Erişim Tarihi: 15.09.2024).
- Teyit. (2024e). Video Tayvan'da Gökyüzünde Bir Portal Açıldığını mı Gösteriyor? <https://teyit.org/analiz/video-tayvanda-gokyuzunde-bir-portal-acildigini-mi-gosteriyor> (Erişim Tarihi: 15.09.2024).
- Teyit. (2023d). Video UFO'ları Takip Eden Savaş Uçaklarını mı Gösteriyor? <https://teyit.org/analiz/video-ufolari-takip-eden-savas-ucaklarini-mi-gosteriyor> (Erişim Tarihi: 15.09.2024).
- Teyit. (2024f). Hamur Açan Robot Videosu Gerçek mi? <https://teyit.org/analiz/hamur-acan-robot-videosu-gercek-mi> (Erişim Tarihi: 15.09.2024).

- Tight, M. (2019). *Documetary Research in the Social Sciences*. London: Sage Publications.
- Tomassi, A., Falegnami, A., & Romano, E. (2024). Mapping Automatic Social Media Information Disorder: the Role of Bots and AI in Spreading Misleading Information in Society. *PLoS ONE* 19(5). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0303183>
- Twomey, J., Ching, D., Aylett, M. P., Quayle, M., Linehan, C., & Murphy, G. (2023). Do Deepfake Videos Undermine Our Epistemic Trust? A Thematic Analysis of Tweets That Discuss Deepfakes in the Russian Invasion of Ukraine. *PLoS ONE* 18(10). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0291668>
- Walorska, M. A. (2020). *Deepfakes & Disinformation*. Potsdam: Friedrich Naumann Foundation for Freedom.
- Wardle, C., Derakhshan, H., Burns, A. & Dias, N. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Polict Making*. Council of Europe. <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html> (Erişim Tarihi: 10.08.2024).
- Wardle, C. (2018). *Information Disorder: The Essential Glossary*. Harvard Kennedy School Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy, [https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder\\_glossary.pdf](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder_glossary.pdf) (Erişim Tarihi: 01.08.2024).
- Wardle, C. (2020). *Understanding Information Disorder*. <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder/> (Erişim Tarihi: 03.08.2024).
- Whittaker, L., Kietzmann, T.C., Kietzmann, J., & Dabirian, A. (2020). “All Around Me Are Synthetic Faces”: The Mad World of AI-Generated Media. *IT Professional*, 22(5), 90–99.
- Vaccari, C. & Chadwick, A. (2020). Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News. *Social Media + Society*, 6(1), 1-13.
- Venturini, T. (2019). From Fake to Junk News, the Data Politics of Online Virality. *İçinde D. Bigo, E. Isin, & E.Ruppert (Eds.), Data Politics: Worlds, Subjects, Rights (ss. 123–144)*. New York: Routledge.
- Yumrutaş, M. (2022). Kovid-19 Pandemi Sürecinde Aşu Haberleri ve Haber Doğrulama Platformları: “Doğruluk Payı” ve “Teyit” Örnekleri. *Etkileşim*, (9), 194-222.
- Zannettou, S., Sirivianos, M., Blackburn, J. & Kourtellis, N. (2019). The Web of False Information. *Journal of Data and Information Quality*. 11 (3), 1-37.
- Zweig, K. (2019). Martin Orth tarafından gerçekleştirilen röportaj: “İyi algoritma, kötü algoritma”. <https://www.deutschland.de/tr/topic/ekonomi/dijitallesme-algortimalar-hayatimizi-kolaylastiriyor-mu-yoksa-birer-tehlike-mi> (Erişim Tarihi: 03.08.2024).

# Sağlık İletişiminde Dezenformasyonun Rolü: Maymun Çiçeği Hastalığı Örneği

→ Zeynep ZELAN\*

## Öz

Halkı sağlık konusunda bilgilendirme, bilinçlendirme ve sağlık profesyonelleri ile halk arasında bilgi akışını sağlama gibi işlevleri olan sağlık iletişimi; tıp, halk sağlığı, iletişim gibi alanları içeren disiplinler arası bir çalışma alanıdır. Özellikle Kovid-19 pandemisi sürecinde sosyal medyada yapılan dezenformasyon paylaşımları, sağlık konusunda olağanüstü dönemlerde medyada hakikatin önemini ortaya koymuştur. Bilgi akışının inanılmaz hızda gerçekleştiği, herkesin içerik paylaştığı, etkileşim ve hızın gerçeğin önüne geçebildiği sosyal medya çağında sağlık konusunda doğru bilgi ihtiyacı da bir o kadar elzem olmuştur. Bu yüzden dezenformasyon önüne geçmek için öncelikle bilgi eksikliğine izin verilmemesi, bunun için de halkın doğru, etkin ve hızlı bir şekilde bilgilendirilmesi, yapılan dezenformasyon, manipülasyon çalışmalarına karşı kaynak ve kanıt gösterilerek doğrularının halka duyurulması önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, sağlık iletişiminde dezenformasyonun rolünü, halk arasında “maymun çiçeği” olarak bilinen MPox hastalığı hakkında yapılan sosyal medya paylaşımları üzerinden ortaya koymaktır. Çalışmadaki örneklem, 10 Ağustos 2024-08 Eylül 2024 tarihleri arasında Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi ve Anadolu Ajansı Teyit Hattı'nın doğrulama mekanizmaları sonucu elde edilen verilerden derlenmiştir. Nitel yöntem tasarımının kullanıldığı makalede, Wardle ve Derakhshan'ın ortaya koyduğu dezenformasyonun 7 türü baz alınarak belirlenen örneklem analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda sağlık gibi kamuoyunun doğru bilgiye en çok ihtiyaç duyduğu bir alanda uydurulmuş, çarpıtılmış ya da manipüle edilmiş haberlerin dolaşıma girdiği görülmüştür. İncelenen 13 haber/paylaşımın 12'sinin yanlış olduğu, haberlerden 6'sında manipülasyon, 4'ünde uydurma, 2'sinde çarpıtma, 2'sinde de hatalı ilişkilendirme gibi dezenformasyon teknikleri kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sağlık İletişimi, Medya, Sosyal Medya, Dezenformasyon, Manipülasyon, Maymun Çiçeği (Mpx), Doğrulama Platformları

\*Dr. İletişim Uzmanı, T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Ankara, Türkiye

E-mail: zeynepzelan@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4847-876X

Zelan, Z. (2025). Sağlık İletişiminde Dezenformasyonun Rolü: Maymun Çiçeği Hastalığı Örneği. TRT Akademi, 10(23), 140-181. <https://doi.org/10.37679/trta.1569270>

## Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 17.10.2024 Revize Tarihi: 06.11.2024 Kabul Tarihi: 17.01.2025

DOI: 10.37679/trta.1569270

# The Role of Disinformation in Health Communication: Example of Monkeypox Disease

→ Zeynep ZELAN

## Abstract

Health communication, which has functions such as informing the public about health, raising awareness and ensuring the flow of information between health professionals and the public, is an interdisciplinary field of study that includes the fields of medicine, public health and communication. Disinformation posts on social media, especially during the Kovid-19 pandemic, have revealed the importance of truth in the media during extraordinary periods in health. In the age of social media, where information flow occurs at an incredible speed, everyone can share content, interaction and speed can override reality, the need for accurate information about health has become just as essential. Therefore, in order to prevent disinformation, it is important not to allow lack of information, to inform the public accurately, effectively and quickly, and to announce the truth to the public by showing sources and evidence against disinformation and manipulation activities. The aim of this study is to reveal the role of disinformation in health communication through social media posts about MPox disease, popularly known as 'monkeypox'. The sample in the study was compiled from the data obtained as a result of the verification mechanisms of Presidency of the Republic of Türkiye Center for Countering Disinformation and Anadolu Agency Confirmation Line between 10 August 2024-08 September 2024. In the article, in which qualitative method design was used, the sample determined based on the 7 types of disinformation put forward by Wardle and Derakhshan was analysed. As a result of the analysis, it was observed that fabricated, misleading or manipulated news were circulated in a field such as health, where the public needs accurate information the most. It was determined that 12 of the 13 news/shares analysed were false, 6 of the news used disinformation techniques such as manipulation, 4 fabrication, 2 distortion, 2 false association.

**Keywords:** Health Communication, Media, Social Media, Disinformation, Manipulation, Monkeypox (Mpx), Verification Platforms

## 1. Giriş

Son yıllarda kullanıcı sayısı ve etki alanı giderek artan sosyal medya platformları, gelişen yönleriyle de dikkat çekmektedir. İçerik tüketicilerinin aynı zamanda üretici olduğu, anında etkileşime girebildiği, birbirleriyle iletişim kurabildiği, zamandan ve mekândan bağımsız mesaj alışverişinde bulunabildiği sosyal medya aynı zamanda canlı yayın, hikâye paylaşımı, canlı sohbet gibi özellikleriyle etkinliğini artırmaya devam etmektedir. Baş döndürücü bir bilgi akışının gerçekleştiği yeni iletişim ortamlarında doğru bilgi ihtiyacı da bir önemli hâle gelmiştir. Bu platformlarda artan bilgi miktarı, kullanıcıların kafasını karıştırabilecek ve dikkatini dağıtabilecek bilgi kirliliğine yol açmıştır. Her bilginin, görüntünün, içeriğin, doğrulanmadan filtresiz şekilde anında dolaşıma girebilmesi, kamuoyunun sosyal medya aracılığıyla manipüle edilmesi ve kriz zamanlarında dezenformasyonun hızla yayılmasına imkân tanımaktadır. Dijital medyada dezenformasyon Avrupa Komisyonu tarafından Eylül 2018’de yayımlanan Çevrim İçi Dezenformasyonla Mücadele Tebliği tarafından, “kümülatif olarak ekonomik kazanç sağlamak veya halkı kasıtlı olarak aldatmak amacıyla oluşturulan, sunulan ve yayılan, doğrulanabilir şekilde yanlış veya yanıltıcı bilgi” şeklinde tanımlanmaktadır (European Commission, 2018). AB Komisyonu Eylül 2024 Raporu’nda ise aynı yılın Avrupa Parlamentosu Seçimleri örnek olarak gösterilmiş ve yeni dezenformasyon tehditleri arasında seçim dönemlerinde “siyasi adayların ve yetkililerin görüşlerini, seslerini, eylemlerini; aldatıcı şekilde taklit eden, değiştiren ya da seçmenlere ne zaman, nerede ve nasıl oy kullanabilecekleri konusunda yanlış bilgi veren, yapay zekâ tarafından üretilen veya yapay zekâ tarafından manipüle edilen ses, video ve görüntüler” sayılmıştır (European Commission, 2024, s. 2). Birleşmiş Milletler Genel Kurulu (UN General Assembly, 2022) tarafından “İnsan Hakları ve Temel Özgürlüklerin Geliştirilmesi ve Korunması için Dezenformasyonla Mücadele” başlıklı bir rapor yayımlanmıştır. Buna göre dezenformasyonun toplumlar üzerinde yıkıcı bir etkisi olabilir ve çeşitli insan haklarını ihlal edebilir. Sağlık ile ilgili dezenformasyon, aşı gibi müdahalelere ciddi zararlar ve can kayıplarına yol açabilir. Seçimlerle ilgili dezenformasyon, özgür ve adil seçimler ile kamu katılım haklarını tehlikeye atabilir. Dezenformasyon; nefret söylemi, ayrımcılık, düşmanlık veya şiddeti teşvik edebilir. Devletler, dezenformasyonun insan haklarına yönelik tehdit oluşturduğu durumlarda bu zararlı etkilerle mücadele etmek için gerekli adımları atmaktan sorumludur. Ancak, bu müdahalelerde düşünce ve ifade

özgürlüğü gibi hakları ihlal etmekten kaçınılmalıdır. İnsanların çevrim içi ortamda sahip olduğu haklar, çevrim dışı haklar gibi korunmalıdır.

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) (2024) de çevrim içi dezenformasyona karşı sosyal medya platformlarının düzenlenmesi için bir eylem planı açıklamıştır. UNESCO Genel Direktörü Audrey Azoulay tarafından yapılan açıklamada şu ifadelere yer verilmiştir: “Dijital teknoloji ifade özgürlüğü konusunda muazzam bir ilerleme kaydedilmesini sağlamıştır. Ancak sosyal medya platformları aynı zamanda yanlış bilgi ve nefret söyleminin yayılmasını hızlandırmış ve güçlendirmiş, toplumsal uyum, barış ve istikrar açısından büyük riskler oluşturmuştur. Bilgiye erişimi korumak için bu platformları gecikmeksizin düzenlemeli ve aynı zamanda ifade özgürlüğü ve insan haklarını korumalıyız.” 18 ayda 134 ülkeden on binden fazla paydaşla hazırlanan eylem planında dezenformasyonla mücadelede yapılması gerekenler ortaya konulmuştur. Eylem planında IPSOS’un UNESCO için 2024’te seçimlerin yapılacağı 16 ülkede 8 binden fazla katılımcıyla gerçekleştirdiği anket sonuçlarına da yer verilmiştir. Vatandaşların yüzde 85’i için sosyal medya platformlarının birincil bilgi kaynak hâline geldiğini gösteren ankette, yüzde 87 oranında çevrim içi dezenformasyonun etkisinden endişe duyulduğu ve yüzde 88 oranında vatandaşların yetkilileri sosyal medyayı düzenleyerek bu sorunu hızla çözmeye çağırdığı ortaya konulmuştur.

Özellikle sağlık iletişimde dezenformasyon son yıllarda sıkça karşımıza çıkan bir kavramdır. Halkı sağlık konusunda bilinçlendirmek, bilgi aktarımı sağlamak amacıyla yapılan sağlık iletişimde özellikle salgın hastalık, yeni bir hastalık türü veya kamunun gündemini meşgul eden sağlık durumlarında dezenformasyon söz konusu olabilmektedir. Sağlık konusunda doğru bilgiye en çok ihtiyaç duyulan bu zamanlarda yetkililerin açıklamaları, uzman görüşleri ve doğrulama platformları büyük önem kazanmaktadır. Özellikle doğrulama platformları, bu büyük veri akışının içinde iddiaların kontrolünde, yanlış verilerin çürütülmesinde ve dezenformasyona karşı mücadelede etkin bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışmada, sağlık iletişimde dezenformasyonun rolü, dezenformasyon türleri ve sosyal medyada nasıl kullanıldığı Türk kamuoyunda maymun çiçeği olarak bilinen Mpox hastalığı örneği üzerinden ele alınmıştır. Çalışma söz konusu hastalığa ilişkin sağlık iletişimi ve dezenformasyon ilişkisi bakımından yapılmış ilk araştırma olması nedeniyle önem taşımaktadır. De-

zenformasyon evrenini içeren çalışma, Wardle ve Derakhshan'ın tespit ettiği dezenformasyonun 7 türü ile sınırlı tutulmuştur. Kapsam olarak sosyal medyada sağlık iletişimindeki dezenformasyon haberlerinin olduğu çalışma, doğrulama platformlarında yer alan maymun çiçeği hastalığı haberleri ve paylaşımları ile sınırlandırılmıştır.

Çalışmanın kavramsal çerçeveyi içeren ilk bölümünde sosyal medya çağında dezenformasyonun ne olduğu, yayılımının nasıl gerçekleştiği ve türleri gibi bilgilere yer verilirken aynı zamanda doğrulama platformları geçmişten günümüze ele alınmıştır. Bu bölümde ayrıca sağlık iletişimi ve sağlık konusunda dezenformasyonla mücadele konularına değinilmiştir.

Çalışmanın araştırma bölümünde ise kamusal yapısı nedeniyle seçilen Dezenformasyonla Mücadele Merkezi ve Anadolu Ajansı Teyit Hattı'ndaki 13 haber/paylaşım incelenmiştir. Bu haberlerden 12'sinin yanlış olduğu, 1'i doğrudur. Nitel yöntem tasarımı ile analiz edilen haberlerden 6'sı manipülasyon, 4'ü uydurma, 2'si çarpıtma, 2'si hatalı ilişkilendirme gibi dezenformasyon türleri kullanılarak yapılmıştır. Dezenformasyon türü tespitinde, haberlerde dezenformasyon türlerinden hangisini kapsadığı haberin içeriği incelenerek tespit edilmiştir. İki haberde manipülasyon ve hatalı ilişkilendirme türlerinin bir arada kullanıldığı görülmüştür.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Sosyal Medya Çağında Dezenformasyon

Dünya Ekonomik Forumu (WEF) (2024, s. 8) tarafından hazırlanan "Küresel Riskler Algı Araştırması-2024" raporunda yapay zekâ kaynaklı yanlış bilgilendirme ve dezenformasyon, kısa vadede en büyük ve 1 numaralı küresel risk olarak belirtilmiştir. Dünya çapında çerçevede 1.500 uzman görüşü alınarak hazırlanan çalışmada, önümüzdeki iki yıl içinde beklenen en ciddi küresel risk olarak ortaya çıkan yanlış bilgilendirme ve dezenformasyonun, yabancı ve yerli aktörler tarafından toplumsal ve siyasi bölünmeleri daha da derinleştirmek için kullanılacağı ifade edilmiştir. Ayrıca toplum içinde kutuplaşmanın artacağı, bunun sivil huzursuzluğu, siber güvensizliği ve muhtemelen çatışmaları tetikleyebileceği söylenmiştir. Rapora göre, özellikli bir beceri seti gerektirmeyen, yapay zekâ temelli, kullanımı kolay arayüzler ile sofistike ses klonlama, sahte web siteleri gibi 'sentetik' içeriklerde bir patlama yaşanmaktadır.



Yanlış bilgi ve yalan haberlerin geleneksel ve yeni medya aracılığıyla yayılması, küresel güç merkezleri, sermaye sahipleri, uluslararası aktörler ve siyasi çıkarılardan oluşan unsurlar tarafından yönlendirilmektedir. Özellikle Kovid-19 pandemisi döneminde yeni medyanın bilgiyi geleneksel medyadan daha geniş bir kitleye hızla yayma kapasitesi, dijital medyada dezenformasyon ve manipülasyonun yaygınlığının artmasına katkıda bulunmuştur. Bu durum, küresel ölçekte yanlış bilgi ve dezenformasyonun yayılmasıyla karakterize edilen bir infodeminin<sup>1</sup> ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dezenformasyon ve manipülasyonun yayılmasında teknolojinin rolü çok önemlidir. Hem geleneksel hem de yeni medya dezenformasyonun yayılması için önemli kanallar hâline gelmişse de sahte haberler ve kurgulanmış görüntüler kamu algısını etkilemekte ve bilginin doğruluğunu aşındırmaktadır. Bu durum siyaset, gazetecilik, turizm, kültür, ekonomi, güvenlik, sağlık, eğitim ve spor dâhil olmak üzere çok sayıda sektörü tehlikeye atma potansiyeline sahiptir (Altun, 2023, s. 15).

Çeşitli disiplinlerde kullanılan manipülasyon, psikolojik anlamda “insanların kararlarını normalde tercih etmeyecekleri bir yönde etkileme” anlamına gelir (Yılmaz C., 2024). “Bilinçli ve kasıtlı bir aldatma eylemi” olan manipülasyonda bu eylemin amacı bireysel, kurumsal ve ulusal çıkarları için yapılmaktadır. Paulo Freire (2024, ss. 120-122), Ezilenlerin Pedagojisi çalışmasında manipülasyonu, böl-parçala-yönet mantığıyla rızanın kazanılması sürecine atıfta bulunan bir “fetih aracı” olarak tanımlamaktadır. Ona göre manipülasyon, egemen seçkinlerin kitleleri kendi amaçlarına uygun hâle getirmek için kullandığı bir araçtır ve siyasi olgunluğu düşük olan insanları kolayca etkileyebilmektedir. Manipülasyon sürecinde hedef kitle farkında olmadan kendi çıkarlarından vazgeçer ve boyun eğer. Bu süreçte bir ikna biçimi kullanılır ve manipülasyon geçici bir anlaşma olarak kabul edilir. İkna ise meşru bir iletişim biçimi iken manipülasyon gayrimeşru olarak kabul edilir. Dezenformasyonu “medya manipülasyonunun bir alt türü” olarak tanımlayan Donovan’a (2020, s. 18) göre dezenformasyon “siyasi saiklerle yanlış bilgiyi bilinçli bir biçimde üretme ve yayma” anlamına gelmektedir.

Dezenformasyon kavramını açmadan önce enformasyonda bahsetmekte fayda var. Enformasyon kelimesinin Türkçe sözlükteki karşılığı “danışma,

<sup>1</sup> Kovid-19 salgını ile gündeme gelen infodemi kavramı Dünya Sağlık Örgütü tarafından şu şekilde tanımlanmaktadır: Bir hastalık salgını sırasında yanlış veya yanıltıcı bilgilerin dijital ve fiziksel ortamlarda yayılmasıdır (WHO, 2024).

haberleşme" olarak verilmektedir (TDK, 2024). Medya ve iletişim bağlamında "enformasyon, bilginin kolay iletilebilir ve herkesin anlayabileceği bir biçimde 'medyatik dil'e dönüştürülmesi sonucunda elde edilen bir endüstriyel ürün" şeklinde ifade edilmektedir (Aydeniz, 2024) "Dis-" ve "des-" ön ekleri ise İngilizcede olumsuzluk ifade etmektedir ve geldikleri kelimenin anlamını tersine çevirirler. Bu ekler, tıbbi terminolojide de yer almakta ve "yok, uzaklaştırma" anlamında kullanılmaktadır (Aytekin, 2023, s. 42).

Dezenformasyonla Mücadele Rehberi Sözlüğü'nde (DMM, 2023, s. 113) dezenformasyon, "Bireylere, topluluklara veya devletlere zarar vermek amacıyla eksik, yanlış veya çarpıtılmış bilginin üretilmesi ve yayılması" olarak tanımlanmıştır. Dezenformasyon genel olarak bilginin çarpıtıldığı, istismar edildiği ve manipüle edildiği durumları tanımlayan bir terimdir. Bu, toplumda önemli ve zararlı sonuçlara yol açabilir. Örneğin, yanlış bilgilerin yayılması, bir siyasi meseleyi doğru şekilde çözme şansını engelleyebilir. Medyada dezenformasyonun kullanımı her zaman kasıtlı olmasa da medya kullanıcısının yorumunun bu süreçte oynadığı rol dikkate alındığında, kamuoyunun yanlış algılara neden olan her türlü bilgi dezenformasyon olarak kabul edilmektedir. Dezenformasyon, gizli operasyonlar, siyasi ilişkiler, medya ve görüş ve tutumların değiştirilmesi gibi birçok bağlamda ortaya çıkabilir (Yoloğlu, 2021, s. 15). Yayla'nın (2020, ss. 132-135) ifadeleriyle "dezenformasyon tekniklerini ve metotlarını en iyi anlatan yazarlardan biri" olan Rus asıllı yazar Vladimir Volkoff, Set Up (Tezgâh) adlı romanında Sovyetler Birliği'nin kullandığı dezenformasyon faaliyetlerinden bahseder. Volkoff'a göre toplumu yanlış haber ile yönlendirmek mümkündür. Yanlı haber hazırlamanın 10 yöntemi vardır. Bunlar:

1. Hakikatin tahkik edilemez biçimde tersine çevrilmesi,
2. Hakikat ile yalanın birbirine karıştırılması,
3. Hakikatin çarpıtılması,
4. Muhtevanın değiştirilmesi,
5. Çeşitli seçili hakikatlerle bulanıklaştırma,
6. Abartılmış yorumlama,
7. Tasvir,

8. Genelleme,
9. Eşitsiz parçalar,
10. Eşit parçalar.

Hahne (1985, ss. 34-42) manipülasyon ve dezenformasyon temelli propaganda faaliyetlerinde uygulanan yöntemleri şu şekilde tespit etmiştir: “korku yaratmak, duyguları yoklamak, gerçekleri ve gerçek amacı gizlemek, bilinen kavramları işgal etmek, görüş birliği oluşturmak, çarpıcı kelimelerle vurmak, sloganlaştırmak, yanlış otorite bildirimini yapmak.”

Wardle ve Derakhshan’ın (2017, s. 5) bilgi bozukluğu/düzensizliği üzerine hazırladığı raporda belirttiklerine göre bu bozulma “misenformasyon, dezenformasyon ve malenformasyon” şeklinde temelde üç farklı yolla meydana gelmektedir. Buna göre; dezenformasyon bir kişi, kurum, ülke, herhangi bir grup ya da ülkeye zarar verme amacıyla “kasıtlı” şekilde oluşturulmuş veriler olarak ifade edilirken, misenformasyonda zarar verme amacıyla oluşturulmamış olan yanlış bilgiler verilir. Malenformasyon ise gerçekliği olan bilginin doğrudan zarar vermek amacıyla paylaşılması olarak tanımlanırken aynı zamanda özel kalması için tasarlanmış bilgilerin kamusal alana taşınması da buna örnektir.

Dezenformasyonu bir virüse benzeten İsmail Çağlar (İletişim Başkanlığı, 2024), kriz zamanlarını virüsün kolaylıkla barınacağı ve yaygınlaşacağı dönemler olarak tanımlamıştır. Ona göre doğası gereği kriz ile uğraşan kişiler, haber takibi yapmakta, olaylar hakkında bilgi edinmeye çalışmaktadır. Dolayısıyla da bilgi talebi ortaya çıkmaktadır. Dezenformasyon üreten kişiler de tam da bu bilgi eksikliğini fırsata çevirmek isteyerek aradaki açığı “yanlış bilgi, yalan, çarpıtma ve sansasyon ile yani dezenformasyon ile kapatmaya çalışırlar.”

Sosyal medya ise günümüzde dezenformasyonun en çok yapıldığı alanlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun en büyük nedenlerinden biri kitle iletişim araçlarında olduğu gibi bir eşik bekçisinin olmaması, bilgilerin editoryal süzgeçten geçmemesi olarak gösterilebilir. Herkesin yayıncı olabildiği, tüketicinin aynı zamanda üretici olabildiği sosyal medyada inanılmaz bir veri akışı söz konusudur. Kullanıcıların okudukları içeriği çoğu zaman kontrol etmeden paylaştığı bu ortamlarda kasıtlı olarak bir ülkeye, kişiye, kuruma zarar verebilmek kolay hâle gelmiştir. Özellikle kriz ve olağanüstü

durumlar sosyal medyada dezenformasyonun arttığını, teyit edilmemiş bilgilerin, görüntülerin rahatça dolaşıma girdiğini gözlemlemekteyiz.

Sosyal medyada yalan haberlerin ve yanlış bilgilerin yaygınlaşması ulusal siyaset ve politika üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Dezenformasyon olgusu, yanlış bilgilendirme ve manipülasyon alanının ötesine geçerek, iletişim ve mahremiyetin bozulması açısından önemli bir ulusal güvenlik tehdidi oluşturmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin etkisi ve hızı, dezenformasyonun bireyleri, toplumu, ülkeleri, ulusal güvenliği ve uluslararası ilişkileri etkileyebileceği anlamına gelmektedir. İnsanları aldatma eylemi, çeşitli psikolojik faktörler tarafından yönlendirilen karmaşık bir süreçtir. Sosyal ağlarda dijital kimliklerin ortaya çıkmasıyla yalanın gücü artmış ve bu da önemli bir sorun teşkil etmiştir. Günümüzün hızlı haber tüketimi bağlamında, sahte haberler ve yanlış bilgiler kamuoyuna kolayca sunulabilmektedir. Dezenformasyon artık, kamuoyunu etkilemek ve gerçeği çarpıtmak veya gizlemek amacıyla kasıtlı bilgi kirliliğine atıfta bulunan sahte haberler ve yanlış bilgiler için ortak bir terim olarak anlaşılmaktadır (İletişim Başkanlığı, 2024, s. 7).

Wardle ve Derakhshan (2017), raporlarında dezenformasyonun yedi türünü tespit etmişlerdir. “Manipülasyon, çarpıtma, hatalı ilişkilendirme, uydurma, taklit, bağlamdan koparma, hiciv/parodi” olarak belirlenen bu 7 tür özellikle sosyal medyada dezenformasyon yapan kişilerin sıklıkla başvurdukları yöntemlerdir. Çalışmamızın araştırma bölümünün de temeli olan bu yöntemlerden bahsetmekte fayda var. Dezenformasyonla Mücadele Rehberi’nde (İletişim Başkanlığı, 2024, ss. 17-31) bu özellikler aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:



Şekil 1. Sıklıkla Başvurulan Dezenformasyon Türleri (Wardle ve Derakhshan, 2017)

### 2.1.1. Manipülasyon

Manipülasyon, gerçek bilginin veya bir görüntünün değiştirilerek aldatma amacıyla kullanılmasıdır. Manipülasyonla uğraşanlar, sosyal ağlarda yapay bir gerçeklik oluşturarak kullanıcıların gerçeği ayırt etme yeteneğini zayıflatır. Bu durum, mesajların gerçek olduğu algısını oluşturur. Manipülasyona açık topluluklar oluşturan bireyler, kendi kararlarını ve özgür iradelerini uyumlu olduğu şekilde algılar. Manipülasyon, duygusal çekicilikten ziyade rasyonel argümanlara dayanır. Görsel içeriğin manipüle edilmesi, üzerinde oynanması, değiştirilmesi önemli bir etkileme yöntemleridir. Bu teknikler, sosyal ağlarda yaygın olan yanlış bilginin önemli bir parçasını oluşturur.

### 2.1.2. Çarpıtma

Çarpıtma olgusu, dezenformasyonun incelenmesinde kritik bir kavramsal çerçeve sunmaktadır. Haberlerin içeriğinin bağlamından koparılarak farklı başlıklar altında sunulması, karşıt bir perspektifi desteklemek amacıyla ifadelerin seçici biçimde manipüle edilmesi veya belirli bir argümana uygun düşecek şekilde istatistiklerin özenle seçilip aktarılması, tarihsel

olarak medya pratiklerinde sıklıkla başvurulan yöntemler arasında yer almaktadır. Günümüzde dikkat çeken değişiklik ise, bir konu ya da görselin doğruluğundan dikkatleri uzaklaştırmak amacıyla kullanılan araçların yaygınlaşması ve gerçekliği çarpıtmak veya duygusal manipülasyon içeren taraflı içerikleri yeniden yapılandırmak için kullanılan tekniklerin neredeyse sınırsız çeşitliliğidir. Özellikle sosyal medyada, bu tarz dezenformasyon pratiklerine sıklıkla rastlanmaktadır.

### 2.1.3. Hatalı İlişkilendirme

Clickbait, tık tuzağı olarak da adlandırılan bu kavram, kamuoyunun medyaya olan güvenini sarsan yaygın bir dezenformasyon biçimini temsil etmektedir. Hatalı ilişkilendirme, haber makalelerine daha fazla tıklama almak amacıyla aldatıcı anlatıların farklı görseller veya başlıklar eşliğinde sunulmasını gerektirir. Bu da yanlış bilginin önemli ölçüde çoğalmasına yol açmaktadır. Sosyal medya ağları ve clickbait'e karşı alınan yeni önlemler kullanımını azaltmaya yardımcı olsa da web sitesi ziyaretlerine ve tıklamalara duyulan sürekli ihtiyaç, bu fenomeni tamamen ortadan kaldırmayı zorlaştırmaktadır. Yanlış atıf sadece clickbait ile sınırlı değildir ve ilgisiz görsellerin kullanımında veya cümlelerin bağlamından koparılarak farklı anlamlar yüklenmesinde de görülebilir. Pandemi sırasında CNN International ve New York Times tarafından yayınlanan haberlerde yanlış atıf örnekleri gözlemlenmiştir. Bu örneklerden biri, Dünya Sağlık Örgütüne göre Çin, İtalya ve İran'ın koronavirüsten en çok etkilenen ülkeler olmasına rağmen CNN International'ın haberinde Türkiye'den bir görselin kullanılmasıdır.

### 2.1.4. Uydurma

Özellikle sosyal medya platformlarında uydurma yoluyla yanlış bilginin yayılması önemli ve etkisi giderek büyüyen bir dezenformasyon türüdür. Sıklıkla güvenilir olmayan veya doğrulanmamış bilgilere dayanan bu tür içerikler, geniş kitleler üzerinde önemli bir etki yaratma potansiyeline sahiptir. Amerika Birleşik Devletleri'nde, Papa'nın belirli bir başkan adayını desteklediği veya popüler bir e-ticaret platformu aracılığıyla çocuk kaçakçılığı yapıldığı iddiaları yakın tarihli örnekler arasında yer almaktadır. Türkiye'de de 2021 yılında yaşanan orman yangını felaketi sırasında, yanlış bilgi ve dezenformasyon medya kuruluşları ve sosyal medya aracılığıyla hızla yayılmıştır. Bu durum, kamuoyunun yeterince bilgilendirilmesini sağlamak için medya

okuryazarlığı ve doğruluk kontrolünün gerekliliğini ortaya koymaktadır. Özellikle kriz dönemlerinde uydurulmuş görüntü ve içeriklerin yayılması, kamuoyunun güvenini sarsma potansiyeline sahiptir. Dezenformasyonla mücadelede uydurma haberlere karşı kamuoyunun farkındalığını artırmak için stratejiler geliştirmek hayati önem taşımaktadır.

### 2.1.5. Taklit

Taklit, bir kişi veya kuruluşun görünümünü taklit ederek özgünlük izlenimi yaratmak için kullanılan yaygın bir uygulamadır. Bu, yanlış bilginin yayılması ve algılanan güvenilirliğinin artırılması için bir araç olarak kullanılabilir. Ülkemizde, saygın kaynakları taklit eden sahte sosyal medya hesapları ve alan adları, kullanıcıları güvenilir içerik tükettikleri konusunda yanıltmaktadır. Örneğin, logoları kopyalanarak oluşturulan sahte haber kanallarının uydurma iddiaları hızla yaydığı gözlemlenmiştir. Benzer şekilde, saygın kanaat önderlerine, tarihi şahsiyetlere ve sanatçılara ait sahte sosyal medya hesapları, bu kişilere yanlış ifadeler atfederek yanlış bilginin yayılmasına katkıda bulunmaktadır. Buna ek olarak, yapay zekâ teknolojisinin gelişimi, yani deepfake'ler, gelecekte bir risk oluşturmaktadır. Deepfake'ler gerçek gibi görünen ama aslında manipüle edilmiş videolar ve sesler üretebilir. Taklit teknolojilerinin endişe verici yönü, bölücü ve provokatif içerik potansiyeli göz önüne alındığında, oluşturdukları güvenlik tehditlerinde yatmaktadır.

### 2.1.6. Bağlamdan Koparma

Doğru olan bir içeriği alıp tehlikeli olarak algılanacak şekilde yeniden çerçeveleme eylemini tanımlamak için kullanılan bağlamdan koparma, çoğu zaman gerçek bir görselin ya da metnin tamamen farklı bir bağlamda yeniden paylaşılmasını gerektirir. Örneğin, son dakika haberlerinin yayınlandığı dönemlerde geçmiş dönemlere ait görseller yeniden paylaşılabilen ya da geçmiş dönemlere ait makaleler günümüz koşullarına uygunmuş gibi görünen başlıklarla paylaşılabilir. Türkiye'de, Temmuz 2021'de Karadeniz Bölgesi'nde yaşanan sel felaketi bağlamından koparmanın önemli bir örneği olmuştur. Sellerin bir hidroelektrik santralinin açılışından kaynaklandığı yanlış bir şekilde iddia edilmiş ve sele ilişkin bir görüntü bağlamından kopararak dezenformasyon kampanyasında kullanılmıştır. Bağlamından koparma uygulaması Türkiye'deki yerel faaliyetlerle sınırlı değildir. Türkiye'nin Suriye'de terör örgütlerine karşı yürüttüğü operasyonlardan görüntüler bağ-

lamından koparılarak Türkiye aleyhinde yanlış bilgi ve propaganda yaymak amacıyla sosyal medyada dolaşıma sokulmuştur. Görsellerin bu şekilde kötüye kullanılması, insanların çektiği acıları dezenformasyon malzemesine dönüştürmüştür.

### 2.1.7. Hiciv ve Parodi

Sosyal medyada hiciv ve parodi içeriklerin varlığı, yanlış bilgi ve komplo teorilerinin yayılmasını kolaylaştırarak doğruluk kontrolü sürecinde zorluklar yaratabilmektedir. Parodinin dezenformasyona dönüşmesi zor değildir çünkü parodi orijinal bağlamından kopabilir. Örneğin, aşuların cips içerdiği yönündeki yanlış iddia, başlangıçta sosyal medyada bir şaka olarak ortaya çıktıktan sonra küresel çapta ilgi görmüştür. Benzer şekilde, Kovid-19'dan korunmak için Arap sabunuyla yoğurt karıştıran bir kişi hakkındaki parodi Twitter'da yaygın bir şekilde paylaşılmış ve yanlış bilginin yayılmasına neden olmuştur. Sorun esprilerin kendisinde değil, esprilerin dönüştürülme ve hakikat sonrası bilgiye dönüştürülme ve böylece orijinal hiciv niyetlerini kaybetme biçiminde yatmaktadır. Bu durum, artan dezenformasyon hacminin kamu sağlığı girişimlerini engellemesi ve politikaların etkinliğini tehlikeye atması nedeniyle sağlık gibi kritik alanlarda önemli bir zorluk teşkil etmektedir.

Sosyal medyada yaygın olarak kullanılan dezenformasyonla mücadelede gerçeği gösteren en etkin araçlardan biri de doğrulama platformlarıdır.

## 2.2. Doğrulama Platformları

Dijital çağda, özellikle olağanüstü dönemlerde ve kriz durumları gibi yüksek risk taşıyan durumlarda gerçek veriye ulaşmada doğruluk kontrolü büyük önem taşımaktadır. Bu süreç artık olay sonrası analizlerle ilgili değil, yanlış bilgilere anında yanıt verilmesi gerekliliğini de ortaya çıkarmıştır. Böylesine hızlı bir yanıt, ifadelerin açıklığa kavuşturulmasını ve doğrulanmasını sağlayarak dijital medyanın taleplerine yanıt vermektedir. Bununla birlikte, gerçek zamanlı doğruluk kontrolü uygulamasının kendine has zorlukları da yok değildir. Böyle bir yaklaşım aşırı basitleştirme, potansiyel önyargı ve kamuoyu algısında istenmeyen sonuçlara yol açma riskini beraberinde getirebilmektedir. Sosyal medyada bilginin hızlı ve anında geniş kitlelere yayılma özelliği nedeniyle teyit mekanizmalarının da aynı hızda doğruyu göstermesi giderek artan bir ihtiyaç hâline gelmiştir. Bu noktada doğrulama platformlarına çok



iş düşmektedir. Bu platformların özelliklerine ve örneklerine geçmeden önce doğrulama kavramına bakmakta fayda var.

İngilizcede fact-checking olarak ifade edilen doğrulama süreci, haber veya açıklama şeklinde sunulan bilgilerin doğruluğunun metodolojik olarak incelenmesidir. Bu, söz konusu içeriğin yayınlanmasından önce veya sonra yapılabilir. Doğrulama, yayıncının kendi bünyesinde yer verdiği içeriği kontrol etmesinin yanı sıra, içeriğin üçüncü bir tarafça analiz edilmesi ile gerçekleşir. Doğrulama, bilgilerin doğruluğunun değerlendirilmesi ve kamuoyunun yanlış bilgilerden korunması açısından çok önemli bir süreçtir (Graves ve Amazeen, 2019). Bir sivil toplum kuruluşu ya da kamu kurumuna bağlı ya da bağımsız şekilde faaliyet göstermekte olan doğrulama platformları, geleneksel medyada veya yeni medyada yer alan yalan olduğu düşünülen haberleri, bilgileri araştıran, kaynağını inceleyen, içeriğini analiz eden ve doğrulayan ya da doğrusunu gösteren teyit mekanizmalarıdır.

Eurostat (Avrupa İstatistik Ofisi) (2024) tarafından yayımlanan bilgi ve iletişim teknolojileri kullanım araştırmasına göre, AB ülkelerindeki 16-29 yaş arası gençler arasında internette buldukları bilgi veya içeriğin doğruluğunu başka kaynaklardan teyit edenlerin oranı yüzde 36'dır. Sadece 4 AB ülkesinde, çevrim içi içeriği doğrulayan gençlerin oranı yüzde 50'nin üzerine çıkmıştır. (Finlandiya (%61), Hollanda (%60), Hırvatistan ve İsveç (her ikisi de %53)). ABD merkezli PEW Research (2020) adlı araştırma şirketi tarafından yapılan bir araştırmaya göre ise yetişkinlerin yüzde 64'ü sahte haberlerin güncel olaylarla ilgili temel gerçekler konusunda büyük ölçüde kafa karışıklığına yol açtığına inanmaktadır. Amerikalıların %35'i ise oy verme kararlarının yalan haberlerden etkilendiğini itiraf etmiştir. Zignal Labs'tan Harris Poll (Kanski, 2017) tarafından yayımlanan bir araştırma da Amerikalıların %86'sının sosyal medyada okudukları haberleri doğrulamadığını ortaya koymuştur. Aynı araştırmaya göre sosyal medyada okuduğu makaleleri her zaman doğrulamayan Amerikalıların yüzde 27'si, doğrulamadıkları haber makalelerini de paylaştıklarını itiraf etmiştir.

1850'lerde ve sonrasında ortaya çıkan fikir ve polemiklere odaklanan ve gerçeklerle ilgilenmeyen sansasyonel gazeteler, zamanla daha gerçekçi bir medyaya ihtiyaç duyulmasına yol açmıştır. Öyle ki 1854 yılında Associated Press'in o dönemki başkanı Daniel H. Craig, temsilcilerine "herhangi bir konu veya olayla ilgili maddi gerçeklerin" öneminin vurgulandığı bir genelge

göndererek şunları söylemiştir: “Herhangi bir konuda her türlü görüş beyanı; tüm politik, dini ve sosyal ön yargılar ve özellikle muhabirin herhangi bir konudaki kişisel duyguları onun gönderilerinin dışında tutulmalıdır.” (Dickey, 2019). Gazetecilikte doğruluk kontrolü süreci, bilginin hızla yayılması ve dijital medyanın ortaya çıkışı bağlamında önemli bir dönüşüm geçirmiştir. Önceden, gazeteciler ve araştırmacılar bulgularını ancak söz konusu ifadelerin kapsamlı bir incelemesini, analizini ve doğrulamasını tamamladıktan sonra yayınlamaktaydı. Bugün ise izleyiciler anlık bilgilere ve gerçek zamanlı güncellemelere alışmış ve dolayısıyla iddiaların anında doğrulanmasını bekler hâle gelmiştir. Dijital ortamda doğruluk kontrolü, yanlış bilgiyle mücadele etmek amacıyla gerçek zamanlı bir araç hâline gelmiştir. Bu yaklaşım, modern haber döngüsünün taleplerini karşılamak için tasarlanmıştır ve hızlı tempolu, güncel bir ortamda titiz bir analizden ziyade anında netleştirmeye odaklanmaktadır (Youvan, 2024, s. 13).

Doğrulama platformlarının tarihçesi ise bir kaynağa göre 1980’lerde ABD’de Reagan’ın başkanlık seçim kampanyası dönemine dek uzanırken başka bir kaynakta ise 2000’li yılların başında “şüpheli siyasi iddiaları ve haberleri doğrulamak ya da yanlışlığını teyit etmek amacıyla” kurulduğu söylemine dayanmaktadır (Gül, 2024, s. 434). Doğrulama platformları geleneksel medya ve dijital medyada yer alan haberleri çok yönlü bir şekilde inceleyerek analiz etmekte ve yanlış olduğu düşünülen içeriklerin doğrusunu kanıtlarıyla birlikte kamuoyuna sunmaktadır.

Hollanda merkezli European Journalism Centre tarafından 2015 yılında yayımlanan ve editörlüğünü gazeteci Craig Silverman’ın yaptığı Doğrulama El Kitabı da bu konudaki öncül çalışmalardandır. Özellikle kriz zamanlarında yapılan dezenformasyon haberlerinden örneklerin analiz edildiği kitapta doğrulama için ipuçları da sayılmış, “kriz anlarından doğal afetlere kitle kaynaklı bilginin nasıl doğrulanabileceği” konusunda önerilere yer verilmiştir. Silverman’a göre, “Sosyal ağlarda bilgiyi doğrulamak, gerçeklik iddiası fotoğraf ya da video ile bile olsa standartlarınızı ve nasıl uygulayacağınızı bildiğiniz zaman daha kolay olur” (Silverman, 2015, s. 10). Doğrulama süreci, özellikle gazetecilik faaliyetlerinde bulunanlar için özel bir önem taşımaktadır. Şiddet olaylarını yansıtan sosyal medya hesaplarının doğruluğunu değerlendirirken kişisel duyguların etkisinden uzak, tarafsız bir bakış açısını korumaları şarttır. Sosyal medya yanlış bilgilerin yayılması için verimli bir

zemin sunarken, aynı zamanda bilginin doğrulanması, güven ve şeffaflığın artırılması için çok de önemli bir hâle gelmektedir. Bu doğrulama süreci, söylentilerin ele alınması ve çatışmaların daha da tırmanmasının önlenmesi açısından elzemdir (Durand, 2015, s. 12).

Uluslararası alanda doğrulama yapan platformlardan örnekler şu şekildedir: FactCheck.org (ABD), VERIFYThis (ABD), FactCheckHub (Afrika), Factcheck Lab (Çin), GoHoo (Japonya), Factly.in (Hindistan), Correctiv (Almanya), Facta.news (İtalya), Verificat.cat (İspanya), FactsCan (Kanada), Ferret Fact Service (Birleşik Krallık), Agência Lupa (Brezilya), Colombia Check (Kolombiya), Gomaneh (İran), Anti-Rumors Authority (Suudi Arabistan), Doble Chek (Kosta Rika) (EFCSN, 2024). Ayrıca basın kuruluşu olup aynı zamanda doğrulama yapan kuruluşlar da var. Bunlara örnek olarak BBC Reality Check, AFP Fact Check, Fact Checker (The Washington Post), AP Fact Check, Reuters Fact Check gösterilebilir.

Bu noktada uluslararası alanda doğruluk kontrol ilkeleri ortaya koyan ve doğruluk platformlarını bir araya getiren International Fact-Checking Network'ten (IFCN) (Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı) bahsetmek gerekir. ABD merkezli Poynter Medya Çalışmaları Enstitüsü bünyesinde 2015 yılından beri faaliyet gösteren IFCN, doğruluk kontrolörlerinin, çözüm sağlayıcıların ve diğer uygun kuruluşların yeni ve yenilikçi doğruluk kontrol programları ve girişimleri başlatmalarına yardımcı olmak için hibeler ve burslar vermekte, doğruluk kontrolörlerinin kritik beceriler geliştirmesine, kapasite oluşturmaya ve kamusal söyleme katkıda bulunmasına yardımcı olmak için çevrim içi ve yüz yüze eğitimler düzenlemekte ve yıllık Doğruluk Kontrolörlerinin Durumu Raporu'nda alandaki son gelişmelerin analizleri, sektör trendlerini belirlemek ve tahmin etmek, dünya çapındaki doğruluk kontrolörlerinin ortak pozisyonlarını ortaya çıkarmak ve doğruluk kontrolü ile ilgili küresel politika yapımını izlemek için makaleler ve haftalık bir bülten yayımlamaktadır (IFCN, 2024). IFCN tarafından dünyanın dört bir yanında doğrulama platformları arasında yapılan istişareler sonucu 5 temel şeffaflık ve tarafsızlık ilkesi benimsenmiştir. Bu ilkeleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

1. "Tarafsızlık ve Adil Olma Taahhüdü
2. Standartlara ve Kaynakların Şeffaflığına Bağlılık

3. Finansman ve Organizasyonda Şeffaflık Taahhüdü
4. Standartlara ve Metodolojinin Şeffaflığına Bağlılık
5. Açık ve Dürüst Düzeltme Politikasına Bağlılık” (IFCN Code of Principles, 2024)

Doğrulama standartları üzerine çalışma yapan bir başka kuruluş da Avrupa Merkezli European Fact-Checking Standards Network (EFCSN)- Avrupa Doğruluk Kontrolü Standartları Ağı’dır. “Kamu yararı için yanlış bilgilerle mücadele etme çabalarında en yüksek doğruluk kontrolü ve medya okuryazarlığı standartlarını destekleyen ve teşvik eden Avrupalı doğruluk kontrolcülerinin sesi” olduğunu belirten kuruluş, halkın doğruluğu kontrol edilmiş güvenilir veri ve bilgilere erişimini teşvik etmek ve kamusal alandaki bilgilerin doğruluğunu nasıl değerlendirecekleri konusunda halkı eğitmek için çalışmaktadır. Doğruluk kuruluşlarının EFCSN üyesi olabilmesi için “yanlış bilgi ve dezenformasyonu kontrol eden kuruluşların kamu çıkarına en iyi şekilde hizmet etmek için en yüksek metodoloji, etik ve şeffaflık standartlarına uymasını sağlamak için tasarlanmış bir dizi kriteri” kabul etmiş olması gerekmektedir. Doğruluk standardı kodları arasında doğruluk yaparken belirli bir metodoloji izlenmesi, kurumsal ve mali şeffaflık, kişisel verilerin gizlenmesi, tarafsızlık, dürüstlük, erişime açıklık gibi ilkeler bulunmaktadır (EFCSN, 2024).

Ekonomi ve Dış Politika Araştırma Merkezi (EDAM) tarafından yayımlanan bir “Türkiye’de Doğruluk Kontrolü ve Doğrulama Kuruluşları” raporuna göre ülkemizde doğrulama platformlarına duyulan ihtiyaç, “çevrim içi forumların ve sosyal medya gruplarının şehir efsanelerinin ve yanlış bilgilerin başlıca kaynağı hâline gelmesi”nden kaynaklanmaktaydı. Böylece “bu iddiaları doğrulayabilecek ve doğruluğunu kontrol edebilecek platformlara” gereksinim duyulmuştur. Raporda belirtildiğine göre ilk başlarda yayılan yanlış bilgilerin siyaset ile ilişkisi bulunmamaktadır. 2009 yılında patlak veren domuz gribi salgını sonrası yapılan haberler ile bu tarz bir dezenformasyonun Türk kamuoyunda ses getirmesi, ülkemizde ilk doğruluk kontrolü girişimlerinin önünü açmıştır (Ünver H. A., 2020, s. 3).

O dönemde domuz gribine ilişkin yalan haberleri çürüterek çalışmalarına başlayan ve ülkemizde faaliyet gösteren ilk doğrulama platformu girişimi, bir grup bilim insanı tarafından 2009 yılında kurulan Yalansavar.org (Arı-

can, 2020) olmuştur. Haziran 2014’te kurulan Doğruluk Payı (Doğruluk Payı, 2024) ise “Türkiye’nin ilk kurumsal fact-checking (doğruluk kontrolü) platformu” olmuştur. Diğer doğrulama platformları arasında şunları saymak mümkündür: Doğrula, Doğruluğu Ne?, Yanlış Doğru, Doğrulama Servisi, Günün Yalanları, Fact-Checking Turkey, Malumatfuruş, Teyit.org. Aynı zamanda TRT 1 kanalında yayımlanan “Doğrusu Ne?” isimli bir televizyon programı da bulunmaktadır.

Ayrıca gelişen iletişim teknolojileriyle birlikte yapay zekâ destekli doğruluk kontrol araçları da giderek yaygınlaşmaktadır. Metin içeriğini analiz etmek ve güvenilir kaynaklara atıfta bulunarak iddiaları doğrulamak için doğal dil işleme (NLP) algoritmalarını kullanan bu araçlar, doğruluk kontrolörleri için basitleştirilmiş bir iş akışı sağlayarak, potansiyel olarak aldatıcı iddiaları daha verimli bir şekilde tespit etmelerine ve dikkatlerini hayati bilgilere yönlendirmelerine olanak tanımaktadır. Otomatik doğruluk kontrol araçlarının kullanılması, doğruluk kontrol işlemlerinin hassasiyetini önemli ölçüde hızlandırmakta ve geliştirmektedir. Özellikle BERT, GPT ve RoBERTa gibi dönüştürücüler bu noktada “umut verici” sonuçlar ortaya koymaktadır (Ünver A. , 2023).

Bu çalışmada araştırma evreni DMM ve Anadolu Ajansı Teyit Hattı ile sınırlı tutulduğu için kamu destekli bu iki platformdan bahsetmekte fayda vardır. Bu platformlar hakkında yapılan bazı tez çalışmalarından örnek verecek olursak şunları sayabiliriz: Şeyma Böyük tarafından 2024 yılında yazılan “Dijital medyada haber ve doğruluk ilişkisi: Anadolu Ajansı (AA) Teyit Hattı örneği” başlıklı yüksek lisans tezi; Elif Nur Aydemir tarafından 2024 yılında hazırlanan “Post Truth Çağda Habercilik: Doğrulama Platformları Üzerinden İnceleme” başlıklı yüksek lisans tezi; Alper Gönen tarafından 2023 yılında yazılan “Enformasyon Dolaşımı ve Dezenformasyon Ekseninde Yeni Medya Haberciliği ve Teyit Platformlarının Çalışma Pratikleri” isimli doktora tezi; Mert Serim tarafından 2022’de kaleme alınan “Kovid-19 Pandemi Krizinde Doğrulama Mekanizmaları: Karşılaştırmalı Bir İnceleme” başlıklı yüksek lisans tezi. Konu hakkında yazılmış makalelerden bazıları ise şöyledir: Gökmen Hakan Karadağ ve Adem Ayten’in 2020 tarihli “A Comparative Study Of Verification/Fact-Checking Organizations In Turkey: dogrulukpayi.com and teyit.org” başlıklı makalesi; Kudret Gül tarafından 2024’te yazılmış olan “Yeni Medyada Yalan Haber Olgusu ve Doğrulama Platformu Olarak Teyit.

Org Üzerine Bir İnceleme” başlıklı makale; Mustafa Çöllüoğlu’nun 2023 yılında yazdığı “Hakikat Ötesi Çağda Sosyal Medya Haberleri: Doğrulama Platformları Üzerinden Bir İnceleme” isimli makalesi; Mehmet Fatih Çömlekçi’nin 2019 tarihli “Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Haber Doğrulama Platformlarının Pratikleri” başlıklı çalışması; Nurhan Kavaklı tarafından 2019 yılında yazılan “Yalan Haberle Mücadele ve İnternet Teyit/Doğrulama Platformları” başlıklı makale.

### 2.2.1. Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (DMM)

5 Ağustos 2022’de “ülkemize karşı yürütülen sistematik dezenformasyon kampanyalarına karşı Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesinde müstakil bir birim” olarak kurulmuştur (Türkten, 2022). Yurt içinde ve yurt dışında yanlış ve dezenformasyon odaklı haberlerin etkin bir şekilde tespit edilmesi için çalışan DMM, kamuoyunu doğru bilgilendirerek dezenformasyonla mücadele etmeyi amaçlamaktadır. Deneyimli editörler tarafından yönetilen haber ekibi, gelişmeleri 7/24 takip etmekte ve sosyal medyadaki yanlış bilgi örneklerini araştırmak için yapay zekâ ve titiz araştırma metodolojileri kullanmaktadır. Merkez, hedef kitlenin özelliklerine uygun olarak Türkçe, İngilizce, Arapça, Fransızca ve Yunanca doğrulama ve doğru bilgi yayma konusunda proaktif davranmaktadır. DMM, yalan haberlerin görsellerini ve gerçeğin şeffaf açıklamalarını içeren düzenli bültenler yayınlamaktadır. Merkez, 2023 yılı sonuna kadar 107 bülten yayınlamış ve yaklaşık 1.700 yanlış bilgi vakasını ele almıştır. Kahramanmaraş depremi, genel seçimler ve Gazze’deki İsrail çatışması gibi kritik dönemlerde DMM, doğru bilginin yayılmasında ve dezenformasyonla mücadelede önemli bir rol oynamıştır. <https://www.dmm.gov.tr/> internet sitesinde dezenformasyonla mücadele için bilgiler ve dokümanlar bulunan DMM; X, Instagram ve YouTube hesapları üzerinden anlık olarak hızlı bir şekilde doğrulama yapmaktadır. Aynı zamanda belirli dönemlerde çıkardıkları Dezenformasyonla Mücadele Bültenleri ile de tematik ya da karışık bir şekilde o dönem çıkan yalan haberlerin doğrularını nedenleri ve kaynaklarıyla birlikte paylaşılmaktadır. Ayrıca Dezenformasyon Bilgi Servisi (DBS) aracılığıyla da vatandaşlar dezenformasyon içerdiğini düşündükleri haberleri merkeze bildirebilmektedir. 2023 yılında DBS üzerinden yaklaşık 15 bin haber bildirilmiştir (İletişim Başkanlığı, 2024, ss. 12-13).

### 2.2.2. AA Teyit Hattı

AA Teyit Hattı da yanıltıcı içeriklerin ve bilgi kirliliğinin izlenmesi ve bunlarla mücadele edilmesi sorumluluğunu üstlenme amacıyla 13 Eylül 2022'de Anadolu Ajansı bünyesinde faaliyet göstermeye başlamıştır. Teyit Hattı'nın hedefleri arasında bağlamından koparılmış ifadelerin değiştirilmesi, değiştirilmiş görüntülerin orijinal versiyonlarının paylaşılması ve sahte kimlikler kullanılarak yayılan dezenformasyon kampanyalarının önlenmesi yer almaktadır. Amaç, bilgi kirliliğinin kaynaklarını ortadan kaldırmak, kamu medya okuryazarlığını geliştirmek ve kötü niyetli içerik üreticilerine karşı farkındalığı artırmaktır (Teyit Hattı, 2024). <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti> internet adresinden yayın yapan Teyit Hattı ayrıca Facebook, X, YouTube ve Instagram adresleri üzerinden de paylaşımlar yapmaktadır.

### 2.3. Sağlık İletişiminde Dezenformasyon

Davranış ve tutumları değiştirerek toplumda sağlığı geliştirmeye odaklanan bir alan olan sağlık iletişimi, Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmıştır. Ulusal Kanser Enstitüsünün Kanser Bilgi Servisi, 1970'lerde kanserin önde gelen bir ölüm nedeni olarak ele alınmasına yardımcı olarak sağlık iletişimi önde gelen bir kurum olmuştur. 1975'te iletişim biliminin bir alt dalı olarak tanınmış olan sağlık iletişimine, uluslararası alanda ilk olarak "The Healthy People 2010" adlı programda verilmiştir. Bu alan, hastalık konusunda farkındalık yaratmaya ve sağlığı geliştirmeye odaklanarak sosyal bilimlerle sağlık bilimlerini kesiştirmektedir. Sağlık iletişiminin çeşitli tanımları olsa da hepsi probleme dayalı sağlık hizmetleri ve sağlığın geliştirilmesindeki rolünü vurgulamaktadır (Gündoğdu, 2021, ss. 22-23).

Sağlık iletişimi konusunda çalışmaları olan Schiavo (2007) kavramı, "bireyleri, toplulukları, sağlık uzmanlarını, belirli grupları, politika yapıcılarını ve toplumu desteklemek amacıyla, sağlıkla ilgili bilgileri paylaşarak bireyleri etkilemeyi, onları iletişime dahil etmeyi ve bu bireyleri savunarak, onları bilgilendirmeyi; davranışlarını, çalışmalarını ya da sonunda sağlık sonuçlarını etkileyecek kararları değiştirmelerine ve bunu devam ettirmelerine yardımcı olmayı ve farklı kitlelere ulaşmayı hedefleyen disiplinler arası ve çok boyutlu bir yaklaşım" şeklinde ifade etmektedir.

Günümüzde dijital medya araçları sayesinde sağlık iletişimi de geniş bir alana yayılmakta, mobil sağlık uygulamaları (e-nabız gibi), sosyal medya ile

vatandaşların bilgilendirilmesi, sağlık alanında yapılanların duyurulması, sağlık turizmi gibi faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Ancak bilgi eksikliği olduğu zamanlarda ya da etkileşim alabilmek için sağlık iletişimde yanlış bilgilerin dolaşıma girmesi, asılsız söylentiler, kamuoyunun manipüle edilmeye çalışılması, çarpıtılmış verilerin yayımlanması gibi dezenformasyon çalışmaları da söz konusu olabilmektedir. Sağlık iletişimi açısından özellikle sosyal medyada dezenformasyonun en fazla yaşandığı dönem 2020'lerin başında ortaya çıkan Kovid-19 pandemisidir. Nasıl ki teyit platformlarının kuruluşu domuz gribi salgını sonrası olduysa dezenformasyon kavramının dünya çapında gündeme gelmesi ve tartışılması da Kovid-19 salgınıyla yoğunlaşmıştır.

Kovid-19 pandemisi sırasında sosyal medyada yayılan yalan haberler kullanıcılarda kaygı ve kafa karışıklığına neden olarak yanlış tedavi yöntemlerine ve aşı konusunda tereddütlerine yol açmış, aynı zamanda, müdahale önlemlerinin ve halk sağlığı politikalarının etkinliğini de engellemiştir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) yanlış bilginin tehlikelerini kabul etmekte ve bunu en az pandemi kadar büyük bir tehdit olarak görmektedir. WHO Genel Direktörü Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus, pandeminin erken dönemlerindeki "sadece bir pandemiyle değil, aynı zamanda bir infodemiyle de mücadele ediyoruz" sözleriyle yalan haberin Kovid-19 virüsünden daha hızlı ve kolay yayıldığını belirtmiştir (WHO, 2020).

Bu süreçte yeni olmasa da infodemi kavramı tekrar gündeme gelmiştir. Yanlış bilginin adeta bir virüs gibi yayılmasına neden olan infodemi ile sağlık yetkililere güvensizlik ve halk sağlığı müdahalesinin zayıflamasına yol açmaktadır. İnsanlar kendi sağlıklarını ve çevrelerindeki insanların sağlığını korumak için ne yapmaları gerektiği konusunda emin olmadıklarında, bir infodemi salgınları yoğunlaştırabilmekte veya uzatabilmektedir (WHO, 2024). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), infodemi ile mücadele etmek için yeni bir kavram olan infodemic management (IM) infodemi yönetimini ortaya koymuştur. Infodemi yönetimi, risk iletişimi, toplum katılımı, sosyo-davranış bilimi, bilişim ve veri bilimi gibi birçok alana dayanmaktadır. DSÖ, dünya genelinde birçok infodemi yönetimi eğitimi düzenlemiştir ve bu konuyu kapasite geliştirme programlarına dahil etmektedir. Yükseköğretim kurumları, infodemiyojyiyi öğretme ve araştırma konularına dahil etmiş; meslek ve tıp birlikleri sürekli eğitim programlarına infodemi yönetimi konularını eklemiştir.



ve saha epidemiyolojisi eğitim programları da bu konuyu içerecek şekilde değişmiştir (WHO, 2023, s. 1).

Kovid-19 salgınında hastalık daha ülkemize gelmeden bazı hastanelerde vakaların görüldüğü, ama halktan gizlendiği gibi iddialar ortaya atılmıştır. Çin'den de hasta insanların aniden sokak ortasında düştüğü, adeta bir zombi gibi dolaştığı görüntüler gelmiştir. Pandemi ilan edildikten sonra hastalığın tedavisi konusunda net bir şey olmadığı için hastalıkla mücadele, alınan önlemler, sokağa çıkma yasaklarının detayları gibi konularda sayısız ve asılsız paylaşımlar yapılmıştır. Özellikle insanların evine kapandığı ve dijital iletişimi artırdığı bu dönem, sağlık iletişiminde dezenformasyonla mücadele büyük önem taşıdığı ortaya çıkmıştır. Türkiye'de ise infodemiyle mücadelede sağlık iletişimi açısından etkili uygulamalar yapıldığını söylemek mümkündür. Sağlık Bakanlığı ve Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı başta olmak üzere ilgili kamu kurumları, bu iddiaların doğrularını kamuoyuyla paylaşmıştır. Sağlık Bakanlığı, Turkuaz Masa'daki Kovid-19 verilerini düzenli olarak güncellerken Sağlık Bakanı da alınan önlemler hakkında kamuoyunu aktif olarak bilgilendirmiştir. Televizyon, radyo ve sosyal medya gibi çeşitli kanallar aracılığıyla bilgilendirme kampanyaları yürütülmüştür. Bakan'ın sosyal medyayı aktif olarak kullanması başarılı olmuştur. Maske takma, sosyal mesafe ve el hijyeni gibi önleyici tedbirler konusunda halkı eğitmek için de çaba gösterilmiştir. Bu uygulamalar doğru bilginin yayılmasına ve halkın bilinçlenmesine katkıda bulunmaktadır. Aynı zamanda "Hayat Eve Sığar" gibi mobil uygulamalardan da yararlanılmıştır (Yılmaz, 2024, ss. 189-272).

Konu hakkında pek çok araştırma da yayımlanmıştır. Nikhil L. Kolluri ve Dhiraj Murthy (2021) "CoVerifi" yani A Kovid-19 news verification system (Kovid-19 haber doğrulama sistemi) isimli bir platform önerisi ortaya atmışlardır. CoVerifi, kullanıcıların haber içeriğine oy vererek güvenilirlik kontrolü sağlamakta, bu sayede yanlış bilgilerin yayılmasını önlemek ve bu konuda daha fazla araştırma yapmak mümkün olmaktadır. Doğruluk kontrolörlerini desteklemek için hem makine öğrenimini hem de insan geri bildirimini birleştirir CoVerifi, otomatik yöntemlerle tespit edilemeyen yanlış haberlerin kullanıcı geri bildiriyle tespit edilebileceğini göstermektedir.

Maxat Kassen'in (2023, s. 654) hazırladığı "Curbing the Kovid-19 Digital Infodemic: Strategies and Tools" isimli çalışmada da Kovid-19 ile ilgili sahte haberlerin yayılmasıyla mücadele etmek için çeşitli e-devlet önerileri su-

nulmuştur. Bu öneriler, davranışsal, teknolojik, örgütsel, politik, ekonomik, eğitimsel ve psikolojik yaklaşımlar içeren 7 fazdan oluşmaktadır. Kassen'e göre salgınla mücadele etmek için etkili aşilar geliştirmenin yanı sıra, sahte haberlerin yayılmasını yavaşlatmak için ilaç dışı müdahaleler yapılması gerekmektedir.

Müge Yılmaz'ın (2023) hazırladığı "Kovid-19 Pandemisi Döneminde Post-Truth Agnotolojisi ve Sağlık İletişimi" başlıklı doktora çalışmasında da sağlık iletişiminde tütün gibi endüstriler tarafından teşvik edilen kasıtlı cehaletle mücadele etmek için yeni medya ile gazetecilik uygulamalarının değiştirme ihtiyacını vurgulamaktadır. Ayrıca, geleneksel medyanın pandemi sırasında yalan haberlerin yayılmasındaki rolünün ve cehaletle mücadelede insan hikayelerinin önemini altını çizmektedir. Çalışma, virüsün kaynağı ve aşiların güvenilirliği gibi pandemi sırasında belirsizlik yaratan konuları tanımlarken kriz dönemlerinin sahte haberlerin artmasına katkıda bulunduğunu ve hem sermayenin hem de popülist aktörlerin çıkarlarına hizmet ettiğini göstermektedir.

Bunların dışında Ogün Akar'ın 2020 tarihli "Kovid-19'u Dezenformasyon ve Misenformasyon Bağlamında İnceleme: Yanlış Bilgi Salgınına Kesişimsel Bir Yaklaşım" isimli yüksek lisans tezi, Semra Ağcabay'ın 2024 tarihli "Sağlık İletişimi ve Panik Söylemi: Yeni Medyada Kovid-19 Haberleri" başlıklı doktora tez çalışması, Emine Üstünoldu'nun 2022 tarihli "Sağlık İletişiminde Medya Çalışması Olarak Pandemi Sürecinde Koronavirüs (Kovid-19) Haberlerinin Analizi: Sağlık Politikaları ve Uygulamaları Açısından Etkileri" başlıklı doktora tezi gibi örnekler de sağlık iletişimi bağlamında Kovid-19 döneminde yapılan dezenformasyon çalışmalarını analiz eden araştırmalara örnek olarak gösterilebilir.

Sağlık iletişiminde yaşanan güncel bir dezenformasyon örneği de "Maymun Çiçeği" virüsü adıyla bilinen Mpox hastalığı ile yaşanmıştır. Araştırma bölümüne geçmeden önce söz konusu hastalık hakkında bilgi vermekte fayda vardır.

## 2.4. Maymun Çiçeği Virüsü

### 2.4.1. Maymun Çiçeği Virüsü Nedir?

Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) (2024) internet sitesinde hastalık şu şekilde

tanımlanmıştır: “Mpox, monkeypox virüsünün neden olduğu bir hastalıktır ve maymun çiçeği olarak da bilinir. Hastalık, Demokratik Kongo Cumhuriyeti’nde ve diğer ülkelerde vakalardaki artış nedeniyle hâlâ bir tehdit oluşturmaktadır. Hastalığa karşı aşı mevcuttur ve aşılama, diğer halk sağlığı önlemleriyle birlikte düşünülmelidir. Mpox’un yaygın semptomları arasında ateş, baş ağrısı, kas ve sırt ağrısı, düşük enerji ve şişmiş lenf düğümleriyle birlikte 2-4 hafta süren deri döküntüleri veya mukozal lezyonlar yer almaktadır. Hastalık, Mpox geçiren biriyle yakın temas, enfekte materyaller veya enfekte hayvanlar aracılığıyla bulaşabilir. Hamilelik sırasında, virüs fetüse geçebilir ve doğum sırasında veya sonrasında yenidoğana bulaşabilir. Hastalığın tedavisi, semptomlara yönelik destekleyici bakım, beslenme, hidrasyon, cilt bakımı, ikincil enfeksiyonların ve diğer ko-enfeksiyonların tedavisini içerir.”

Türkiye’de ise Sağlık Bakanlığı bünyesinde yer alan Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü ise 2024 yılı ağustos ayında yayımladığı M-Çiçeği (Mpox) Rehberi’nde (2024) konuya ilişkin detaylı bilgi vermiştir. Rehberde verilen bilgiye göre orijinal adı Monkeypox olan Mpox’un belgelenmiş ilk vakası 1958 yılında Danimarka’nın Kopenhag kentinde rapor edilmiştir. Salgın, hastalıkla uyumlu lezyonlar sergileyen maymunların Demokratik Kongo Cumhuriyeti’nden ithal edilmesiyle ilişkilendirilmiştir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) potansiyel damgalanmanın önüne geçmek için 2023 yılında virüsü “MPox” olarak yeniden adlandırmıştır. Virüsün ilk keşfi maymunlarda yapılmış olsa da aslında maymunların virüsün doğal rezervuarı olduğu düşünülmektedir. İlk insan enfeksiyonu vakası ise 1970 yılında, Demokratik Kongo Cumhuriyeti’nde çiçek hastalığının başarılı bir şekilde ortadan kaldırıldığı bir bölgede yaşayan bir çocuğu etkileyerek belgelenmiştir. Daha sonra vakaların çoğu ülkenin kırsal yağmur ormanı bölgelerinde belgelenmiştir. Virüs Kongo Havzası’nın yanı sıra Orta ve Batı Afrika’yı da giderek daha fazla etkilemektedir. MPox küresel bir öneme sahiptir ve Afrika dışında da tek tük vakalar görülmektedir. 2003 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde 70’in üzerinde vakanın görüldüğü bir salgın yaşanmış ve Mayıs 2022’de 100’den fazla ülkede birden fazla vaka tespit edilmiştir. MPox küresel olarak nadir görülmesine rağmen, endişe verici bir hastalık olmaya devam etmektedir. Virüs hayvanlardan insana “enfekte hayvanların kan, vücut sıvıları, deri veya mukoza lezyonları ile doğrudan temas veya ısırık yoluyla”; insandan insana ise “enfekte kişinin sekresyonları, cilt lezyonları ile bütünlüğü bozulmuş deri veya mukozalarla veya yakın zamanda cilt lezyonlarından kontamine olmuş nesnelere uzun süreli, yakın ve doğrudan temas” ile bulaşmaktadır.

Rehbere göre hastalığın tedavisi için şunlar yapılmalıdır:

“M-Çiçeği için semptomları hafifletmek, komplikasyonları yönetmek ve uzun vadeli sekelleri önlemek için klinik bakım ve destekleyici tedavi verilmelidir. Lezyon bölgesine göre sıcak su banyoları, ağrı kesiciler, laksatifler, orofaringeal antiinflamatuarlar ve ağrı kesiciler gerektiğinde kullanılabilir. Ağır palyasyonu hastalık yönetiminin temel hedefidir. Sekonder bakteriyel enfeksiyonlar etkene özgü ve uygun şekilde tedavi edilmelidir.” (Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü, 2024)

#### 2.4.2. 2024 Yılı Maymun Çiçeği Virüsü Salgını

DSÖ, ilk olarak 2022 yılının Mayıs ayında M-pox virüsünün farklı bir sınıfının olduğu salgını “küresel sağlık acil durumu” şeklinde ilan etmiştir. DSÖ’nün hastalıkla ilgili “küresel acil durumu” sonlandırdığını açıkladığı zamana kadar yaklaşık 87 bin kişiye bulaşmış ve 140 kişinin hayatını kaybetmesine neden olmuştur (Mandavilli, 2023). Ancak Eylül 2023’te Kongo Demokratik Cumhuriyeti’nde tekrar vakalar görülmeye başlanmış ve vakalardaki artış 2024 yılına dek sürmüştür. Afrika Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezi (ACDC) tarafından yapılan açıklamada hastalığın bir yılda yüzde 160 oranında arttığı ifade edilmiştir. 17 Ağustos 2024 tarihli açıklamada şu bilgiler paylaşılmıştır: “2024’te, 13 Afrika Birliği üye devletinde toplam 17 bin 541 vaka (2 bin 822 doğrulanmış ve 14 bin 719 şüpheli) ve Mpox’a bağlı 517 ölüm bildirilmiştir. Böylece toplam vaka sayısı 16 ülkeye ulaşmıştır.” (Africa Centres for Disease Control and Prevention, 2024). Açıklamada ayrıca uluslararası topluma hastalığın yayılımını önleme ve tedavi konusunda yardım çağrısında bulunulmuştur. Artan vakaların ardından DSÖ, 14 Ağustos 2024’te “uluslararası öneme sahip bir halk sağlığı acil durumu oluşturduğunu” ilan etmiştir (Arslan, 2024). Az sayıda da olsa Afrika kıtası haricinde hastalığın yeni varyantının “İsveç, Tayland, Pakistan ve Hindistan” da görüldüğü açıklanmıştır (BBC News, 2024).

Türkiye’de ise 2022 yılında birkaç vaka görülmüş olsa da 2024’teki salgından ülkemizin etkilenmediği açıklanmıştır. Konuya ilişkin açıklama yapan Sağlık Bakanı Kemal Memişoğlu, “Türkiye’de 2024’te bu görülmedi. Şu ana kadar ülkemizde bu son maymun çiçeği hastalığıyla ilgili bir tanı konulmadı. Yani bizde şu ana kadar yok, inşallah da olmasın.” ifadelerine yer vermiştir. Has-

talığa karşı hazırlıkların yapıldığını belirten Bakan Memişoğlu alınan önlemlere ilişkin şu bilgileri vermiştir (Karaköse ve Rakipoğlu, 2024):

“Bu acil durumdan sonra bilim kurulumuzu oluşturduk ve bu hastalıkla ilgili eğer ülkemize gelirse nasıl bir önlem alınması gerekir, gelmeden nasıl bir önlem alacağız, gelirse ne yapacağız, bunlarla ilgili bütün planlamalarımızı ve hazırlığımızı yaptık. Bu bilim kurulu hastalıkla mücadelenin rehberi aslında. Dünya Sağlık Örgütü ilanında bunu söylüyor. Hazırlıklı olun ama yayılıp yayılmayacağı konusunda bir netlik yok çünkü lokalize kalıyor genelde Afrika’da bu hastalık. Tabii ki başka yerlerde tek tük olacaktır ama salgın şeklinde olma ihtimali, bilim insanlarının söylediği kadarıyla kovid gibi olmayacağını herkes ifade ediyor. Kovid temasla değil tamamen solunum yoluyla bulaştığı için yaygın bir hastalık oldu.”

Afrika dışında da vakaların bildirilmesi üzerine dünya çapında bir korku ve endişe oluşmaya başlamıştır. Hastalığın toplumlar nezdinde bilinmemesi, daha önce görülmüş bir hastalık olmaması vatandaşlarda paniğe neden olmuştur. Her ne kadar ülkemizde vaka görülmediği açıklansa da sosyal medyada konu hakkında dezenformasyon paylaşımları yapılmaya devam etmiştir.

Dezenformasyon paylaşımlarında hastalığın Türkiye’de de görüldüğü, çiçek aşısı olanların hastalık kapmayacağı, zona hastalığının aslında maymun çiçeği olduğu gibi pek çok uydurma, manipülasyon ve hatalı ilişkilendirme ile dezenformasyon yapılmıştır. Aşağıda konu hakkında X platformunda yapılan dezenformasyon paylaşımlarından örnekler yer almaktadır:

Subscribe ...

Prof. Dr. [Redacted]: (Maymun Çiçeği) "Türkiye'de belli hastanelerde tek tük vakalar görüldü ama korkacak bir düzeye ulaşmış değil."

[Translate post](#)



4:30 PM · Aug 15, 2024 · 5M Views

Subscribe ...

Çiçek aşısı olanların, %85 oranında maymun çiçeğinden korunduğu ortaya çıktı.

[Translate post](#)



6:47 PM · Aug 17, 2024 · 9.4M Views

Ankara'da zona salgını var! Hastaneler; deride acı, kaşıntı ve kızarıklık şikayetleriyle dolup taşıyor.

Belki de zona diye bilinen, Afrika maymun çiçeği salgınıdır.

Aman dikkatli olun!

[#zona](#) [#afrikaçiçeği](#) [#maymunçiçeği](#)

ÖS 11:08 · 13 Eki 2024 · 314 Görüntülenme

**Görsel 1.** Maymun Çiçeği Virüsüne İlişkin X Dezenformasyon Paylaşım Örnekleri

### 3. Maymun Çiçeği Virüsüyle İlgili Sosyal Medya İçeriklerinin Analizi

#### 3.1. Araştırma Konusu

Araştırma, sağlık iletişimde dezenformasyon konusunu ülkemizde “maymun çiçeği” adıyla bilinen M-pox isimli hastalığına ilişkin dezenformasyon içeriklerini, doğrulama platformlarında yer alan örneklerle analiz etmektedir.

#### 3.2. Araştırmanın Önemi

Araştırma, sağlık iletişimde dezenformasyon konuyu maymun çiçeği hastalığı bağlamında ele alan ilk çalışma olması bakımından önem arz etmektedir.

#### 3.3. Yöntem ve Metodoloji

Araştırma doğrulama platformlarında hakikati gösterilmiş örnek vakalar bağlamında sosyal bilimler araştırma yöntemlerinden nitel analiz kullanılmıştır. Doğrulama platformlarında yer alan maymun çiçeğine ilişkin haberler, kuramsal çerçeve bölümünde yer verilen Wardle ve Derakhshan'ın dezenformasyonun 7 türü üzerinden analiz edilecektir. Analize konu olan sosyal medya paylaşımları Taylan Sığırcı (2023, s. 4490) tarafından kaleme alınan “Sosyal Medyada Yer Alan Rusya ve Ukrayna Savaşı Haberlerinde Dezenformasyon: Twitter Örneği” başlıklı makalede yer alan “Rusya-Ukrayna Savaşındaki Dezenformasyon Örnekleri” tablosuna örnek alınarak analiz edilmiştir.

#### 3.4. Araştırma Soruları

Araştırma kapsamında şu sorulara yanıt aranmıştır:

- Maymun çiçeği hastalığına ilişkin dezenformasyon paylaşımlarının içeriği nedir?
- Maymun çiçeği hastalığına ilişkin hangi dezenformasyon paylaşımları yapılmıştır?
- Maymun çiçeği hastalığına ilişkin yapılan paylaşımlar dezenformasyonun 7 türünden hangisi bağlamında ele alınmalıdır?
- Maymun çiçeği hastalığına ilişkin dezenformasyonla mücadele için neler yapılabilir?

### 3.5. Kapsam ve Sınırlılıklar

Genel olarak sağlık iletişimi ve dezenformasyonu kapsayan çalışma, maymun çiçeği hastalığına ilişkin DMM ve AA Teyit Hattı doğrulama platformlarında yer alan 13 dezenformasyon içeriğinin analizi ile sınırlı tutulmuştur.

### 3.6. Bulgular ve Yorum

Araştırmaya konu olan hastalığın DSÖ tarafından açıklanan ismi M-pox olmakla birlikte ülkemizde hastalığın eski adı olan maymun çiçeği bilindiği için yapılan haberler ve paylaşımlar bu isimle olduğu için araştırmada da hastalıktan “maymun çiçeği” olarak bahsedilmiştir.

Araştırma kapsamında Anadolu Ajansı (AA) Teyit Hattı arama sekmesine “maymun çiçeği” yazmak suretiyle, internet sitesinde 10 Ağustos 2024-08 Eylül 2024 tarihleri arasında 9 haber ve 1 bilgilendirme içeriğine yer verildiği saptanmıştır.

Dezenformasyona karşı mücadele sadece yalan haberlerin gerçeğini göstermek ya da doğrulama yapmak yoluyla olmamaktadır. Bilgilendirme de dezenformasyonla mücadelenin önemli bir koludur. AA Teyit Hattı da zaman zaman toplum tarafından az bilinen ve/veya krize yol açması muhtemel konularda bilgilendirme içerikleri de paylaşmaktadır. Hastalığa ilişkin vakaların giderek arttığı ve ülkemizde de görülüp görülmediğine ilişkin haberler üzerine 10 Ağustos 2024 tarihinde Teyit Hattı konuya ilişkin bilgilendirme içeriğine yer vermiştir. Haberde öncelikle hastalığın ne olduğu, dünya çapındaki yayılımı ve alınan önlemlere ilişkin bilgilere yer verildikten sonra ülkemizde görülmediğine ilişkin açıklama yapılmıştır. Bilgilendirme sonunda yer alan bulgu setine göre “Resmî kaynaklar, Türkiye’de bu yıl herhangi bir maymun çiçeği Mpox vakası tespit edilmediğini açıkladı.” bilgisi paylaşılarak “Türkiye’de maymun çiçeği tespit edildiği yönündeki iddialar gerçeği yansıtmıyor.” doğrulaması yapılmıştır.

Bir başka haberde ise “DSÖ, maymun çiçeği salgınını küresel bir sağlık acil durumu olarak ilan etti” iddiası ortaya atıldığı belirtilmiş ve yapılan incelemede bu iddianın doğru olduğu, DSÖ’nün, virüsün “uluslararası öneme sahip bir halk sağlığı acil durumu oluşturduğunu” ilan ettiği bilgisine yer verilmiştir.



DSÖ'nün 14 Ağustos'taki açıklamasının ardından 15 Ağustos 2024 tarihinde Türk Tabipleri Birliği (TTB) tarafından "Sağlık Bakanlığının ülkemizde görülen vakalar hakkında bilgi verilmediği" ileri sürülmüş, o tarihe kadar "12 olgu saptandığı" iddiasına yer verilmiştir. AA Teyit Hattı tarafından yapılan incelemede TTB'nin paylaşımından 2,5 saat önce Sağlık Bakanlığı tarafından bilgilendirme paylaşımı yapıldığı, DMM'nin 9 Ağustos'ta benzer bir açıklaması bulunduğu saptanmış ve "Sağlık Bakanlığının Türkiye'deki maymun çiçeği vaka sayısı hakkında bilgi vermediği iddiası gerçeği yansıtmadığı" açıklanmıştır.

AA Teyit Hattı'nda (2024) yer verilen/doğrulanan diğer dezenformasyon içeriklerine ilişkin sosyal medya paylaşımları analizi aşağıdaki gibidir:

Bilgilendirme	Tarih	İnceleme Sonucu	İçerik Türü
Türkiye'de maymun çiçeği vakası var mı?	10.08.2024	Doğru	Bilgilendirme
İddia	Tarih	İnceleme Sonucu	Dezenformasyon Türü
"Sağlık Bakanlığı, Türkiye'deki maymun çiçeği vaka sayısı hakkında bilgi vermedi."	15.08.2024	Yanlış	Çarpıtma
"DSÖ, maymun çiçeği salgını küresel bir sağlık acil durumu olarak ilan etti."	14.08.2024	Doğru	-
"Fotoğraf maymun çiçeği virüsü bulaşan kişiyi mi gösteriyor?"	16.08.2024	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/ Manipülasyon

“Sakarya’da Senegal uyruklu bir kişi maymun çiçeği şüphesi ile karantinaya alındı.”	16.08.2024	Yanlış	Manipülasyon
“Kocaeli’de maymun çiçeği semptomları gösteren bir kişi karantinaya alındı.”	17.08.2024	Yanlış	Manipülasyon
“Afrika uçuşlarında kabin memurlarının maske ve eldiven kullanmaya başlayacağı iddiası”	19.08.2024	Yanlış	Uydurma
“İstanbul’da bir kişi M çiçeği şüphesiyle karantinaya alındı.”	22.08.2024	Yanlış	Çarpıtma
“İskenderun Devlet Hastanesinde M çiçeği vakası”	06.09.2024	Yanlış	Uydurma
“Erzurum’a acil iniş yapan Hindistan uçağındaki yolculara maymun çiçeği testi yapıldı.”	08.09.2024	Yanlış	Uydurma

**Tablo 1.** AA Teyit Hattı Maymun Çiçeği Haberleri İçerik Analizi

Tablodan da anlaşılacağı üzere maymun çiçeği virüsüne ilişkin sosyal medyada ülkemize dair dezenformasyon çalışmaları, çarpıtma, uydurma, manipülasyon gibi teknikler kullanılarak gerçekleştirilmiş, söz konusu iddialar yetkili merciler ve doğrulama platformları tarafından çürütülmüştür.

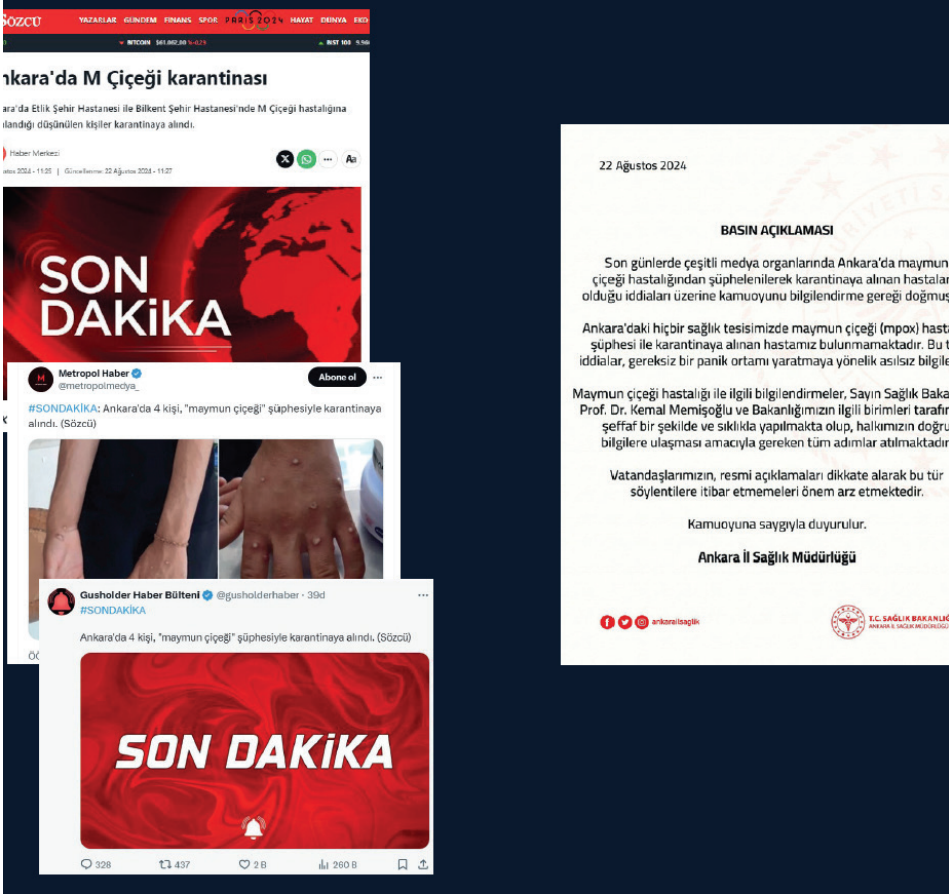
Araştırma kapsamında Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (DMM) X hesabından ise 10 Ağustos 2024-22 Ağustos 2024 tarihleri arasında maymun çiçeği hastalığına ilişkin 6 paylaşım yapıldığı saptanmıştır. Bu paylaşımlardan 2 bilgilendirme, kalanı doğrulama amaçlıdır.

Bilgilendirme	Tarih	İnceleme Sonucu	İçerik Türü
"Türkiye'de bu yıl herhangi bir 'Maymun Çiçeği' vakası tespit edilmemiştir."	10.08.2024	Doğru	Bilgilendirme
M-Çiçeği (Mpox) hastalığına ilişkin merak edilenler	23.08.2024	Doğru	Bilgilendirme
İddia	Tarih	İnceleme Sonucu	Dezenformasyon Türü
"Maymun Çiçeği virüsü bulaşan kişiye ait olduğu iddiasıyla paylaşılan görüntüler."	16.08.2024	Yanlış	Manipülasyon/ Hatalı İlişkilendirme
"Sakarya'da Afrika uyruklu bir kişi Maymun Çiçeği virüsü şüphesi ile karantinaya alındı."	16.08.2024	Yanlış	Manipülasyon
"İstanbul'da 1 kişi Maymun Çiçeği şüphesiyle karantinaya alındı."	16.08.2024	Yanlış	Manipülasyon
"Ankara'da 4 kişi, Maymun Çiçeği şüphesiyle karantinaya alındı."	22.08.2024	Yanlış	Uydurma

**Tablo 2.** DMM Sosyal Medya Hesaplarındaki Maymun Çiçeği Haberleri İçerik Analizi

Bu noktada, doğrulama platformlarının yalan ve manipülasyon haberlerinin doğrularını göstermesi kadar, bunlara yol açılmaması için hızlı ve etkin

bilgilendirme yapmasının da önemli olduğunu söylemek gerekir. Maymun çiçeği özelinde DMM de Türkiye’de hastalığın görülüp görülmediği, hastalığın belirtileri, tedavisi, içeriği gibi bilgileri içeren infografiği de hesaplarında paylaşarak bilgi eksikliğini giderilmesi için içerikler paylaşmıştır. Sosyal medyada maymun çiçeği hastalığına ilişkin manipülasyon, uydurma, hatalı ilişkilendirme nitelikli dezenformasyon içeriklerine karşı da kanıtları ortaya koyarak doğrulama yapmıştır. Bu paylaşımlara bakıldığında virüsü taşıdığı öne sürülen kişilere ait olduğu iddia edilen fotoğraflar, çeşitli şehirlerde vaka görüldüğüne dair uydurma veya manipülasyon içerikleri olduğu görülmektedir. Vakalardan bazılarında iddiaların gerçeklik payı bulunmaktadır. Örneğin Sakarya’da Afrika uyruklu bir kişinin gösterdiği semptomlar nedeniyle maymun virüsü şüphesiyle karantinaya alındığı doğrudur. Ancak, kişinin başka bir hastalığı olduğu tespit edilmiş ve kamuoyu bilgilendirilmiştir. Bu paylaşımın “gerçek bilginin veya bir görüntünün değiştirilerek aldatma amacıyla kullanılması” tekniğinin uygulandığı manipülasyon olduğu söylenebilir. Öte yandan Ankara’da 4 kişinin farklı hastanelerde karantinaya alındığı, Ankara’da maymun çiçeği alarmı verilmiş gibi haberler ve sosyal medya paylaşımları yapılmıştır. Ancak Ankara İl Sağlık Müdürlüğünden yapılan açıklamada böyle maymun çiçeği virüsü şüphesi olan hastaların bulunduğu ya da birilerinin karantinaya alındığı iddialarının asılsız olduğu belirtilmiştir. Olayın gerçeklik tarafının bulunmaması nedeniyle uydurma bir dezenformasyon paylaşımı olduğunu göstermektedir.



Görsel 2. Ankara'da Maymun Çiçeği Karantinası İddia Eden Paylaşım Örnekleri

Ankara'da olduğu iddia edilen virüs şüphesine ilişkin haberlere bakıldığında kırmızı bir görselle, büyük puntolarla "Son Dakika" manşetiyle verildiği, olayın detayına ilişkin bir bağlantı uzantısı olmadığı, kaynak olarak Sözcü'nün gösterildiği görülmektedir. Bu da haber paylaşımını yapan kişilerin etkileşim almak için dikkat çekici ve merak uyandırıcı bir şekilde içeriği paylaştıklarını göstermektedir. Ayrıca hastalık şüphesinden çok sanki hastalık varmış da hasta karantinaya alınmış gibi bir izlenim uyandırmaktadır.

#### 4. Sonuç

Sağlık iletişimi, insanların sağlık kararlarına rehberlik edebilecek ve onları sağlıklı davranışlar benimsemeye motive edebilecek ilgili sağlık bilgilerine

erişimini sağlamak açısından önem taşımaktadır. Sağlık alanında uzman kişilerin ve yetkililerin sağlık konusunda doğru iletişim stratejisi oluşturmaları, vatandaşla anında ve etkili iletişime geçmeleri, halkın da yeterli bilinç düzeyine sahip olarak sağlık konusunda edindiği bilgilerin kaynağını araştırması, gördüğü her bilgiye hemen inanmaması gerekmektedir. Kişilerin doğru sağlık seçimleri yapabilmeleri ve kişisel sağlıklarını iyileştirebilmeleri için zamanında doğru sağlık bilgilerine erişebilmeleri esastır. Ancak, iletişim sürecinin karmaşık yapısı ile yanlış bilgi ve dezenformasyonun yayılması bunu daha da zorlaştırmaktadır. Yanlış bilginin kasıtlı olarak üretilmesi ve yayılması olan dezenformasyon, yayılan yanlış bilgilerle insanların sağlığını tehdit eder hâle gelmiştir. Dijital medya araçlarının yükselişiyle birlikte sağlık iletişimi, mobil sağlık uygulamaları, sosyal medya kampanyaları ve sağlık turizminin teşvik edilmesi gibi faaliyetleri de içerecek şekilde daha geniş bir kitleye yayılmıştır. Bununla birlikte, sağlık iletişiminde yanlış bilgilendirme, asılsız söylentiler, kamuoyunun manipülasyonu ve çarpıtılmış verilerin yayılması da önemli bir sorun teşkil etmektedir.

Doğrulama platformları da sağlık konusunda dezenformasyonla mücadelede önemli bir rol oynamaktadır. Sağlık iletişimi alanında, dezenformasyonun etkisini azaltmak ve gerçek sağlık bilgilerine erişimi kolaylaştırmak önemlidir. Doğrulama platformları, geleneksel ve yeni medyada yer alan yanlış bilgilerin araştırılması ve düzeltilmesinde önemli bir teyit mekanizması olarak rol oynamaktadır.

Halkın doğru bilgiye en fazla ihtiyaç duyduğu alanlardan biri olan sağlık konularında yayılan yanlış bilgilendirme türlerini inceleyen bu çalışmada sağlık iletişiminde dezenformasyonun rolü, maymun çiçeği hastalığı örneği üzerinden analiz edilmiştir. Çalışma mecra olarak AA Teyit Hattı internet sitesi ve DMM X hesabında maymun çiçeği hastalığı hakkında yapılan doğrulama haberleri ile sınırlı tutulmuştur. Nitel araştırma tasarımına dayanan bu çalışmada, Wardle ve Derakhshan'ın tanımladığı dezenformasyonun 7 türü (manipülasyon, çarpıtma, hatalı ilişkilendirme, uydurma, taklit, bağlamdan koparma, hiciv/parodi) esas alınarak seçilen örneklem üzerinde derinlemesine bir analiz gerçekleştirilmiştir. Yapılan analiz sonucunda, kamuoyunda sağlık gibi hassas konularda uydurulmuş, çarpıtılmış ya da manipüle edilmiş haberlerin dolaşımında olduğu gözlemlenmiştir. Toplamda incelenen 13 haber ya da paylaşımın 12'sinin doğru olmadığı tespit edilmiştir. Bu dezenformas-

yon örnekleri arasında, 6 haberin manipülasyon, 4'ünün uydurma, 2'sinin çarpıtma ve 2'sinin hatalı ilişkilendirme gibi farklı dezenformasyon teknikleri kullanılarak yayıldığı belirlenmiştir. Bu bulgular, özellikle sağlık alanında doğru bilginin hızla dezenformasyona dönüşebileceğini ve bu durumun kamu sağlığını ciddi biçimde tehdit edebileceğini ortaya koymaktadır.

Bu yüzden de halkın sağlığını korumak, sağlık konusunda bilinç oluşturmak ve onları doğru bilgilendirmek için sağlık iletişimde dezenformasyonla mücadele büyük önem taşımaktadır. Bu sorunla etkin bir şekilde baş etmek için bir dizi iletişim stratejisi uygulanabilir. İlk olarak, sağlık konusunda yetkili ve güvenilir kurumlar, doğru ve güncel bilgilerin halka hızlı bir şekilde ulaşmasını kolaylaştıracak kanallar oluşturmalıdır. Aynı zamanda bu kanallardan sağlık konusunda basit, açıklayıcı, görsellerle zenginleştirilmiş bilgilendirme paylaşımlarının yapılması; kriz durumlarında halkla hızlı ve etkin iletişim kurulması; iletişim teknolojilerindeki yeniliklerden sağlık iletişimde de yararlanmak gerekmektedir. Ayrıca, sağlık alanında medya okuryazarlığı bilinci oluşturularak eleştirel düşüncüyü teşvik etmek son derece önemlidir. Bireylere özellikle sosyal medya bağlamında sağlıkla ilgili yanlış bilgileri analiz etme, doğruluğunu tespit etme ve değerlendirme yetisi kazandırmak doğru bir adım olacaktır. Sosyal medya platformlarına da bu noktada yükümlülükler düşmektedir. Sağlık konusunda, sakıncalı, halkı yanıltıcı içeriklerin sistem tarafından incelenmesi, gerekirse engellenmesi; platformların algoritmalarını bilimsel gerçeklere dayalı, doğru bilgileri önceleyecek ve yalan, yanlış, üstünde oynanmış, manipüle edilmiş bilgileri içeren haber ve paylaşımları etiketleyerek veya bunlara karşı kullanıcıları uyarıda bulunacak şekilde teknolojilerini geliştirmeleri gerekmektedir.

Ayrıca hem geleneksel medya araçlarında hem de dijital platformlarda güvenilir sağlık uzmanlarına daha fazla yer verilmesi doğru bilginin yayılmasını kolaylaştıracaktır. Sağlık konusunda yaşanabilecek kriz dönemlerinde, doğru ve güvenilir bilginin yayılmasına ve yanlış bilginin hemen düzeltilmesine imkân sağlayan; etkin, şeffaf ve hızlı iletişim stratejilerinin hayata geçirilmesi önem arz etmektedir. Bu noktada doğrulama platformlarıyla işbirliği yapılarak doğru bilginin onlara da ulaştırılmasında fayda vardır. İletişim ve sağlık alanında uzman isimlerin öncülük edeceği toplumu temel alan farkındalık kampanyaları da dezenformasyonla mücadelede etkili bir araç olma potansiyeline sahiptir.

## Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

## Kaynakça

- AA Teyit Hattı. (2024). 10 04, 2024 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/search/?s=Maymun+%C3%A7i%C3%A7e%C4%9Fi> adresinden alındı
- Africa Centres for Disease Control and Prevention. (2024, 08 17). Statement by His Excellency President Cyril Ramaphosa, the African Union Champion on Pandemic Prevention, Preparedness, and Response (PPPR) on the situation of Mpox outbreak in Africa" (Basın açıklaması). 10 03, 2024 tarihinde [https://tr.wikipedia.org/wiki/2023-2024\\_maymun\\_%C3%A7i%C3%A7e%C4%9Fi\\_salg%C4%B1n%C4%B1](https://tr.wikipedia.org/wiki/2023-2024_maymun_%C3%A7i%C3%A7e%C4%9Fi_salg%C4%B1n%C4%B1) adresinden alındı
- Altun, F. (2023). Giriş. F. Altun içinde, Toplumlararası İletişimde Yeni Dönem: Enformasyon Savaşından Dezenformasyon Savaşına (s. 15-34). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Arıcan, I. (2020, 01 11). 10 Yılım Ardından. 11 11, 2024 tarihinde <https://yalansavar.org/2020/01/11/10-yilin-ardindan/> adresinden alındı
- Arslan, M. İ. (2024, 08 14). DSÖ, M çiçeği virüsünün "uluslararası öneme sahip bir halk sağlığı acil durumu oluşturduğunu" açıkladı. 10 04, 2024 tarihinde Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/saglik/dso-m-cicegi-virusunun-uluslararası-oneme-sahip-bir-halk-sagligi-acil-durumu-olusturdugunu-acikladi/3303847> adresinden alındı
- Aydeniz, H. (2024). Enformasyon. 9 30, 2024 tarihinde TÜBİTAK Ansiklopedi: <https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/ansiklopedi/enformasyon> adresinden alındı
- Aytekin, M. (2023). Dijital Platformlarda Dezenformasyon ve Manipülasyon: Netflix Üzerine Bir İnceleme. F. Altun içinde, Toplumlararası İletişimde Yeni Dönem: Enformasyon Savaşından Dezenformasyon Savaşına (s. 37-96). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- BBC News. (2024, 09 24). Maymun çiçeği virüsü: Afrika dışında Avrupa ve Asya'da da vakalar bildirildi. 10 04, 2024 tarihinde <https://www.bbc.com/turkce/articles/c4gep56x96go#> adresinden alındı
- Dickey, C. (2019, Fall). The rise and fall of facts. Columbia Journalism Review. 10 1, 2024 tarihinde [https://www.cjr.org/special\\_report/rise-and-fall-of-fact-checking.php](https://www.cjr.org/special_report/rise-and-fall-of-fact-checking.php) adresinden alındı
- DMM. (2023). Sözlük. Dezenformasyonla Mücadele Rehberi (s. 110-120). içinde Ankara: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı.
- Doğruluk Payı. (2024). Hakkımızda. 11 11, 2024 tarihinde <https://www.dogrulukpayi.com/sayfa/hakkimizda> adresinden alındı
- Donovan, J. (2020). Medya manipülasyonunun Yaşam Döngüsü. C. Silverman, & C. B. vd. (Dü.) içinde, Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu Üzerine Doğrulama El Kitabı (s. 16-21). European Journalism Centre; Teyit. 11 10, 2024 tarihinde <https://teyit.org/files/dezenformasyon-el-kitabi.pdf> adresinden alındı

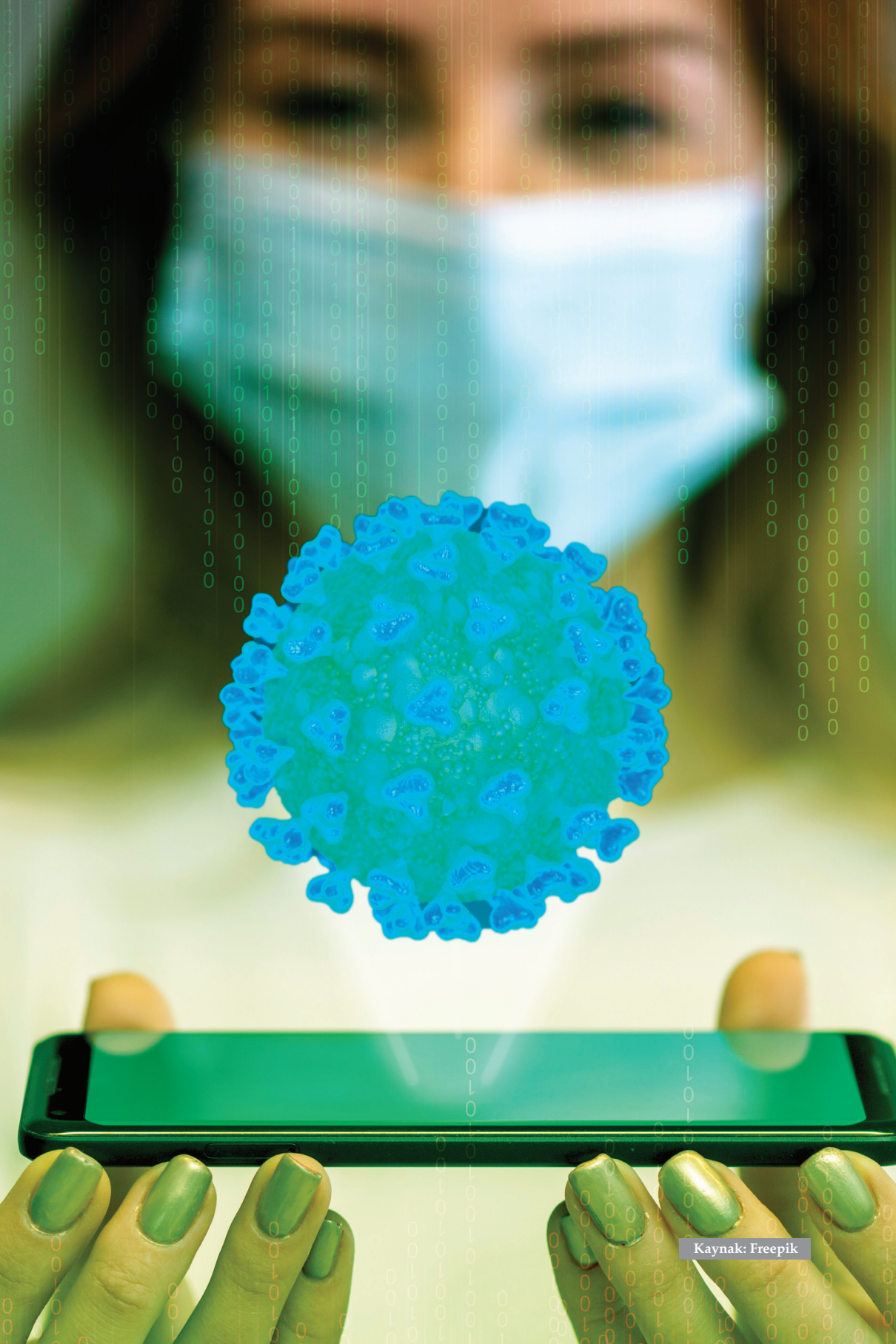


- Durand, S. (2015). "Nijerya'daki Çatışma Bölgesinde Söylenti ve Gerçeği Birbirinden Ayırmak". C. Silverman içinde, Doğrulama El Kitabı (G. Ö. vd., Çev., s. 12-14). Maastricht: The European Journalism Centre (EJC). 11 10, 2024 tarihinde [https://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook\\_tr.pdf](https://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook_tr.pdf) adresinden alındı
- Dünya Ekonomik Forumu. (2024). The Global Risks Report 2024. 11 09, 2024 tarihinde [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_The\\_Global\\_Risks\\_Report\\_2024.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2024.pdf) adresinden alındı
- EFCSN. (2024). 11 11, 2024 tarihinde European Fact-Checking Standards Network: <https://efcsn.com/verified-members/> adresinden alındı
- EFCSN. (2024). Code of Standards. 11 11, 2024 tarihinde <https://efcsn.com/code-of-standards/> adresinden alındı
- European Commission. (2018). "EU Code of Practice on Disinformation". 11 09, 2024 tarihinde <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2018-code-of-practice-disinformation> adresinden alındı
- European Commission. (2024). "Code of Practice on Disinformation— Report of Adobe". 11 09, 2024 tarihinde <https://disinfocode.eu/reports-archive/?years=2024> adresinden alındı
- Eurostat. (2024, 05 29). 36% of young people in the EU verified online content. 11 11, 2024 tarihinde <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240529-3> adresinden alındı
- Freire, P. (2024). Ezilenlerin Pedagojisi. (E. Ö. Dilek Hattatoğlu, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Graves, L., & Amazeen, M. A. (2019, 02 25). "Fact-Checking as Idea and Practice in Journalism". Oxford Research Encyclopedia of Communication. içinde London: Oxford University Press. doi:10.1093/acrefore/9780190228613.013.808
- Gül, K. (2024). "Yeni Medyada Yalan Haber Olgusu ve Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org Üzerine Bir İnceleme". İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16(3), s. 419-458. doi:10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd\_v16i3005
- Gündoğdu, G. (2021). Sağlık İletişiminde Egemen Bakıştan Eleştirel Bakışa: Televizyon Sağlık Programlarının Eleştirel Sağlık İletişimi Yönünden Analiz Edilmesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü.
- Güven, S. (2022). Dijital Sis. M. İşliyen , & F. Ş. İşliyen içinde, Dijital Sis: Yeni Medya Çağında Bilginin ve Gerçeğin Değişen Konumu (s. 142-155). İstanbul: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Hahne, P. (1985). Die Macht der Manipulation, Über Menschen, Medien und Meinungsmacher. Stuttgart : Hanssler.
- IFCN. (2024). About IFCN. 11 11, 2024 tarihinde <https://www.poynter.org/ifcn/about-ifcn/> adresinden alındı
- IFCN Code of Principles. (2024). The commitments of the Code of Principles. 11 11, 2024 tarihinde <https://www.ifcncodeofprinciples.poynter.org/the-commitments> adresinden alındı

- İletişim Başkanlığı. (2024). Akademisyenler dezenformasyonu değerlendiriyor. Ayın Tarihi, 17-23. [https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/AyinTarihi\\_Ocak2024Sayi3.pdf](https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/AyinTarihi_Ocak2024Sayi3.pdf) adresinden alındı
- İletişim Başkanlığı. (2024). Dezenformasyonla Mücadele. Ayın Tarihi, 3, 6-14.
- Kanski, A. (2017, 04 26). Study: 86% of People Don't Fact Check News Spotted on Social Media. 11 11, 2024 tarihinde <https://www.prweek.com/article/1431578/study-86-people-dont-fact-check-news-spotted-social-media> adresinden alındı
- Karaköse, G., & Rakipoğlu, Z. (2024, 08 18). Sağlık Bakanı Memişoğlu: Türkiye'de 2024'te maymun çiçeği hastalığıyla ilgili bir tanı konulmadı. 10 04, 2024 tarihinde Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/saglik/saglik-bakani-memisoglu-turkiyede-2024te-maymun-cicegi-hastaligiyla-ilgili-bir-tani-konulmadi/3306783> adresinden alındı
- Kassen, M. (2023, September). Curbing the Covid-19 Digital Infodemic: Strategies and Tools. *Journal of Public Health Policy*, 44(7), s. 643–657. doi:<https://doi.org/10.1057/s41271-023-00437-2>
- Kolluri, N. L., & Murthy, D. (2021, March). Coverifi: A Covid-19 news verification system. *Online Social Networks and Media*(22), s. 100123. doi:<https://doi.org/10.1016/j.osnem.2021.10012>
- Mandavilli, A. (2023, 05 11). "W.H.O. Ends Mpox Global Emergency". 10 03, 2024 tarihinde *The New York Times*: <https://www.nytimes.com/2023/05/11/health/mpox-who-emergency.html> adresinden alındı
- Oxford Dictionary. (2024). Disinformation. 11 09, 2024 tarihinde <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=disinformation> adresinden alındı
- PEW. (2020, 10 15). 64% of Americans Say Social Media Have a Mostly Negative Effect on The Way Things are Going in The U.S. Today. 11 11, 2024 tarihinde <https://www.pewresearch.org/short-reads/2020/10/15/64-of-americans-say-social-media-have-a-mostly-negative-effect-on-the-way-things-are-going-in-the-u-s-today/> adresinden alındı
- Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü. (2024, Ağustos). M-Çiçeği (MPox) Rehberi. 10 03, 2024 tarihinde <https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/Yayinlarimiz/Rehberler/Mpox-Rehberi.pdf> adresinden alındı
- Schiavo, R. (2007). *Health Communication-From Theory to Practice*. San Fransisco: Jossey-Bass.
- Sığırcı, T. (2023). "Sosyal Medyada Yer Alan Rusya ve Ukrayna Savaşı Haberlerinde Dezenformasyon: Twitter Örneği". *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 9(75), s. 4481-4492. doi:<http://dx.doi.org/10.29228/smryj.71417>
- Silverman, C. (2015). *Doğrulama El Kitabı (Verification Handbook)*. European Journalism Centre.
- Teyit Hattı. (2024). Teyit Hattı Hakkında. 10 02, 2024 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/p/teyit-hatti-hakkinda-> adresinden alındı

- Türkten, F. (2022, 08 05). İletişim Başkanlığı bünyesinde Dezenformasyonla Mücadele Merkezi oluşturuldu. 10 02, 2024 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/iletisim-baskanligi-bunyesinde-dezenformasyonla-mucadele-merkezi-olusturuldu/2654072> adresinden alındı
- UN General Assembly. (2022, 08 12). Countering Disinformation for the Promotion and Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms. 11 11, 2024 tarihinde <https://documents.un.org/doc/undoc/gen/n22/459/24/pdf/n2245924.pdf> adresinden alındı
- UNESCO. (2024, 06 06). Online disinformation : UNESCO unveils action plan to regulate social media platforms. 11 11, 2024 tarihinde <https://www.unesco.org/en/articles/online-disinformation-unesco-unveils-action-plan-regulate-social-media-platforms> adresinden alındı
- Ünver, A. (2023). Doğrulama Kuruluşları, İleri Teknolojiler ve Algoritmik Enformasyon Manipülasyonu ile Mücadele. İstanbul: EDAM. 11 11, 2024 tarihinde [https://edam.org.tr/Uploads/Yukleme\\_Resim/pdf-13-09-2023-01-57-08.pdf](https://edam.org.tr/Uploads/Yukleme_Resim/pdf-13-09-2023-01-57-08.pdf) adresinden alındı
- Ünver, H. A. (2020). Türkiye’de Doğruluk Kontrolü ve Doğrulama Kuruluşları. İstanbul: EDAM, Oxford CTGA & Kadir Has Üniversitesi. 11 11, 2024 tarihinde <https://edam.org.tr/wp-content/uploads/2020/06/Türkiye-de-Doğruluk-Kontrolü-ve-Doğrulama-Kuruluşları-Akın-Ünver.pdf> adresinden alındı
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. Council of Europe , Strasbourg. 10 10, 2024 tarihinde <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html> adresinden alındı
- WHO. (2020, 01 29). Working together to tackle the “infodemic”. 11 11, 2024 tarihinde <https://www.who.int/europe/news/item/29-06-2020-working-together-to-tackle-the-infodemic-> adresinden alındı
- WHO. (2023). Mainstreaming Infodemic Management in Learning and Teaching Programmes: A Report from a WHO Technical Consultation . Belgrade, Serbia. 11 10, 2024 tarihinde <https://www.who.int/publications/i/item/mainstreaming-infodemic-management-in-learning-and-teaching-programmes--a-report-from-a-who-technical-consultation--21-23-march-2023--belgrade--serbia> adresinden alındı
- WHO. (2024). Infodemic. 11 10, 2024 tarihinde World Health Organization: [https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab\\_2](https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_2) adresinden alındı
- WHO. (2024, 08 26). Mpox. 10 03, 2024 tarihinde <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mpox> adresinden alındı
- Yayla, A. (2020). Totaliterizm ve Dezenformasyon. Liberal Düşünce Dergisi, 25(98), s. 125-146. doi:<https://doi.org/10.36484/liberal.756869>
- Yılmaz, C. (2024). Spekülasyon ve Manipülasyon. 09 30, 2024 tarihinde TÜBİTAK Ansiklopedi: [https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/ansiklopedi/spekulasyon\\_ve\\_manipulasyon](https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/ansiklopedi/spekulasyon_ve_manipulasyon) adresinden alındı

- Yılmaz, M. (2023). Kovid-19 Pandemisi Döneminde Post-Truth Agnotolojisi ve Sağlık İletişimi . Yayınlanmamış doktora tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yılmaz, M. (2024). Kovid-19 Pandemisi Döneminde Post-Truth Agnotolojisi ve Sağlık İletişimi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı.
- Yoloğlu, N. (2021). Aktüel Enformasyonun Yeni Yol Haritası: Dezenformasyon. S. S. Akyüz içinde, Dezenformasyon Çağı (s. 9-24). İstanbul: Eğitim Yayınları.
- Youvan, D. C. (2024, 10 5). "Fact-Checking in the Digital Age: Influence, Perception, and the Democratic Process". doi:10.13140/RG.2.2.32512.24322



Kaynak: Freepik

# Sosyal Medya ve Dezenformasyon: İsrail'in Gazze Saldırıları Örneği

→ İsmail KAPLAN\*

## Öz

Dezenformasyon, çatışmalar ve savaşlar sırasında bir propaganda aracı olarak kullanılmaktadır. Bu çalışma, dezenformasyonun çatışmalarda bir propaganda aracı olarak kullanımını, İsrail-Filistin çatışmasıyla ilgili sosyal medya içeriklerine odaklanarak incelemektedir. Çalışmanın amacı, İsrail'in Filistin'e yönelik saldırıları sürecinde sosyal medyada yayılan dezenformatif içeriklerin türlerini ve bu içeriklerin yayılma yöntemlerini araştırmaktır. Çalışma, 7 Ekim 2023'te başlayan Aksa Tufanı Operasyonu'nu takip eden dönemde yayılan 250 sosyal medya içeriğini Anadolu Ajansı Teyit Hattı'nın doğruluk kontrollerine dayanarak içerik analizi yöntemiyle incelemektedir. İçerikler; paylaşım türü, doğruluk kontrolü sonucu, yanlış bilgiyi yayan aktörler ve kullanılan yanlış bilgi türü temaları altında kodlanmış ve analiz edilmiştir. Bulgular, dezenformasyonun büyük oranda sosyal medya platformları üzerinden yayıldığını, özellikle X platformunun dezenformatif içeriklerin yayılımında ön plana çıktığını göstermektedir. Çalışma, İsrail'in hem tarihsel olarak hem de günümüzde meşruiyetini korumak için sürekli olarak dezenformasyonu kullandığını göstermektedir. En yaygın dezenformasyon türü, genellikle Filistinlileri mağduriyet uyduruyormuş gibi gösteren sahte resimler veya videolarla desteklenen yanlış bağlamı içeriklerdir. Bununla birlikte dezenformasyon amaçlı uydurma içeriklere de sıkça rastlanmaktadır. Sonuç olarak, sosyal medya dezenformasyonunun, İsrail-Filistin çatışmasında tarafların ve kitlelerin algısını yönetmede kritik bir rol oynadığı ve gelecekte dezenformasyonun önlenmesi için yapay zekâ teknolojilerinin potansiyel katkısının incelenmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Dezenformasyon, Sahte Haber, Sosyal Medya, Filistin, İçerik Analiz

\*Dr. Öğr. Üyesi, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi İletişim Tasarımı ve Yönetimi Bölümü, Eskişehir, Türkiye

E-mail: ismailkaplan@anadolu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-2286-5190

Kaplan, İ. (2025). Sosyal Medya ve Dezenformasyon: İsrail'in Gazze Saldırıları Örneği. TRT Akademi, 10(23), 182-207. <https://doi.org/10.37679/trta.1559858>

# Social Media and Disinformation: The Example of Israel's Attacks on Gaza

→ İsmail KAPLAN

## Abstract

Disinformation is used as a propaganda tool during conflicts and wars. This study investigates the use of disinformation as a propaganda tool in conflicts, focusing on social media content related to the Israeli-Palestinian conflict. In particular, the disinformation spread during the Israeli attacks on Palestine following Operation Al-Aqsa Flood, which began on 7 October 2023, is examined. The study analyses 250 social media content that spread after the Operation Aksa Flood, which started on 7 October 2023, through content analysis based on the accuracy checks of Anadolu Agency Fact Check Line. The content was coded and analysed under four themes: type of post, results of fact-checking, actors spreading disinformation and types of disinformation. The findings reveal that disinformation is spread primarily through social media, with the X platform playing a key role. The study shows that Israel has consistently used disinformation to maintain its legitimacy both historically and today. The most common type of disinformation is falsely contextualised content, often supported by fake pictures or videos that portray Palestinians as fabricating victimisation. In addition, fabricated content is also common. The study concludes that social media disinformation significantly influences public perception of the Israeli-Palestinian conflict. It suggests that artificial intelligence technologies should be explored as a potential solution to combat disinformation in the future.

**Keywords:** Disinformation, Fake News, Social Media, Palestine, Content Analysis

## 1. Giriş

Dezenformasyon günümüzde kurumların ve toplumların karşı karşıya olduğu başlıca sorunlardan bir tanesidir. Etkileri siyasetin ötesine uzanan ve toplumsal yaşamın çeşitli yönlerini etkileyen dezenformasyonun mekanizmalarını ve sonuçlarını anlamak, bunun da ötesinde, dezenformasyonun yayılmasıyla mücadele etmek için etkili stratejiler geliştirmek, gün geçtikçe daha önemli hâle gelmektedir.

Dezenformasyon, modern savaşlarda ve çatışmalarda, özellikle de çeşitli ülkeler tarafından kullanılan hibrit savaş stratejileri bağlamında kritik bir araç olarak görülmektedir. Çatışmalar sırasında dezenformasyonun kullanımı, düşmanın moralini bozmak, kamuoyu algısını manipüle etmek ve karar alma süreçlerini zora sokmak gibi birçok amaca hizmet etmektedir. Dezenformasyonun savaştaki temel işlevlerinden biri kafa karışıklığı yaratmak ve düşmanlar arasında nifak tohumları ekmektir.

Bu çalışmada, İsrail'in Filistin'e yönelik saldırıları süresince sosyal medyada yayılan dezenformasyon içerikleri ele alınmaktadır. 1948 yılından beri farklı dönemlerde şiddetlenen çatışmalar, son olarak 7 Ekim 2023 tarihinde Hamas tarafından başlatılan Aksa Tufanı Operasyonu'nu takip eden süreçte, İsrail'in soykırım boyutuna ulaşan yoğun saldırıları ile zirveye çıkmıştır. Sahada süren askeri faaliyetlerin yanında İsrail'in resmi kanalları ve İsrail destekçisi sosyal medya hesapları da bir yandan saldırıları meşru gösterme niyetiyle içerikler üretmektedir. Bu içerikler İsrail'in saldırılar karşısında kendisini savunduğu, Filistinlilerin ise onlar için bir tehdit oluşturduğu propagandasının bir parçasıdır. Bu çalışmada İsrail destekçisi kaynakların propaganda faaliyetlerinde nasıl bir dezenformasyon uyguladığını tespit etmek amaçlanmaktadır. Çalışmanın iki temel araştırma sorusu bulunmaktadır:

1. İsrail yanlısı sosyal medya içeriklerinde hangi tür dezenformasyon uygulanmaktadır?
2. İsrail yanlısı dezenformatif içerikler sosyal medyada ne şekilde yayılmaktadır?

Çalışmada bu araştırma sorularına yanıt aranırken 7 Ekim 2023 tarihinden sonra dolaşıma giren ve Anadolu Ajansı Teyit Hattı tarafından doğruluk kontrolü yapılan iddialar incelenecektir. Her ne kadar farklı doğrulama platformları da benzer konuyla ilgili doğrulamalar yapsa da bu çalışmada



incelenen içerikler yalnızca Anadolu Ajansı Teyit Hattı'nın 7 Ekim 2023-7 Eylül 2024 tarihleri arasında paylaştığı içeriklerle sınırlandırılmıştır.

Çalışmada ilk olarak dezenformasyonun tanımından ve bilgi bozukluğu türlerinden bahsedilecektir. Takip eden bölümde çatışma dönemlerinde dezenformasyonun nasıl gerçekleştirildiği ve sosyal medyanın bundaki rolü ele alınacaktır. Son yıllarda öne çıkan konulardan birisi olan sahte haberlere değinildikten sonra İsrail'in dezenformasyonu ve sahte haberleri tarih boyunca nasıl kullandığı açıklanacaktır. Alanyazında konuyla ilgili kaynakların ele alındığı bölümlerin ardından çalışmanın yönteminden ve bulgularından bahsedilecektir. Sonuç bölümünde ise alanyazındaki içerikler ile araştırmada elde edilen bulgular karşılaştırılacaktır.

Yapısı itibariyle bu çalışma, alanyazındaki diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır. Sonraki bölümlerde görüleceği üzere alanyazındaki çalışmalar çoğunlukla üretilen içeriklerin doğru olup olmadığına ya da Filistin aleyhine gerçekleştirilen propagandanın farklı türlerine odaklanmaktadır. Bu çalışma ise propaganda faaliyetlerinin bir ayağını oluşturan dezenformasyon ve yanlış bilginin hangi ortamda ve hangi türlerde yoğun olarak yayıldığı incelenmektedir.

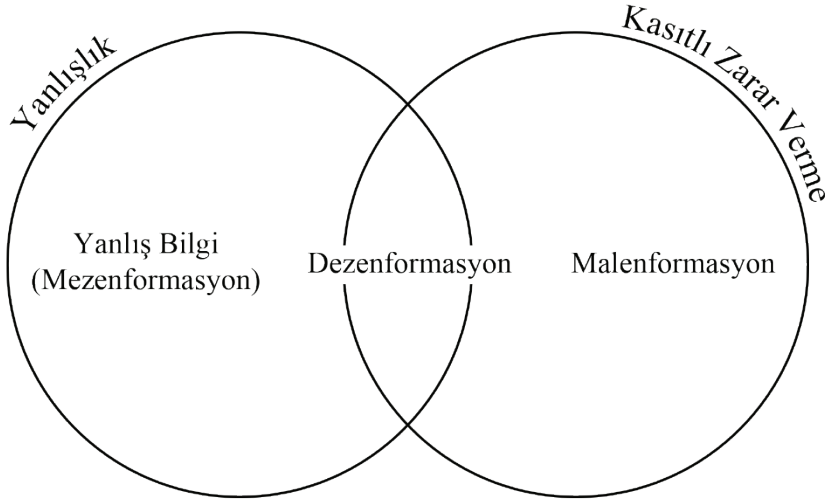
## 2. Dezenformasyonun Tanımı

Dezenformasyon, genellikle kamuoyunu kandırmak veya manipüle etmek amacıyla yanlış veya yanıltıcı bilgilerin kasıtlı olarak yayılması anlamına gelir. Bu olgu son yıllarda, özellikle siyasi iletişim ve sosyal medya platformlarının yükselişi bağlamında büyük ilgi görmektedir. Dezenformasyon, kitleleri yanıltmak ve kamuoyunu belirli gündemler veya ideolojiler lehine şekillendirmek için tasarlanmış uydurma haber makaleleri, yanıltıcı istatistikler ve manipüle edilmiş görüntüler dahil olmak üzere çeşitli şekillerde görülebilir (Kapantai vd., 2021).

Dezenformasyonun kökleri, bilginin kamu algısını ve davranışını etkilemek için stratejik olarak hazırlandığı tarihsel propaganda uygulamalarına kadar uzanmaktadır. Freelon ve Wells, dezenformasyon ile ilgili ilk analizlerin, siyasi iletişimdeki etkilerini anlamak için retorik ve tarihsel yöntemlere odaklandığını belirtmektedir (2020, s. 148).

Konuyla ilgili bir diğer kavram olan yanlış bilgi kavramı sıklıkla dezenformasyon ile eş anlamlı olarak kullanılsa da, dezenformasyon yanlış bilginin bilinçli ve kasıtlı olarak yayılmasını tanımlamaktadır (Fetzer, 2004). Wardle ve Derakhshan çalışmalarında dezenformasyon, yanlış bilgi (mezenformasyon) ve malenformasyon gibi kavramların tümünü bilgi bozukluğu başlığı altında toplamış ve her bir kavramın tanımını şu şekilde yapmışlardır (2017, s. 20):

- **Dezenformasyon:** Bir kişiye, gruba, topluma veya ülkeye zarar vermek için kasıtlı olarak üretilen ve yayılan yanlış bilgi.
- **Yanlış Bilgi:** Özünde yanlış olan fakat zarar verme amacı taşımayan bilgi.
- **Malenformasyon:** Gerçeklere dayanan fakat yine de bir kişiye, gruba, topluma veya ülkeye zarar verme amacı taşıyan sızıntılar ve nefret söylemi vb. bilgiler.



Şekil 1. Bilgi Bozukluğu Şeması

(Kaynak: Wardle, 2020)

Wardle bilgi bozukluğu türlerinden dezenformasyon ve yanlış bilgiyi yedi farklı tür altında sınıflandırmaktadır (2020):

- 1. Parodi:** Kimi kullanıcılar sosyal medyada paylaşılan parodi içeriklerinin parodi olduğunu fark ederler. Bazı kullanıcılar ise bunu fark etmezler ve söylenmek isteneni yanlış anlarlar. Bu da zaman zaman parodi içeriklerinin komplo teorileri ya da dezenformasyonu yaymak için kullanışlı hâle gelmesine neden olur.
- 2. Hatalı Bağlantı:** Özellikle haber sitelerinin ve haber odaklı sosyal medya hesaplarının başvurduğu tık tuzakları ve sansasyonel başlıklar bu kategoriye girer. İnternet trafiğini yönlendirmek için kutuplaştırıcı veya duygusal bir dil kullanmak kısa vadede kazançlı olsa da insanların haberlerle olan ilişkilerine zarar vermektedir.
- 3. Yanıltıcı İçerik:** Dezenformasyonun oldukça yaygın bir türü olan yanıltıcı içerikler, hikâyeyi yeniden çerçevelemeyi, bunu yaparken de bazı konuları desteklemek için alıntılar kullanmayı, verilmek istenen mesaja uygun istatistikler kullanılmasını ve argümanları zayıflatacak başka bazı kanıtların göz ardı edilmesini tanımlamaktadır.
- 4. Yanlış Bağlam:** Gerçek olan içeriklerin tehlikeli biçimde yeniden çerçevelenmesini tanımlayan yanlış bağlamlı içerikler dezenformasyonun yayılmasında etkilidir. Özellikle görüntülerin zaman ve mekân dahil olmak üzere bağlamından koparılması ve yeni bir anlatıya uygun olarak çerçevelenmesi bu kategoride en fazla karşılaşılan örnektir.
- 5. Taklit:** İnsanlar güvenilir markalardan ya da kurumlardan gelen mesajlara daha fazla itibar gösterirler. Bunu bilen ve toplumu yanıltmak isteyen içerik üreticiler iyi bilinen logoları ve markaları kullanarak sahte içerikleri dolaşıma sokarlar. Öte yandan özellikle yapay zekanın hızlı yükselişiyle birlikte deepfake videolar ve taklit edilen sesler de bu kategori altında ele alınabilir.
- 6. Manipülasyon:** Bu tür içerikler gerçeğin bir yönünün değiştirilmesi ile ortaya çıkar. Bu kimi zaman metin, kimi zaman ise görüntü şeklinde olabilir. Bazen bir görüntüde mevcut

bir bölüm silinebilir, bazen de görüntüye hiç var olmayan yeni bir kişi veya nesne eklenir. Yapay zeka ile görüntü işleme teknolojileri, gerçeğinden ayırt edilmesi çok zor manipülasyon içeriklerinin dolaşıma girmesine neden olmaktadır.

7. **Uydurma:** Tamamen yanlış olan içerikler bu kategori altında değerlendirilir. Hiç var olmayan ya da gerçekleşmemiş bir olayı varmış gibi sunmak uydurma olarak tanımlanır.

### 3. Çatışma ve Savaş Dönemlerinde Dezenformasyon

İletişim çalışmalarında dezenformasyon konusu sıklıkla propaganda ile birlikte ele alınır. Propaganda 20. yüzyılın erken dönemlerinden itibaren iletişim çalışmalarının önemli bir başlığı olagelmıştır. Laswell propagandayı savaş dönemlerinde askeri ve ekonomik baskının ardından düşmana karşı kullanılan bir araç olarak tanımlar (1938, s. 9). Propagandanın amacı ise semboller, anlatıları, raporları, görselleri vd. kullanarak toplumun kanaatini kontrol etmektir. Chomsky'ye göre modern devletlerin ilk propaganda operasyonu, 1916 yılında ABD'deki Wilson hükümetinin Birinci Dünya Savaşı sırasında pasifist tavır gösteren halkı savaş taraftarına dönüştürmek için harekete geçirilmiştir (2013, s. 1). Sonraki yıllarda da halkı sınır ötesi müdahalelere ikna etmek için ABD yönetimi propaganda faaliyetlerine devam etmiştir. Bunu yaparken farklı biçimlerde dezenformasyona başvurmuş; operasyonlarını meşrulaştırmak adına düşmanlarını "canavarlaştırmıştır" (Chomsky, 2013, s. 18).

Dezenformasyon, özellikle çatışma dönemlerinde başvurulan bir araçtır ve insanların algılarını şekillendirmekte kullanılır. Propagandadan ayrıştığı nokta ise her durumda insanları ve toplumları yanıltma gayesi taşımasıdır. Burada dezenformasyon kavramı ile yanlış bilginin kasıtsız olarak yayılmasını tanımlayan mezenformasyon kavramı arasındaki fark da önemlidir. Dezenformasyonun psikolojik etkisi daha derindir çünkü yeni yanlış inançlar ortaya çıkarılabilir ve mevcut yanlış inançları pekiştirebilir. İnanç sistemlerinin bu şekilde manipüle edilmesi, insanların duygusal tepkilerinin kolayca istismar edilebildiği çatışma durumlarında yıkıcı etkiler meydana getirmektedir (Cherry, 2024).

Propaganda amacıyla dezenformasyonun kullanılmasında 1991 Körfez Savaşı bir kırılma noktasıdır. Savaş süresince ABD ve Büyük Britanya'nın medya-

yı yönetme ve kullanma biçimi, dezenformasyon yoluyla büyük toplulukları ikna etmenin önemli bir örneği olmuştur. Savaşın cephe hattına sadece seçilmiş gazetecilerin girmesine izin verilmesi, Suudi Arabistan'da savaşı takip eden diğer gazetecilere ise günlük brifingler sunulması, ABD öncülüğündeki koalisyon lehine bir bilgi çevresi oluşturmuştur. Verilen brifinglerde ise sonradan yalan olduğu tespit edilen, Irak askerlerinin Kuveyt'te bir çocuk hastanesinin elektriğini kesmesi gibi haberler bulunmaktadır. Bu savaş, medyanın önemli bir güç hâline geldiği günümüzde propagandanın ve dezenformasyonun işlevini yeniden düşünmeyi gerektirmiştir (Robinson, 2019). Bu savaş ayrıca Irak kaynaklı petrol sızıntısı nedeniyle petrole bulandığı iddia edilen karabatak kuşu görselinin günlerce medyada yer alması ile de hatırlanmaktadır (Ottosen, 1992). ABD öncülüğündeki koalisyon güçlerinin saldırılarının meşrulaştırılmasına zemin hazırlayan bu görselin gerçek olmadığı birkaç gün içinde ortaya çıksa da propaganda amacına ulaşmış ve koalisyon güçleri lehine bir kamuoyu oluşmuştur.

#### 4. Sosyal Medya, Dezenformasyon ve Sahte Haberler

Dezenformasyon sadece günümüze ait bir problem değildir. Tarih boyunca farklı nedenlerle insanlar ve toplumlar dezenformasyon aracılığıyla yönlendirilmeye çalışılmıştır. Konunun bugün ayrı bir öneme sahip olmasının nedeni ise dezenformasyonun sosyal medya aracılığıyla çok daha hızlı yayılabilmesidir. Her türlü bilgiye çok hızlı şekilde erişimi mümkün kılan internet ve sosyal medya, yanlış bilgilerin, sahte haberlerin ve dezenformasyonun da aynı hızla yayılmasına imkan tanımaktadır (Karagöz, 2018, s. 694). Şentöregil yaptığı çalışmada doğrulama platformları tarafından incelenen haberler arasında yanlış bilgilerin çoğunlukla sosyal medya üzerinden yayıldığını tespit etmiştir (2024, s. 167). Yanlış bilgileri üretmek ve yaymak sosyal medya sayesinde tarihte hiç olmadığı kadar yaygınlaşmıştır. Algoritmalar da içeriğin doğruluğuna değil, aldığı etkileşime önem vermektedir.

Dijital dünya, nesnel bir gerçekliğin varlığını bulanıklaştırır, zira orada paylaşılan yalan, yarı gerçek ya da dedikodu içerikli çok miktarda bilgi büyük bir kafa karışıklığına neden olur. Bununla birlikte dijital ortamda görüntülerin ve seslerin kolayca manipüle edilebilmesi de gerçeklik algısına zarar verir. Bu durum, sosyal medyayı kitlesel bir silaha dönüştürür (Erkan ve Ayhan, 2018). Sosyal medya platformları başta olmak üzere yeni iletişim teknolojile-

ri beraberinde yeni dezenformasyon yöntemlerini getirmiştir. Diğer yandan sosyal medya platformlarının mevcut algoritmaları, kullanıcıların önceden var olan inançlarını pekiştiren yankı odaları yaratarak sorunu daha da kötüleştirmekte ve dezenformasyonun yayılmasında kartopu etkisine yol açmaktadır. Kullanıcılar ise bilgi tüketimlerinin, doğruluktan ziyade etkileşime öncelik veren bu algoritmalarından ne ölçüde etkilendiğinin genellikle farkında değildir (Cherry, 2024, s. 28).

Sosyal medyada sahte içeriklerin yayılmasının bir diğer nedeni ise bot ve troll hesaplardır. Bot hesaplar özellikle X platformunda etkilidir. Çok sayıda olan ve yazılımlar tarafından kontrol edilen bot hesaplar, belli fikirlerin geniş kitleler tarafından savunuluyormuş gibi görünmesini sağlar. Troll hesaplar ise bir kişi tarafından yönetilmesine rağmen kimi zaman gerçek kimliğini gizleyebilir. Troll hesaplar diğer kullanıcıları duygusal tepkiler vermeye zorlayacak şekilde provokatif davranırlar. Bu hesaplar insanları kızdırmayı, rahatsız etmeyi veya onlara zarar verebilecek haberleri yaymayı amaçlarlar. Bu yönüyle troller, başkalarına zarar vermek için sahte içeriklerden yararlanan kullanıcılar olarak görülürler (Ünal ve Çiçeklioğlu, 2019).

Sosyal medyanın tüm kullanıcılarına kendi içeriklerini üretme ve yayma imkânı tanınması, ifade özgürlüğüne katkı sunmakla birlikte yanlış bilgilerin dolayımının hızlanmasına da neden olmuştur. Şüphesiz geleneksel medyada da yanlış bilgiler ya da sahte haberler bulunmaktaydı ancak sosyal medya yapısı gereği dezenformasyonun daha kolay yayılmasına olanak tanımaktadır (Şentöregil, 2024, s. 2). Öte yandan görsel kültürün hiç olmadığı kadar önem kazandığı günümüzde imgeler ve görüntüler kişilerin çevresini yoğun biçimde sarmaktadır (Koca ve Çöm, 2023). Dolayısıyla görsellerin dezenformasyon amacıyla kullanılması da hızla artmaktadır.

Haber içeriklerinin giderek daha fazla sosyal medyada paylaşılması ve etkileşim alması, haber ile sosyal medya arasındaki çizginin bulanıklaşmasını beraberinde getirmiştir. Haber üretiminde, dağıtımında ve tüketiminde sosyal medyanın başat rol oynaması, haberlerin biçimini büyük oranda değiştirmiştir (Bengtsson ve Johansson, 2020). Sosyal medya ve habercilik arasındaki bu yakınlaşma, haberlere ulaşmada çevrim içi platformların ve sosyal medyanın etkisini artırmaktadır. Sosyal medyanın bir haber kaynağı olarak kullanılması ise yanlış bilgilerin daha kolay yayılmasına yardım etmektedir (Tandoc vd., 2019, s. 138). Kakutani sosyal medyada yayılan akıl almaz boyuttaki sahte

haber ve dezenformasyon selini tanımlarken, suları bulandırmak, sis bulutu oluşturmak ve kamuoyunun gözünü gör etmek ifadelerine başvurur (2019, s. 103). Ona göre tüm bu çalışmalar bir propaganda tekniğidir ve izleyicilerde bir haber bıkkınlığı yaratmayı amaçlar. İnternetteki dezenformasyon seli bir kafa karışıklığına, karmaşaya ve korkuya yol açar. İnsanlar birbiriyle çelişen bilgilerle karşılaştıkları zaman ilk karşılaştıkları bilgiye inanma eğiliminde olduğu için, herhangi bir haber doğrulana kadar, onun çarpıtılmış versiyonu çoktan etkisini göstermeye başlar.

### 5. Düünden Bugüne İsrail'in Dezenformasyon Kullanımı

İsrail devleti kuruluşundan günümüze kadar gelen tarihinde ve Filistin başta olmak üzere çevredeki ülkelere yönelik saldırılarında dezenformasyonu hep bir propaganda aracı olarak kullanagelmıştır. Pappé'ye göre İsrail bulunduğu bölgede meşruiyet sağlamak için mitlere ve yanlış bilgilere en başından itibaren başvurmuştur (2018). Bu yanlış bilgilerin başında Filistin'in 19. yüzyılda boş bir bölge olması, Filistinlilerin ülkelerini gönüllü olarak terk ettikleri, İsrail'in Orta Doğu'daki tek demokratik ülke olduğu, siyonizmin sömürgecilik değil vatansız bir halkın vatanına kavuşmasını sağlayan bir hareket olduğu gibi mitler gelmektedir.

Finkelstein, İsrail devletinin işgalci politikalarını meşrulaştırmak için Holokost Endüstrisi'ne sığındığını ifade etmektedir (2024). Ona göre Holokost kavramı günümüzde ideolojik bir silah olarak kullanılmaktadır ve İsrail devleti geçmişte yaşanan Nazi Holokostu'nun gölgesine sığınarak, günümüzde neden olduğu insan hakları ihlallerini gizlemektedir. Özellikle 1967 Arap-İsrail Savaşı sonrası dönemde Batılı ülkelerle daha fazla iş birliği yapmaya başlayan İsrail devleti, Holokost'un hatıralarını politik açıdan kullanışlı olduğu sürece kullanmaya başlamıştır. Said ise bu tavrın Batılı ülkeler tarafından bilinçli olarak desteklendiğini, zira İsrail'in Orta Doğu'da ABD başta olmak üzere Batılı ülkeler için bir stratejik ortak olarak görüldüğünü, onun "Batı uygarlığından kesme taşlarla yükselen bir kale" olduğunu ifade eder (2008, s. 108). Ona göre İsrail'in üstlendiği bu rol, Batılı devletlerin ve medya kuruluşlarının İsrail tarafından gerçekleştirilen hak ihlallerini görmezden gelmelerine ya da dezenformasyon yoluyla bunların üstünü örtmelerine neden olmaktadır.

İsrail'in dezenformasyon yöntemlerine başvurması yalnızca küçük bir grupla sınırlı değildir. Öyle ki İsrail'in eski başbakanlarından İzak Şamir dezenformasyonu meşru göstermek için, "İsrail toprakları uğruna yalan söylemekte bir sakınca yoktur." demiştir (Mearsheimer, 2011).

Sosyal medyada da İsrail-Filistin çatışmaları hakkında sahte haberler uzun zamandır büyük bir hızla yayılmaktadır. Özellikle farklı zamanlarda ve farklı yerlerde çekilen fotoğrafların ve videoların bağlamından kopararak güncel içerikler olduğu iddia edilerek paylaşılması, konuyla ilgili kafa karışıklıklarını artırmaktadır. Sosyal medya platformlarında yayılan birçok sahte haber Whatsapp ve Telegram kanallarında büyük topluluklara erişebilmektedir. Sosyal medya platformları ise sahte haberleri tespit ederek onları yanıltıcı içerik olarak işaretlediklerini veya yayından kaldırdıklarını ifade etmektedirler. Öte yandan işaretlenen veya yayından kaldırılan içerikler genellikle İsrail'in aleyhine olarak paylaşılan içeriklerdir (Frenkel, 2021). Stein ise konuya bir başka açıdan yaklaşarak Filistinlilerin kaydettikleri ve İsrail'in uyguladığı şiddeti belgeleyen birçok görüntünün İsrail tarafından sahte içerik olarak tanımlandığını belirtmektedir (2021). Farklı örneklerde görüleceği üzere, İsrail'in hak ihlallerini gösteren videoları sahte içerik olarak tanımlaması, zaman içerisinde işgal ettiği topraklardaki baskıcı stratejilerin bir parçasına dönüşmüştür. Diğer yandan İsrail kamuoyu da sergilenen hak ihlallerini ve sivil ölümlerini sorgulamak yerine yayınlanan içeriklerin sahte olduğuna dair kanıtlar aramaya başlamış, görüntülerin Filistinliler tarafından üretilen sahte içerikler olduğuna karar vermişlerdir. Öyle ki Filistin'de bu tür içerikleri üreten Hollywood benzeri bir sanayi olduğuna kanaat getirerek bu sözde sanayiye "Pallywood" olarak isimlendirmişlerdir. Sosyal medya platformları da kasıtlı ya da kasıtsız olarak çoğu zaman İsrail'in bu stratejisine yardım etmektedir. Facebook'un "direniş" ve "şehit" gibi anahtar kelimelerle yapılan paylaşımları "yanlışlıkla" ortadan kaldırması, İsrail'in politikalarını eleştiren içeriklerin rutin olarak silinmesi ve algoritmaların Filistinli insanların hikâyelerine karşı ön yargılı hâle getirilmesi, sosyal medyada dezenformasyonun yayılmasını tetikleyen unsurlar arasındadır (Loewenstein, 2023, s. 171).

## 6. Yöntem

Dezenformasyonun yayıldığı alanlar arasında yalan ve sahte haberler önemli bir yer tutmaktadır. Haber doğrulama platformları da bu haberlerdeki ve yanlış içeriklerdeki yanlış bilgiyi ve dezenformasyonu ortaya çıkarmak için



farklı yöntemler kullanılmaktadır. Bu çalışmada sosyal medyada yayılan yanlış içerikleri tespit etmek yerine bir doğrulama platformu tarafından kontrol edilmiş içerikler veri olarak kullanılmaktadır. Böylece iddiaların doğru veya yanlış olmalarının ötesinde sistematik olarak dezenformasyonun yayılmasına nasıl katkı sağladıkları gözlemlenebilecektir.

Araştırmanın belli sınırlılıkları bulunmaktadır. Farklı mecralarda Gazze saldırıları ile ilgili birçok dezenformatif içerik yayılmakta ve farklı doğrulama platformları çeşitli içeriklerin doğruluk kontrolünü gerçekleştirmektedir fakat bu çalışmada yalnızca Anadolu Ajansı Teyit Hattı tarafından doğruluk kontrolü yapılan içerikler incelenmiştir. Anadolu Ajansı Teyit Hattı'nın seçilmesinin nedeni, diğer doğrulama platformlarından farklı olarak Gazze ile ilgili doğrulamaları içeren ayrı bir kategori oluşturulması ve konu hakkında daha fazla içerik üretilmesidir. İçerikler incelenirken araştırmacı tarafından yeniden doğruluk kontrolü yapılmamış ve Anadolu Ajansı Teyit Hattı tarafından sunulan bilgiler doğru olarak kabul edilmiştir. Son olarak araştırma, Gazze saldırılarının başladığı günden, araştırma verilerinin toplanmaya başladığı güne kadar geçen 11 aylık dönemde yayınlanan içerikleri kapsamakta, 7 Eylül 2024 tarihinden sonraki verileri ele almamaktadır.

Çalışmada sosyal medyanın dezenformasyonun yayılmasındaki rolü ve İsrail'in Gazze saldırıları sırasında dezenformasyondan ne şekilde yararlandığı ele alınmıştır. Bahsedilen durumun araştırılması için sosyal medyada paylaşılan ve Anadolu Ajansı Teyit Hattı tarafından doğrulanan haberlerin içerik analizi yapılmıştır. İçerik analizi, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmayı amaçlayan bir yöntemdir. İçerik analizinde ilk olarak elde edilen veriler kavramsallaştırılır, ardından bu kavramlar mantıklı bir biçimde düzenlenerek veri açıklayan temaların ortaya çıkması sağlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 227). İçerik analizi, karşılaşılan metin, ses, görsel vb. her türlü içeriği yüzeysel olarak değil, derinlemesine incelemeye olanak tanır. İçerikte yer alan örtük ve açık anlamları ortaya çıkarmak için hem kelimeler veya görseller gibi gözle görülebilir unsurlardan hem de içeriğin altında yatan söylemden yararlanır (Neuman, 2022, s. 594).

Anadolu Ajansı Teyit Hattı, 7 Ekim 2023 tarihinde gerçekleştirilen Aksa Tufanı Operasyonu sonrasında başlayan İsrail saldırılarının ardından sosyal medyada ve diğer ortamlarda paylaşılan yanlış bilgileri teyit etmek için 7 Ekim 2023 tarihinden itibaren paylaşımlara başlamıştır. Bu çalışmada 7 Ekim 2023

tarihinden saldırıların 11. ayının dolduğu 7 Eylül 2024 tarihine kadar geçen sürede Anadolu Ajansı Teyit Hattı tarafından doğruluk kontrolü yapılan konuyla ilgili 250 içeriğin tümü incelenmiştir. Belirlenen içerikler; paylaşım türü, doğruluk kontrolü sonucu, yanlış bilginin yayıldığı ortam, yanlış bilgiyi yayan aktörler ve kullanılan yanlış bilgi türü temalarına göre kodlanmıştır. Kodlamanın nesnellliğini sağlamak için 250 içerik arasından rastgele seçilen 30 içerik, ikinci bir kodlayıcıya gönderilmiş ve onun da şablona göre içerikleri kodlaması sağlanmıştır. İkinci kodlayıcının kodlaması sonucunda tespit edilen eksiklikler giderilerek tüm temalar ve kodlamalar gözden geçirilmiş ve bulgulara son hâli verilmiştir.

## 7. Bulgular

Bu bölümde, çalışma kapsamında gerçekleştirilen araştırmanın bulguları ele alınacak ve yorumlanacaktır.

### 7.1. Doğrulanın İçeriklerle İlgili Genel Bilgiler

Anadolu Ajansı Teyit Hattı, sosyal medya ve iletişim platformlarında karşılaşılan problemlerle ve sahte içeriklerle mücadele etmek adına 2022 yılında hayata geçirilen bir projedir (Gündoğmuş, 2023). Politika, Aktüel, Kültür/Sanat, Bilim/Teknoloji, Ekonomi ve Gazze ana kategorileri altında medyada yer alan birçok haberin doğrulamasını yapan platform aynı zamanda Blog kategorisinde sahte haberler ve dezenformasyon konularında bilgilendirici içeriklere yer vermektedir. Web sitesinde ayrıca Teyit Sözlüğü başlığı altında haber doğrulama ile ilgili kavramlar açıklanmakta ve örneklendirilmektedir.

7 Ekim 2023 tarihinde Hamas tarafından gerçekleştirilen El Aksa Tufanı operasyonu sonrasında başlayan İsrail saldırıları ile ilgili sahte haberler ve dezenformatif içerikler kısa zamanda sosyal medya platformları başta olmak üzere birçok ortamda yayılmıştır. Anadolu Ajansı Teyit Hattı da ilk günlerden itibaren bu sahte haberlerin tespiti ve doğrulanması için harekete geçmiştir. Web sitesinde konuyla ilgili ilk içerikler 7 Ekim 2023 tarihinde yayınlanmıştır. Bu tarihten, araştırmanın kapsadığı son tarih olan 7 Eylül 2024 gününe kadar Anadolu Ajansı Teyit Hattı'nda Gazze saldırıları hakkında 269 farklı içerik paylaşılmıştır. İçeriklerin tespiti için web sitesinde bulunan Gazze kategorisine girildiğinde içeriklerden yalnızca 93 tanesine erişim sağlanabilmiştir. Web sitesindeki arama motoruna "Gazze" kelimesi yazılarak yapılan aramada ise 281 içeriğe erişilmiştir. İçerikler incelendiği zaman bunlardan

10 tanesi, metin içinde Gazze kelimesini içermesine rağmen farklı konular hakkında hazırlanan içeriklerdir. Diğer 2 içerik ise 7 Ekim 2023 tarihinden önce yayınlandığı için bu çalışmanın kapsamı dışında bırakılmıştır. Sonuç olarak anahtar kelime ile yapılan arama sonucunda ulaşılan ve araştırmanın kapsamına giren 269 içeriğin tamamı bu çalışmada ele alınmıştır. Seçilen içeriklerin 19 tanesinin bilgilendirici paylaşım, 250 tanesinin ise iddia kontrolü olduğu görülmüştür.

Anadolu Ajansı Teyit Hattı her bir doğrulama içeriğinin sonunda, iddianın doğru veya yanlış olduğuna dair bir teyit sonucu paylaşmaktadır. Buna göre doğruluk kontrolü yapılan 250 içeriğin 39 tanesi doğru, 211 tanesi ise yanlış olarak belirlenmiştir. Öte yandan yanlış olduğu belirtilen 211 içerikten 4 tanesi çeşitli doğru iddialar da barındırdığı için bu çalışmada "kısmen doğru" olarak tanımlanmıştır. Dolayısıyla Anadolu Ajansı Teyit Hattı'nda incelenen 250 iddianın 39 tanesi doğru, 4 tanesi kısmen doğru ve 207 tanesi yanlış iddialardan oluşmaktadır.



Şekil 2. İddia Kontrolü Yapılan İçeriklerin Doğruluk Oranları

Web sitesindeki içeriklerin paylaşım zamanları düzensizlik göstermektedir. Özellikle İsrail saldırılarının başladığı 7 Ekim 2023 tarihini takip eden iki aylık süreçte yoğun bir içerik paylaşımı söz konusuyken sonraki aylarda doğrulanan içerik sayısında azalma görülmektedir. Anadolu Ajansı Teyit Hattı web sitesinde her ay Gazze hakkında yapılan paylaşımların sayısı Tablo 1'de gösterilmektedir.

Ay/Yıl	İçerik Sayısı
Ekim 2023	102
Kasım 2023	58
Aralık 2023	28
Ocak 2024	8
Şubat 2024	11
Mart 2024	7
Nisan 2024	7
Mayıs 2024	20
Haziran 2024	6
Temmuz 2024	8
Ağustos 2024	11
Eylül 2024	3
<b>Toplam</b>	<b>269</b>

**Tablo 1.** Aylara Göre Yayınlanan İçerik Sayısı

## 7.2. Yanlış Bilginin Yayıldığı Ortam ve Yanlış Bilgiyi Yayan Aktörler

Anadolu Ajansı Teyit Hattı tarafından doğruluk kontrolü yapılan içeriklerin büyük oranda sosyal medya mecralarında yayıldığı görülmüştür. Yanlış veya kısmen doğru iddialar içeren 211 içeriğin yayıldığı ortamlar göz önüne alındığında X platformunun öne çıktığı tespit edilmiştir. İçeriklerin %92'sini oluşturan 196 yanlış içerik ilk defa X platformunda dolaşıma girmiş, ardından başta sosyal medya olmak üzere diğer iletişim ortamlarına yayılmıştır. X'i sırasıyla TikTok, Instagram, internet haber siteleri ve diğer mecralar takip etmektedir. İnternet haber siteleri ve İsrail Devleti Başbakanı Netanyahu'nun ABD Kongresi'nde yaptığı konuşmayı konu alan içerikler hariç tutulursa, yanlış iddialar içeren 211 içerikten 207 tanesi sosyal medya üzerinden yayılmıştır. Yanlış içeriklerin yayıldığı ortamlar Tablo 2'de detaylı olarak gösterilmektedir.

Yanlış İçeriklerin Yayıldığı Ortam	Yanlış İçerik Sayısı
X	196
TikTok	6
Instagram	3
İnternet Haber Siteleri	3
YouTube	1
Telegram	1
Netanyahu'nun ABD Kongresi Konuşması	1
<b>Toplam</b>	<b>211</b>

**Tablo 2.** Yanlış İçeriklerin Yayıldığı Ortamlar

Araştırmada ele alınan konulardan bir diğeri, yanlış içerikleri yayan aktörlerdir. Anadolu Ajansı Teyit Hattı tarafından doğruluk kontrolü yapılan içerikler çok farklı kişiler ve kurumlar tarafından ortaya atılmış iddialar barındırmaktadır. İddiaları yayan aktörler incelenmiş ve tüm bu aktörler; İsraili resmî kurumlar ve bu kurumları temsil eden kişiler, İsraili sosyal medya kullanıcıları, diğeri resmî kurumlar ve bu kurumları temsil eden kişiler, diğeri sosyal medya kullanıcıları ile haber üreticileri olarak beş farklı kod altında sınıflandırılmıştır. Sosyal medya kullanıcıları İsraili veya diğeri kullanıcılar olarak kategorize edilirken, profilinde doğrudan İsraili olduğunu veya İsrail'de yaşadığını belirten bir ibare yer alıp almadığı dikkate alınmıştır. Dolayısıyla profilinde benzer ibare yer almayan tüm sosyal medya kullanıcıları, diğeri sosyal medya kullanıcıları arasında kodlanmıştır.

İsraili resmî kurumlar ve bu kurumları temsil eden kişiler ile İsraili sosyal medya kullanıcıları genel olarak İsrail'in saldırılarını meşrulaştıran ve Filistinlileri suçlu gösteren iddiaları paylaşırken; diğeri resmî kurumlar ve bu kurumları temsil eden kişiler, diğeri sosyal medya kullanıcıları ve haber üreticileri ise kendi dünya görüşlerine uygun olacak şekilde İsrail'i veya Filistin'i destekleyen iddialar ortaya atmışlardır. Yanlış içerikleri yayan aktörler kimi zaman yüksek takipçi sayısına sahip sosyal medya hesaplarıyken, kimi zaman ise az takipçi sayısına sahip hesaplardır. Tablo 3'te iddia sayılarına göre yanlış bilgiyi yayan aktörlerin sınıflandırılmasına yer verilmiştir. Tablo 4'te ise araştırmada elde edilen bulgulara dayanarak,

tamamı X platformunda olmak üzere birden fazla yanlış iddiayı ortaya atan sosyal medya hesapları gösterilmektedir.

Yanlış İçerikleri Yayan Aktörler	Yanlış İçerik Sayısı
İsrailli Resmî Kurumlar ve Bu Kurumları Temsil Eden Kişiler	20
İsrailli Sosyal Medya Kullanıcıları	37
Diğer Resmî Kurumlar ve Bu Kurumları Temsil Eden Kişiler	3
Diğer Sosyal Medya Kullanıcıları	130
Haber Üreticileri	21
<b>Toplam</b>	<b>211</b>

**Tablo 3.** Yanlış İçerikleri Yayan Aktörler

Yanlış İçerikleri Yayan X Platformu Hesapları	Kategorisi	Yanlış İçerik Sayısı
@Israel	İsrailli Resmî Kurumlar ve Bu Kurumları Temsil Eden Kişiler	8
@Shemanews	Haber Üreticileri	7
@İdfonline	İsrailli Resmî Kurumlar ve Bu Kurumları Temsil Eden Kişiler	5
@Edycohen	İsrailli Sosyal Medya Kullanıcıları	4
@Hananyanaftali	Haber Üreticileri	4
@Olilondontv	İsrailli Sosyal Medya Kullanıcıları	4
@Jewishwarrior13	İsrailli Sosyal Medya Kullanıcıları	3
@Marionawfal	Haber Üreticileri	3
@Osint613	İsrailli Sosyal Medya Kullanıcıları	2

@Exmuslimtr	Diğer Sosyal Medya Kullanıcıları	2
@Haskologlu	Diğer Sosyal Medya Kullanıcıları	2
@Misvakcaps	Diğer Sosyal Medya Kullanıcıları	2
@Visegrad24	Haber Üreticileri	2

**Tablo 4.** Araştırma Kapsamında X Platformunda Birden Fazla Yanlış İçerik Yayıdığı Tespit Edilen Sosyal Medya Hesapları

**7.3. Sahte Haberlerde Kullanılan Dezenformasyon ve Yanlış Bilgi Türleri**  
Araştırmada ele alınan konulardan bir tanesi de Anadolu Ajansı Teyit Hattı tarafından doğruluk kontrolü yapılan içeriklerin, hangi bilgi bozukluğu türleri ile tanımlandığıdır. Wardle dezenformasyon ve yanlış bilgiyi; parodi, hatalı bağlantı, yanıltıcı içerik, yanlış bağlam, taklit, manipülasyon ve uydurma şekilde yedi kategoride sınıflandırmaktadır (2020). Araştırma kapsamında incelenen ve yanlış veya kısmen doğru olarak tanımlanan 211 içeriğin tümü bu kategorilerden birisi altında kodlanmıştır. Sahte haberlerde dezenformasyon ve yanlış bilgi türlerinin hangisinin kaç defa kullanıldığı Tablo 5'te gösterilmektedir.

Dezenformasyon ve Yanlış Bilgi Türü	Kullanıldığı İçerik Sayısı
Yanlış Bağlam	122
Uydurma	41
Yanıltıcı İçerik	26
Manipülasyon	17
Taklit	2
Parodi	2
Hatalı Bağlantı	1
<b>Toplam</b>	<b>211</b>

**Tablo 5.** Dezenformasyon ve Yanlış Bilgi Türlerinin İçeriklerde Kullanım Sayısı

İsrail'in Gazze saldırıları ile ilgili içeriklerde en fazla karşılaşılan dezenformasyon ve yanlış bilgi türü, yanlış bağlam kullanılmasıdır. Bu büyük oranda daha eski bir zamanda veya farklı bir yerde çekilen fotoğrafların ve videoların konuyla ilgiliymiş gibi sunulması ve haberin yeniden çerçevelenmesi ile ilgilidir. İsrail yanlısı içeriklerde bu tür dezenformatif mesajlar çoğu zaman Pallywood etiketiyle birlikte paylaşılmaktadır. Bu kullanıcılara göre aslında Gazze'de durum çok da kötü değildir fakat Gazzeliler sahte ölü ve yaralı fotoğrafları üretmektedirler. İsrail yanlısı kullanıcıların iddialarının aksine, bu konuya dair paylaşılan içeriklerde yoğun şekilde bağlamından koparılmış görsellere başvurulmaktadır. Diğer yandan Filistin yanlısı hesaplarda rastlanan yanlış bağlamlı içerikler ise genellikle İsrail'e ait askeri teçhizatın yok edildiğini gösteren fotoğraflarla ve videolarla desteklenmektedir. Oysa bu görüntüler farklı zamanlarda farklı yerlerde çekilmiştir ve konu ile ilgili değildir. Her iki görüşe ait toplam 122 içeriğin yanlış bağlamlı içerikler olduğu tespit edilmiştir.

İsrail'in Gazze saldırıları ile ilgili birçok içerik, hiçbir dayanağı olmayan bilgiler etrafında şekillendirilmektedir. Bunlar kimi zaman Gazzelilerin Türkiye'ye veya farklı bir ülkeye göç edeceği, kimi zaman Gazze'ye yapılan yardımların yerine ulaşmadığı, kimi zaman ise farklı bir ülkenin taraflardan birine yardım ettiği gibi iddiaları içermektedir. Yapılan doğruluk kontrolünde konuya dair herhangi bir kanıt elde edilemediği durumda bu içerikler uydurma olarak sınıflandırılmaktadır. Araştırma kapsamında incelenen içeriklerden 44 tanesinin uydurma olduğu görülmüştür.

Yanılıcı içerikler barındıran dezenformatif haberler, hikâyeyi yeniden çerçevelerken bilgilerin bir kısmını öne çıkarıp bir kısmını ise gizlemektedir. Farklı diller arasında çeviri yaparken anlamın çarpıtılması, kişilerin taşıdığı farklı bayrakların İsrail veya Filistin bayrağı olarak gösterilmesi, sivil kişilerin asker olarak tanımlanması, sahte haberlerde en fazla rastlanan yanılıcı içeriklerdir. İncelenen içeriklerden 26 tanesinin yanılıcı içerik barındırdığı saptanmıştır.

Dezenformasyon ve yanlış bilgi türlerinden bir diğeri olan manipülasyon, gerçekliğin bir bölümünün özellikle teknolojik araçlar kullanılarak değiştirilmesini tanımlamaktadır. Araştırma kapsamında incelenen haberlerde, İsrail veya Filistin yanlısı protestoları gösteren, ünlü isimlerin taraflardan birini desteklediğini iddia eden veya çatışmaların seyrini gösterdiğini savunan 17



manipülasyon içeriği görülmüştür. Bu içeriklerin üretilmesinde görüntü ve ses işleme yazılımlarının yanında yapay zekâ araçlarından yararlanıldığı da Anadolu Ajansı Teyit Hattı tarafından tespit edilmiştir.

İsrail Devletinin resmi sosyal medya hesabı ve diğer sosyal medya kullanıcıları tarafından paylaşıldığı tespit edilen iki dezenformatif içerik, taklit türü altında değerlendirilmiştir. Bu içeriklerde, Hamas'a ait olduğu iddia edilen web siteleri kaynak olarak gösterilmiştir fakat sonrasında bu web sitelerinin Hamas'a ait olmadığı anlaşılmıştır. İki farklı haberde ise parodi amacıyla üretilen içerikler gerçek olarak kabul edilmiş ve yanlış iddialar bu içeriklere dayandırılmıştır. Son olarak bir içerikte habere daha fazla dikkat çekip daha fazla tıklama almak amacıyla hatalı bağlantı kullanıldığı görülmüştür.

#### 7.4. Sahte Haberlerde En Sık Tekrarlanan İddialar

Anadolu Ajansı Teyit Hattı tarafından doğruluk kontrolü yapılan içeriklerde çeşitli iddialara yer verilmektedir. Farklı aktörler tarafından üretilen ve yayılan içerikler bazen yalnızca bir olayla veya konuyla ilgiliyken bazen aynı konu hakkında birden fazla sahte içerik ortaya çıkmaktadır. Öte yandan araştırma kapsamında incelenen içeriklerde tekrarlayan iddialara da rastlanmıştır. Bu iddialardan en önemlisi ve İsrail destekçisi sosyal medya hesapları tarafından en fazla dile getirileni, Filistinlilerin durumu olduğundan daha kötü göstermek için sahte ölü ve yaralı insan görselleri ürettiği iddiasıdır. Yanlış veya kısmen doğru olduğu tespit edilen 211 içerikten 24 tanesinde yukarıda bahsedilen iddiaya rastlanmıştır. Bu iddia genellikle bağlamından koparılmış görüntülerle desteklenmektedir. Bu içeriklerin bir diğer özelliği ise, Stein'in de çalışmasında ele aldığı "Pallywood" etiketinin, incelenen içeriklerde de sıkça kullanılmasıdır (2021). Buna göre Hollywood benzeri bir sanayi kuran Filistinliler, herhangi bir saldırı olmasa bile sahte içerikler üreterek kendilerini mağdur konumda göstermektedirler. İsrail destekçisi hesapların yaydığı bu dezenformatif içeriklerde, dünyanın farklı yerlerinde yaşanan olaylara ait görüntülerin yanında film ve dizi setlerinde kaydedilen kamera arkası görüntüler de kanıt olarak sunulmaktadır. Bu yanlış iddiayı destekleyen bir başka yanlış iddia ise İsrail ordusunun sivilleri değil, yalnızca askeri noktaları hedef aldığı iddiasıdır. Bu iddialar ortaya atılırken genellikle yanlış bilgi ve dezenformasyon türlerinden uydurmaya veya manipülasyona başvurulmaktadır.

Doğruluk kontrolü yapılan içeriklerin bir kısmı Hamas'ın yöntemleriyle ilgilidir. Dört farklı içerikte Hamas'ın bebekler başta olmak üzere insanları canice öldürdüğü ya da esir ettiği iddia edilirken, iki içerikte ise Hamas'ın Filistinli sivilleri hedef olarak kullandığı iddiası ortaya atılmaktadır. Hamas'ın insanları canice öldürdüğü iddiası ile üretilen içeriklerde bağlamından koparılan görüntüler kanıt olarak sunulmaktadır. Hamas'ın Filistinli sivilleri hedef aldığı iddiası ise yanıltıcı veya manipüle edilmiş içeriklerle desteklenmektedir.

7 Ekim sonrasında küresel ölçekte hızla yayılan Filistin yanlısı gösterilerle ilgili yanlış iddialar da sık sık gündeme gelmektedir. Anadolu Ajansı Teyit Hattı tarafından doğruluk kontrolü yapılan içeriklerde de bu konuyla ilgili yanlış iddialar tespit edilmiştir. Bu iddiaların altı tanesi, Filistin destekçisi göstericilerin çevreye ve diğer insanlara zarar verdiğini savunmaktadır. Filistin'i desteklemeyi riskli bir eylem olarak göstermeyi amaçlayan bu içeriklerin tümü bağlamından koparılmış görseller ile desteklenmiştir.

Benzer bir tavır gerek İsrail'i gerekse Filistin'i desteklediği iddia edilen ünlülerle ilgili olarak da görülmektedir. Spor, moda, politika gibi farklı alanlardan ünlü kişilerin bir tarafı savunduğunu gösteren iddialar ya manipüle edilmiş görüntülerle ya da bağlamından koparılmış içeriklerle desteklenmektedir.

Yanlış iddiaların yoğunlaştığı bir diğer konu ise Gazze'de Hamas'a ait tünellerin ifşa olduğuyla ilgilidir. İddia kontrolü yapılan içeriklerde bu konuyla ilgili altı farklı yanlış iddia tespit edilmiştir. İçeriklerin tümü bağlamından koparılmış görüntülerle desteklenmektedir.

Tüm iddialar incelendiği zaman, içeriklerde rastlanan yanlış iddiaların; Filistinlilerin durumu olduğundan daha kötü göstermek için sahte ölü ve yaralı insan görselleri ürettiği, Hamasın bebekler başta olmak üzere insanları canice öldürdüğü, Hamasın Filistinli sivilleri hedef aldığı, Filistin destekçisi göstericilerin çevreye ve diğer insanlara zarar verdiğini, Ünlü kişilerin Filistin'i veya İsrail'i desteklediği ve Gazze'de Hamas'a ait tünellerin ifşa olduğu konularında yoğunlaştığı görülmektedir. Tüm bu iddialar savunulurken yanlış bilgi ve dezenformasyonun farklı türlerine başvurulduğu görülmüştür.

## 8. Sonuç

İsrail'in 7 Ekim 2023 sonrasında Gazze'ye yönelik başlattığı saldırılar, sahadada olduğu gibi medya platformlarında da acımasız bir biçimde devam et-

mektedir. Kurulduğu günden bu yana varlığını ve meşruiyetini kanıtlamak adına dezenformasyondan faydalandığı alanyazındaki çalışmalarda da görülen İsrail devleti, çatışma dönemlerinde dezenformasyonu bir propaganda aracı olarak kullanmaktadır. Bu çalışmada, 7 Ekim 2023 tarihinden sonraki 11 ayda farklı medya platformlarında İsrail'in saldırıları ile ilgili olarak paylaşılan ve Anadolu Ajansı Teyit Hattı tarafından doğruluk kontrolü yapılan 250 içerik incelenmiştir. Araştırma sonucunda yanlış iddiaların ve sahte içeriklerin hangi platformlar aracılığıyla daha sık yayıldığı, yanlış içerikleri hangi aktörlerin yaydığı, dezenformasyon ile yanlış bilginin hangi türlerinin daha fazla kullanıldığı ve hangi yanlış iddiaların sıklıkla tekrarlandığı tespit edilmiştir.

Alanyazında dezenformasyonun yayılmasında en önemli etkenlerden birisi olarak sosyal medya gösterilmektedir (Erkan ve Ayhan, 2018; Karagöz, 2018; Şentöregil, 2024). Çalışmada elde edilen bulgular da bu olgu ile uyumludur. Anadolu Ajansı Teyit Hattı tarafından doğruluk kontrolü yapılan ve bu çalışmada incelenen 211 yanlış iddianın 207 tanesinin sosyal medya aracılığıyla yayıldığı gözlemlenmiştir.

Çalışmada elde edilen bulgular arasında en dikkat çekici olanlardan bir tanesi, İsrail'in tarihsel olarak meşruiyet sağlama çabalarına ve propagandaya dayalı bilgi üretimine ilişkin Pappé (2018) ve Finkelstein (2024) tarafından yapılan analizlerle paralel bir yaklaşımın sosyal medyada da sürdürülüyor olmasıdır. Özellikle "Pallywood" etiketinin geçmişten bugüne Filistinlilerin sahte bir mağduriyet algısı oluşturmak için kullanıldığı iddiası, araştırma kapsamında incelenen sahte içeriklerde de öne çıkmaktadır. Bununla birlikte İsrail'in hak ihlallerini eleştiren söylemin çarpıtılması ve bu söylemin antisemitizm olarak etiketlenmesi geçmişte olduğu gibi bugün de İsrail tarafından gerçekleştirilen dezenformasyonun en önemli ayaklarından birisini oluşturmaktadır.

Çalışmanın en önemli bulgularından birisi de sahte haberlerde en sık başvurulan dezenformasyon ve yanlış bilgi türleri ile ilgilidir. Araştırma kapsamında incelenen içeriklerin yarısından fazlasında bağlamından koparılmış bilgilerin ve görüntülerin öne çıktığı görülmüştür. Farklı zamanlarda, farklı bölgelerde veya farklı amaçlarla üretilen görsel içerikler, yanlış bağlamla yeniden çerçevelenmekte ve farklı platformlarda İsrail'in dezenformasyon politikasına uygun biçimde yayılmaktadır. Aslında tersine görsel

arama yoluyla yanlış olduğu kolayca tespit edilebilecek bu iddialar, sosyal medya kullanıcıları tarafından kontrol edilmeksizin paylaşılmaktadır. Böylece dezenformasyon daha büyük kitlelere kolaylıkla ulaşır. Sosyal medya platformlarının algoritmaları ise etkileşim alan içerikleri, doğruluğuna veya yanlışlığına bakmadan daha fazla kişiye göstermektedir. Böylece yanlış olduğu çok basit bir şekilde tespit edilebilecek bir iddia, kısa zamanda geleneksel haber mecralarının gündemine girecek kadar yayılabilmektedir. Elde edilen bulgular ile çalışmanın ilk araştırma sorusu olan “İsrail yanlısı sosyal medya içeriklerinde hangi tür dezenformasyon uygulanmaktadır?” sorusu cevaplanmıştır.

Çalışmada incelenen içeriklerde yanlış iddiaları yayan aktörler arasında belirgin bir biçimde İsrail devletinin resmî kurumları ile bu kurumları temsil eden kişiler öne çıkmaktadır. Her ne kadar diğer sosyal medya kullanıcıları sayıca daha fazla yanlış bilginin ve dezenformasyonun yayılmasına neden olsa da oransal olarak İsrail devletinin resmî kurumları açık bir biçimde dezenformatif içeriklerin yayılmasına katkı sunmaktadır. Bu kişi ve kurumlar arasında İsrail devletinin resmî X hesabı @Israel ile İsrail Savunma Kuvvetleri resmî X hesabı @idfonline ilk sıralarda yer alırken; @EdyCohen, @OliLondonTV, @JewishWarrior13 ve @MarioNawfal gibi İsrail kaynaklı haber üreticileri ve sosyal medya kullanıcıları da dezenformasyonun yayılmasında pay sahibidir. Ayrıca belirgin şekilde Türkiye merkezli birçok sosyal medya hesabı da saldırılarla ilgili yanlış bilgi ve dezenformasyonun yayılmasına rol oynamaktadır. Elde edilen bu bulgular, çalışmanın ikinci araştırma sorusu olan “İsrail yanlısı dezenformatif içerikler sosyal medyada ne şekilde yayılmaktadır?” sorusunun cevaplanmasını sağlamıştır.

Araştırmada elde edilen bulgular, dezenformasyonun belli iddialar üzerinde yoğunlaştığını da göstermektedir. Özellikle Filistinlileri sahte içerikler üretmekle suçlayan İsrail destekçileri, bir yandan da dünya çapında Filistin halkına destek için yapılan gösterilere katılan kişileri şeytanlaştırmakta ve bu gösterilerin itibarını sarsmak için dezenformasyona başvurmaktadır. Hamas'ın yöntemleriyle ilgili yanlış iddialar da benzer amaca hizmet etmektedir. Tüm bu iddialar, Filistin'i desteklemenin şiddeti meşrulaştırmayı amaçlayan bir eylem olduğuna dair küresel bir kamuoyu oluşturmayı hedeflemektedir.

İsrail'in Gazze saldırıları sırasında medyada kullanılan dezenformasyon tekniklerini ve yayılan yanlış iddiaları ele alan bu çalışma, sahip olduğu

sınırlılıklar nedeniyle belli bir perspektife sahiptir. Diğer yandan gelecekte yapılacak çalışmalarda farklı haber doğrulama platformlarının hem ilgili tarih aralığında hem de farklı dönemlerde doğruladığı içeriklerin incelenmesi, konuya dair farklı bir bakış açısı geliştirilmesine katkı sunacaktır. Ayrıca özellikle son dönemde gelişen yapay zekâ araçlarının sosyal medyadaki dezenformasyonu yaymakta ve engellemekte oynadığı rolün tartışılması, gelecekte dezenformasyonun tespiti ve yayılımının önlenmesi konusunda yol gösterici olabilir.

### Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

### Kaynakça

- Bengtsson, S., & Johansson, S. (2020). A Phenomenology of News: Understanding News in Digital Culture. *Journalism*, 22(11), 2873-2889. <https://doi.org/10.1177/1464884919901194>
- Cherry, S. (2024). Modern Armed Conflicts: Disinformation Campaigns Shaping the Digital Information Landscape. *The Serials Librarian*, 85(1-4), 19-31. <https://doi.org/10.1080/0361526X.2024.2348140>
- Chomsky, N. (2013). *Medya Denetimi* (3. bs). Everest Yayınları.
- Erkan, G., & Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 29. Özel Sayısı, 202-223. <https://doi.org/10.31123/akil.458933>
- Fetzer, J. H. (2004). Disinformation: The Use of False Information. *Minds and Machines*, 14(2), 231-240. <https://doi.org/10.1023/B:MIND.0000021683.28604.5b>
- Finkelstein, N. G. (2024). *Holokost Endüstrisi: Yahudi Acılarının İstismarı* (U. U. Bulsun, Çev.). Kutadgu Yayınları.
- Freelon, D., & Wells, C. (2020). Disinformation as Political Communication. *Political Communication*, 37(2), 145-156. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1723755>
- Frenkel, S. (2021, Mayıs 14). Lies on Social Media Inflamm Israeli-Palestinian Conflict. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2021/05/14/technology/israel-palestine-misinformation-lies-social-media.html>
- Gündoğmuş, Y. N. (2023, Mart 28). AA Genel Yayın Yönetmeni Özhan: AA Teyit Hattı Sosyal Medyadaki Problemlerin Daha Etkin Giderilmesi İçin Sadece İlk Adım. *Anadolu Ajansı*. <https://www.aa.com.tr/tr/kurumsal-haberler/aa-genel-yayin-yonetmeni-ozhan-aa-teyit-hatti-sosyal-medyadaki-problemlerin-daha-etkin-giderilmesi-icin-sadece-ilk-adim/2857919>

- Kakutani, M. (2019). *Hakikatin Ölümü* (C. Mizrahi, Çev.; 1. bs). Doğan Kitap.
- Kapantai, E., Christopoulou, A., Berberidis, C., & Peristeras, V. (2021). A Systematic Literature Review on Disinformation: Toward a Unified Taxonomical Framework. *New Media & Society*, 23(5), 1301-1326. <https://doi.org/10.1177/1461444820959296>
- Karagöz, K. (2018). Post-Truth Çağında Yayıncılığın Geleceği. *TRT Akademi*, 3(6), 678-708.
- Koca, S., & Çöm, Ş. (2023). Belgesel Sinemanın Evrimi: Dijital Çağa Geçiş. *İçinde Belgesel Sinemada Yeni Perspektifler* (ss. 224-242). Tablet.
- Lasswell, H. D. (1938). *Propaganda Technique in the World War*. Peter Smith.
- Loewenstein, A. (2023). *The Palestine Laboratory*. Verso.
- Mearsheimer, J. J. (2011). *Why Leaders Lie: The Truth About Lying in International Politics*. Oxford University Press.
- Neuman, W. L. (2022). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri* (2. bs, C. 2). Siyasal Kitabevi.
- Ottosen, R. (1992). The Media and the Gulf War Reporting: Advertising for the Arms Industry? *Bulletin of Peace Proposals*, 23(1), 71-83. JSTOR.
- Pappe, I. (2018). *İsrail Hakkında On Mit* (S. E. Türközü, Çev.). Nika.
- Robinson, P. (2019). "Olanı Olduğu Gibi Söylemek": Modern Savaş, Propaganda, Medya ve Devlet (S. Sezer, Çev.). *İçinde D. Welch (Ed.), Propaganda, Güç ve İkna* (ss. 345-366). İnkılâp Kitabevi.
- Said, E. W. (2008). *Medyada İslam* (A. Babacan, Çev.). Metis Yayınları.
- Stein, R. L. (2021). "Hoax!" Palestinian Cameras, Israeli State Violence, and the "Fake News" Fantasy. *İçinde D. Della Ratta, G. Lovink, T. Numerico, & P. Sarram (Ed.), The Aesthetics and Politics of the Online Self* (ss. 115-128). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-65497-9\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-030-65497-9_9)
- Şentöregil, M. (2024). *Hakikat-Sonrası Çağda Yanlış Bilgiyle Mücadele: Göçmenlere Yönelik Yalan Haberler Üzerine Bir Analiz* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- Tandoc, E. C., Jenkins, J., & Craft, S. (2019). Fake News as a Critical Incident in Journalism. *Journalism Practice*, 13(6), 673-689. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1562958>
- Teyit Hattı. (t.y.). Anadolu Ajansı. Geliş tarihi 23 Eylül 2024, gönderen <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti>

- Ünal, R., & Çiçeklioğlu, A. Ş. (2019). The Function and Importance of Fact-Checking Organizations in the Era of Fake News: Teyit.Org, an Example from Turkey. *Medijske studije*, 10(19), 140-160. <https://doi.org/10.20901/ms.10.19.8>
- Wardle, C. (2020). Understanding Information Disorder. First Draft. <https://firstdraft-news.org/long-form-article/understanding-information-disorder/>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. Council of Europe.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (8. bs). Seçkin Yayıncılık.

## Yapay Zekâ ve Dezenformasyon: OpenAI Raporu Doğrultusunda Küresel Dezenformasyon Kampanyalarının Analizi

→ Bahadır AVŞAR\*

### Öz

Bu çalışma, yapay zekâ teknolojilerinin dezenformasyon kampanyalarında kullanımını ele alarak dijital ortamda ortaya çıkan yeni tehditleri anlamayı amaçlamaktadır. Yapay zekânın hızlı gelişimi ve geniş çapta veri işleme kapasitesi, dezenformasyonun yayılma hızını ve etkisini artırarak toplumsal yapıları ve demokratik süreçleri savunmasız hâle getirmektedir. Çalışma, dezenformasyon stratejilerini yapay zekâ bağlamında inceleyerek, bilginin manipülasyonu ve sahte gerçekliklerin oluşturulmasındaki rolünü araştırmaktadır. Kuramsal olarak yapay zekânın dezenformasyon ortamına olan katkısı ele alınmış ve literatürdeki dezenformasyon stratejileri detaylandırılmıştır. Metodolojik olarak literatür taraması ve elektronik materyal inceleme yöntemleri kullanılmıştır. Bu çalışmada sistematik bir literatür taraması yapılmış ve OpenAI tarafından yayımlanan, yapay zekâ kullanılarak dezenformasyon faaliyetlerini ele alan dört ülkeye ait raporlar doküman analizi yöntemiyle incelenmiştir. Özellikle, OpenAI raporu üzerinden Rusya, Çin, İran ve İsrail gibi ülkelerin yürüttüğü yapay zekâ destekli dezenformasyon kampanyaları vaka çalışması olarak incelenmiştir. Bulgular, bu ülkelerin dezenformasyon kampanyalarının küresel güvenlik ve diplomasi üzerindeki olumsuz etkilerine işaret etmektedir. Çalışma, dezenformasyonun toplumsal etkilerini anlamaya ve bu soruna karşı çözüm geliştirme çabalarına katkı sunmayı hedeflemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Yapay Zekâ, Dezenformasyon, Dijital Ekosistem, OpenAI Raporu, Dezenformasyon Kampanyaları

\* Dr., Araştırmacı, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, Ankara, Türkiye

E-mail: bahadir.avsar@trt.net.tr

ORCID: 0000-0002-6805-537X

Avşar, B. (2025). Yapay Zekâ ve Dezenformasyon: OpenAI Raporu Doğrultusunda Küresel Dezenformasyon Kampanyalarının Analizi. TRT Akademi, 10(23), 208-237. <https://doi.org/10.37679/trta.1562358>



## Artificial Intelligence and Disinformation: A Comprehensive Analysis of Global Disinformation Campaigns Underpinned by the OpenAI Report

→ Bahadır AVŞAR

### Abstract

This study aims to understand the new threats emerging in the digital environment by examining the use of artificial intelligence (AI) technologies in disinformation campaigns. The rapid development of AI and its extensive data processing capabilities have increased the speed and impact of disinformation, rendering societal structures and democratic processes more vulnerable. The study investigates disinformation strategies within the context of AI, exploring its role in manipulating information and constructing false realities. Theoretically, the contribution of AI to the disinformation environment is discussed, and disinformation strategies in the literature are elaborated. Methodologically, the study employs literature review and electronic material analysis methods. In this study, a systematic literature review was conducted, and reports from four countries, published by OpenAI and addressing disinformation activities using artificial intelligence, were analyzed using the document analysis method. Specifically, an OpenAI report serves as a case study, examining AI-supported disinformation campaigns conducted by countries such as Russia, China, Iran, and Israel. The findings highlight the adverse effects of these countries' disinformation campaigns on global security and diplomacy. This study contributes to understanding the societal impacts of disinformation and aims to support efforts to develop solutions to this issue.

**Keywords:** Artificial Intelligence, Disinformation, Digital Ecosystem, OpenAI Report, Disinformation Campaigns

## 1. Giriş

Yapay zekâ, ilk kez 1956 yılında Dartmouth Konferansı'nda gündeme gelmiş (Lungarella vd., 2007) ve biz farkına varmadan uzun yıllar boyunca pek çok alanda yaşamımızın önemli bir parçası olarak etkisini sürdürmüştür. Dijital alanda kullanılan harita geliştirmelerinden mobil uygulamalardaki önerilere kadar yapay zekâ; çoğu zaman varlığını fark etmediğimiz ama hayatımızı kolaylaştıran, daha verimli olmasını sağlayan ve bunu verilerimizi kullanarak gerçekleştiren kritik bir teknolojidir. Genel kullanıma sunulan yapay zekâ platformlarının hayatımıza girmesiyle birlikte, bu teknoloji yeni bir aşamaya taşınmıştır. İnternete ulaşabilen herkesin kullanabildiği, toplumsal tabana hızla yayılan yapay zekâ, bilgiye erişim biçimimizi köklü bir şekilde dönüştürmeye başlamıştır. Yapay zekânın gelişim hızı ve öğrenme kapasitesi, mevcut teknolojik paradigmanın sınırlarını zorlayarak insan tahayyülünün ötesine geçmektedir. Bu teknolojinin, sürekli olarak trilyonlarca veri noktasını işleyip kendini güncelleyebilme yeteneği, yalnızca bilgi üretim süreçlerini dönüştürmekle kalmayıp toplumsal, ekonomik ve entelektüel yapılarda da köklü değişimlere yol açma potansiyelini taşımaktadır. Özellikle yapay zekânın öğrenme algoritmaları ve sinir ağları veriyle etkileşim kurdukça daha rafine hâle gelerek gelecekteki keşiflerin ve uygulamaların öngörülemez hız ve derinlikte ilerlemesine neden olmaktadır. Bu durum, sadece teknik bir başarıdan öte, bilginin doğası ve kullanımı üzerine derin bir felsefi sorgulama ihtiyacını da beraberinde getirmektedir. Yapay zekâ, özelleştirilmiş süper bilgisayarlar da saniyeler içinde trilyonlarca işlem yaparak, öğrendiği her yeni veriyle sinir ağlarını yeniden şekillendirip kendini sürekli güncellemektedir. Bu hız, Moore Yasası'nın (Pennekamp vd., 2019) öngördüğü teknolojik ilerlemeyi gölgede bırakacak seviyededir.

Yapay zekâ, gündelik yaşamdan ileri teknolojilere kadar hayatımızın pek çok alanında katkılar sağlamakla birlikte, aynı zamanda toplumsal yapıları tahrip etme ve ülkeleri kaosa sürükleme potansiyeline sahip olan dezenformasyonun etkisini güçlendiren bir unsur olarak karşımıza çıkar. Yapay zekânın dezenformasyon ortamına girişi, yanlış bilgilerin benzeri görülmemiş bir kesinlikle ve ölçekte oluşturulmasını ve yayılmasını mümkün kılmaktadır. Yapay zekâ ile desteklenen dezenformasyon kampanyaları, sadece bireyler arasında değil, uluslararası platformlarda da ciddi krizler oluşturabilmektedir. Dezenformasyonun dijital ekosistemdeki etkisi, yapay zekânın hızlı ve geniş çaplı içerik üretme kapasitesi ve sahte gerçeklikler inşa etme gü-

cüyle birleştğinde, toplumsal yapının kırılmasını artırmakta, demokratik süreçleri daha savunmasız hâle getirmektedir. Bu da toplumsal dinamikleri etkileme potansiyelini yükseltirken, aynı zamanda dezenformasyonu tespit etme potansiyelini daha karmaşık bir hâle getirmektedir (Karınshak ve Jin, 2023). Ayrıca, yapay zekâ teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte; kişisel mahremiyetin ihlali, algoritmik ön yargılar, otomasyon kaynaklı iş gücü kayıpları ve toplumsal dejenerasyonu derinleştiren bilgi asimetrisi gibi birçok problem içinden çıkılmaz bir hâle gelmektedir. Sosyal medya ve diğer dijital platformlarda yapay zekâ ile üretilen bilginin ışık hızında yayılması, dezenformasyonun erişimini ve etkisini artırmaktadır. Dezenformasyondaki bu hız politika yapımcılar ve küresel kamuoyu için kritik bir sorundur (Wardle ve Derakhshan, 2017).

Çalışmamız, literatürde yer alan dezenformasyon stratejilerini inceleyerek yapay zekâ teknolojileri ile üretilen dezenformasyon yöntemlerini anlamaya yönelik kapsamlı bir analiz sunmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda öncelikle, yapay zekâ teknolojilerinin dezenformasyon kampanyalarında kullanımını ele alan bilimsel literatür kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Çalışmada mevcut çalışmaların incelenmesi ile sonuç ve bulguların sistematik, şeffaf ve yeniden üretilebilecek şekilde sentezlenerek ortaya konmasında etkili bir araştırma metodolojisi olarak kabul edilen sistematik literatür taraması metodolojisinden yararlanılmıştır (Yıldız 2022). Kullanılan elektronik materyal “Yapay Zekâ ve Gizli Nüfuz Operasyonları: Son Trendler” isimli OpenAI raporu (Nimmo, 2024) doküman analizi yöntemi ile incelenmiştir. Bu analiz yöntemi anlamlı bilgiler elde etmek için yazılı materyallerin sistematik olarak incelenmesini içeren nitel bir araştırma yöntemidir. Kitapları, raporları, mektupları ve elektronik dosyaları içerebilen belgeleri anlamak, yorumlamak ve içgörüler elde etmek için kullanılır (Kıral, 2020). OpenAI raporunda Rusya, Çin, İran ve İsrail’in dezenformasyon kampanyaları analiz edilmektedir. Rusya’nın “Bad Grammar” ve “Doppelganger” operasyonları, Çin’in “Spamouflage” kampanyası, İran’ın Uluslararası Sanal Medya Birliği (IUVM) girişimi ve İsrail’in “Zero Zeno” operasyonları detaylandırılmaktadır (Nimmo, 2024). Bu rapor, yapay zekâ destekli dezenformasyonun küresel güvenlik ve diplomasi üzerinde oluşturacağı olumsuz etkileri gözler önüne sermesi açısından kritik bir önemdedir. Çalışmada, bu kampanyalar hem stratejik yöntemler hem de uluslararası güvenlik açısından etkileri bağlamında doküman analizi yöntemiyle değerlendirilmeye çalışılmıştır. Literatür taraması, dezen-

formasyon stratejilerinin teorik çerçevesini sunarken doküman analizi vaka bazlı verilerle araştırmayı desteklemiştir.

## 2. Dijital Çağda Dezenformasyon Biçimleri

Dezenformasyon, bir izleyiciyi aldatma veya etkileme niyetiyle kasıtlı olarak yanlış, yanıltıcı veya manipüle edilmiş bilgilerin yayılmasıdır. Yanlış bilgi paylaşımında hata yapılması veya kasıtsız bilgi paylaşılması anlamından farklı olarak, dezenformasyon belirli stratejik hedeflere ulaşmak için kasıtlı olarak oluşturulur. Bu hedefler, kamuoyunu etkilemeyi, bireyleri veya kuruluşları itibarsızlaştırmayı, siyasi varlıkları istikrarsızlaştırmayı veya toplumsal bölünmeler oluşturmayı içerebilir (Wardle ve Derakhshan, 2017). Tarihsel olarak, dezenformasyon çeşitli bağlamlarda, özellikle savaş zamanı propagandalarında, siyasi karalama kampanyalarında ve ideolojik çatışmalarda kullanılmıştır (Hayden, 2024). Ancak dijital medyanın ortaya çıkması ve çevrim içi platformların çoğalması, dezenformasyonun ulaşımını ve etkisini önemli ölçüde genişletmiş, onu psikolojik ve bilgi savaşı için güçlü bir araç hâline getirmiştir (Warin, 2024).

Sosyal medya, bilginin yayılma hızında devrimsel bir etki oluşturarak içeriğin hızlı ve yaygın olarak paylaşılmasına olanak sağlayan bir yapıya sahiptir. Etkileşim odaklı algoritmalar tarafından yönlendirilen bu ortam, genellikle sansasyonel ve yanlış içeriğe öncelik vererek ve dezenformasyonun yayılmasını şiddetlendirmektedir (Balcioğlu ve Dogan, 2023). Dezenformasyon kampanyalarında kullanılan teknikler, dijital teknolojideki ilerlemelerle birlikte önemli ölçüde dönüşmüş, daha karmaşık ve çok yönlü hâle gelmiştir. Bu teknikler, etkinliklerini ve erişimlerini en üst düzeye çıkarmak için birden fazla strateji kullanan, genellikle iç içe geçmiş yöntemlerdir. Dezenformasyon stratejileri genellikle dört temel kategoriye ayrılır: Sızdırma, yalan söyleme, tohumlama ve karalama (Arce, 2024). Sızdırma, genellikle gizli bilgilerin kamuoyuna ulaşması amacıyla yayılmasını içerir. Bu strateji, bilgilerin doğruluğuna dair bir şüphe uyandırır da çoğunlukla gerçek bilgilerin bir karışımı olabilir ve hedef kitle üzerinde güvenilirlik kazanmayı amaçlar (Zannettou vd., 2019). Yalan söyleme stratejisi, özellikle sosyal medya platformları ve geleneksel medya aracılığıyla yayılan yalan haberler ile toplumları kutuplaştırmak için kullanılır (Vosoughi, Roy ve Aral, 2018). Tohumlama ve Karalama stratejileri ise dezenformasyonun daha yaygın ve etkili yöntemlerindedir.

Tohumlama, yanlış bilgilerin küçük, görünüşte önemsiz parçalar hâlinde yayılması ve zamanla kitlelerin bilinçaltına yerleşmesini amaçlar (Jing vd., 2023). Bu strateji, özellikle internet trolleri ve bot ağları aracılığıyla yürütülür. Karalama ise hedef kişilere ya da kurumlara yönelik saldırgan ve yanıltıcı bilgilerin yayılmasıdır ve özellikle siyasi liderler ya da kamuoyu önündeki kişiler üzerinde büyük etkiye sahiptir. Karalama kampanyaları genellikle dijital platformlar aracılığıyla yürütülerek hedefin itibarını zedelemeyi ve kamuoyunda güven kaybına yol açmayı hedefler (Howard ve Bradshaw, 2018).

Sızdırma, yalan söyleme, tohumlama ve karalama gibi dezenformasyon yöntemleri; aldatıcı reklamlar, siyasal propaganda, tahrif edilmiş fotoğraflar, sahte belgeler, sahte haritalar, internet dolandırıcılıkları, sahte web siteleri ve manipüle edilmiş Wikipedia maddeleri (Fallis, 2014) ile yeniden biçimlenmiştir. Genellikle yanlış ve gerçek bilgilerin bir karışımı olan sahte haberler, okuyucuların kafasını karıştırmak için hazırlanır ve tık tuzağı (Clickbait) başlıkları genellikle gerçeğin feda edilmesi pahasına dikkat çekmek ve trafiği artırmak için kullanılır (Giachanou vd., 2022). Bozulmuş içerik, hibrit hesaplar, kimliğe bürünme, web tugayları ve hicivli haberleri içerir ve hepsi izleyicileri yanıltmak için bilişsel güvenlik açıklarından ve sosyal dinamiklerden yararlanır (Caled ve Silva, 2022). Kötü düzenlenmiş sosyal medya ortamları, dezenformasyonun hızla yayılmasını kolaylaştırır. Bu platformlar genellikle yanlış bilgilerin yayılmasını önlemek için gerekli kontrollerden yoksundur (Rubin, 2019). Doğrulama yanlılığı gibi bilişsel ön yargıları, bireyleri dezenformasyonu gerçek olarak kabul etmeye daha duyarlı hâle getirir. Bireyler inançlarıyla uyumlu içeriği paylaştıkça dijital platformların algoritmaları bu içeriği güçlendirir ve doğrulama yanlılığını sosyal ağlarda daha da sağlamlaştırır. Bu, yanıltıcı anlatıların ilgi çektiği ve hızla yayıldığı bir yankı odası etkisi oluşturur (Caled ve Silva, 2022). İnternet erişiminin yaygınlığı ve sosyal medya platformlarının hızla büyümesi, dezenformasyon kampanyalarının benzeri görülmemiş bir erişim ve etki kazanmasına olanak sağlamıştır. Bilgi yayılımının genellikle editoryal denetime ve profesyonel doğrulama süreçlerine tabi olduğu geleneksel medyanın aksine, dijital platformlar, genellikle hiçbir denetim veya doğrulama olmaksızın sahte anlatıların hızla yayılabileceği büyük ölçüde düzenlenmemiş bir alan sağlar (Vosoughi, Roy ve Aral, 2018). Sosyal medyada algoritma tabanlı içerik teslim sistemleri genellikle sansasyonel, tartışmalı veya duygusal açıdan yüklü bilgileri önceliklendirir

(McLoughlin ve Brady, 2024). Sosyal medyanın algoritmik yapısı, yapay zekânın gerçekliği çarpıtan ve anlaması son derece güç olan dezenformatik veri üretme kapasitesiyle birleştiğinde, toplumun bilgi ekosistemi için ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. Yapay zekâ teknolojileri, yanıltıcı içerik oluşturmak ve halkın algısını manipüle etmek için algoritmalarından yararlanarak dezenformasyonun oluşturulmasını ve yayılmasını benzeri görülmemiş ölçeklerde kolaylaştırır (Cybenko ve Cybenko, 2018). Dezenformasyon, bilgi düzensizliği (information disorder) çerçevesinde incelenen üç ana kategoriden biridir (Wardle ve Derakhshan, 2017). Bu çerçeveye göre bilgi düzensizliği; dezenformasyon, mezenformasyon ve malenformasyon olarak üçe ayrılmaktadır. Dezenformasyon, kasıtlı olarak yanlış bilgi üretilmesi ve yayılması anlamına gelirken mezenformasyon, yanlış bilgilerin farkında olunmadan ve kasıtsız bir şekilde paylaşılmasını ifade eder (Kandel, 2020). Buna karşın malenformasyon, doğru bilgilerin bağlamından koparılıp manipüle edilerek zarar verme amacıyla kullanılmasıdır (Omorie, 2021). Örneğin, özel bilgilerin ifşa edilmesi veya doğru bir haberin yanlış bir algı oluşturacak şekilde çarpıtılması, malenformasyona örnek gösterilebilir. Bu üç bilgi düzensizliği türü, toplum üzerinde farklı etkiler oluşturur ve demokratik süreçlere zarar verebilir. Yapay zekâ teknolojileri ise bu düzensizlikleri daha karmaşık hâle getirebilir. Özellikle, yapay zekâ destekli algoritmalar, dezenformasyonu daha inandırıcı bir hâle getirerek mezenformasyon gibi yayılma riskini artırabilir.

### 3. Yapay Zekâ Destekli Dezenformasyon Kampanyaları

Yapay zekâ, insan beyninin karmaşık yapısına benzer şekilde hareket eden, bir sonuca varma süreçlerinde makinenin kullanılmasını sağlayan; belirli algoritmalarla bir insanın yapabileceği çeşitli işlevleri taklit etmek üzerine kurulu bir sistemdir (Turğal ve Küçükdoğan, 2023). Yapay zekâ teknolojileri, özellikle Doğal Dil İşleme (NLP), makine öğrenimi algoritmaları ve Generative Adversarial Networks (GAN - Çekişmeli Üretici Ağlar) gibi gelişmiş yöntemlerle dezenformasyonu yeni bir boyuta taşımıştır. Bu teknolojiler, dijital bilgi ortamında yeni tehditler oluşturarak, daha hedefli, verimli ve büyük ölçekli dezenformasyon operasyonları için zemin hazırlamaktadır. Yapay zekâ destekli dezenformasyon kampanyaları, politik mesajların kişiselleştirilmesi ve kitle segmentasyonu gibi stratejilerle, toplumsal ve siyasi süreçleri manipüle etmek için kullanılmaktadır (Islas, Gutiérrez ve Arribas, 2024). Özellikle belirli bir eğitim verileri kümesinden daha özgün yeni veriler üretmek için iki

sinir ağını birbirleriyle rekabet edecek şekilde eğiten GAN'lar, sosyal medya platformlarında dağıtılabilen son derece gerçekçi ve yanıltıcı içerikler üretmekte, böylece propagandacıların gerçek zamanlı manipülasyon yapmasına olanak tanımaktadır (Na vd., 2024). Dezenformasyon oluşturmada Doğal Dil İşleme (NLP) ve makine öğreniminin kullanılması, özellikle insan benzeri metin üretebilen büyük dil modellerinin (LLM'ler) ortaya çıkmasıyla artan bir endişe kaynağıdır. Bu teknolojiler, dezenformasyonu benzeri görülmemiş bir ölçekte üretme ve yayma potansiyeline sahiptir, bu da bilgi bütünlüğü ve toplumsal güven için önemli zorluklar ortaya çıkarabilir. ChatGPT gibi LLM'ler, dezenformasyon amacıyla silahlandırılacak ilgi çekici, bağlama duyarlı içerik oluşturma yeteneğini göstermiştir. Bu modeller metin, görüntü, ses ve video üretebilir ve bu da onları yanlış bilgileri yaymak için çok yönlü araçlar hâline getirebilir (Barman, Guo ve Conlan, 2024).

Yapay zekâ, dezenformasyon kampanyalarında yalnızca yanlış bilgilerin oluşturulması ve yayılmasında değil, aynı zamanda deepfake gibi başlı başına kamuoyunu manipüle etme potansiyeli ile de kilit bir rol oynamaktadır. Yapay zekâ teknolojileri, insan yazısını taklit eden sentetik metinler oluşturarak bireylerin gerçek ve sahte haberleri ayırt etmesini zorlaştırır. Bu yetenek, özellikle dış politika gibi hassas alanlarda kamuoyunu etkilemek için kötü niyetli aktörler tarafından kullanılmaktadır (Kreps, McCain ve Brundage, 2020).

Dezenformasyon kampanyaları hakkındaki literatür incelendiğinde; deepfake (Derin Sahte), botlar (Sahte Hesaplar), astroturfing (Yapay Taban Hareketi), bad grammar (Kötü Dil Bilgisi - Yanıltıcı Dil Kullanımı), doppelganger (İkiz Kimlik - Çift Karakter Oluşturma), spamouflage (Spam Kamufajı) ve zero zeno (Hiçlik Etkisi) gibi kampanyalarının ön plana çıktığı görülmektedir (Arce, 2024; Bontridder ve Pouillet, 2021; Ferrara vd., 2016; Fraga-Lamas ve Fernandez-Carames, 2020; García Serrano, Romero-Rodríguez ve Hernando Gómez, 2019; Weber ve Neumann, 2021). Bu stratejilerin yapay zekâ teknolojileriyle entegrasyonu, dezenformasyonun etkisini daha sofistike ve geniş kapsamlı hâle getirmektedir.

Astroturfing, botlar ve deepfake gibi dezenformasyon yöntemleri, çeşitli kaynaklarda strateji olarak sınıflandırılırken farklı kaynaklarda kampanya olarak sınıflandırılmıştır (Keller vd., 2020; Kovic vd., 2018; Rossetti ve Za-

man, 2023; Ruffin vd., 2024). Araştırmamıza konu olan OPEN AI raporunda kampanya olarak sınıflandırıldığından bizde kampanya olarak bahsedeceğimiz (Nimmo, 2024). Bu yöntemler, bilgi manipülasyonu amacıyla kullanılan spesifik araçlar ve tekniklerdir. Hem strateji hem kampanya kategorisine girmelerinin sebebi, bu yöntemlerin tekil olarak uygulanabilmesi (strateji) ve daha geniş çapta bir dezenformasyon kampanyasının parçası olabilmeleridir (Chesney ve Citron, 2018; Ferrara vd., 2016; García Serrano, Romero-Rodríguez ve Hernando Gómez, 2019; Keller vd., 2020). Bu özelliklerinden dolayı Astroturfing, botlar ve deepfake konularını çalışmamızda kampanyalar başlığı altında incelenmiştir.

### 3.1. Bad Grammar

Kötü dil bilgisi ve dezenformasyon arasındaki ilişki, dilsel ve sosyal bağlamlarda karmaşık bir yapıya sahiptir. Dezenformasyonun hedefi, dilsel hatalar da dâhil olmak üzere dili manipüle ederek algıları yanıltmak ve yanlış bilgilerin yayılmasını sağlamaktır. Özellikle dil bilgisi hataları, dezenformasyona özgünlük katıyor gibi görünse de aslında gerçeği gizlemek ve bilgiyi eleştirel bir şekilde değerlendirmeyi zorlaştırmak için kullanılır (Nefedova ve Samkova, 2019). Standart dil bilgisinden sapmalar bilginin doğruluğuna olan güveni aşındırarak okuyucunun eleştirel düşünme yetisini zayıflatabilir (Francis, 2018). Bu durum, çok dilli dezenformasyonlarda da karşımıza çıkar; dil engellerini aşan yanlış bilgiler, dil bilgisi hatalarıyla daha da çarpıtılarak gerçeklerin kontrol edilmesini zorlaştırmaktadır (Quelle vd., 2023). Dezenformasyonda kullanılan dil bilgisi hatalarının arkasında derin bilişsel sınırlamalar vardır. Karmaşık gramer yapılarının anlaşılmasındaki bilişsel sınırlamalar, bu hataların kullanıldığı stratejilerde, yanlış bilgilerin daha kolay yayılmasına neden olabilmektedir (Chambers, 2010). Ayrıca, kötü dil bilgisi ile dezenformasyonun kullanılması, bilginin güvenilirliğini azaltabilir. Ancak, aynı zamanda belirli hedef kitlelerle daha ilişkilendirilebilir hâle gelebilir (Clos vd., 2023). Bu nedenle, kötü dil bilgisi içeren dezenformasyon, özellikle sosyal medya platformlarında geniş kitleler üzerinde etkili olabilmektedir. Rusya'nın sosyal medya platformları üzerinden kasıtlı dil bilgisi hatalarıyla dezenformasyon yayması buna bir örnektir (Nimmo, 2024). Benzer bir şekilde, İsrail merkezli Stoic adlı siyasi firma da ABD'deki öğrenci protestolarını antisemitik olarak göstermek amacıyla sahte sosyal medya hesapları üzerinden dezenformasyon yaymış bu operasyonlarda yapay zekâ destekli



dil bilgisi hatalarını kullanmıştır (Jingnan, 2024). Dezenformasyonu tespit etmek her zaman kolay değildir çünkü dilsel sapmalar her zaman aldatmak için yapılmayabilir. Zayıf dil bilgisi, bazı durumlarda yalnızca yazarın dilsel geçmişini veya bilişsel sınırlarını yansıtabilir. Bu yüzden, dil bilgisi analizi dezenformasyonun tespitinde faydalı olsa da tek başına yeterli değildir ve diğer yöntemlerle desteklenmelidir (Mosleh, Cole ve Rand, 2024). Üretici AI teknolojileri, dezenformasyonu yaymak için seçim süreçlerinde giderek daha fazla kullanılmaktadır. Bu teknolojiler daha ikna edici ve dil bilgisi açısından doğru içerik oluşturabilir ve hâlkın yanlış bilgileri meşru kaynaklardan ayırt etmesini zorlaştırır (Ustinovich, 2024). Yapay zekâ tarafından oluşturulan içeriğin karmaşıklığına rağmen bazı dilsel ipuçları hâlâ dezenformasyonun göstergesi olarak hizmet edebilir. Örneğin, 2019 Hong Kong protestoları bağlamında, potansiyel dezenformasyon kampanyalarını belirlemek için çevrim içi yorumlardaki metinsel özellikler kullanıldı. Bu ipuçları, her zaman kesin olmasa da devam eden dezenformasyon çabalarının durumsal olarak indekslenmesine yardımcı olur (Deschrijver, 2024).

### 3.2. Doppelganger

Doppelganger, genellikle dezenformasyonu yaymak amacıyla tek bir varlığın çok sayıda takma isimli kimlik kullanarak geniş çapta destek veya fikir birliği yanılması oluşturma çabası olarak tanımlanabilir (Pennekamp vd., 2019). Doppelganger stratejisi, dezenformasyon kampanyalarında kimlik manipülasyonunu kullanarak kamuoyunu yanıltma amacıyla tasarlanmış karmaşık bir tekniktir. Bu yöntem, takma isimli hesapların tek bir varlık tarafından yönetildiği ve sahte bir destek ya da fikir birliği oluşturulduğu bir senaryo oluşturmayı amaçlar. Doppelganger stratejisi aktörlerin mesajlarını güçlendirmelerine ve yanlış bir fikir birliği veya meşruiyet duygusu oluşturmalarına olanak tanır (Martin, 1982). Doppelganger bilgi bütünlüğünü zayıflatır ve demokratik süreçler için ciddi tehditler oluşturur (Pennekamp vd., 2019). Doppelganger operasyonları, yapay zekânın gerçeğe piksel düzeyinde yakın sonuçlar üreten yapısıyla birlikte, tespiti oldukça zor olan bir hâl almıştır. Çünkü bu sahte kimlikler, verilerin anonimleştirilmesi ve platformlarda çok sayıda sahte hesapla oluşturulan içeriklerin kolayca yayılmasıyla daha karmaşık hâle gelir. Ancak, stilometrik analiz gibi teknikler, dilsel özelliklerin izini sürerek ve yazım tarzlarındaki benzerlikleri analiz ederek bu tür dezenformasyon yöntemlerinden korunmak için kullanılabilir görün-

mektedir (Pennekamp vd., 2019). Dezenformasyon yöntemi olarak doppelganger'ı uygulamalarından ilk dikkat çeken Çin'in Hong Kong protestoları sırasında gerçekleştirdiği uygulamalardır. Burada sahte sosyal medya hesapları ile protestocular itibarsızlaştırmaya çalışılmış, Çin yanlısı sahte hesaplar, protestocular hakkında yanlış bilgi yayarak uluslararası kamuoyunda olumsuz bir algı amaçlanmıştır (Howard ve Bradshaw, 2018). Rusya merkezli bir Doppelganger dezenformasyon kampanyası da dikkat çekicidir. Bu operasyonun, meşru medya ve hükûmet sitelerinin kopyalarını oluşturup sahte içeriklerle Ukrayna karşıtı ve Rusya yanlısı propagandası yaptığı iddia edilmektedir (EEAS, 2024). 2016 ABD başkanlık seçimlerinde Rusya merkezli gruplar, sahte sosyal medya hesapları aracılığıyla aynı stratejiyi kullanırlar. Özellikle Facebook ve X (Twitter) platformlarında sahte kimliklerle yönetilen hesaplar, siyasi içerik üreterek ABD halkını yanıltıcı bilgilerle etkileyerek seçim sürecine müdahale etmeye çalışmışlardır (Howard ve Bradshaw, 2018).

### 3.3. Spamouflage

Spamouflage, toplu hesap oluşturma ve düşük kaliteli, yüksek hacimli içerik üretimi de dâhil olmak üzere spam içeren tekniklerin kullanılmasıyla karakterize edilir. Bu işlem, bağımsız araştırmacılar tarafından defalarca ortaya çıkarılarak çeşitli platformlarda içerik denetlemesi üzerindeki etkisini vurgulanmıştır (François ve Douek, 2021). Spamouflage stratejisi, dezenformasyonun geniş çapta yayılmasını sağlamak için spam benzeri taktiklerin dezenformasyon içerikleriyle entegre edilmesini ifade eder. Bu strateji, özellikle dezenformasyon kampanyalarının görünürlüğüne artırmak ve yanlış bilgilerin kökenini gizlemek amacıyla kullanılır. Spamouflage, yanlış bilgi yayılımının kaynağını gizleyerek dezenformasyonun tespit edilmesini zorlaştırır ve kitleler üzerinde güçlü bir etki oluşturabilir (Aboutayeb, 2023). Spamouflage kampanyası, sahte sosyal medya hesapları ve botlar aracılığıyla içeriklerin hızlıca yayılmasını sağlar. Bu dezenformasyon kampanyası, özellikle Reddit, Telegram ve YouTube gibi platformlarda kullanılan bir dezenformasyon yöntemidir (Dias, Lopes ve Borges, 2024). Sahte içerikler, karakter düzeyinde sinir ağları ve transfer öğrenimi teknikleri ile üretilir ve spam benzeri dağıtım taktikleri ile desteklenir. Örneğin, Çinli aktörler bu stratejiyi kullanarak İngilizce, Japonca ve Korece içerikler üretmiş ve çeşitli sosyal medya platformlarında yaymıştır (Dias, Lopes ve Borges, 2024). Özellikle sosyal medya platformlarının dağınık yapısı, bu tür dezenformasyon kampanyaları için

verimli bir zemin sağlar. Spamouflage, bu kaosu artırarak yanlış bilgilerin daha geniş kitlelere yayılmasını sağlar (Renedo, Farpón ve García, 2023). Spamouflage stratejisi, özellikle Çin'in Batı kamuoyunu etkileme amacıyla gerçekleştirdiği dezenformasyon kampanyalarında dikkat çekmiştir. Çinli aktörler, spam benzeri teknikleri kullanarak Batı karşıtı içerikler üretmiş ve bu içerikleri sosyal medya platformlarında geniş kitlelere yaymıştır. Bu strateji, ABD ve Avrupa'da siyasi süreçleri manipüle etmek amacıyla sıkça kullanılmıştır (Arce, 2024). Ayrıca, İran'ın da benzer şekilde dezenformasyon kampanyalarını yönettiği ve ABD karşıtı içerikler ürettiği bilinmektedir (Innes, 2020). Özellikle sosyal medya platformlarında yaygın olarak kullanılan bu strateji, demokratik süreçleri ve kamuoyunu manipüle etme kapasitesine sahiptir. Tespit ve karşı koyma stratejileri ise genellikle sınır ağları ve transfer öğrenimi gibi ileri düzey yapay zekâ tekniklerine dayalıdır (Dhamani vd., 2019).

### 3.4. Zero Zeno

İsrail merkezli Stoic şirketi tarafından yürütülen, OpenAI ve Meta tarafından tespit edilen yapay zekâ destekli dezenformasyon kampanyasıdır. OpenAI'nin bu dezenformasyon kampanyasını "Zero Zeno" olarak adlandırır. Bu isimlendirme ilginç bir felsefi bağlantıya işaret etmektedir. Zenon, Antik Yunan'da Stoacılık felsefesinin kurucusu olarak bilinir. Stoacılık, mantık, etik ve doğa felsefesi üzerine odaklanan bir düşünce okuludur (Mansfeld, 1978). "Zero Zeno" ismi, muhtemelen kampanyanın etik dışı doğasına ve Stoacılık felsefesinin etik prensipleriyle olan çelişkisine bir gönderme olabilir. Ayrıca, "zero" (sıfır) kelimesi, kampanyanın gerçek olmayan, yapay doğasını vurgulayabilir. Bu isimlendirme, dezenformasyon kampanyalarının etik boyutlarına dikkat çekmeyi amaçladığı düşünülmektedir.

Zero Zeno kampanyası, modern dezenformasyon tekniklerinin gelişmiş bir örneğini teşkil etmektedir. İsrail merkezli Stoic şirketi tarafından yürütülen bu operasyon, yapay zekâ teknolojilerini kullanarak çeşitli sosyal ve politik konularda kamuoyunu etkilemeyi amaçlamıştır (OpenAI, 2024). Kampanya, özellikle OpenAI'nin dil modellerini kullanarak metin içeriği üretmiş ve Generative Adversarial Networks (GAN) teknolojisinden faydalanarak sahte profil fotoğrafları oluşturmuştur. Stoic, Zero Zeno operasyonu kapsamında ürettiği içerikleri yaymak için Facebook, Instagram, X (eski adıyla Twitter), YouTube ve Telegram gibi çeşitli sosyal medya platformlarını kullanmıştır

(Yang, 2024). Kampanyanın hedef kitleleri arasında Filistin-İsrail çatışması bağlamında, Hamas karşıtı ve İsrail yanlısı görüşleri benimseyenler, Hindistan seçimleri gibi spesifik politik olaylarla ilgilenenler ve farklı ülkelerdeki yerel vatandaşlar, Yahudi öğrenciler ve Afrikalı Amerikalılar bulunmaktadır (Yang, 2024). OpenAI'nin raporundan bir gün sonra, Meta da STOIC şirketinin yürüttüğü Zero Zeno kampanyası hakkında bir rapor yayınlamış ve bir dizi önlem aldığını açıklamıştır. Meta bu kampanyanın Vietnam'dan satın alınmış takipçi ve beğeniler kullanarak etkileşimini artırmaya çalıştığını da tespit etmiştir. Meta'nın Adversarial Threat Report'unda (Franklin vd., 2024) belirtildiğine göre; 510 Facebook hesabı, 11 sayfa, 1 grup ve 32 Instagram hesabının silinmiş, Stoic şirketinin Meta platformlarından yasaklanmış, Stoic'e, Meta politikalarını ihlal eden faaliyetlerini derhal durdurması için bir "cease-and-desist" (dur ve vazgeç) mektubu gönderilmiştir.

Zero Zeno kampanyası, diğer bilinen dezenformasyon kampanyalarıyla karşılaştırıldığında bazı benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koymaktadır. Örneğin, 2016 ABD başkanlık seçimleri sırasında Rus İnternet Araştırma Ajansı (IRA) tarafından yürütülen kampanya ile bazı benzerlikler göstermektedir. Her iki kampanya da sosyal medya platformlarını yoğun şekilde kullanmış ve hedef kitleleri manipüle etmeye çalışmıştır (Mueller, 2019). Ancak, Zero Zeno kampanyası, yapay zekâ teknolojilerinin yoğun kullanımıyla öne çıkmaktadır. Bu, kampanyanın daha hızlı ve geniş ölçekte içerik üretmesine olanak sağlamıştır. Ayrıca, GAN teknolojisinin kullanımı, sahte profillerin daha inandırıcı olmasını sağlamıştır. Zero Zeno kampanyası, yapay zekâ destekli dezenformasyon kampanyalarının potansiyel tehlikelerini ve karmaşıklığını gözler önüne sermektedir.

### 3.5. Deepfake

Yapay zekâ bağlamında dezenformasyon açısından en kritik konulardan biri deepfake teknolojileridir. Deepfake, yapay zekâ kullanılarak tamamen sahte ancak son derece gerçekçi video ve ses içerikleri üretmek için kullanılmasıdır. Bu teknolojiler, gerçek insanların hiç yapmadıkları şeyleri söyledikleri veya yaptıkları gibi görünen videolar üretebilir ve böylece son derece ikna edici ve çürütülmesi zor sahte görsel kanıtlar oluşturabilir (Chesney ve Citron, 2018). Deepfake'ler, politikadan ekonomiye, sosyal medyadan kişisel mahremiyete kadar geniş bir yelpazede dezenformasyon aracı olarak kullanılır. Bu nedenle, deepfake teknolojisi, dijital dezenformasyonun psikolojik ve sosyal etkile-

rini derinleştirirken, aynı zamanda halkın bilgiye olan güvenini sarsar.

Deepfake teknolojisi, hibrit savaş stratejilerinin bir parçası olarak kullanılmakta ve dezenformasyon kampanyalarını güçlendirmek amacıyla sahte medya içerikleri üretmektedir. Özellikle politik ve toplumsal olaylarda deepfake kullanılarak toplumu yönlendirme ve yanlış bilgiyi yayma amacı güdülmektedir. Bu içerikler, sosyal medya platformları aracılığıyla hızla yayılır ve geniş kitleler tarafından gerçekmiş gibi algılanabilir (Havlík, 2023). Deepfake'lerin sosyal medya üzerindeki etkileri, dezenformasyonun yayılmasını kolaylaştırmakla kalmaz, aynı zamanda kamuoyunu derinden etkileyen sahte haberlerin ve bilgilerin oluşmasına neden olur. Bu bağlamda deepfake hem siyasi hem de ekonomik hedeflere ulaşmak için güçlü bir araç hâline gelir. Özellikle seçim süreçlerinde kullanılan deepfake videoları, politik liderlerin sahte konuşmalarını üreterek halkı yanıltmayı hedeflediği tespit edilmiştir. 2020 ABD başkanlık seçimlerinde deepfake'ler, politikacıların itibarını sarsmak ve seçim sonuçlarını etkilemek amacıyla kullanılmıştır (Starbird, DiResta ve DeButts, 2023). Yalnızca siyasi alanı değil, ekonomik alanı da etkileyen bu teknolojiler kullanılarak sahte CEO konuşmaları üretilmiş ve bu durum piyasalarda dalgalanmalara yol açmıştır (Montasari, 2024). Deepfake aynı zamanda bireylerin özel hayatlarını hedef alarak mahremiyet ihlallerine neden olabilir (R. Kumar vd., 2024). Bu teknoloji, toplumsal bölünmeleri derinleştirir ve halk arasında yanlış anlatıların yayılmasına yol açar. Sahte içeriklerin, özellikle politik süreçlerde toplumu manipüle etme potansiyeli, toplumsal çıkarımların ne kadar geniş olabileceğini göstermektedir (Shoab vd., 2023).

Deepfake teknolojisinin dijital dezenformasyon alanındaki etkilerini azaltmak için çeşitli stratejiler geliştirilmiştir. Bu stratejiler arasında gelişmiş AI tabanlı tespit algoritmaları, blockchain teknolojileri ve dijital okuryazarlık programları yer alır. Bu teknolojiler, deepfake içeriklerinin doğrulanmasını sağlamak ve yanlış bilgilerin yayılmasını engellemek amacıyla kritik bir rol oynar (R. Kumar vd., 2024). Deepfake algılamadaki son gelişmeler, gerçek ve sahte video gömmeleri arasındaki özellik alanı mesafesini artıran metrik öğrenmeden yararlanmaktadır. Özellikle üçlü bir ağ mimarisi kullanan bu yaklaşım, sosyal medya platformlarında yaygın olan yüksek sıkıştırma senaryolarında bile deepfake'leri sınıflandırmada yüksek etkinlik gösterir. Yöntem, Celeb-DF veri setinde %99,2'lik son teknoloji bir AUC puanı ve yüksek oranda sıkıştırılmış bir Nöral Doku veri setinde %90,71 doğruluk elde etmiştir (A.

Kumar, Bhavsar ve Verma, 2020). Başka bir yenilikçi yöntem, deepfake videolarda doğru bir şekilde kopyalanması zor olan insan göz kırpması modellerini analiz etmeyi içerir. Bu biyometrik özellik, gerçek ve sentetik medya arasında ayırım yaparak video içeriğindeki anormallikleri tanımlamaya yardımcı olur (V. Baravkar vd., 2023). Ölçek-Değişmeyen Özellik Dönüşümü (SIFT) özelliklerinin deepfake analizinde kullanımı da araştırılmıştır. SIFT anahtar noktaları, durağan görüntülerdeki veya video kliplerdeki görsel bilgileri analiz ederek derin sahteleri belirlemede değerli olabilir (Dordevic, Milivojevic ve Gavrovska, 2019). Aynı zamanda Deepfake araştırmasının bibliyometrik analizi; deepfake'lerin eğilimleri, uygulamaları ve zorlukları hakkında derinlemesine tespitler sağlayarak gelecekteki araştırmalar için değerli rehberlik sunabilir (Garg ve Gill, 2024).

### 3.6. Astroturfing

Diğer bir sofistike dezenformasyon tekniği ise astroturfing'dir. Astroturfing, bağımsız görünen ancak aslında şirketler veya siyasi kuruluşlar tarafından desteklenen sahte taban örgütleri veya kampanyaları oluşturmayı içerir. BBü örgütler, gerçek sosyal hareketleri taklit ederek kamuoyunu etkilemeyi amaçlar (Cho vd., 2011). Bu teknikte, genellikle sahte sosyal medya hesapları, ücretli aktörler veya influencer'lar kullanılarak kamuoyunda bir fikir birliğine varıldığı ya da geniş bir destek sağlandığı algısı oluşturulur. Bu dezenformasyon stratejisi, insanların benzer görüşlü oldukları insanlara ve topluluk temelli hareketlere duyduğu güveni kötüye kullanarak, onları yanlış bilgi sürecine dâhil eder. 2016 ABD başkanlık seçimlerinde de benzer stratejiler kullanılmış ve belirli politik adayların lehine sahte sosyal medya kampanyaları yürütülerek kamuoyunun algısı manipüle edilmiştir (Keller vd., 2020). Astroturfing sürecinde, sahte sosyal medya hesapları, sahte yorumlar ve içerikler kullanılarak halk arasında yaygın bir destek izlenimi oluşturulur (Chan, 2024; Zerback ve Töpfl, 2022). Astroturfing'in en tehlikeli yönlerinden biri, insanların çoğunluk görüşüne uyma eğiliminden yararlanarak dezenformasyonu hızla yaymasıdır. Özellikle, bu uygulama uluslararası siyasi arenada, propaganda ve yabancı müdahaleler için tehlikeli bir araç olabilir (Keller vd., 2020; Zerback ve Töpfl, 2022). Astroturfing'in karmaşık yapısı, onu tespit etmeyi zorlaştırmaktadır. Sosyal medya platformlarında, özellikle koordineli davranışları gizlemek için kitle kaynak kullanımı ve anonim hesaplar gibi yöntemler yaygındır. Bu tür sahtekârlıkları tespit etmek için algoritmik çö-

zümleler geliştirirken, bu çözümler genellikle astroturfing'in kökenini tamamen ortaya çıkarmakta yetersiz kalmaktadır (Wu ve Liu, 2017).

### 3.7. Botlar

Yapay zekâ destekli botlar ve otomatik sistemler, dijital çağda ortaya çıkan başka bir dezenformasyon biçimini temsil eder. Botlar, insan davranışını taklit edecek şekilde programlanmıştır ve sosyal medyada içerik paylaşma ve yayınlama yetenekleri, insan yeteneklerinin çok ötesindedir. Bu şekilde, yaygın bir fikir birliği veya muhalefet yanlısaması oluşturabilir, trend konuları manipüle edebilir ve belirli demografik grupları hedefleyen dezenformasyonlarla etkileyebilir (Ferrara vd., 2016). Sosyal botlar, dijital dezenformasyonun yayılmasında önemli bir araç hâline gelmiştir. Bu otomatik programlar, özellikle X (Twitter) gibi sosyal medya platformlarında dezenformasyon içeriklerini hızla yayarak kamuoyunu manipüle eder. Botlar, retweet veya paylaşım gibi tekrarlanan görevleri çok hızlı bir şekilde gerçekleştirebilir ve bu sayede dezenformasyonun hızla geniş kitlelere ulaşmasına olanak tanır. Özellikle ABD Başkanı Donald Trump'ın görevden alınması sırasında, sosyal botlar görevden alma ile ilgili içeriklerin %31'ini oluşturarak dezenformasyonun yayılmasında önemli bir rol oynamıştır (Rossetti ve Zaman, 2023). Sosyal botlar, kamuoyunu şekillendirmede kritik bir öneme sahiptir. Botlar, özellikle yankı odaları içinde yanlış bilgileri yayarak izole topluluklar üzerindeki etkilerini artırır. QAnon gibi hareketlerde, dezenformasyonun hızlı ve etkili bir şekilde yayılması için bu botlar kullanılmıştır. Botlar, ayrıca seçimler ve siyasi krizler gibi hassas dönemlerde organize dezenformasyon kampanyalarının bir parçası olarak insan hesaplarıyla koordineli çalışarak dezenformasyonun daha doğal görünmesini sağlar (Woolley 2022). Sosyal botların giderek daha karmaşık hâle gelmesi, dezenformasyon kampanyalarında yeni bir dönemin habercisi olmuştur. Artık yapay zekâ ve insan etkinliğiyle birleştirilen "yarı organik" kampanyalar daha yaygın hâle gelmektedir. Ancak, bu botların etkisiyle mücadele etmek için dijital okuryazarlık ve yapay zekâ tabanlı tespit araçları geliştirilmiştir. Bu çabalar, dezenformasyonun yayılmasını önlemek için hayati önem taşır (Maathuis, Janssens, ve Rahimi 2024).

## 4. OpenAI Tehdit İstihbarat Raporu Doğrultusunda Yapay Zekâyı Dezenformasyon Yaymak için Kullanan Ülkeler

OpenAI tarafından hazırlanan Tehdit İstihbarat Raporu ülkelerin yapay zekâ

kullanarak gerçekleştirdikleri dezenformasyon kampanyalarını ortaya koymaktadır (Nimmo, 2024). OpenAI raporuna göre Rusya (iki ağ), Çin, İran ve İsrail'deki ticari bir şirketteki operatörlerle bağlantılı kampanyalar gerçekleştirmiştir. Rusya'dan "Kötü Dil bilgisi" olarak adlandırdığımız, esas olarak Telegram'da faaliyet gösteren ve Ukrayna, Moldova, Baltık Devletleri ve ABD'yi hedef alan daha önce bildirilmemiş bir dezenformasyon kampanyası ile İnternette Ukrayna hakkında içerik yayınlayan ve "Doppelganger" olarak bilinen bir kampanya yürütmüşlerdir. Çin kendi politikalarını olumlu olarak ön plana çıkarmak ve eleştirileri baskılamak için spamouflage kampanyası gerçekleştirmiştir. İran ise İran'ı destekleyen ve İsrail ile ABD'yi eleştiren web içeriklerini Uluslararası Sanal Medya Birliği (IUVM) üzerinden yapay zekâ kullanarak gerçekleştirmişlerdir. Aynı dönemde İsrail'de Stoic isimli bir şirket Gazze'de yaşanan katliam ve Hindistan'da yapılan seçimler üzerinde dezenformasyon oluşturacak içerikleri yapay zekâ kullanarak üretmiştir (Nimmo, 2024, s. 6).

Rapor, yapay zekânın dezenformasyonun operasyonel kapasitesini artırma noktasındaki kritik rolünü vurgulamaktadır. Rapor, gizli operasyonların etkililiğini değerlendirmek için bir "Breakout Scale" (Etkililik Ölçeği) sunmuştur. Bu ölçekte operasyonlar, 1'den 6'ya kadar sıralanmış ancak hiçbir operasyon 2'nin üzerine çıkamamıştır. Rapordaki bu bulgu, yapay zekânın içerik üretme kapasitesini önemli ölçüde artırsa da bu içeriklerin toplumsal düzeyde anlamlı bir etkileşim oluşturmakta başarısız olduğudur (Nimmo, 2024, s. 6). Bir yapay zekâ platformunun, yapay zekâ kullanılarak dezenformasyon kampanyası yürütülmesi konusunda yayınladığı raporda sınırlı etki iddiası ironik ve taraflı ancak anlaşılır bulunabilir.

Rapora göre Bad Grammar ve Zero Zeno, modellerimizi daha sonra Telegram, X, Instagram ve diğer sitelerde yayınlanan büyük miktarlarda kısa yorumlar oluşturmak için kullanılmıştır. IUVM adına hareket eden kişiler, İngilizce ve Fransızca daha uzun makaleler oluşturmak ve düzeltmek için OpenAI dil modelini kullanmışlardır. Spamouflage ve Doppelganger kampanyalarında, ChatGPT hem nitelik hem de nicelik açısından kullanılmış; dil bilgisi hatalarını düzeltilmiş ve aynı zamanda çeşitli dillerde düzinelere kısa yorum oluşturulmuştur (Nimmo, 2024, s. 7). Raporda sahte etkileşim (fake engagement) için yapay zekâ platformunun kullanıldığı aktarılmaktadır. Zero Zeno kampanyasında, Instagram ve X'te Gazze konusu başta ol-



mak üzere belirli temalar hakkında kısa metinler yayınlanmıştır. Bu metinler modeller (ChatGPT) kullanılarak oluşturulmuştur. Bu platformlardaki başka bir hesap grubu daha sonra yine bu işlem tarafından oluşturulan yorumlarla yanıt vermiştir (Nimmo, 2024, ss. 7, 31-33). Benzer şekilde, Spamouflage kampanyası yapay zekâ desteği ile kullanılmış, X'e Çinli muhalif Cai Xia'yı eleştiren kısa yorumlar yayınlanmıştır. Bunlar bir ilk gönderi ve bir dizi yanıt şeklindedir (Nimmo, 2024, s. 25). Her Konuşmadaki yorumlar, ChatGPT kullanılarak yapay oluşturulmuştur. Rapora göre çok sayıda sosyal medya gönderisinin, özellikle de Çince gönderilerin duygularını özetlemek ve analiz etmek için yapay zekâ kullanılmıştır. Analizler sonrası ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda web sitesi etiketleri oluşturmak için yapay zekâ kullanıldığı belirlenmiştir (Nimmo, 2024, ss. 8-9).

#### 4.1. Rusya: Bad Grammar ve Doppelganger Kampanyası

Rapora göre Bad Grammar kampanyası, kimliği belirsiz bir Rus tehdit aktörü/aktörleri tarafından yürütülmüştür. Aktör/aktörler, Ukrayna, Amerika Birleşik Devletleri ve Baltık Devletleri gibi çeşitli ülkeleri hedef alarak özellikle Telegram üzerinden politik yorumlar yayınlanmıştır. Operasyon, dil bilgisi hatalarıyla dolu İngilizce kullanılmasıyla karakterize edilmiştir. Bu yolla politik tartışmaları kışkırtmak veya kafa karışıklığı oluşturmak amacıyla yerel aktivistler veya yorumcular gibi görünme çabası olarak yorumlanmıştır (Nimmo, 2024, s. 16). Kampanya aktörleri İngilizce ve Rusça olmak üzere düşük kaliteli ve hacimli içerik üretmek için yapay zekâ araçlarını kullanır. Bu içerik, politik huzursuzluk ekme veya kamuoyunu manipüle etme amacıyla çeşitli Telegram kanallarında sistematik olarak dağıtılmıştır. Rapora göre izleyici etkileşiminde sınırlı başarı elde edildi. İçerik, yolsuzluk, savaş ve ulusal politika gibi politik açıdan yüklü temalar etrafında şekillenmiştir. Kullanıcı etkileşimi veya tartışma oluşturma olasılığı yüksek hassas konulara odaklanma stratejik bir tercih olarak gösterilir. Etkileşimin düşük olması, izleyicilerin içeriğin yapay veya manipüle edilmiş doğasını ayırt edebildiğini veya basitçe kullanıcıların perspektifleri ve ilgi alanlarıyla örtüşmediğini göstermektedir (Nimmo, 2024, s. 17).

Doppelganger Dezenformasyon Kampanyası, çoklu hesap kümeleri kullanılarak daha sofistike bir şekilde yürütülmüştür. İçerik, çeşitli dijital platformlar arasında, özellikle 9GAG ve X'te yayınlanmıştır. Temelde Ukrayna karşıtı

içeriklerin üretildiği bu dezenformasyon kampanyasında yapay zekâ ile üretilen içerik manuel olarak oluşturulan, memler ve yorumlarla harmanlanan çok yönlü bir yaklaşım sergilenmiştir. Bu strateji, içeriğin inandırıcılığını ve farklı sosyal medya manzaralarında etkileşimini artırmayı amaçlar. Kampanya belirgin bir şekilde Ukrayna karşıtı Rusya yanlısı duyguları yükseltmeyi amaçlamıştır. Bu hem metin hem de yanıtıcı veya bağlamsal olarak manipüle edilmiş medya aracılığıyla gerçekleştirildi. "Kötü Dil bilgisi" kampanyası gibi, Doppelganger kampanyası da önemli bir etkileşim veya etki elde edememiştir. Rapora göre bot tarafından yönlendirilen yorumlar ve beğeniler sık sık gerçek kullanıcılar tarafından ifşa edilmesi kampanyanın güvenilirliği azaltmıştır (Nimmo, 2024, ss. 17-22).

#### 4.2. Çin: "Spamouflage" Kampanyası

Rapora göre Çin'den kaynaklanan Spamouflage Kampanyası; küresel izleyicileri, özellikle Çin diasporasını ve Çin hükûmetinin eleştirmenlerini hedef almıştır (Nimmo, 2024, s. 23). Operasyon sofistike bir şekilde yürütüldü, içerik birden fazla dilde ve platformda yapay zekâ kullanılarak üretilmiştir. Çin kolluk kuvvetleriyle ilişkili aktörlere atfedilen "Spamouflage" operasyonunda Çince, İngilizce, Japonca ve Korece Batı karşıtı içerikler üreterek bunları sosyal medya platformlarında ve blog sitelerinde hızla yaymıştır. Operasyon ayrıca, Çin hükûmetini eleştiren sosyal medya gönderilerini özetlemek ve duygu analizlerini yapmak için de yapay zekâ araçlarını kullanılmış, böylece mesajlaşma stratejisini geliştirmek hedeflenmiştir. Spamouflage stratejisi, Reddit, Telegram ve YouTube gibi platformlarda etkili olmuştur (Nimmo, 2024, s. 25). Spamouflage, çekici içerik üretmenin yanı sıra, duyarlılık analizi ve içerik yönetimi yapmak için yapay zekâ kullanılmıştır. Bu kampanya stratejilerine teknik entegrasyonun yüksek derecesini işaret etmektedir. İçerik, Çin hükûmetini öven ve karşı olanları eleştiren, Çin hükûmeti ve diplomatik çıkarlarıyla uyumlu temalar üzerine odaklanmıştır. Rapora göre geniş kapsamlı erişimine ve yapay zekâ araçlarının sofistike kullanımına rağmen Spamouflage gerçek izleyicilerle etkili bir şekilde etkileşim kurmada başarısız olmuştur (Nimmo, 2024, ss. 26-27).

#### 4.3. İran: Uluslararası Sanal Medya Birliği (IUVM)

Raporda Uluslararası Sanal Medya Birliği (IUVM), 2018'den beri açık kaynak topluluğu tarafından incelenen İran'a bağlı bir kuruluş olarak tanımlanmaktadır. IUVM, özellikle İsrail ve ABD karşıtı mesajlar olmak üzere, İran'ın jeo-

politik anlatılarını destekleyen içerik üretimine odaklanmıştır (Nimmo, 2024, s. 28). Bu kampanya, İngilizce ve Fransızca dâhil olmak üzere birden fazla dilde içerik üretmek için yapay zekâ araçlarını kullanmıştır. IUVM, makaleler, başlıklar ve web sitesi etiketleri oluşturarak çeşitli platformlarda içerik yayınlamıştır. Bu içerikler genellikle bir gün önce hazırlanmış ve IUVM'nin güncel web sitesi iuvmpress.co üzerinde yayınlanmıştır. Bazı web site etiketleri, otomasyon belirtileri göstererek veya kötü düzeltmeler içererek operasyonel sofistikellik eksikliklerini ortaya koymuştur. IUVM tarafından üretilen içerik, genellikle ABD ve İsrail karşıtı olup Filistinlileri, İran'ı ve "Direniş Ekseni"ni övmektedir. İçerikler, politik propaganda yanında, ABD ve İsrail gibi ülkeleri hedef alan yanlış bilgilerle uluslararası kamuoyunu etkilemeyi amaçlamaktadır. IUVM'nin çevrim içi varlığı, sosyal medya platformlarından sürekli kaldırılmalar ve FBI tarafından alan adlarının ele geçirilmesiyle azalmıştır. IUVM'nin web sitesi dışında, 23 Mayıs 2024 itibarıyla TikTok, VKontakte ve Odnoklassniki üzerinde IUVM markalı hesaplar tespit edilmiştir; bu sosyal medya hesaplarının sırasıyla 10, 76 ve 274 takipçisi bulunmaktadır. Operasyon, birden fazla platformda faaliyet göstermesine rağmen, herhangi bir platformda önemli bir kitle etkileşimi veya büyüme sağlayamamıştır. Bu durum, IUVM'nin Kategori 2 operasyon olarak değerlendirilmesine neden olmuştur. Bu bağlamda rapora göre dezenformasyon kampanyasının etkisinin sınırlı kaldığını göstermektedir (Nimmo, 2024).

#### 4.4. İsrail: "Zero Zeno" Kampanyası

Zero Zeno kampanyası, İsrail merkezli ve genellikle Hamas ve Katar karşıtı, İsrail yanlısı içerikler üreten bir etki operasyonudur. Operasyon, İsrail'de faaliyet gösteren bir siyasi kampanya yönetim firması olan Stoic tarafından yürütüldü. Kampanya, adını Stoacı felsefe okulunun kurucusundan alarak düşük katılım seviyelerini ironik bir şekilde vurgulamaktadır (Nimmo, 2024, s. 31). Bu dezenformasyon kampanyasıyla çok dilli içerikler üreterek geniş bir coğrafi yelpazede etki oluşturmayı amaçladı. Yukarıda açıklanan devlet destekli çabalardan farklı olarak, Zero Zeno belirli jeopolitik anlatıları hedefleyen, örneğin Gazze katliamı, İsrail sendikaları ve Hindistan seçimleri gibi konularda dezenformasyon üreten kiralık bir operasyondur. Kampanya, X, Facebook, Instagram ve YouTube gibi platformlarda izleyicilerle etkileşimde bulunmak için web makaleleri, sosyal medya gönderileri ve kurgusal kişilikler oluşturmak için yapay zekâ kullandı (Nimmo, 2024, ss. 32-34). Kam-

panya, modeli (ChatGPT) kullanarak sosyal medya için kurgusal kişilikler ve biyografiler oluşturdu ve çeşitli sosyal medya yorumları hazırladı. Bu dezenformasyon kampanyasında Filistin karşıtı, İsrail yanlısı içerikler üretilmiştir. Ayrıca, Hindistan seçimlerine yönelik içerikler de üretildi. İçerik, genellikle güncel siyasi olaylarla ilgiliydi ve bu temalar etrafında dönen bir dizi kampanya yürütüldü. Rapora göre Zero Zeno kampanyasının etkinliği sınırlıydı. Sosyal medya gönderileri genellikle az sayıda etkileşim aldı ve çoğunlukla kendi oluşturduğu hesaplardan gelen etkileşimlerdi (Innes, 2020). Kampanya, gerçek kitlelere ulaşmakta zorlandı ve çoğunlukla görsel etkileşimler almadı. Kampanyanın sosyal medya hesaplarındaki etkinliği, genellikle daha önce kullanılan yapay zekâ türleriyle oluşturulan profil resimlerini kullandığı için tanınabiliyordu. Bu profil resimleri, çoğu zaman birçok farklı hesapta kullanılarak etkileşimlerin yapay olduğu izlenimini pekiştirdi (Nimmo, 2024).

## 5. Sonuç

Bu çalışmada Rusya, Çin, İran ve İsrail'in dezenformasyon faaliyetleri doküman analizi yöntemi kullanılarak karşılaştırılmaktadır. Doküman analizi, yazılı ve dijital materyallerin sistematik bir incelemesiyle, bu kampanyaların kullandıkları yöntemler, araçlar ve hedefler arasında ortak desenleri ve özgün yaklaşımları anlamamıza yardımcı olur (Yıldız, 2022). Bu yöntem, dezenformasyonun dinamik doğasını anlamak ve küresel bilgi ekosistemi üzerindeki etkilerini değerlendirmek için ideal bir çerçeve sunmaktadır.

Rusya'nın dezenformasyon kampanyaları, genellikle düşük kaliteli ve hacimli içerik üretimi üzerine yoğunlaşmıştır. Bad Grammar kampanyasında, dil bilgisi hatalarıyla dikkat çeken İngilizce metinler, Telegram gibi platformlarda yayılarak politik tartışmaları kışkırtmayı ve kafa karışıklığı oluşturmayı hedeflemiştir. Doppelganger kampanyasında ise çoklu hesap kümeleri ve yapay zekâ ile üretilen içerikler, memler ve sahte profillerle birleştirilerek Ukrayna karşıtı mesajlar yayılmıştır. Ancak bu kampanyalar, dil hatalarının ve bot hesapların gerçek kullanıcılar tarafından fark edilmesi nedeniyle düşük bir etkileşim oranına sahip olmuştur. Bu durum, Rusya'nın dezenformasyon faaliyetlerinde, teknolojik sofistikasyondan ziyade içerik hacmine dayalı bir yaklaşım izlediğini göstermektedir.

Çin'in dezenformasyon kampanyaları, sofistike teknolojik araçlarla dikkat

çekmektedir. Spamouflage kampanyası, Batı karşıtı ve Çin hükûmetini öven içeriklerin çok dilli olarak üretilip Reddit, Telegram ve YouTube gibi platformlarda yayılmasıyla karakterize edildiği gözlenmiştir. Çin'in stratejisi, yalnızca içerik üretmekle kalmayıp aynı zamanda yapay zekâ destekli duygu analizi ve mesaj optimizasyonu yoluyla bu içeriklerin etkisini artırmayı hedeflediği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, Çin'in kampanyalarının geniş bir erişime sahip olmasına rağmen izleyicilerle anlamlı bir etkileşim sağlamaması, manipülasyon niyetinin fark edilmesinden kaynaklanmış olabilir. Çin'in teknoloji odaklı yaklaşımı, diğer ülkelerle kıyaslandığında, daha sofistike bir strateji olarak öne çıkmaktadır.

İran, dezenformasyon faaliyetlerinde Uluslararası Sanal Medya Birliği (IUVM) adlı platform üzerinden çok dilli içerikler üreterek İsrail ve ABD karşıtı içerikler üretilmesi şeklinde yürütüldüğü anlaşılmaktadır. IUVMPress adlı web sitesi, bu içerikleri çeşitli sosyal medya platformlarına yayma işlevi görmüştür. İran'ın stratejisi, jeopolitik çıkarlarını destekleyen bir anlatı oluşturmak için yapay zekâ ile otomatik başlık ve makale üretimine dayandığı anlaşılmaktadır. Ancak, IUVM tarafından kullanılan otomatikleştirilmiş etiketleme ve içeriklerin düşük kalitesi, kampanyanın profesyonellik eksikliğini ortaya koymuştur. Sosyal medya hesaplarının sınırlı erişimi de İran'ın dezenformasyon faaliyetlerinin etkisini zayıflattığı görülmektedir.

İsrail'in Zero Zeno kampanyası, Hamas karşıtı ve İsrail yanlısı mesajların kurgusal kişilikler üzerinden yayıldığı bir dezenformasyon stratejisini temsil etmektedir. ChatGPT gibi yapay zekâ araçları kullanılarak oluşturulan sahte biyografiler ve profiller, sosyal medya platformlarında etkileşimi yüksek olacak şekilde yayılması amacı ile üretildiği anlaşılmaktadır. Ancak, sahte profillerde aynı görsellerin tekrar kullanılması gibi hatalar, manipülasyonun fark edilmesine neden olmuş ve İsrail'in yürüttüğü dezenformasyon kampanyasının etkisini sınırlamıştır.

Ülkelerin dezenformasyon stratejileri arasında hem benzerlikler hem de belirgin farklılıklar bulunmaktadır. Tüm ülkeler, dezenformasyon kampanyalarında yapay zekâ teknolojilerini kullanmış ve sosyal medya platformlarını birincil dağıtım kanalı olarak tercih etmiştir. Ancak, bu kampanyaların büyük çoğunluğu düşük kullanıcı etkileşim oranlarıyla sınırlı kalmıştır, bu da izleyicilerin manipülatif içerikleri kolayca fark edebildiğini göstermektedir. Çin'in teknolojik gücü, Rusya ve İran'ın içerik hacmine dayalı yaklaşımların-

dan farklılaşmaktadır. Öte yandan, İsrail'in daha dar bir hedef kitlesi ve spesifik bir mesajla çalışması, onu diğerlerinden ayıran bir stratejik tercih olarak öne çıkmaktadır.

Dezenformasyon kampanyaları, küresel bilgi bütünlüğüne ciddi tehditler oluşturmaktadır. Bu faaliyetler, bilgi ekosisteminde güvensizliği artırmakta ve kamusal tartışmaları manipüle etmektedir. Yapay zekâ sistemlerinin kompleks çalışma biçimi ele alındığında tek bir çözüm önerisinden ziyade çok yönlü ve bütüncül bir yapılanmaya ihtiyaç duyulduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Gül Ünlü ve Küçükşabanoğlu, 2023). Bu doğrultuda hükümetler, teknoloji şirketleri ve sivil toplum arasındaki işbirlikçi çabalar, dezenformasyona karşı dirençli bir savunma oluşturma adına önemli adımlar olabilir. Ancak, yapay zekâ teknolojilerinin hızlı dönüşümü ve dezenformasyonun küresel doğası, karşı önlemlerde sürekli adaptasyon ve yenilik gerektirdiği de göz ardı edilmemesi gereken önemli bir konudur. Gelecekteki araştırmaların; tespit teknolojilerinin sağlamlığını artırmaya, uluslararası işbirliğini geliştirmeye, medya okuryazarlığı eğitimlerini yaygınlaştırmaya ve dezenformasyonla mücadelede yapay zekâ kullanımının çok boyutlu olarak ele almaya odaklanması yerinde olacaktır.

### Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

### Kaynakça

- Aboutayeb, Mostafa. 2023. "Démystification de la désinformation en ligne : Une approche analytique". FRANCISOLA 8(2): 113-20. doi:10.17509/francisola.v8i2.63493.
- Arce, Daniel. 2024. "Disinformation Strategies". Defence and Peace Economics: 1-14. doi:10.1080/10242694.2024.2302236.
- Auezov, M., E.A. Nysanov, Zh.S. Kemelbekova, A.N. Zhidebayeva, A. Kuatbekov University of Peoples' Friendship, S.E. Kozhabaev, M. Auezov South Kazakhstan University, A.U. Korokbaev, ve A. Kuatbekov University of Peoples' Friendship. 2024. "Computer simulation and description of the phenomenon of the development of information technology using moore's law". Bulletin of the National Engineering Academy of the Republic of Kazakhstan 91(1): 93-102. doi:10.47533/2024.1606-146X.10.
- Balcioglu, Yavuz Selim, ve Bülent Dogan. 2023. "Dissecting Disinformation Dynamics: Insights from a Social Media Environment". İletişim ve Diplomasi (11): 107-25. doi:10.54722/iletisimvediplomasi.1374744.

- Barman, Dipto, Ziyi Guo, ve Owen Conlan. 2024. "The Dark Side of Language Models: Exploring the Potential of LLMs in Multimedia Disinformation Generation and Dissemination". *Machine Learning with Applications* 16: 100545. doi:10.1016/j.mlwa.2024.100545.
- Bontridder, Noémi, ve Yves Pouillet. 2021. "The Role of Artificial Intelligence in Disinformation". *Data & Policy* 3: e32. doi:10.1017/dap.2021.20.
- Caled, Danielle, ve Mário J. Silva. 2022a. "Digital Media and Misinformation: An Outlook on Multidisciplinary Strategies against Manipulation". *Journal of Computational Social Science* 5(1): 123-59. doi:10.1007/s42001-021-00118-8.
- Caled, Danielle, ve Mário J. Silva. 2022b. "Digital Media and Misinformation: An Outlook on Multidisciplinary Strategies against Manipulation". *Journal of Computational Social Science* 5(1): 123-59. doi:10.1007/s42001-021-00118-8.
- Chambers, JK. 2010. "Bad'grammar and the Language Faculty". *University of Pennsylvania Working Papers in Linguistics* 16(38): 19-25. <https://core.ac.uk/download/pdf/76365019.pdf>.
- Chan, Jovy. 2024. "Online Astroturfing: A Problem beyond Disinformation". *Philosophy & Social Criticism* 50(3): 507-28. doi:10.1177/01914537221108467.
- Chesney, Robert, ve Danielle Citron. 2018. "Deepfakes and the New Disinformation War The Coming Age of Post-Truth Geopolitics". *Foreign Affairs*. <https://www.foreignaffairs.com/articles/world/2018-12-11/deep-fakes-and-new-disinformation-war>.
- Cho, Charles H., Martin L. Martens, Hakkyun Kim, ve Michelle Rodrigue. 2011. "Astroturfing Global Warming: It Isn't Always Greener on the Other Side of the Fence". *Journal of Business Ethics* 104(4): 571-87. doi:10.1007/s10551-011-0950-6.
- Clos, Jeremie, Emma McLaughlin, Pepita Barnard, Tino Tom, ve Sudarshan Yajaman. 2023. "A Privacy-Preserving Observatory of Misinformation Using Linguistic Markers - A Work in Progress". *Çinde Proceedings of the First International Symposium on Trustworthy Autonomous Systems, Edinburgh United Kingdom: ACM*, 1-4. doi:10.1145/3597512.3597530.
- Cybenko, Anne K., ve George Cybenko. 2018. "AI and Fake News". *IEEE Intelligent Systems* 33(5): 1-5. doi:10.1109/MIS.2018.2877280.
- Deschrijver, Cedric. 2024. "Assessing Potential Disinformation Campaigns in Anonymous Online Comments: Evaluating Available Textual Cues in Debates on the 2019 Hong Kong Protests". *Language & Communication* 95: 31-41. doi:10.1016/j.langcom.2024.01.002.
- Dhamani, Numa, Paul Azunre, Jeffrey L. Gleason, Craig Corcoran, Garrett Honke, Steve Kramer, ve Jonathon Morgan. 2019. "Using Deep Networks and Transfer Learning to Address Disinformation". <http://arxiv.org/abs/1905.10412> (Erişim Tarihi:15 Eylül 2024).
- Dias, Emmanuelle, Letícia Lopes, ve Felipe Borges. 2024. "Estratégias de desinformação na produção de videoensaios". *Esferas* (29). doi:10.31501/esf.v1i29.14892.

- Dordevic, Miljan, Milan Milivojevic, ve Ana Gavrovska. 2019. "DeepFake Video Analysis using SIFT Features". İçinde 2019 27th Telecommunications Forum (TELFOR), Belgrade, Serbia: IEEE, 1-4. doi:10.1109/TELFOR48224.2019.8971206.
- EEAS. 2024. Doppelganger Operation - EEAS Technical Report. [https://euvsdisinfo.eu/uploads/2024/06/EEAS-TechnicalReport-DoppelgangerEE24\\_June2024.pdf](https://euvsdisinfo.eu/uploads/2024/06/EEAS-TechnicalReport-DoppelgangerEE24_June2024.pdf).
- Fallis, Don. 2014. "A Functional Analysis of Disinformation". İçinde iConference 2014 Proceedings, iSchools. doi:10.9776/14278.
- Ferrara, Emilio, Onur Varol, Clayton Davis, Filippo Menczer, ve Alessandro Flammini. 2016. "The Rise of Social Bots". Communications of the ACM 59(7): 96-104. doi:10.1145/2818717.
- Fraga-Lamas, Paula, ve Tiago M. Fernandez-Carames. 2020. "Fake News, Disinformation, and Deepfakes: Leveraging Distributed Ledger Technologies and Blockchain to Combat Digital Deception and Counterfeit Reality". IT Professional 22(2): 53-59. doi:10.1109/MITP.2020.2977589.
- Francis, E. 2018. MisInfoWars: A Linguistic Analysis of Deceptive and Credible News. Simon Fraser University. <https://books.google.com.tr/books?id=TMcGyweACAAJ>.
- François, Camille, ve Evelyn Douek. 2021. "The Accidental Origins, Underappreciated Limits, and Enduring Promises of Platform Transparency Reporting about Information Operations". Journal of Online Trust and Safety 1(1). doi:10.54501/jots.v1i1.17.
- Franklin, Margarita, Lindsay Hundley, Mike Torrey, David Agronovich, ve Mike Dvilyanski. 2024. Adversarial Threat Report. Meta. <https://md.teyit.org/file/meta-threat-report.pdf>.
- García Serrano, Jesús, Luis M. Romero-Rodríguez, ve Ángel Hernando Gómez. 2019. "Análisis del 'clickbaiting' en los titulares de la prensa española contemporánea / Estudio de caso: Diario 'El País' en Facebook". Estudios sobre el Mensaje Periodístico 25(1): 197-212. doi:10.5209/ESMP.63724.
- Garg, Diya, ve Rupali Gill. 2024. "A Bibliometric Analysis of Deepfakes : Trends, Applications and Challenges". ICST Transactions on Scalable Information Systems 11(6). doi:10.4108/eetsis.4883.
- Giachanou, Anastasia, Xiuzhen Zhang, Alberto Barrón-Cedeño, Olessia Koltsova, ve Paolo Rosso. 2022. "Online Information Disorder: Fake News, Bots and Trolls". International Journal of Data Science and Analytics 13(4): 265-69. doi:10.1007/s41060-022-00325-0.
- Gül Ünlü, Derya, ve Zafer Küçükşabanoglu. 2023. "Dezenformasyon ve Yapay Zekâ: Dezenformasyonla Mücadele Yollarına Yapay Zekâ Uzmanlarının Gözünden Bakmak". İletişim ve Diplomasi (11): 83-106. doi:10.54722/iletisimvediplomasi.1375478.
- Havlik, Martin. 2023. "Deepfake as an Advanced Manipulative Technique for Spreading Propaganda". Vojenské rozhledy 32(1): 3-17. doi:10.3849/2336-2995.32.2023.01.003-017.



- Hayden, Joseph R. 2024. *A History of Disinformation in the U.S.* 1. bs New York: Routledge. doi:10.4324/9781003331551.
- Howard, P, ve S Bradshaw. 2018. "The global organization of social media disinformation campaigns". *Journal of International Affairs* 71(1.5).
- Innes, Martin. 2020. "Techniques of Disinformation: Constructing and Communicating 'Soft Facts' after Terrorism". *The British Journal of Sociology* 71(2): 284-99. doi:10.1111/1468-4446.12735.
- Islas, Octavio, Fernando Gutiérrez, ve Amaia Arribas. 2024. "Artificial Intelligence, a Powerful Battering Ram in the Disinformation Industry". *New Explorations* 4(1): 1111639ar. doi:10.7202/1111639ar.
- Jing, Junchang, Fei Li, Bin Song, Zhiyong Zhang, ve Kim-Kwang Raymond Choo. 2023. "Disinformation Propagation Trend Analysis and Identification Based on Social Situation Analytics and Multilevel Attention Network". *IEEE Transactions on Computational Social Systems* 10(2): 507-22. doi:10.1109/TCSS.2022.3169132.
- Jingnan, Hou. 2024. "How Israel tried to use AI to covertly sway Americans about Gaza". Wusf npr. <https://www.wusf.org/2024-06-05/how-israel-tried-to-use-ai-to-covertly-sway-americans-about-gaza>.
- Kandel, Nirmal. 2020. "Information Disorder Syndrome and Its Management". *Journal of Nepal Medical Association* 58(224). doi:10.31729/jnma.4968.
- Karinshak, Elise, ve Yan Jin. 2023. "AI-Driven Disinformation: A Framework for Organizational Preparation and Response". *Journal of Communication Management* 27(4): 539-62. doi:10.1108/JCOM-09-2022-0113.
- Keller, Franziska B., David Schoch, Sebastian Stier, ve JungHwan Yang. 2020. "Political Astroturfing on Twitter: How to Coordinate a Disinformation Campaign". *Political Communication* 37(2): 256-80. doi:10.1080/10584609.2019.1661888.
- Kıral, Bilgen. 2020. "Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi." *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (8(15)): 170-89.
- Kovic, Marko, Adrian Rauchfleisch, Marc Sele, ve Christian Caspar. 2018. "Digital astroturfing in politics: Definition, typology, and countermeasures". *Studies in Communication Sciences* 18(1). doi:10.24434/j.scoms.2018.01.005.
- Kreps, Sarah E., Miles McCain, ve Miles Brundage. 2020. "All the News That's Fit to Fabricate: AI-Generated Text as a Tool of Media Misinformation". *SSRN Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.3525002.
- Kumar, Akash, Arnav Bhavsar, ve Rajesh Verma. 2020. "Detecting Deepfakes with Metric Learning". *İçinde 2020 8th International Workshop on Biometrics and Forensics (IWBF), Porto, Portugal: IEEE, 1-6.* doi:10.1109/IWBF49977.2020.9107962.
- Kumar, Rajeev, Suhel Ahmad Khan, Nawaf Alharbe, ve Raees Ahmad Khan. 2024. "Code of Silence: Cyber Security Strategies for Combating Deepfake Disinformation". *Computer Fraud & Security* 2024(4): S1361-

- 3723(24)70013-X. doi:10.12968/S1361-3723(24)70013-X.
- Lungarella, Max, Fumiya Iida, Josh C. Bongard, ve Rolf Pfeifer. 2007. "AI in the 21st Century – With Historical Reflections". İçinde 50 Years of Artificial Intelligence, Lecture Notes in Computer Science, ed. Max Lungarella, Fumiya Iida, Josh Bongard, ve Rolf Pfeifer. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 1-8. doi:10.1007/978-3-540-77296-5\_1.
- Maathuis, Clara, Frederick Janssens, ve Ebrahim Rahimi. 2024. "Design of a Disinformation Awareness Digital Game". European Conference on Social Media 11(1): 127-36. doi:10.34190/ecsm.11.1.2053.
- Mansfeld, J. 1978. "Zeno of Citium". Mnemosyne 31(2): 134-78. doi:10.1163/156852578X00337.
- Martin, L. John. 1982. "Disinformation: An Instrumentality in the Propaganda Arsenal". Political Communication 2(1): 47-64. doi:10.1080/10584609.1982.962747.
- McLoughlin, Killian L., ve William J. Brady. 2024. "Human-Algorithm Interactions Help Explain the Spread of Misinformation". Current Opinion in Psychology 56: 101770. doi:10.1016/j.copsyc.2023.101770.
- Montasari, Reza. 2024. "The Dual Role of Artificial Intelligence in Online Disinformation: A Critical Analysis". İçinde Cyberspace, Cyberterrorism and the International Security in the Fourth Industrial Revolution, Advanced Sciences and Technologies for Security Applications, Cham: Springer International Publishing, 229-40. doi:10.1007/978-3-031-50454-9\_11.
- Mosleh, Mohsen, Rocky Cole, ve David Gertler Rand. 2024. "Misinformation and harmful language are interconnected, rather than distinct, challenges". doi:10.31234/osf.io/y5n4u.
- Mueller, Robert S. 2019. "Report on the Investigation Into Russian Interference in the 2016 Presidential Election". <https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc1933948/>.
- Na, David, Samuel Nathanson, Yungjun Yoo, Yinzhi Cao, ve Lanier Watkins. 2024. "Showcasing the Threat of Scalable Generative AI Disinformation through Social Media Simulation". İçinde IEEE INFOCOM 2024 - IEEE Conference on Computer Communications Workshops (INFOCOM WKSHPS), Vancouver, BC, Canada: IEEE, 1-2. doi:10.1109/INFOCOMWKSHPS61880.2024.10620878.
- Nefedova, Lilia, ve Maria Samkova\*. 2019. "Detection Of Disinformation In A Media Text (Structural And Pragma-Linguistic Approaches)". İçinde , 265-72. doi:10.15405/epsbs.2019.08.02.31.
- Nimmo, Ben. 2024. AI and Covert Influence Operations: Latest Trends. OpenAI: OpenAI. [https://downloads.ctfassets.net/kftzwdyauwt9/5IMxzTmUclSO-AcWUXbkVrK/3cfab518e6b10789ab8843bccca18b633/Threat\\_Intel\\_Report.pdf](https://downloads.ctfassets.net/kftzwdyauwt9/5IMxzTmUclSO-AcWUXbkVrK/3cfab518e6b10789ab8843bccca18b633/Threat_Intel_Report.pdf).
- Omoregie, Uyiosa. 2021. "The 'Harm Principle' and Information Disorder Online". Academia Letters. doi:10.20935/AL3425.

- OpenAI. 2024. "Disrupting deceptive uses of AI by covert influence operations". <https://openai.com/index/disrupting-deceptive-uses-of-ai/>.
- Pennekamp, Jan, Martin Henze, Oliver Hohlfeld, ve Andriy Panchenko. 2019. "Hi Doppelgänger : Towards Detecting Manipulation in News Comments". İçinde Companion Proceedings of The 2019 World Wide Web Conference, San Francisco USA: ACM, 197-205. doi:10.1145/3308560.3316496.
- Quelle, Dorian, Calvin Cheng, Alexandre Bovet, ve Scott A. Hale. 2023. "Lost in Translation -- Multilingual Misinformation and its Evolution". doi:10.48550/ARXIV.2310.18089.
- Renedo Farpón, Cristina, ve Francisco José García. 2023. "PRÓLOGO. Análisis de la desinformación: estrategias (en) de los desórdenes informativos". Miguel Hernández Communication Journal 14: 15-18. doi:10.21134/mhjournal.v14i.1791.
- Rossetti, Michael, ve Tauhid Zaman. 2023. "Bots, Disinformation, and the First Impeachment of U.S. President Donald Trump" ed. Alexandre Bovet. PLOS ONE 18(5): e0283971. doi:10.1371/journal.pone.0283971.
- Rubin, Victoria L. 2019. "Disinformation and Misinformation Triangle: A Conceptual Model for 'Fake News' Epidemic, Causal Factors and Interventions". Journal of Documentation 75(5): 1013-34. doi:10.1108/JD-12-2018-0209.
- Ruffin, Margie, Haeseung Seo, Aiping Xiong, ve Gang Wang. 2024. "Does It Matter Who Said It? Exploring the Impact of Deepfake-Enabled Profiles on User Perception towards Disinformation". Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media 18: 1328-41. doi:10.1609/icwsm.v18i1.31392.
- Shoab, Mohamed R., Zefan Wang, Milad Taleby Ahvanooy, ve Jun Zhao. 2023. "Deepfakes, Misinformation, and Disinformation in the Era of Frontier AI, Generative AI, and Large AI Models". doi:10.48550/ARXIV.2311.17394.
- Starbird, Kate, Renée DiResta, ve Matt DeButts. 2023. "Influence and Improvisation: Participatory Disinformation during the 2020 US Election". Social Media + Society 9(2): 20563051231177943. doi:10.1177/20563051231177943.
- Turğal, L., ve B.B. Küçükerdoğan. 2023. "Bir Dezenformasyon Aracı Olarak Yapay Zekâ: Bing Arama Motoru Örneğinde İklim Değişikliği Konulu Haber Fotoğraflarının İncelenmesi." İletişim Ve Diplomasi (11): 57-82. doi:<https://doi.org/10.54722/iletisimvediplomasi.1376404>.
- Ustinovich, Elena Stepanovna. 2024. "Generative artificial intelligence in the electoral processes of 2024 in the world: disinformation campaigns and online trolls". Social'naja politika i social'noe partnerstvo (Social Policy and Social Partnership) (3): 197-204. doi:10.33920/pol-01-2403-03.
- V. Baravkar, Prof. Pooja, Namita Survase, Sakshi Shrimandale, ve Gaurav Hande. 2023. "Survey On 'Deepvision's Human Eye Blink Pattern Analysis for Deepfake Detection'". INTERANTIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC RESEARCH IN ENGINEERING AND MANAGEMENT 07(10): 1-11. doi:10.55041/IJSREM26418.

- Vosoughi, Soroush, Deb Roy, ve Sinan Aral. 2018. "The Spread of True and False News Online". *Science* 359(6380): 1146-51. doi:10.1126/science.aap9559.
- Wardle, Claire, ve Hossein Derakhshan. 2017. *INFORMATION DISORDER: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Published by the Council of Europe. Council of Europe report. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>.
- Warin, Thierry. 2024. *Disinformation in the Digital Age: Impacts on Democracy and Strategies for Mitigation*. CIRANO. doi:10.54932/GQWB1497.
- Weber, Derek, ve Frank Neumann. 2021. "Amplifying Influence through Coordinated Behaviour in Social Networks". *Social Network Analysis and Mining* 11(1): 111. doi:10.1007/s13278-021-00815-2.
- Woolley, Samuel C. 2022. "Digital Propaganda: The Power of Influencers". *Journal of Democracy* 33(3): 115-29. doi:10.1353/jod.2022.0027.
- Wu, Liang, ve Huan Liu. 2017. "Detecting Crowdturfing in Social Media". *Çinde Encyclopedia of Social Network Analysis and Mining*, ed. Reda Alhadj ve Jon Rokne. New York, NY: Springer New York, 1-9. doi:10.1007/978-1-4614-7163-9\_110196-1.
- Yang, Angela. 2024. "Meta and OpenAI say they disrupted influence operations linked to Israeli company". <https://www.nbcnews.com/tech/security/meta-openai-say-disrupted-israeli-companys-influence-campaign-rcna154774>.
- Yıldız, A. 2022. "Bir araştırma metodolojisi olarak sistematik literatür taramasına genel bakış". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (22(Özel Sayı 2)): 367-86.
- Zannettou, Savvas, Tristan Caulfield, William Setzer, Michael Sirivianos, Gianluca Stringhini, ve Jeremy Blackburn. 2019. "Who Let The Trolls Out?: Towards Understanding State-Sponsored Trolls". *Çinde Proceedings of the 10th ACM Conference on Web Science*, Boston Massachusetts USA: ACM, 353-62. doi:10.1145/3292522.3326016.
- Zerback, Thomas, ve Florian Töpfl. 2022. "Forged Examples as Disinformation: The Biasing Effects of Political Astroturfing Comments on Public Opinion Perceptions and How to Prevent Them". *Political Psychology* 43(3): 399-418. doi:10.1111/pops.12767.

The image shows a close-up of a smartphone screen displaying the OpenAI logo. The logo consists of a white, stylized knot icon followed by the text "OpenAI" in a white, sans-serif font. The screen is illuminated with a green glow, and the phone is positioned diagonally against a dark background.

OpenAI

The image shows a close-up of a laptop lid with the OpenAI logo. The logo is a white, stylized knot icon followed by the text "OpenAI" in a white, sans-serif font. The lid is illuminated with a green glow, and the laptop is positioned diagonally against a dark background.

OpenAI

## Etik ve Dezenformasyon Yönüyle Bir Sağlık Haberinin Söylem Analizi

→ Rufen ORAL\* → Merve ERDOĞAN\*\*

### Öz

Bu çalışmada, yeni medyanın sağlık iletişimindeki yeri ve önemi düşünülerek sağlık haberlerinde etik ve dezenformasyon sorunsalı üzerinden bir sağlık haberinin söylem analizinin yapılması amaçlanmıştır. bireyin ve toplumun sağlık veya sağlıkla ilgili konularda bilgilendirilmesi, bilinçlendirilmesi ve farkındalık oluşturulmasında yeni medyanın etkisi ve katkısı olduğu bilinmektedir. Ancak zaman zaman sağlık haberlerinde, etik dışı söylemler de görülmektedir. Yeni medyada enformasyon akışı kontrol dışı ve hızlı olduğu için etik ilkelerin göz ardı edilmesi nedeniyle enformasyon-dezenformasyon karmaşası da ortaya çıkmaktadır. Bu durum, sağlık haberlerinde etik ve dezenformasyon sorunsalının önemini göstermektedir. Zira sağlık haberlerindeki dezenformasyon ve etik ihlalleri ciddi sorunlara ve sonuçlara yol açabilmektedir. Bu minvalden yola çıkarak 27 Haziran 2024 tarihinde birçok internet haber medyasında yer alan bir sağlık haberi araştırma konusu olarak seçilmiştir. Sağlık portalı olması ve sağlık profesyonelleri tarafından takip edilmesi nedeniyle Personel Sağlık Net sayfası örnekleminde çalışmaya dâhil edilen, "Skandal: Aile sağlığı merkezinde ölüleri muayene eden doktor!" başlığı ile olumsuz bir sağlık haberi olarak yankı uyandıran haber, nitel araştırma türlerinden van Dijk'ın eleştirel söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. Söz konusu haberde, etik yönden ihlallerin ve enformasyon kadar dezenformasyon içerikli söylemlerin yer aldığı, abartılı, yanıltıcı, yargılayıcı ve itibarsızlaştırmaya yönelik bir söylem dili kullanıldığı görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Yeni Medya, Sağlık Haberleri, Etik, Dezenformasyon, Söylem Analizi

\*Dr., Konya Sağlık Bilimleri Üniversitesi Beyhekin Eğitim ve Araştırma Hastanesi, Konya, Türkiye

E-mail: rufenoral@hotmail.com

ORCID: 0000-0001-7400-3747

\*\*Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, Çanakkale, Türkiye

E-mail: merveerdogan@comu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-2866-9633

Oral, R., & Erdoğan, M. (2025). Etik ve Dezenformasyon Yönüyle Bir Sağlık Haberinin Söylem Analizi. TRT Akademi, 10(23), 238-265. <https://doi.org/10.37679/trta.1561705>

# The Discourse Analysis of a Health News Article From the Aspect of Ethics and Disinformation

→ Rufen ORAL → Merve ERDOĞAN

## Abstract

This study aims to analyze the discourse of a health news article regarding the ethics and disinformation problem in health news, considering the position and significance of the new media in health communication. It has been acknowledged that new media influences and contributes to informing individuals and society about health and health-related issues and raising awareness. Nevertheless, unethical discourses are occasionally spotted in health news. Since the information flow in new media is rapid and uncontrolled, the ethical principles usually get disregarded, resulting in information and disinformation problems. This issue indicates the significance of discussions around ethics and disinformation, as the disinformation and ethical violations in health news may result in serious problems and outcomes. Based on this argument, a health news article dated 27 June 2024 and published on several online news websites and health websites was selected as the research subject. The article was titled "Skandal: Aile sağlığı merkezinde ölüleri muayene eden doktor!" (Scandal: The doctor examines the deceased at the family health center!) and caused a major reaction as it was unpleasant health news. The article was particularly selected because it was published on Personel Sağlık Net, a health portal followed by many health professionals, and types of qualitative research was analyzed via van Dijk's critical discourse analysis method. The article proved to contain ethical violations, discourses of disinformation as much as information, and to use hyperbolic, misleading, judging, and discrediting discourse.

**Keywords:** New Media, Health News, Ethics, Disinformation, Discourse Analysis

## 1. Giriş

Teknolojik gelişmelerin ve internet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte haber iletim sürecinde yeni bir ortam oluşmuştur. Sadece haber üreten kişiler değil aynı zamanda bu yeni oluşan ortamda ortaya çıkan sosyal medya uygulamalarını kullanan insanlar da bu sürece dâhil olmuştur. Bununla birlikte yeni medya ortamlarında yeni etik sorunlar ortaya çıkarak bu alanda tartışmalara yol açmıştır. Özellikle yeni medya kullanan toplumun, bilgilerin ve görüntülerin internette nasıl kullanılması gerektiği konusunda yeteri kadar bilgiye sahip olmadıkları görülmektedir. Dolayısıyla yeni medya ortamlarında yayılan haberleri kimin ne için ürettiği ve paylaştığı belli olmadığından yeni medyada yaşanan etik sorunlar gündeme gelmektedir (Erdoğan, 2013, s. 255). Basının ürettiği haberlerin yanı sıra toplumun genelinin ürettiği ya da paylaştığı haberler de etik açısından önem taşımaktadır. Yeni medya ortamları hem basın hem de tüm insanların kolaylıkla erişebileceği ve kullanabileceği platformlardır (Vardal, 2015, s. 96).

Sağlıkla ilgili konularda da hem geleneksel kitle iletişim araçları hem de yeni medya ortamları halkın bilgilendirilmesini sağlamak için sıklıkla kullanılmaktadır. Sağlık iletişimi çerçevesinde ele alınan konular çevrenin insan sağlığı üzerindeki etkilerine dayanmaktadır. Toplumsal sağlık farkındalığına dikkat çekmek ve toplumu ilgilendiren konularda çeşitli iletişim yöntemlerinin kullanılması, insanların bilinçlenmesi açısından önem taşımaktadır. Günümüzde değişen iletişim anlayışı sağlıkla ilgili haberlerin de medya ortamları üzerinden daha hızlı ve etkili yayılmasını sağlamaktadır (Dinler, 2020, ss. 120-121). Nitekim sağlık iletişiminin ana konusu bireyin ve toplumun sağlık konusunda bilinçlenmesi, sağlığın korunması ve geliştirilmesidir. Medyanın sağlık iletişiminde kullanılması ise basılı veya dijital medya platformlarından sağlıkla ilgili konuların hedef kitleye iletilmesi ile olmaktadır. Hangi medya türünün daha etkili olduğu konusunda da farklı durumsal yaklaşımlar bulunmaktadır (Hülür, 2016, ss. 159-160).

Özellikle hem basın hem de toplum, sağlık haberlerini magazinleştirerek sunmaktadır. Sağlık alanında gerçekleşen ticarileşmenin etkisiyle hem ilaç tavsiyesi hem de tedavi önerileri verilmektedir. Bunlar reklam ve ürün tanıtımı adı altında yapılmaktadır. Medya kuruluşları, sağlık haberciliği konusunda uzman olmayan muhabirlere kulaktan dolma bilgilerle haber yaptırmakta ve medya ortamlarına bu haberler sunulmaktadır. Bu paylaşımları gören insan-



lar, doktora gitmeye gerek duymaksızın haberlere inanarak verilen bilgilere göre hareket etmektedir. Bununla da kalmayıp sunulan sağlık haberlerindeki tedavi yöntemlerine inananlar hem ailelerine hem de çevrelerine bu şekilde sağlıkla ilgili dezenformasyon yaymaktadır. Böylece insanlar için biricik ve en kıymetli olan sağlıkları tehlike altına girmektedir. Dolayısıyla yeni medya ortamlarındaki sağlık haberlerinde etik kurallara dikkat edilmesi ve dezenformasyonun önlenmesi önem taşımaktadır (Taylan ve Ünal, 2017, s. 28).

Günümüzde, neredeyse her gün sağlık kurumları, sağlık çalışanları veya hastalarla ilgili sağlık haberleri medyada sunulmaktadır. Sosyal medya mecralarında ve yeni medya internet ortamlarında ise sağlık haberleri daha hızlı yayılmakta ve yayınlanmaktadır. Toplumun büyük bir kesimi sosyal medya ve internet sayfalarında yer alan haberlerin etkisine ve yönlendirmesine maruz kalabilmektedir. Bu nedenle sağlık haberlerinin haber değeri, hastalar ve sağlık çalışanları için önem taşımaktadır. Haber yazılmadan ve medya ortamlarına servis edilmeden önce konu dikkatli bir şekilde araştırılmalıdır. Doğruluğu kesin olmayan haberler yazılırken iki kez düşünülmelidir. Öte yandan haberin okuyucuda yol açabileceği etki göz önüne alınmalı ve habere konu olan kişileri itibarsızlaştırmaya yönelik yanlış ve eksik bilgiler verilmemelidir. Toplumun sağlık eğitiminde önemli bir rol oynayan ve güce sahip olan medya; toplumu bilgilendirme, farkındalık oluşturma, yönlendirme gibi işlevleri yerine getirirken objektiflik, tarafsızlık, zarar vermeme gibi etik ilkelere göre haber yapma sorumluluğunda olmalıdır. İnsanlar olumsuz haberlere olumlu haberlere göre daha çok ilgi duymaktadır. Bu durum bu tarz haberlerin okunma sayısını da etkilemektedir. Merak, endişe gibi duygu durumları, bireylerin olumsuz haberlere karşı daha çok ilgi duymasına yol açmaktadır. Olumsuz haberler sansasyonel ve dramatik olay ve konuları içerebilir ve hedef kitle okuyucunun dikkatini çekmek için de ilgi çekici başlıklar ve görsellerle desteklenebilir. Sağlıkla ilgili haberlerde de olumlu ve olumsuz uç noktadaki abartılı haberler, doğal olarak okuyucunun dikkatini daha çok çekmektedir. Sağlıkla ilgili olumsuz ve kötü haberler genellikle daha hızlı yayılmakta ve gündemde yer almaktadır. Medya ortamlarında bir sağlık konusunun ya da haberinin skandal olarak servis edilmesi de haberi sansasyonel yapmaktadır. Diğer taraftan sağlık haberlerinde gündem oluşturma, reyting, ticari kaygı, tıklanma ve benzeri gerekçelerle yapılan haberler tam araştırılıp incelenmeden yapıldığında enfomasyon kadar dezenformasyonun yayılmasına ve dolayısıyla bilgi kirliliği, yanlış bilgi, eksik bilgi ve kişisel haklara za-

rar verme ve etik ihlalleri gibi durumlara yol açmaktadır (Yüksel vd., 2015).

Yeni medya ortamlarında yayınlanan sağlık haberlerine bu çerçeveden bakıldığında internette sağlık haberciliği alanında yayın yapan ve sosyal medya platformlarında yer alan, Personel Sağlık Net sayfasında, 27 Haziran 2024 tarihinde "Skandal: Aile sağlığı merkezinde ölüleri muayene eden doktor!" başlığı ile yayınlanan sağlık haberi, olumsuz ve dikkat çekici bir haber olarak görülerek etik ve dezenformasyon yönünden incelenmek amacıyla çalışma konusu olarak seçilmiştir.

Çalışmada ilk olarak alan yazındaki etik, yeni medya ve sağlık iletişimi perspektifinden sağlık haberlerinde dezenformasyon konusuna değinilmiş daha sonra örnek sağlık haberinin etik çerçevesi, enformasyon kadar dezenformasyon boyutu ve yeni medyada bir sağlık haberlerinin nasıl sunulduğu, başka bir deyişle söylem yönü, van Dijk'in eleştirel söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir.

## 2. Etik ve Medya

Etik, Latince kökenli bir sözcüktür ve "ethicus" sözcüğünden gelmektedir. Öz Türkçede töre bilim anlamına gelen etik: Yararlı yararsız, iyi ve kötü, doğru yanlış kavramlarını incelemektedir. Ahlak ve etik sözcüğü eş anlamlıdır. Ahlak sözcüğü ise Arapça kökenlidir. Toplumların davranış kuralları, yasaları, tabuları ahlak kavramını kapsamaktadır. Etik ise insanların davranışlarını, ahlaki yargılarını incelemektedir. Aynı zamanda etik insanların davranışlarının arkasında gizlenen sebepleri ve tutumları da incelemektedir (Genç, 1998, s. 358).

Ahlak ve etik eş anlamlı gibi algılsa da bu iki kavramın anlamı arasında farklılık vardır. Etik ve ahlakın aynı anlama gelmediğine dair tartışmalar yapılarak bu iki kavram arasındaki fark açıklanmaya çalışılmıştır. Ahlak kavramı, toplumların genel olarak standartlarını belirlemektedir. Fakat etik kavramı daha küçük ve özel standartlar için kullanılmaktadır. Örneğin, toplumdaki birtakım gruplar, meslekler, kurumlar ve meslek örgütleri için kullanılabilir. Gazetecilik etiği, tıp etiği, spor etiği gibi kullanımları bulunmaktadır. Ahlak ise toplumların davranışlarını şekillendirmektedir. Toplumda ahlak çerçevesinde belirlenen normlar doğrultusunda meslek ve yapılanmaların etik davranışları belirlenmektedir (Çavuş, 2010, ss. 6-7).

Toplumsal ve bireysel dayanaklar ahlak ve etik kavramları ile iç içedir. Ahlak ve etik değerler toplumları etkilemektedir. Özellikle bu değerler insanların kültürlerine, yaşam tarzlarına, sosyal ve ekonomik özelliklerine, geçmişlerine ve inanışlarına şekil vermektedir. Toplum böylelikle belirledikleri etik ve ahlaki değerlere göre yaşamlarını sürdürmektedir. Bu kavramların evrensel ve nesnel olup olmadığı konusu ise tartışılmaktadır. Toplumlar hiçbir çıkar gözetmeksizin etik ve ahlak kurallarına uyar ve bu durum evrensellekle açıklanmaktadır. Nesnellik konusu ise bireylerin kendi çıkarlarını gözetmeden ahlak ve etik kuralları benimsemeleri ve ona göre yaşamaları durumu olarak açıklanmaktadır. Özetle bu kavramların hem herkes için geçerli olması hem de bireysellikten uzak olması gerekmektedir (Yılmaz, 2009, s. 133). Rekabet, iş birliği, yararçı, evrensel ve göreceli görüşler insanların etik ve ahlaki davranışları üzerinden değerlendirilmektedir. Birlikte yaşayabilmek, çalışabilmek, iş ortamında etik ve ahlaki olan davranışları ve hususları belirlemek için iletişim etiğinden yardım alınmaktadır. Toplumların kendileriyle ve çevrelerindeki insanlarla nasıl ilişki kurduğunu iletişim etiği araştırmaktadır. Özellikle haber ajanslarında, gazetelerde, radyolarda, televizyon kuruluşlarında, internet ortamında çalışanların yani iletişim alanıyla ilgili görev alan kişilerin meslek etiğini kapsayan kavram iletişim etiğidir. Herhangi bir anlaşmazlıkta, sorunların giderilmesinde iletişim etiğine başvurulmaktadır. Bu gibi durumlarda ortak anlaşma yolunun bireyin başarısını olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Aslında bu bireysel başarının arkasında toplumsal başarı, birlik ve beraberlik yatmaktadır (Gülsünler, 2010, s. 161).

Toplumu oluşturan bireylerin gündelik yaşamların bir parçası olan medyanın bir yayın politikası bulunmaktadır. Bu yayın politikası ve ideolojik yaklaşımına göre sahip oldukları bir ahlak anlayışı ve etik ilkeleri vardır. Medyanın ahlak anlayışı bazen toplumun ahlak anlayışıyla örtüşür bazen de çatışabilir. Bu çatışma, medya ile toplum arasındaki tartışmalara neden olarak gündeme gelebilmektedir. Hangi tarafın ahlak anlayışının doğru olduğu ya da hangi ahlak kurallarına uyulması gerektiği de tartışma konusu olabilmektedir (Cereci, 2003, s. 48).

Haberleşmenin etik temelinde, iletişim alanında uyulması gereken ve toplum tarafından benimsenen değerler bulunmaktadır. Başkasının özel alanına girmek, dedikodu yapmak, insanların arkasından yalan yanlış bir şekilde konuşmak, kapı dinlemek gibi eylemlere dönüşmüş durumların yaptırımları

toplum tarafından verilmektedir (Karababa, 2011, s. 3). İletişim etiği açısından önemli alanlar olan radyo ve televizyon yayıncılığında çok fazla etik sorun bulunmaktadır. Çalışanları mesai dışında uzun saatler çalıştırıp paralarının verilmemesi, sigorta ödenmemesi, maaşların zamanında yatırılmaması gibi etik sorunlarla karşılaşmaktadır. Bunların yanı sıra insanlara haber, yarışma programları, eğlence adı altında düzenlenen programların, halka istediğini veriyoruz diye sunulması, insanlara aşağılık duygusu hissettirilmesi, yabancı kültürlerin yüceltilmesi ve yayınlanan reklamlarla insanların ihtiyacı olmayan ürünlere karşı gerçekten ihtiyacı varmış gibi sunum yapılması etik sorunlar arasında yer almaktadır (Erdoğan, 2007, ss. 3-4).

Ahlak ve etik kavramı hayatımızın her alanında karşımıza çıkmaktadır. Son yıllarda görsel ve işitsel yayın organlarında da etik ve ahlak sözcüğü birlikte anılmaya başlanmıştır. Medyadaki yaşanan değişim ve gelişimler basın etiği adı altında incelenmiş ve bu durum da tartışmalara sebep olmuştur (Genç, 1998, s. 359). Basın, kamu hayatı ve yapılan işler hakkında bilgi vermektedir. Dolayısıyla basın insanların ulaşamadığı bilgilere ulaşmalarını, farklı ortam, kurum ve gruplarla etkileşim içerisine girmelerini sağlamaktadır (Vural, 1999, s. 30).

Kullanım alanının geniş olması hem basını hem de basın etiğini insanlar için önemli hâle getirmiştir. Çünkü basın etiği özgürlüğü korumak ve sürdürmek için gereken mesleksi bir uygulama olarak görülmektedir. Bu bağlamda basının kamuoyu oluşturma, bilgilendirme, eğitime, haber verme, dinleme, siyasal anlamda insanlarla iletişim kurma, eleştirme, eğlendirme, diğer ülkelerle iletişim sağlama gibi görevleri göz önüne alındığında basın etiğinin önemi ortaya çıkmaktadır. Basın çalışanlarının mesleklerini yaparken uyması gereken kurallar bulunmaktadır. Bu kuralların yasal olarak hükümlülükleri yoktur. Fakat belirlenen kuralların mesleki anlamda engelleyici unsurlarının olmaması da gerekmektedir (Özgen, 1998, s. 62). Medyanın uyması gereken birtakım etik kuralları vardır. Bu kurallar evrenseldir ve her ülke bu kurallara uymak zorundadır. Etik kodlara uyulup uyulmadığının kontrolünü sağlayan iki kurum vardır. Bu kurumlar ombudsmanlık ve mesleki örgütlerdir. Mesleki örgütler etik kodlarını kendileri belirlemekte ve kabul etmektedirler. Medya kuruluşları görevleri hakkında her türlü bilgiyi bilmek ve eğitimlerini tamamlamış olmak zorundadır. Mesleğini icra eden bir kişi, görevini amacına uygun bir şekilde yapmalı, iş ile ilgili herhangi bir durum-

da ne yapacağına mantık çerçevesi içerisinde karar verebilmelidir. Bu görevler yerine getirilmediği zaman etik ilkelere başvurulmaktadır (Gülsünler, 2010, s. 162). Medya etiği, meslek kuruluşlarınca belirlenmiş birtakım ilke ve kuralları kapsamaktadır. Dürüstlük ve ahlaki yaklaşım anlayışının ötesinde topluma karşı etik çerçevede medya yayınlarının düzenlenmesi ve sunulması aynı zamanda medyanın sosyal işlevleri arasındadır (Bertrand, 2004, s. 10).

Medya, topluma sunacağı haber ve bilgiyi hazırlarken her şeyden önce, zorunlu olarak anayasa ve yasalardaki kuralları dikkate almalı ve yasaların gereğini yerine getirmelidir. Aksi takdirde yasaların çiğnenmesi beraberinde birtakım sorunları da getirmektedir. Bu nedenle resmî kurumlar yasalara uymak adına önlemlerini alarak medya için denetim kurumları oluşturmaktadır. Medya çalışanları için yasalardan sonra dikkate alınan ve uyulan ikincil kurallar medya kurumunun genel yayın politikasıdır. Yayın politikası aynı zamanda medya örgütünün kimliğini, hayat görüşünü, amaçlarını yansıtan düzenlemelerdir (Cereci, 2003, s. 32).

Medya çalışanları, işlerini yaparken birtakım problemlerle ve ikilemlerle karşılaşmaktadır. Örneğin, “Bir gazeteci, gazetede suçluların ya da yargılanacak insanların isimlerini gazetede açık bir şekilde gösterebilir mi? Gazeteci bu suçluyu tanıyor ise veya suçlu gazetecinin yakını ise yine de gazetede ismi göstermeli midir?” gibi sorularla karşılaşabilmektedir. Bu gibi birçok konuda ikilemde kalan medya çalışanlarının basın ve medya etiği çerçevesinde kararlarını vermeleri beklenmektedir (Evers, 2010, s. 45).

Günümüzde gazetecilik artık sadece basılı organlarda değil aynı zamanda radyo, televizyon ve internet gibi çeşitli mecralar yoluyla da yapılmaktadır. Bu alanda hem ifade özgürlüğü bakımından insanların zarar görmesini engellemek hem de onların haklarını ihlal etmemek için bazı kurumlar çözümler üretmiştir. Bu kurumlar çözüm üretmenin yanı sıra çeşitli hukuksal düzenlemeler ve etik kurallar çerçevesinde yaptırımlarda hazırlamıştır. Türkiye’de etik açısından çözüm ve yaptırımlar: “I. Basın Konseyi, II. Türkiye Gazeteciler Sendikası, III. Çağdaş Gazeteciler Derneği, IV. Ekonomi Muhabirleri Derneği, V. Foto Muhabirleri Derneği, VI. Güneydoğu Gazeteciler Cemiyeti, VII. Gazeteciler Meclisi Girişimi, VIII. Uğur Mumcu Araştırma Gazetecilik Vakfı, IX. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti” gibi kuruluşlar tarafından oluşturulmaktadır (Etkeser, 2015, s. 40). Ayrıca Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi Gazetecilik Etik İlkeleri, gazetecilerin özdenetim mekanizmalarını ve

etik ilkelerini belirlemektedir. Özdenetim mekanizmaları ise medya kullanıcı dernekleri, hakimler, yayıncılar, gazeteciler tarafından oluşturulmaktadır (Bağce, 2020, s. 22).

Yirminci yüzyılda geleneksel medyanın değişim ve dönüşüm geçirmesi ile insanlar dijital, sosyal medyaya ve mobil araçlara doğru eğilim göstermiştir. Özellikle sosyal medya platformlarında bilgi akışının sağlanması gerçek dışı haberlerin de çok hızlı bir şekilde yayılmasına yol açmıştır. Bilgiler bu mecralar vasıtasıyla kolaylıkla gönderilmekte, dosya, fotoğraf, belge alışverişi vb. hızlı bir şekilde yapılabilmektedir. Dolayısıyla bilgiye bu kadar hızlı ve kolay ulaşılması hem izleyicileri hem de kullanıcıları gerçek dışı haberlere maruz bırakmaktadır. Nitekim haber medyaları politikacılar, aynı siyasi görüşe sahip olan kişiler, haber kanalları, gazeteler ve dijital platformları yönetenler tarafından kolaylıkla yayılabilmektedir. Özellikle çoğunluğu kendi ideolojilerini yayma odaklı yapılan bu haberler hem propaganda hem de reklamlardan oluşmaktadır. Hatta haber değeri olmayan bazı yanlış bilgiler sanki çok önemli bir bilgiymiş gibi insanlara sunulmaktadır. Kullanıcıların bir kısmı ise bu haberlerin gerçek olup olmadığını ayırt edememektedir (Ünal ve Taylan, 2017, s. 84).

Son dönemlerde artan çeşitli sosyal medya platformlarını insanlar sıklıkla kullanmaktadır. Özellikle Twitter (X), Facebook, Instagram kullanımı artmakta ve insanların çoğu bu platformlarda kendi kişisel profillerini oluşturmaktadır. Katılımın yoğun olduğu bu platformlarda insanların yönlendirilmesi gibi durumlar ortaya çıkmaktadır. Sosyal medyada bulunan sahte hesaplar, yalan yanlış haberlerin yayılmasına yol açmakta, insanların yanlış yönlendirilmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla doğru olup olmadığı belli olmayan haberleri üreten çok fazla hesap bulunduğundan dolayı insanların çoğu, sosyal medyada türeyen bu haberlere inanmaktadır (Aydın, 2020, s. 77).

Sağlık sitelerinde ve özellikle Instagram'daki sağlık sayfalarında özellikle hekimlerin veya diğer sağlık mensuplarının bu platformlardan reklam, tanıtım ve bilgilendirme yaparak kendilerine hasta veya danışan yönlendirmesi yaptıkları görülmektedir. Instagram'dan hekim takip eden ve bulan bir hasta, bu platform aracılığıyla aldığı bilgiye göre ilgili hekime başvurduğunda fayda görebildiği kadar zarar da görebilmektedir. Sahte hekimler, sahte hesaplar insanları aldatabilmekte ve bu tür konular zaman zaman bir sağlık haberi

olarak medyaya yansımaktadır. Bu açıdan hangi medya aracı olursa olsun insanlara doğru ve yeterli bilgi verilmeli ve aldatmacadan kaçınılmalıdır. Özellikle sağlık ile ilgili haberler insanlar için çok önemlidir. Medyada sağlık ile ilgili paylaşılan bilgilerin doğru ve güvenilir olup olmadığı ise bazen belirsiz olmaktadır. Dolayısıyla dezenformasyon sonucu insanlar sağlıkla ilgili yanlış bilgiler nedeniyle zarar görebilmektedir. İnsan sağlığı için önemli olan sağlık haberlerinde, yeni medya, basın ve etik kavramları önemlidir. Sağlık haberciliği etik ilkeleri “doğruluk ve objektiflik, özel hayat, mahremiyet, hakaniyet ve zarar vermeme” olarak açıklanmaktadır. Bir doktorun sorumluluk alanı hastaları ve meslektaşları iken basının sorumluluk alanları ise okuyucular, izleyiciler, toplum ve meslektaşlarıdır. Bu kavramların her biri ise birbirlerine karşı sorumluluk içerdiğinden önem arz etmektedir (Kaya, 2019, ss. 478-481).

### 3. Sağlık Haberleri ve Dezenformasyon

Sosyal medya platformları yoluyla geniş kitlelere ulaştırılan sahte haberler, toplumu huzursuz etmekte ve büyük kargaşalara sebep olmaktadır. Bu yanıltıcı haberler medya aracılığıyla yayılarak insanların fikirlerini, davranışlarını ve inanışlarını etkilemektedir. Gerçeği yansıtmayan haberler yayıldıktan sonra bu haberlerin gerçek olmadığı ortaya çıksa bile insanlar yanlış haberlerin etkisinden kurtulamamaktadır. Dolayısıyla bu durum toplumu derinden etkileyerek bazı olumsuzluklara yol açmaktadır. Bu nedenle kamuoyunun sağlıklı bir şekilde düşünebilmesi, yönlendirilebilmesi için gerçek ve doğru bilgilere, güvenilir kaynaklara ihtiyaç duyulmaktadır. Medyanın rolü ve katkısı bu noktada önem taşımaktadır (Çömlekçi, 2019, ss. 1550-1551).

Kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte kullanımı artan medyanın yanlış yönlendirme ve bilgileri kendi çıkarlarına göre aktarması doğru bilgiye ulaşmayı daha da zor bir hâle getirmektedir. Haber üretim sürecinde, medya içerikleri medya kuruluşlarının haber anlayışına göre değiştirilmekte ve haberler farklı şekillerde üretilip aktarılmaktadır. Özellikle son dönemlerde yeni medya teknolojilerinin gelişmesi ile çeşitli sosyal medya platformlarının ortaya çıkmasıyla birlikte insanlar haberlerin artık neye göre, kim için, nasıl üretilip aktarıldığını sorgulamadan haberlere inanır hâle gelmiştir. Sosyal medya platformlarında haberler çok hızlı bir şekilde yayıldığı için kullanıcı çok fazla olan bu platformlardaki haberlere insanlar hemen inanmaktadır (Çakmak, 2019, s. 1130).

Son yıllarda insanlar o kadar çok yeni medyanın etkisinde kalmıştır ki toplumsal kuralları bile yeni medya şekillendirmeye başlamıştır. Sürekli yeni fikirler sunan yeni medya, aktarmak istediği fikirleri mantığa dayalı bir şekilde insanlara sunmaktadır. Karşıt görüşe sahip insanlara da farklı fikirleri çeşitli yollarla düşündürmeye çalışmaktadır. Bazı kurum ve kuruluşlar ise kendi inançlarını ve ideolojilerini hem bireylere hem de gruplara yaymaya çalışmaktadır (Shoemaker ve Reese, 2014, ss. 101-102). Yayılması istenen ideolojilerin tersine görüş belirten haberle karşılaşılırsa o haberin doğru olmadığı ve yanlış haber olduğu topluma tekrar sunulmaktadır. Sonrasında sunulan haberlerin doğru haber mi yoksa yalan haber mi olup olmadığına ise insanlar yönlendirildiklerinin farkında bile olmadan karar vermektedir. Aslında yaşanan ve haberlere konu olan olayların araçsallaştırıldığı söylenebilir. Yani medya fikirlerine, görüşlerine karşı olan iktidarı eleştirmek için de bu haberleri kendi görüşlerini kullanarak topluma sunmaktadırlar. İstedikleri haberleri yayan istemedikleri haberleri ise medya ortamlarına bile sızdırmayan bir habercilik anlayışının olduğu görülmektedir (Çakmak, 2019, s. 1134).

Tüm bu süreçler haberlerin gerçeği yansıtıp yansıtmadığını düşündürürken yeni medya platformlarının denetleme ve doğrulama mekanizması olmadığı ve geniş kitlelere anlık olarak haberler yayıldığı için tehlikeli olduğu görülmektedir (Kazaz ve Akyüz, 2019). Bu noktada dezenformasyon sorunsalının ortaya çıktığı görülmektedir. Dezenformasyon, “alıcıyı kandırmak amacıyla paylaşılan yanlış, hatalı ve yanıltıcı bilgi” olarak tanımlanmaktadır (Ireton ve Posetti, 2018, s. 7). Bu platformlardan yayılan dezenformasyonlar kadar sağlık haberciliğinde de oldukça fazla şekilde yalan haberlere, yanlış bilgilere ve içeriklere rastlanılmaktadır. Durum böyle olunca yapılan araştırmalara göre toplumun büyük bir bölümü bu haberlere inanmaktadır. İnsanlar yeni medyada gördüğü doktora gitmeyi istemekte ya da yeni medyada karşısına çıkan hastaneleri tercih etmektedirler. Ayrıca bazı insanlar, sosyal medyada gördükleri doktorların ya da doktor olmayıp da doktor gibi davrananların verdikleri sağlıkla ilgili bilgileri dikkate alarak bir hekim ya da hastaneye gitme gereği duymamaktadır. Duydukları kulaktan dolma bilgileri uygulamaları için çevrelerine de duyurmaktadırlar. Dolayısıyla bu durum sağlıkla ilgili dezenformasyon ve sahte haberlerin ne kadar tehlikeli bir hâl aldığını gözler önüne sermektedir (Maden, 2020, s. 208).



Nitekim ekonomi haberleri ya da karşılaşılan günlük haberler yanlış enformasyon içerseler bile insanlar sadece maddi ve manevi olarak kayıp yaşayabilmektedir. Fakat sağlık haberlerindeki dezenformasyon, insanlarda geri dönüşü olmayan sıkıntılara yol açabilmektedir. Bir başka ifadeyle, sağlık haberlerindeki yanlış bilgiler insanların sağlıklarına zarar vereceğinden sağlık haberlerindeki dezenformasyonlar önlenmeli ve bu durumu azaltmak için çeşitli çalışmalar yapılmalıdır (Yüksel vd., 2024, s. 32).

Bu çerçevede basına önemli sorumluluklar yüklenmektedir. Çünkü yapılan haberler insanlar üzerinde gerçeklik algısı yaratmaktadır. Bu nedenle insanlar hem geleneksel hem de yeni medyada gördükleri haberlere inanma eğilimi göstermektedir. Dolayısıyla doğru ve güvenilir habercilik anlayışı, toplumun güvenini ve sağlığını korumak sağlık haberciliğinin en önemli işlevleri arasında bulunmaktadır. Söz konusu haberlere toplumun inanacağı düşünülmeli, toplum yanlış yönlendirilmemeli ve toplumun sağlığı tehlikeye atılmamalıdır (Southal, 2004, s. 19). Yazılı ve elektronik basın için kendi kendine denetim, kamuoyuna karşı sorumsuz davranmama anlayışının bir göstergesi olarak ortaya atılmıştır. Başka bir deyişle yazılı ve elektronik basın önce kendine bakıp eksikliklerini ve yanlışlarını görecektir, bunları mümkün olduğu kadar düzelterek benimsediği sorumluluk anlayışı içerisinde kamuoyuna sunulmalıdır (Bülbül, 2001, s. 94).

Teknolojinin gelişmesi ile ortaya çıkan dezenformasyonun toplumsal etkilerine karşı kamu ve özel sektörün işbirlikçi yaklaşımla hareket etmesi gerekli ve önemlidir. Dezenformasyon içeriklerinde siyasal, toplumsal ve etik amaçlar olabilir. Bu doğrultuda mücadelenin belirlenmesi, açık kaynak istihbaratı ile medyada akışa konulan dezenformasyonlar engellenebilir. Özellikle internet güvenliğine yönelik sosyal medya mecralarında anti-dezenformasyon araçlarının geliştirilmesi için ekonomik destek sağlanmalıdır. Dezenformasyona karşı medya okuryazarlığı da desteklenmesi gereken önemli bir konudur (Köçeri, 2023, ss. 261-262).

#### 4. Araştırmanın Metodolojisi

Bu çalışmada, 27 Haziran 2024 tarihinde farklı medya mecralarında yer alan bir sağlık haberinin etik ve dezenformasyon sorunsalı yönüyle incelenmesi amaçlanmıştır. Söz konusu haber, birçok medya ve internet haber sayfasında benzer ya da farklı başlıklarla yayınlanmıştır. Ancak genel olarak haber

içeriğinin, yazım dili ve anlatım yönüyle aynı doğrultuda olduğu görülmüştür. Sağlık profesyonelleri tarafından takip edilen bir sağlık portalında bazı haberlerde yargılayıcı ve itibarsızlaştırmaya yönelik bir söylem dili kullanıldığının gözlemlenmesi bu haberlerin etik ve dezenformasyon yönleri ile incelenmesi kanaatini oluşturmuştur. Öyle ki sağlık portalında sağlık çalışanlarına yönelik karalayıcı bir dil kullanımı negatif ayrımcılık ve bir paradoks olarak görünmekte, etik kaygısını sorgulayan bir araştırma için ilgi çekici bir sorun teşkil etmektedir. Buradan hareketle, evreni oluşturan internet haber sayfaları arasından amaçlı örneklem yoluyla internet sağlık haber portalı olan Personel Sağlık Net web sitesi seçilmiştir. Söylem analizinde sözcükler önemli olduğundan dolayı bu sitedeki haber başlığında skandal sözcüğü kullanılması ve yine haberin alt başlıklarıyla birlikte içeriğinin diğer sitelerdeki haberlere göre analiz açısından daha ayrıntılı olması amaçlı örneklem seçiminde etkili olmuştur. Zira söylem analizinde örneklem büyüklüğü başka bir deyişle örneklem çokluğu analizin başarısında ölçüt değildir. Burada önemli olan nokta, az sayıdaki örneklemde elde edilen geniş kapsamlı dilsel ürünlerin spesifik olarak incelenmesidir. Söylem analizinde örneklemin büyüklüğü analizi zorlaştıracak gibi sonuç açısından katkı da sağlamayacaktır (Elliot, 1996, s. 65; Sözen, 1999, s. 95). Bu görüşlerden de örneklemin dar çerçevede derin ve zengin içeriğinin söylem analizi için daha uygun olduğu anlaşılmaktadır. Zira bu araştırmanın nihai amacı da sonuçları itibarıyla bir genelleme yapmak değildir.

Bu kapsamda personel sağlık haber sitesinde araştırma konusu haberin ilk yayımlandığı ve yankı uyandırdığı 27 Haziran 2024 tarihindeki “Skandal: Aile sağlığı merkezinde ölüleri muayene eden doktor!” başlıklı sağlık haberi, nitel araştırma türlerinden van Dijk’in eleştirel söylem analizine göre incelenmiştir. Söylem analizi çerçevesinde incelemeye uygun olduğu öngörülen sağlık haberi, eleştirel söylem analizinin makro ve mikro yapıları çerçevesinde analiz edilmiştir.

Dil bilimciler söylem kavramını farklı türlerde tanımlamıştır. En yaygın olarak kullanılan şekliyle söylem, “birbirine bağlanmış olan ve birden çok cümleyi içerisinde barındıran dil parçası”dır. Konuşma ya da konuşma biçimini ifade etmek için kullanılan söylem aslında bir metne ya da kastedilen kuruma anlam yükleyen sistematik olarak düzenlenmiş ifadelerdir (Fowler, 1991, s. 42). TDK’ye göre ise söylem “bir düşünceyi ortaya koymaktaki yaklaşım

tarzı. Kalıplaşmış, klişeleşmiş söz, ifade. Bir veya birçok cümleden oluşan, başı ve sonu olan bildiri” anlamlarına gelmektedir (sozluk.gov.tr). Bir haberde söylemin nasıl üretildiği ve karşı tarafa ya da topluma nasıl aktarıldığı önemli bir unsurdur. Söylem, enformasyonun belirlenip seçilmesi, işlenmesi ve iletim şekillerinin ayarlanması ile oluşturulmaktadır (Utma, 2018, s. 2904).

Söylem çözümlemesi ya da söylem analizi ise sosyal ve beşerî bilimlerde yapılan çalışmalarda kullanılan bir yöntemdir. İncelenen metin veya haberin yapısı, kendi sosyopolitik ve kültürel çerçevesinde sistematik olarak ve söylem analizinde bir eylem olarak görülen dil, iletişim biçimi ve sosyal pratik şeklinde ele alınmaktadır. Bilgi, kimlik ve sosyal ilişkilerde dilin kullanımı, sosyokültürel bağlamı incelenerek değişim ve dönüşümler açığa çıkarılmaktadır (Yıldırım, 2015, s. 201; Sözen, 2014, s. 79).

van Dijk, haber ve metin içeriklerinin bu yöntemle analiz edilmesi ile ortaya çıkan bulgular sayesinde küresel çapta sosyokültürel, ekonomik ve siyasi açıdan eşitsizliklerin belirlenebileceğini ve yol gösterici olacağını, bu bağlamda söylem analizinin önemli olduğunu vurgulamaktadır (İnceoğlu, 2013, s. 82).

Söylem analizinde haberin, içinde üretildiği bağlam ele alınmaktadır. Zira metin ile bağlam arasında güçlü bir ilişki mevcuttur. Metinde ortaya çıkan güç ilişkisi, eşitsizlik ve egemen söylemin incelenmesi ile değerlendirilmektedir. Çünkü haber gerçeklikten doğsa da gerçeklik yeniden kurgulanarak sunulmaktadır. Bu kapsamda haber ya da metin gerçekliğin ideolojik yönden tekrar üretildiği kurgulanmış bir yapı olarak ortaya çıkmaktadır. Bununla ilintili olarak da haber yazarının ve de söz konusu medyanın olaya bakış açısı, algısı ve sunum şekli metni etkilemektedir. Bu nedenle metin incelenirken hem anlam yapısı yönüyle hem de kendi içindeki bağlamsal yönüyle dil ve anlam analizine tabi tutulmaktadır (Akçay, 2015, ss. 9-10).

Van Dijk’in söylem analizinde, bu yöntemin belirlenmiş kriterlerine göre haber analizi ve çözümleme yapılmaktadır. Söylem analizinde hem haber yapısı hem de haberin ideolojik sunumu analize tabi tutulmaktadır. Model, tabloda görüldüğü üzere, makro yapı ve mikro yapı şeklinde iki bölümden oluşmaktadır. Makro kısmı, tematik yapı ve şematik yapı olarak ikiye ayrılmaktadır. Tematik yapı çerçevesinde başlık, haber girişi ve fotoğraflar incelenirken şematik yapıda da ana olayın sunuş şekli, ardalan ve bağlam yönü ile kaynaklarla ilgili bilgiler incelenmektedir (Öztunç, 2021, s. 236).

A) Makro Yapı			
1. Tematik Yapı		2. Şematik Yapı	
a) Başlıklar		a) Durum (Ana Olayın Sunuluş Şekli, Sonuçları, Ardalan ve Bağlam Bilgileri)	
b) Haber Girişleri		b) Yorum (Haber Kaynakları ve Olay Taraflarının Yaptığı Yorumlar)	
c) Fotoğraflar			
B) Mikro Yapı			
1. Sentaktik Çözümleme	2. Bölgesel Uyum	3. Sözcük Seçimleri	4. Haber Retoriği
a) Cümle Yapılarının Aktif ve Pasif Olması	a) Nedensel İlişki		a) Fotoğraf
b) Cümle Yapılarının Basit ve Karmaşık Olması	b) İşlevsel İlişki		b) İnandırıcı Bilgiler
	c) Referansal İlişki		c) Görgü Tanıklarının İfadeleri

Tablo 1. Eleştirel Söylem Analizi

Söylem analizinin bir diğer düzeyi de mikro analizdir. Mikro analiz çerçevesinde haber; kelime, cümle ve retorik bağlamında ele alınmaktadır. Kelime çözümlerinde seçilen kelimeler editörün ya da haber mecrasının ideolojisini yansıtır. Cümle yapılarına yönelik sentaktik çözümlemede ise cümlelerin, uzun-kısa, etken-edilgen çatı, kurallı-kuralsız ve basit-karmaşık gibi yönleri incelenir. Retorik çözümlemede ise haberde kullanılan kelimeler, metaforlar, abartmalar, mecazlar noktalama işaretleri, fotoğraflar, grafikler, rakamlar ve yazım puntolarına dikkat edilir (Hülür, 2016, s. 172).

## 5. “Skandal: Aile Sağlığı Merkezinde Ölüleri Muayene Eden Doktor!” Başlıklı Sağlık Haberinin Söylem Analizi

Araştırma konusu sağlık haberi, söylem analizinin makro yapı çerçevesinde tematik ve şematik yönleri ile mikro yapı çerçevesinde de sentaktik çözümleme bölgesel uyum, sözcük ve haber retoriği temel kavramları ile birlikte açıklanarak analiz edilmiştir.

### 5.1. Makro Düzey Tematik Yapı

#### 5.1.1. Başlık

Haberin ana başlığında “Skandal: Aile Sağlığı Merkezinde Ölüleri Muayene Eden Doktor” cümlesi kullanılarak, hiç olmayacak bir durum ya da olağan dışı bir olaya dikkat çekilmek istendiği, bir hekimin ölüleri muayene ettiği vurgulanarak ve abartı yapılarak habere sansasyonel bir yön verildiği görülmektedir. Başlıkta iki nokta kullanılarak devamında merak edilen bir açıklama olduğu algısı ve başlık sonunda doktor sözcüğüne ünlem işareti konulması ile de haberde hayret ve şaşkınlık uyandıran bir durum olduğuna dikkat çekilmiştir.

Başlıktaki skandal sözcüğü merak uyandırmak, habere dikkat çekmek ve olumsuz bir durum ya da olayı göstermek için özellikle seçilmiştir. Zira skandal sözcüğünün TDK’deki anlamına bakıldığında da “daha çok yankı uyandıran, utanç verici, rencide edici, incitici, kabul ve hoş görülmeleyen bir durum ya da olay için kullanıldığı” görülmektedir (sozluk.gov.tr). Skandal sözcüğü toplum içerisinde, genel manada norm ihlallerini anlatmak için kullanılmaktadır. Kapitalist modern toplumlarda basın bu normları koruma görev ve sorumluluğunu üzerine almıştır. Birçok alanda bu kavram kullanılmaktadır. Siyaset, ekonomi, spor ve sağlık alanları skandal haberlere konu olabilmektedir (Gür Omay, 2023, s. 1001).

Haberde skandal sözcüğünden sonra iki nokta konularak “Aile Sağlığı Merkezinde Ölüleri Muayene Eden Doktor!” şeklinde yapılan açıklamada ise hem yer işareti olarak olay adresine işaret edilmiş hem de bu işlemi yapan kişinin mesleği özelinde bir aile hekimi yani bir doktor olduğuna dikkat çekilmiştir.

Haberde inandırıcılığı sağlayan önemli etkenlerden birisi öznenin ve kurum ya da kuruluş adının tam ve açık olarak verilmesidir. Olayın gerçekleştiği

adresin, Aile Sağlığı Merkezi şeklinde başlıkta kullanılması ile haberde inandırıcılık etkisi sağlanmaya çalışılmıştır.

Medya türlerinin ticarileşme ve magazinleşme yönelimi skandal haberlere de zemin hazırlamaktadır. Skandal başlığı altında hazırlanan haberlerde, olumsuzluk, çatışma ya da dramatik konular yer almaktadır. Magazinleşmeyle birlikte skandal söylemi medyada güçlenerek kullanılmaya devam etmektedir (Gür Omay, 2023, s. 1007). Özellikle son dönemlerde skandal türde yapılan sağlık haberlerinin medyada ve gündemde uzun süre kaldığı, bu nedenle toplumda sağlık kurumlarına, sağlık çalışanlarına karşı bir algı oluştuğu da söylenebilir. Ayrıca haber başlığı van Dijk'e göre haberin okunmasını ya da okunmamasını sağlayan bir unsurdur. Bu haberdeki başlık spesifik bir sözcük seçimi ile okunma açısından etkili bir sunuş cümlesi olarak görülmektedir.

### 5.1.2. Haberin Giriş Metni ve Alt Başlıklar/Paragraflar

Haberin giriş paragrafında, Dr. M.Ö.'nün daha önce üç ilde İl Sağlık Müdürü olarak görev yaptığı belirtilerek doktorun adının açıkça yazılması, sayısal vurgu, çalıştığı yerin açık adı olan İsmil Aile Sağlığı Merkezinin altı çizilmiştir. Böylece önceki çalıştığı yerlerle ilgili makam-mevki durumuna vurgu yapılarak, habere konu olan bu olay arasında bir tezatlık olduğu özellikle belirtilerek arka planda utanç verici, küçük düşürme ve itibarsızlaştırmaya yönelik bir sunum şekli oluşturulduğu görülmektedir.

Haberin giriş metninde yine, çok fazla hasta kaydı yapıldığı ve aynı soy isimli kişilerin fazla sayıda kaydedildiği, sayısal verilerle anlatılarak ikna ve inandırıcılık sağlanmıştır. İsim ve soy isimleri açıkça yazılan iki hastadan birine öldükten sonra 15 kez diğerine de dokuz kez muayene işlemi yapıldığı ancak 15 işlemde 14'ünde tanı ve reçete olmadığı, bir kayda ait ise tanı olup reçetesi olmadığı, yine dokuz kez muayene işlemi yapılan kişinin işlemlerinden, sekizinde tanı ve reçete olmadığı, bir işlemde ise tanı olup reçetesi olmadığı şeklinde haberin ayrıntılarına dair bilgilere yer verilmiştir. Burada rakamların sık kullanılması ile okuyucuda olumsuz bir algı oluşmasına yol açılmıştır. Oysa haber dikkatli okunduğunda, sayıların çoğunluğunun karşılığında işlem yapılmadığı anlaşılmaktadır.

Her iki hastanın 2024 yılı Mayıs ve Haziran aylarında vefat ettiği bilgisi, yapılan işlemlerde tanı ve reçete olmaması ile vefat edilen aylarda söz konusu

muayene kaydı açılması şeklinde işlem yapılması ve kayıtların bilgisayarlardan silinmesi ifadeleriyle aslında olayın çok abartıldığı görülmektedir. Zira haberin tarihi 27 Haziran 2024 göz önüne alındığında, arka planda çok geçmişe yönelik ya da uzun süreli bir işlem yapılmadığı ve olayın çok yakın tarihli olduğu, sistemsal boyutunun da göz ardı edildiği ortaya çıkmaktadır. Öte yandan haberdeki bu abartılı ve sansasyonel yaklaşım, haberin bütününde birçok yönüyle dezenformasyon ve etik sorunsalı olduğunu göstermektedir.

Haberin alt başlıkları incelendiğinde “Vatandaşlar aranarak tembih edildi” alt başlıklı paragrafta: Dr. M.Ö. hakkında yapılan soruşturmanın içeriğinden bahsedilerek bir ebenin ve tanık olarak dinlenen 10 kişinin benzer beyanlarda bulunduğu, hekimin muayene ortalaması düşük olduğu için izlem girdiğini ve görevli hemşiresinden de izlem girmesini istediği, izlem girilen ve gelemeyecek hastalara, İlçe Sağlık Müdürlüğünden arandıkları takdirde Aile Sağlığı Merkezine gittik şeklinde söylemde bulunmalarının iletildiği belirtilmiştir. Haberde, doktor ve 10 kişi sözcüklerinin altı çizilerek ikna için iddialara yönelik tanık ve rakamla vurgu yapılmıştır.

“İdare, müfettişleri yönlendirip bana suçlu muamelesi yapıyor” alt başlıklı haberde; ortada devam eden bir soruşturma süreci olduğu ve söz konusu soruşturmanın henüz her yönüyle tam olarak sonuçlanmadığı çıkarımı yapılabilir. Haberin bu kısmında habere konu olumsuz olayın sorumlusuna yani hekime söz hakkı verilmiş gibi haber aktarılsa da metnin bu kısmı ile ana başlık arasında tematik yönden anlamsal bir bütünlük olmadığı söylenebilir.

“Sistem ölü insanları yaşıyor gibi önüme getiriyordu” şeklinde devam eden alt haber başlığında ise hekimin ifadesi doğrultusunda yine sistemin sürekli hata verdiği, ölü insanlara muayene girişini kendisinin tespit ettiğini ve bilgisayarını hemşiresinin kullandığını, ölü insanların kimlik numarası girildiğinde her türlü muayene ve izlem yapılmasına sistemin izin verdiği ve şubat ayı verilerini hemşirenin girdiği ile ilgili bilgiler sunulmaktadır. Bu paragrafta yer alan bilgilere göre habere söz konusu olayla ilgili, hekimle birlikte hemşirenin de isminin geçtiği görülmektedir. Bu durumda yazılanlara göre tek suçlunun hekim olmadığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle haber metni ile başlık arasında anlamsal bütünlük olmadığı, çünkü haberdeki başlıkta sadece hekimin adının belirtildiği bu nedenle haber başlığının, metni tam olarak temsil etmediği görülmektedir.

“Karşılaştığım mobbingden kurtulmak için verileri girdim” paragrafında, hemşire ve doktorun adı açık olarak, soyadlarının da baş harfi yazılarak doktorun hemşireye mobbing uyguladığı, bu nedenle onun da verileri sisteme girdiği bilgisi paylaşılmıştır. Bir önceki paragrafta hekim tarafından hemşiresi hakkında suçlamalara yer verilirken bu paragraftaki metinde ise hemşire tarafından söz konusu işlemlerin hekimin baskısı nedeniyle yapıldığına dair açıklayıcı bilgi verilmiştir. Karşılıklı suçlamalar olduğu ve konu ile ilgili bir soruşturma sürecinin devam ettiği anlaşıldığından, metinde isimlerin açıkça yazılması ile kişisel verilerin korunmasına ve kişilerin zarar görmemesine dikkat edilmediği söylenebilir. Yine burada da haber metni ile başlık arasında anlamsal yönden bütünlük olmadığı, haberdeki başlığın metin içeriğini tam olarak yansıtmadığı söylenebilir.

“Destek ödemesinden faydalanmayı amaç edinmiş” haberin bu paragrafında, müfettiş tarafından yapılan idari soruşturma sonucuyla ilgili bilgilere yer verilmiştir. Hekim ve iki hemşirenin ismi yine açıkça yazılarak hekimin maddi kazanç sağlamak için hemşirelere baskı yaptığı, vatandaşların izlem için arandığı, davet edildiği ve gelemeyenlere üst kurumlardan sorulduğu takdirde “Gittik.” diye beyanda bulunmalarının söylendiği, yine bu aramalar esnasında vefat edenlere tesadüf edildiği ve vefat tarihinden sonra yapılan izlem işlemlerinin silinmesi yoluna gidildiği gibi soruşturma içeriğine ait ayrıntılı bilgilerin verildiği ve aktarıldığı görülmektedir. Soruşturmada gizlilik esasına riayet edilmediği gibi soruşturma içeriğinin ayrıntılı olarak habere yansıtılması ile de haberde etik ihlali olduğu görülmektedir.

“Ölü insanlar üzerinden veri girişi yapılması savcılıkta” başlıklı haberin son alt başlıklı paragrafında, yapılan soruşturma neticesinde Müfettişlerin görüşlerine yer verilmiştir. “Farazi rakamlarla ölü insanlar üzerinden obezite izlem girişi yapılarak destek ödemesinden faydalanmayı amaçladığı, yapılan bu işlemin sorumluluğunu hemşiresinin üzerine bırakma gayretinde olduğu ve bu gerekçelerle hekim hakkında adli, idari, mali ve disiplin yönünden hemşire hakkında da sadece disiplin yönünden işlem yapılması gerektiği kanaatine varıldığı” şeklinde müfettiş raporunun ayrıntıları anlatılmıştır. Müfettiş raporundaki bilgilerin açıkça yayınlanması rapor sonucunda belirtilen adli, idari, mali ve disiplin yönünden işlem başlatılması şeklinde belirtilen kanaat, henüz bu konudaki işlemlerin tamamlanmadığını, konunun birçok yönden soruşturulması gerektiği bilgisini vermektedir. Bu nedenle haberin



bu şekliyle ve özellikle soruşturma raporunun ayrıntıları ile birlikte yayınlanması yoluyla, soruşturmada gizlilik ihlali, haberde etik ihlali olduğu ve adli yargı aşaması tamamlanmadığı için doğruluk ve objektiflik ilkesinin göz ardı edildiği görülmektedir.

Haberin hekim dışındaki bir diğer boyutu olan hasta kısmıyla ilgi olarak da vefat eden iki kişinin başka bir ifadeyle iki hastanın isminin haberde açıkça yazılarak, ailelerin konudan haberdar olmadıkları belirtilmiştir. Haberin fotoğrafında yer alan mezar taşında, İ.S.'nin ismi gösterilmiştir. Haberdeki fotoğraf ile bu paragraftaki bilgiler inandırıcılık ve ikna açısından desteklenmiştir. Vefat edenlerin obezite şikâyetlerinin olmadığı bilgisi verilerek ise obez olmayanlara, hekimin yanlış bir işlem yaptığı bilgisi verilmiştir. Ancak obezite izlemi sadece obez bireylere değil vücut kitle indeksine göre herkese yapılan bir izlem olduğu için haberin bu kısmında okuyucuya yönelik yanlış algı ve anlamaya yol açacak eksik bir bilgi verildiği görülmektedir.

### 5.1.3. Fotoğraflar

Görsel destek, haberin gerçekliğine ilişkin bir kanıt hükmü taşır. Haberin gerçekliği, güvenilirliği ve inandırıcılığı için fotoğraflar kullanılır. (İşkar, 2014, s. 110). Van Dijk'e göre söylem analizinde retoriksel çözümleme yönünden fotoğraflar önemlidir. Olayın ikna ve inandırıcılığına fotoğraflar katkı sağlar (van Dijk, 1988, ss. 81-82). Haberlerde yer alan fotoğraflar haberin önemli bir parçasıdır. Görsel ya da fotoğraflar haber hakkında okuyucuya bir ön bilgi vererek görsel hafıza ile haberin akılda kalmasını sağlayabilir.

Haberde görsel olarak yalnızca bir fotoğraf kullanıldığı görülmektedir. Bu fotoğraf tematik içerik ve başlıkla aynı mesajı vermektedir. Hekim ve mezar taşının aynı fotoğraf karesinde sunumu ile ikna ve inandırıcılık sağlanmak istenmiştir. Ayrıca fotoğrafta hekimin yüzü açıkça gösterilmiştir. Yine fotoğraf karesinde yer alan arka plandaki başarı plaketleri ise hekimin itibarı ile bu haber konusu arasındaki tezatlığı ortaya koymaktadır. Ancak haberde gerek hekimin adının gerekse ölen bir vatandaşın adının mezar taşı üzerinde açıkça gösterilmesi sağlık haberciliğindeki bazı etik ilkelerle bağdaşmamaktadır. Çünkü söz konusu olayın doğruluğu soruşturmanın adli boyutu henüz sonuçlanmadığı için kesinleşmemiştir. Dolayısıyla haberde etik ihlali ve dezenformasyon olduğu; doğruluk, objektiflik ve zarar vermeme ilkesinin göz ardı edildiği söylenebilir.



Görsel 1. Haber fotoğrafı

## 5.2. Makro Düzey Şematik yapı

### 5.2.1. Durum

Haber aralan bilgisi yönüyle incelendiğinde, öncelikle ana olayın çok abartılı bir şekilde verildiği, birden çok alt başlıkla haberin şekillendirildiği, yalnızca yapılan bir soruşturmaya dayanarak haberde hekimi suçlayıcı ifadelerin ağırlıklı olduğu görülmektedir. Haber yalnızca bir fotoğrafla desteklendiği ve bu fotoğrafta iki ayrı görüntünün birleştirilerek mizansen yapıldığı dikkat çekmektedir. Zira hekimin bir makam odasında arkasında başarı plaketleri olan bir görüntüsü ile bir mezar taşının aynı kareye konularak birleştirilmesi ile geçmiş ve şimdi arasındaki duruma gönderme yapıldığı söylenebilir. Haber sunuluş şekli baştan sona bir bütün olarak değerlendirildiğinde açık ve net bir söylem olmadığı görülmektedir. Haber ve söylemin aktörleri olarak hekimin adının ön plana çıkarılarak tarafsızlık ilkesinin göz ardı edildiği, kendisinin mi yoksa yanında çalışan sağlık personelinin mi iddia edilen işlemleri yaptığı ya da sistemselsel bir sebeple mi ölü insanlara ait söz konusu veri girişlerinin birden fazla yapıldığının belirsiz olduğu anlaşılmaktadır.

### 5.2.2. Yorum

Haber, yorum açısından değerlendirildiğinde başlıkta skandal sözcüğünün kullanılması ile devamında rakamsal verilerin verilmesi ve de haber metninde sürekli olarak müfettişin yaptığı bir soruşturmaya atıfta bulunularak haberin anlatılması formatı ile haberin doğruluğuna yönelik inandırıcılık ve güvenilirlik oluşturulmak istenmiştir. Ancak haber konusu içerisinde konuya ilişkin hekimin kendisini savunmaya yönelik yaptığı açıklamalar ile yanında çalışan sağlık görevlisinin ve diğer çalışanların kendileri ile ilgili savunmacı, birbirleri ile ilgili de suçlayıcı açıklamaları ve yine önemli bir nokta olan soruşturma gizliliğinin ihlal edilmesi, haberde farklı yorumların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dolayısıyla haberin söylemi farklı yorumlamalar yapılmasına da oldukça açıktır. Söylem analizinde yorum çerçevesinde bir diğer önemli husus da haber kaynağının dayanağıdır. Zira haberin doğruluğu, gerçeklik boyutu ve içeriğin teyit edilmesi güvenilirlik ve inandırıcılık açısından habere olumlu ya da olumsuz katkı sağlamaktadır. Daha çok sağlık çalışanları tarafından takip edilen bir sitede yer alan bu haber, sağlık çalışanları ile diğer kişiler arasında da farklı yorumlamaları da ortaya çıkarmıştır.

### 5.3. Mikro Yapı

#### 5.3.1. Sentaktik Çözümleme

Söylem analizinde sözcüklerin metin içerisindeki yeri önemlidir. Sözcüğün bir cümlenin ya da metnin başında ya da sonunda kullanılması ifadenin anlamlandırılmasında farklılık oluşturur. Bu haberde skandal sözcüğünün başlıkta ve başta kullanılması okuyucuda haberle ilgili olumsuz bir anlamlandırmaya yol açmıştır. Haberde yer alan cümleler incelendiğinde ise aktif ve pasif cümlelerden oluştuğu görülmektedir. Haberde bir taraftan hekim hakkındaki iddialar anlatılmış diğer taraftan da hekimin ağzından kendisini savunmaya yönelik yapılan açıklamalara yer verilmiştir. Ayrıca haber metninin oldukça uzun olduğu ve hatta müfettiş raporunun detaylarına kadar ayrıntılı bilgilerin yazıldığı, rakamlarla da olayın boyutunun büyütülerek gösterilmeye çalışıldığı anlaşılmaktadır. Haberin fotoğrafı incelendiğinde de benzer şekilde haberde hekimin fotoğrafı ile üzerinde isim yazan bir mezar taşının aynı kare içerisine yerleştirilmesi ile habere dikkat çekici bir yön verilmiştir. Görsel destek ile okuyucuda haberin ciddiyet boyutu ile ilgili ikna etmeye yönelik bir sunum yapıldığı görülmektedir. Mezar taşı ve üzerinde

yazan kimlik bilgilerinin açıkça gösterimi yoluyla haberdeki olayın anlatımı güçlendirilmeye çalışılmıştır.

### 5.3.2. Bölgesel Uyum

Haberde nedensel ilişki sağlandığı görülmektedir. Habere konu olayın ortaya çıkma sebebi, müfettiş raporuna dayanılarak yapılan açıklamalar ve hekimin kendi söylemleriyle yazılan alt başlık paragraflardaki bilgilerle sebep-sonuç ilişkisi dâhilinde anlatılmıştır. Müfettiş raporu referansal ilişki de önemli bir dayanak olarak kullanılmıştır.

### 5.3.3. Sözcük Seçimleri

Haberdeki en önemli sözcüğün skandal olduğu söylenebilir. Bu sözcük, habere dikkat çekmek için özellikle seçilmiştir. Bir diğer sözcük ise doktor sözcüğüdür. Hekimin ünvanı doktor kelimesinin kısaltması olan Dr. şeklinde altı çizili olarak haber metninde sürekli tekrarlanarak vurgulanmıştır. Ayrıca hekimin ve diğer sağlık görevlilerinin adı açıkça yazılmış hatalı ya da yanlış işlemle ilgili sayılar da inandırıcılık için kullanılmıştır. Ancak rakamlara bakıldığında, ilk bakıştaki algı ve bilgi ile sonrasında haber tam olarak okunduğunda anlaşılan durum arasında sözcükler ve semboller ile bir karışıklık oluşturulduğu görülmektedir.

### 5.3.4. Haber Retoriği

Retorik, Antik Çağ'da anlatım dilinde ikna edici bir sanat olarak nitelendirilmiştir (Köse ve Coşkun, 2018, s. 194). Çalışma konusu sağlık haberinde haber retoriği olarak dikkat çeken en önemli nokta skandal sözcüğünün kullanılması olmuştur. Sözcük ister istemez okuyucunun veya dinleyicinin kulağına ve gözüne ilgi çekici gelerek olumsuz bir çağrışım yapmaktadır. Haber başlığında skandal sözcüğünün kullanılması nedeniyle okur, zihninde merak duygusu ile haberin devamına ve ayrıntılarına gitme eğilimindedir.

Haberde kullanılan görsel fotoğraf ve rakamsal anlatımlar inandırıcılığı anlatan önemli unsurlardır. Yine haber metninde müfettişlerin hazırladığı raporda anlatılan görüşlere yer verilmesi ikna ve inandırıcılığı artırma açısından önemlidir. Haberde görgü tanıkları olarak sağlık çalışanlarının ifadelerine de yer verilmesi retoriksel yönden anlamlıdır.

## 6. Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada, bir sağlık haber portalı olan Personel Sağlık Net web sitesinde yayınlanan “Skandal: Aile sağlığı merkezinde ölüleri muayene eden doktor!” başlıklı sağlık haberi, etik ve dezenformasyon sorunsalı yönüyle ele alınarak van Dijk’in eleştirel söylem analizi kriterlerine göre analiz edilmiştir. Eleştirel söylem analizi yönteminin makro yapılar ve mikro yapılar yönlerine odaklanılarak haberde söylemin nasıl gerçekleştiği ve şekillendiği ortaya konmuştur.

Analiz sonucunda, haberin anlatımında, dikkati ve inandırıcılığı artırmak için başlıkta skandal şeklinde özel ve negatif çağrışım uyandıran bir kelime seçildiği, metinde hekim, sağlık personelleri ve vefat eden hastalara ait isimlerin açıkça yazıldığı, yine haberde geçen tüm Dr. sözcüklerinin altının çizilerek vurgulandığı, alt başlıkların tamamının koyu renkte yazıldığı görülmüştür. Retoriksel yönden haber metninde kullanılan bu hususların haberin okunmasına ve yankı uyandırmasına etki ettiği dolayısıyla ilgi ve merak uyandıran bir sağlık haberi oluşturulduğu söylenebilir.

Haber alt başlıklarında kullanılan rakamsal veriler ve vurgularla yine söylemin güçlendirilmeye çalışıldığı ve bu şekilde haber retoriğinden faydalanılarak okuyucu üzerinde ikna, inandırıcılık ve algı oluşturduğu anlaşılmıştır. Haberde görsel olarak kullanılan fotoğrafın anlatımla oldukça uyumlu olduğu ancak doğruluk yönü tartışmalı olan bir haberde iki ayrı fotoğraf karesinin birleştirilerek mizansen yapılmasının etik ilkesi olarak doğruluk yönünden tartışmalı bir noktada kullanıldığı görülmüştür. Diğer taraftan, retoriksel çözümleme yönünden fotoğrafların olayın ikna ve inandırıcılığına katkı sağladığı göz önüne alındığında, kullanılan fotoğrafın bu açıdan etkili ve çarpıcı bir görsel olarak seçildiği söylenebilir.

Netice olarak tüm yönleriyle soruşturma süreci tamamlanmayan dolayısıyla doğruluk boyutu kesinleşmemiş bir konu ile ilgili çok fazla ayrıntıya girilerek yayınlanan bu sağlık haberinde isim ve adres açıkça belirtilerek başka bir ifadeyle hedef gösterilerek, okuyucuda bir hekime ya da sağlık çalışanlarına karşı doğrudan olumsuz bir algı ve izlenim oluşturulmuştur. Dolayısıyla haberin sunumunda, enformasyon kadar dezenformasyon içeren yönlerin olduğu ve haberde objektiflik, tarafsızlık, zarar vermeme, kişisel ve yasal hakların korunması gibi bazı etik ilkelerin göz ardı edildiği görülmüştür.

Bu çalışma kapsamında özellikle bir sağlık haberi özelinde etik ihlali ve dezenformasyona yol açılmaması için haber yazımında ve sunumunda dikkat edilmesi gereken öneriler ise şöyle sıralanabilir:

Medyada ve artık günümüzde özellikle yeni medyadaki sağlık haberleri ve sağlık haberciliği, bireyin ve toplumun bilgilendirilmesinde, eğitilmesinde, farkındalık oluşturulmasında önemli bir role sahiptir. Bu nedenle gerek hastalarla gerekse sağlık çalışanlarıyla başka bir deyişle sağlık hizmeti alan ve sağlık hizmet veren her iki tarafla ilgili haberler hazırlanırken ve sunulurken objektiflik, zarar vermeme, kişisel haklara, özel hayata saygı ve tarafsızlık ilkesi ile haber yapılmalı ve yayınlanmalıdır.

Habere konu olan sağlık çalışanlarının kişisel hakları dikkate alınmalı, iş, mesleki itibar ve özel hayatları düşünülmesi ve rencide edici içerikler, ek-sik, abartılı, yanlış ya da doğruluğu kanıtlanmamış bilgiler verilmemelidir. Sağlık haberlerinde başlık ve içerik dâhil sözcük seçimlerine ve kullanılan görsellere dikkat edilmelidir. Özellikle sansasyonel kelimelerin kullanımı, etik ihlalleri ve dezenformasyon nedeniyle sağlık çalışanlarının itibarsızlaştırılmasına yol açılmamalıdır.

### Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarları herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

### Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar Makaleye % 50 (1. Yazar), % 50 (2. Yazar) oranında katkı sağlamış olduklarını beyan ederler.

### Kaynakça

- Akçay Bekiroğlu, H. (2015). Toplumsal hareketlerin sosyal medyada çerçevesi: Çevre odaklı Stk'lara ilişkin bir söylem çerçevesi analizi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Aydın, A. F. (2020). Post-truth dönemde sosyal medyada dezenformasyon: Kovid-19 (yeni koronavirüs) pandemi süreci. *Asya Studies*, 4 (12), 76-90. <https://doi.org/10.31455/asya.740420>
- Bağçe, H. E. (2020). Türkiye'de medya ve demokrasinin yapısal ve etik sorunları. *İnsan ve İnsan*, 7(25), 9-28. <https://doi.org/10.29224/insanveinsan.743610>
- Bertrand, C. J. (2004). *Medya etiği*. Ankara: Başbakanlık BYEGM Yayınları.
- Bülbül, A.R. (2001). *İletişim ve etik*. Ankara: Nobel Yayın.

- Cerici, S. (2003). *Medya etiği*. İstanbul: Metropol Yayınları.
- Coşkun, A., ve Köse, H. (2018). Hürriyet.com.tr'de kadın cinayetleri haberlerinin retorik haber çözümleme yöntemi açısından incelenişi, *Al- Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4), 191-222.
- Çakmak, F. (2019). Medyada dezenformasyon sorunsalı ve manipülasyonun gücü: ideoloji ve söylem açısından seçim haberlerinin siyasal iletişimdeki rolü, *Selçuk İletişim*, 12 (2), 1127-1154. <https://doi.org/10.18094/josc.596861>
- Çavuş, S. (2010). *Yerel medya ve etik*. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çömlekçi, M.F. (2019). Sosyal medyada dezenformasyon ve haber doğrulama platformlarının pratikleri, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7 (3), 1549-1563.
- Dinler, G. (2020). Güzellik-estetik-sağlık içerikli internet haberlerinin sağlık iletişimi ve gazetecilik etiği bağlamında incelenmesi. *Aksaray İletişim Dergisi*, 2 (2), 119-134. <http://aid.aksaray.edu.tr/en/download/article-file/1211346>
- Elliott, R. (1996). Discourse analysis: Exploring action, function and conflict in social texts. *MarketingIntelligence&Planning*.14(6)65-68. <https://doi.org/10.1108/02634509610131171>
- Erdoğan, İ. (2007). Televizyon, denetim ve medya etiği üzerine. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Ratem Dergisi*. <https://www.irfanerdogan.com/makaleler4/tvdenetimetik.pdf> Erişim Tarihi: 01.08.2024
- Erdoğan, İ. (2013). Yeni medya gazeteciliğinde etik bir paradigma belirlemenin kapsamı ve sınırları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (36), 254-272.
- Etkeser, Ece. (2015). *Türkiye'de internet gazeteciliği ve etik*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Medya ve İletişim Sistemleri Anabilim Dalı. <https://hdl.handle.net/11467/2144>
- Evers, H. (2010). *Televizyon haberciliğinde etik*. İstanbul: Fersa Matbaacılık.
- Fowler, R. (1991). *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. Routledge Publications.
- Genç, A. (1998). Türk televizyon haberciliğinde etik sorunlar. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (7), 357-379. <https://doi.org/10.17064/iuifhd.96000>
- Gülsünler, M. (2010). İletişim etiği ve selçuk üniversitesi iletişim fakültesi öğrencilerinin mesleki etik kurallarına bakışı. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 6 (2), 158-173. <https://doi.org/10.18094/si.39818>
- Gür Omay, E.G. (2023). Skandal söylemi ve yeni medya: eleştirel söylem analiziyle hürriyet haber sitesi örneği. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 11 (35), 998-1020. <https://doi.org/10.33692/avrasyad.1254722>.
- Hülür, AB. (2016). Sağlık iletişimi, medya ve etik: Bir sağlık haberinin analizi. *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (1), 155-178. <https://doi.org/10.18026/cbusos.87810>
- Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training*. Paris: Unesco Publishing.

- İnceoğlu, Y. (2013). Küresel habercilik ve söylem. İstanbul: Derin Yayınları.
- İşkar, E. (2014). İspanya ile ETA arasında yürütülen terör müzakerelerinin yazılı basında ele alınış biçiminin söylem analizi. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: T.C. Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü Güvenlik Bilimleri Ana Bilim Dalı.
- Karababa, İ. (2011). İletişim ve etik. TMMOB Elektrik Mühendisleri Odası 6. İletişim Günleri Sempozyumu. (13-14 Mayıs) Bildiri. Dokuz Eylül Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi, 1-9.
- Kaya, A. (2019). Health, news and ethical principles: sağlık, haber ve etik ilkeler. *Journal of Human Sciences*, 16 (2), 477-492. <https://doi.org/10.14687/jhs.v16i2.5695>
- Kazaz, M., ve Akyüz, S.S. (2019). Sahte haber. *Literatürk Yayınları*.
- Köçeri, K. (2023). Yapay zekanın siyasi, etik ve toplumsal açıdan dezenformasyon tehdidi. *İletişim ve Diplomasi*, 11, 247- 266. <https://doi.org/10.54722/iletisimvediplomasi.1358267>
- Maden, S. (2020). "Kovid-19 salgını ve sağlık haberciliği: prof. dr. erkan yüksel ile söyleşi". *Etkileşim*, 6, 205-213. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2020.6.83>
- Özgen, M. (1998). *Gazetecinin etik kimliği*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Öztunç, M. (2021). Kovid-19 pandemi süresince türkiye'nin aldığı ekonomik tedbirlere yönelik haberlerin söylem analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8 (1), 231-255. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.790577>
- Shoemaker., P. ve Reese, S.D. (2014). İdeolojinin medya içeriği üzerindeki etkisi. *Medya Kültür Siyaset içinde*, Süleyman İrvan (der), Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Southall, B.(2004). A reporter's guide: reporting about people with disabilities. [http://www.wvdhhr.org/wvic/downloads/pdfs/media\\_guide.pdf](http://www.wvdhhr.org/wvic/downloads/pdfs/media_guide.pdf). Erişim Tarihi: 01.08.2024
- Sözen, E. (2014). *Söylem, belirsizlik, mübadele, bilgi/güç ve refleksivite*, Ankara: Birleşik Yayınları.
- Taylan, A., ve Ünal, R. (2017). Ana akım medyada sansasyonel habercilik: sağlık iletişimi örneği. *Atatürk İletişim Dergisi*, (14), 27-44.
- Utma S. (2018). "Dijital çağda medyanın psikolojik gücü: algı yönetimi perspektifinden kuramsal bir değerlendirme". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (Özel Sayı)*, 2903-2913.
- Ünal, R., ve Taylan, A. (2017). Sağlık iletişiminde yalan haber-yanlış enformasyon sorunu ve doğrulama platformları. *Atatürk İletişim Dergisi*, (14), 81-100.
- Van Dijk, Teun A. (1988). *News as discourse*, (First Edition), Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, New Jersey.
- Vardal, Z. B. (2015). Yeni medya ve etik. *International Multilingual Academic Journal*, 95-103.
- Vural, A.M. (1999). *Yerel basın ve kamuoyu*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.



- Yılmaz, N. (2009). Yerel basının etik sorunları. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (36), 131-143. <https://doi.org/10.17064/iüifhd.38557>
- Yüksel, E., Adıyaman, F., Aydın, N., Kurt, B., Çelik, C., Karaoğlu, E. ve Demirel, M. (2015). İyi haber de iyi haber midir? Haber değerleri üzerine bir içerik analizi çalışması. Selçuk İletişim Dergisi, 9 (1), 94- 114. <https://doi.org/10.18094/si.42148>
- Yüksel, E., Kızılcık, A., ve Atik, K. (2024). İnfodemi ve Kovid-19 pandemisi: Yalan haberlerin alımlanması. Etkileşim, 13, 28-63. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2024.7.13.240>.
- Yıldırım, B. (2015). İletişim araştırmalarında yöntemler: Uygulama ve örneklerle. Konya: Literatürk Academia.  
<https://www.saglikpersoneli.com.tr/skandal-aile-sagligi-merkezinde-oluleri-muayene-eden-doktor>. Erişim Tarihi: 27.06.2024  
<https://sozluk.gov.tr>. Erişim Tarihi: 27.06.2024

# Dezenformasyonun Önlenmesine Yönelik Blok Zinciri Teknolojisinin Kullanımı

→ Bahar KAYIHAN\*

## Öz

2008 yılından itibaren finans, sağlık, eğitim gibi pek çok alanda kullanımı aktif hâle gelen merkeziyetsiz, dağıtık ve halka açık bir dijital defter olan blok zincirinin toplumdaki çeşitli sorunlara yönelik çözümler sunabileceği söylenebilir. Blok zincirinin bu farklı kullanım alanlarına yönelik olarak literatürdeki çalışmalar her geçen gün artıyor olsa da blok zincirinin gazetecilik alanındaki kullanımına odaklanan, daha spesifik olarak ise dezenformasyonu önleme potansiyeline odaklanan çalışmaların fazla olmadığı görülmektedir. Buna karşın, blok zincirinin hem gazeteciliğin dönüşümü açısından hem de dezenformasyonu engellemeye yönelik önemli bir potansiyele sahip olduğu söylenebilir. Bu nedenle bu çalışmada blok zincirinin, dezenformasyonun önlenmesinde ne gibi bir fonksiyonu olabileceğini açığa çıkarmak amaçlanmıştır. Bunun için meta-sentez yöntemi ile dezenformasyonu önlemede blok zinciri teknolojisini konu alan çalışmalar ve çalışmaya katkı sağlayabileceği düşünülen konuya yakın çalışmalar incelenmiştir. Merkeziyetsizlik kuramlarından yola çıkılan bu çalışmanın sonucunda, merkeziyetsizlik, değiştirilemezlik, şeffaflık, akıllı sözleşmeler, anonim içerik, dijital kimlik, dağıtık defter teknolojileri, DAO'lar, derecelendirme sistemleri gibi özellikleri sayesinde blok zincirinin, dezenformasyonun önlenmesinde etkili olabileceği anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Blok Zinciri, Dezenformasyon, Sahte Haber, Blok Zinciri Gazeteciliği, Yapay Zekâ

\*Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, Ankara, Türkiye

E-mail: bahar.kayihan@hbv.edu.tr

ORCID: 0000-0001-5196-4350

Kayihan, B. (2025). Dezenformasyonun Önlenmesine Yönelik Blok Zinciri Teknolojisinin Kullanımı. TRT Akademi, 10(23), 266-303. <https://doi.org/10.37679/trta.1560520>

# Using Blockchain Technology to Prevent Disinformation

→ Bahar KAYIHAN

## Abstract

Blockchain, a decentralized, distributed, and public digital ledger that has been active since 2008 in many fields such as finance, health, and education, can provide solutions to various problems in society. Although the number of studies in the literature on these different applications of blockchain is increasing by the day, it can be seen that there are not many studies that focus on the use of blockchain in the field of journalism, more specifically on its potential to prevent disinformation. On the contrary, it can be argued that blockchain has a significant potential for both transforming journalism and preventing disinformation. For this reason, this study aims to show what kind of function blockchain can have in preventing disinformation. For this purpose, the meta-synthesis method was used to review the studies on blockchain technology in the prevention of disinformation, as well as the studies close to the topic that are considered to contribute to the study. As a result of this study based on decentralization theories, it is understood that blockchain can be effective in preventing disinformation due to its features such as decentralization, immutability, transparency, smart contracts, anonymous content, digital identity, distributed ledger technologies, DAOs, rating systems.

**Keywords:** Blockchain, Disinformation, Fake News, Blockchain Journalism, Artificial Intelligence

## 1. Giriş

Yeni teknikler ile her gün yeni dezenformasyon içerikleri dolaşıma girmekte ve süratle dünyanın geri kalanına yayılmaktadır. Buna karşın, teknolojinin neden olduğu dezenformasyon akışına yönelik en önemli mücadele yine teknoloji ile mümkün olmaktadır. Doğrulama platformları, sahte içeriği tespit etmeye yönelik algoritmalar ve özellikle derin öğrenme (DL) metotları, dezenformasyon ile mücadelede önemli araçlar hâline gelmiştir. Ancak, teknolojinin yeniliklerinden biri olan ve veri bütünlüğünü mümkün kılan hash defterleri, veri güvenliğini sağlayan kriptografi ve otonom doğrulama gibi mekanizmalara sahip olan blok zincirinin, dezenformasyonu önlemedeki olası rolüne hem literatürde hem de uygulamada yeterince odaklanılmadığı gözlenmektedir.

Blok zincirinin çeşitli uygulamaları (Xu vd., 2019) sağlık (Hölbl vd., 2018), ekonomi (Tapscott ve Tapscott, 2017), eğitim alanlarındaki kullanımı (Loukil vd., 2021) hakkında çalışmalar gerçekleştirilmiş olsa da blok zincirinin gazetecilik alanındaki kullanımına odaklanan, daha spesifik olarak ise dezenformasyonu önlemedeki rolüne odaklanan daha az sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Buna karşın blok zincirinin merkeziyetsiz yapısı sayesinde yanlış bilginin yayılmasının önüne geçilmesi, herkesin blok zincirindeki verilere ulaşabilmesi, enformasyonun kaynağının takibi, ayrıca verilerin değiştirilemezliğinin ve şeffaflığının sağlanması ile haber içeriğinin doğruluğunu artırmak mümkündür. Böylece sahte haberlerin dolaşımı azalarak kamu güveninin artırılması mümkün hâle gelecektir. Bu nedenle bu çalışmada, verilerin güvenli bir biçimde şifrelenerek saklanmasına ve dağıtılmasına olanak sağlayan bir teknoloji defteri olan blok zinciri aracılığıyla dezenformasyonun nasıl önlenebileceği üzerinde durulmaktadır. Bunun da ötesinde; blok zinciri tabanlı bir gazetecilik anlayışının hem gazetecilik alanının hem de toplumun tamamının önemli bir sorunu olan dezenformasyona yönelik etkili bir çözüm sunabileceği savunulmaktadır.

Çalışmanın temelini, dağıtık bir yapıyı savunan Merkeziyetsizlik kuramları oluşturmaktadır. Siyasi, idari ve ekonomik temelleri olan Merkeziyetsizlik kuramları, blok zincirinin de temel dayanağıdır. Merkeziyetsizlik kuramları, dezenformasyon ile mücadele açısından önemlidir; çünkü merkeziyetli platformların aksine merkeziyetsiz platformlar daha şeffaf ve topluluk tabanlı içerik denetimiyle çalıştıkları için yanlış bilgilerin yayılması zorlaşmaktadır.

Merkeziyetli platformlarda ise manipülasyon çok olasıdır. Örneğin, 2016 ABD Başkanlık seçimlerinde, sosyal ağların merkezi algoritmaları nedeniyle dezenformasyon hızla yayılmıştır. Yanlış bilgiye dayalı paylaşımlar, sanşasyonel içerikler barındırdığı için daha fazla etkileşim alarak, hızlıca geniş kitlelere ulaşmaktadır. Merkeziyetsiz blok zinciri tabanlı platformlarda ise içeriklerin doğruluğunu ve kaynağını takip etmek mümkündür. Böylece dezenformasyonu engellemeye yardımcı olacaklardır. Merkeziyetsiz yapısı sayesinde blok zinciri dağıtık bir ağda verilerin saklanması mümkün kılarak, bu ağda kaynağı takip etmekte, şeffaf enformasyon akışını mümkün kılmakta ve kriptografi ile veri güvenliğini sağlayabilmektedir. Bu yaklaşımdan hareketle, blok zincirinin, dezenformasyonu önlemedeki rolünü açığa çıkarmak amaçlanmıştır ve meta-sentez yöntemi ile blok zincirinin dezenformasyonu önlemeye yönelik kullanımı üzerine odaklanan çalışmaların incelemesi yapılmıştır. Çalışmanın temel savı, blok zinciri teknolojisinin dezenformasyonu engellemede etkin bir araç olduğudur. Bu sav doğrultusunda araştırma soruları şu şekilde belirlenmiştir:

- Literatürde, dezenformasyonu engellemeye yönelik blok zinciri teknolojisinin kullanılabileceğini belirten çalışmaların bulguları nelerdir?
- Bu çalışmalarda dezenformasyonu engellemeye yönelik hangi öneriler sunulmaktadır?
- Literatürde dezenformasyon ile mücadele için hangi algoritmaların kullanılması gerektiği belirtilmektedir? Bu algoritmaların dezenformasyon ile mücadele açısından güçlü/güçsüz yanları nelerdir? Hangi özellikleri nedeniyle dezenformasyon ile mücadelede kullanılabilirler?
- Dezenformasyonu engellemeye yönelik blok zinciri teknolojisinin kullanılabileceğini belirten çalışmaların bulgularının, savunularının ve sonuçlarının nitel karşılaştırması sonucunda hangi sonuçlara ulaşılmaktadır?

Bu soruları cevaplamaya yönelik olarak, meta-sentez yöntemi ile blok zincirinin dezenformasyonu engellemedeki kullanımı ile ilişkilendirilebilecek farklı çalışmalardan elde edilen sonuçlar, bağlamsal boyutları ile yorumlayıcı bir şekilde bütünleştirilmiştir. Bu yöntem ile blok zincirinin dezenformasyonu

önlemede kullanılabileceği konusunu tartışan temel çalışmalar ve çalışmaya katkı sağlayabileceği düşünülen konuyla bire bir ilgili olmayan çalışmalar da incelenmiştir. Bu çalışmaların bulguları, sonuçları ve savunuları üzerinde durularak nihai bir sonuç elde edilmiştir.

## 2. Blok Zinciri ve Akıllı Sözleşmeler ile Gazeteciliğin Geleceği

İlk olarak 1991 yılında Stuart Haber ve W. Scott Stornetta tarafından kullanılan (Teixeira vd., 2020) blok zinciri kavramının popüler hâle gelmesi 2008 yılında Satoshi Nakamoto tarafından blok zincire dayalı bir dijital para birimi olan Bitcoin'in ortaya çıkarılması ile gerçekleştirilmiştir. Temel olarak blok zinciri, önceki blok üst verisinin karma değeri aracılığıyla birbiriyle bağlantılı olan ardışık bloklar anlamına gelmektedir (Gadekallu vd., 2023, s. 3). Daha detaylı olarak ise bir blok zinciri, taahhüt edilen tüm işlemlerin, yeni bloklar eklendiğinde sürekli olarak büyüyen bir blok zincirinde saklandığı halka açık bir defter olarak kabul edilebilir. Tek bir blok, yeni işlemler veya yeni içerikle sisteme eklenen bir bilgi kümesidir. Her blok, içeriğinden oluşturulan bir hash değerine sahip olmasıyla benzersizdir. Kilit nokta, her bloğun bir önceki bloğun hash değerini tutması, bunları bir blok zinciri içinde birbirine bağlaması ve zinciri kırılmaz hâle getirmesidir. Defter daha sonra merkezizsiz yaklaşımı destekleyen tüm katılımcılar tarafından tutulmaktadır (Teixeira vd., 2020, s. 3). Blok zinciri ilk olarak bankasız, ucuz ve güvenli bir ödeme yöntemi olarak popülerleşmiş, işlemleri güvenli ve değişmez olarak kaydederek dijital para birimleri için artı değer yaratmıştır. Kripto para birimlerinin altında yatan temel unsur ise kullanıcılarının, tıpkı dünyadaki ulusal para birimlerinde olduğu gibi bir ödeme şekli olarak kabul edileceğine ve blok zincirinin teknolojik özellikleri nedeniyle taklit edilemeyeceğine veya hacklenemeyeceğine olan güvenidir (Ivancsics, 2019, s. 8). Bu nedenle finans sektörü blok zinciri konseptinin birincil kullanıcısı olarak görülmektedir. Görüldüğü gibi, bunun tek nedeni bu teknolojinin en bilinen uygulamasının kripto para birimi Bitcoin olması değildir.

Akıllı sözleşmeler ise blok zinciri ile işlevsel hâle gelmiştir. Szabo (1997), bir sözleşmenin şartlarını yerine getirmek için bilgisayar protokollerini kullanıcı ara yüzleriyle birleştiren 'Akıllı Sözleşmeler' kavramını ortaya atmıştır. Blok zinciri sayesinde akıllı sözleşmeler, 20 yıl önce icat edildikleri zamanki teknolojiye kıyasla daha kolay kullanılabildikleri için daha popüler hâle gelmektedir. Iansiti ve Lakhani'ye göre (2017, s. 10) akıllı sözleşmeler en dönüş-

türücü blok zinciri uygulamalarındandır. Bunlar, müzakere edilen koşullar yerine getirildikçe ödemeleri ve para birimi veya diğer varlıkların transferini otomatikleştirmektedir. Örneğin, bir akıllı sözleşme bir sevkiyat teslim edilir edilmez bir tedarikçiye ödeme göndermektedir. Bir firma blok zinciri aracılığıyla belirli bir malın teslim alındığını bildirebilmekte veya ürün GPS işlevine sahip olabilmekte ve bu da otomatik olarak bir konum güncellemesi kaydederek bir ödemeyi tetikleyebilmektedir. Girişim finansmanı, bankacılık ve dijital donanım yönetimi alanları bu tür kendi kendini yürüten sözleşmelerin kullanıldığı ilk örneklerdir.

Blok zinciri ve akıllı sözleşmelerin, toplumdaki çeşitli sorunlara yönelik bir çözüm olabileceği düşünülmektedir. Bunlardan biri de gazetecilik alanındaki sorunlardır. Blok zincirine dayalı kişiselleştirilmiş gazetecilik üç şeyi başarmayı amaçlanmaktadır: İlk olarak paylaşılacak değeri olan haberler sunmak amaçlanmaktadır. Haberlerin kötüye kullanılmasını önlemek, sahte haberleri filtrelemek ve toplum için daha faydalı haberler üretmek en önemli adımlardır. İkincisi, gündem belirleme sürecinin otomatikleştirilmesidir. Hem geleneksel gazeteciliğin hem de yeni platform operatörlerinin sahip olduğu gücü en aza indirmek amaçlanmaktadır. Son olarak, blok zinciri ile görüşlerin toplandığı kamusal bir alan yaratılması istenmektedir. Bu hedeflere ulaşarak, gücün denetlenmesi mümkün kılınacaktır ve toplumsal gelişime katkıda bulunulacaktır (Kim ve Yoon, 2018, s. 2). Ayrıca, blok zinciri teknolojisi, gelir kaybı, güven, dezenformasyon ve basın özgürlüğüne yönelik tehditler gibi modern gazeteciliğin karşılaştığı zorluklara potansiyel çözümler sunmaktadır.

Hou'ya göre (2023, ss. 80-81) 2016 yılından bu yana varlığını sürdürmekte olan blok zinciri tabanlı gazetecilik, farklı operasyonel yollar ve çeşitli medya formları geliştirmiştir. Ayrıca, temel bir teknoloji ve gazetecilik için bir paradigma yenilikçisi olarak blok zinciri, kitle iletişim araçlarını geliştirmek için internette daha fazla potansiyele sahiptir. Blok zinciri tabanlı gazetecilik modelleri; merkeziyetsizlik, şeffaflık, doğrulama, ödüllendirme sistemleri, veri güvenliği ve hesap verebilirlik yoluyla haber güvenilirliğini artırmayı amaçlanmaktadır (Kim ve Yoon, 2018; Al-Saqaf ve Picha Edwardsson, 2019; Qayyum vd., 2019; Teixeira vd., 2020; Hou, 2022). Akıllı sözleşmelerin de gazeteciliğin geleceği açısından demokratik bir ortama katkı sağlayabilecek bir araç olabileceği öngörülmektedir.

Veit'e göre (2019, ss. 67-77) blok zincirinin gazeteciler açısından tartışmasız en değerli uygulaması akıllı sözleşmelerdir. Akıllı sözleşmeler, bir anlaşma için belirli hüküm ve koşulları ortaya koymaları bakımından kâğıt sözleşmelere benzemektedir. Aradaki fark, akıllı sözleşmelerin tamamen dijital olması ve programlanan koşulların ve yanıtların blok zincirinin içinde saklanmasıdır. Ayrıca, akıllı bir sözleşme, bireylerin üçüncü bir tarafa bağlı kalmadan güvenilir, çatışmasız bir şekilde veri alışverişi yapmasına olanak tanımaktadır. Bu özellikler sayesinde daha tarafsız bir verinin dolaşımında olması mümkün olacaktır. Bunun da ötesinde, akıllı sözleşmeler gazetecilerin koşullarının iyileştirilmesi ve basın özgürlüğü açısından da önemlidir; çünkü akıllı sözleşmeler, acil bir durumda kritik bilgilerin otomatik ve doğrudan akışını sağlayabilmektedir. Böylece hem hashing hem de akıllı sözleşmeler yoluyla gazetecilere karşı işlenen suçların kovuşturulması için gereken kanıtların doğrulanmış/tarafsız kayıtlar olarak bir yargı organına sunulması mümkündür. Bilgilerin blok zinciri tabanlı bir platforma kaydedilmesi ve acil bir durumda bu bilgilerin yayılması için otomatik bir sözleşme oluşturulması, cezasızlıkla mücadele için proaktif bir önlem olacaktır. Ayrıca, örneğin bir gazetecinin kaybolması durumunda daha güvenli bir GPS takip sistemi oluşturmak veya ölüm durumunda otomatik bir gazetecilik 'vasiyeti' oluşturmak, gazeteciler için güvenlik ağları sağlamakla kalmayacaktır, aynı zamanda potansiyel olarak yakalanmalarını da caydıracaktır.

Al-Saqaf ve Edwardsson ise (2019, s. 10), yapay zekâ ve blok zinciri teknolojilerinin yakınsamasını vurgulamaktadır. Güvenilir gazeteciliğin geleceği için yapay zekâ ve blok zinciri teknolojilerinin birlikte kullanımı önem taşımaktadır; çünkü dijital varlıkların kimliğini doğrulamak ve değişiklikleri tespit etmek için blok zinciri ve yapay zekâdan birlikte yararlanmak mümkündür.

Blok zincirinin gazetecilik açısından kullanımı yalnızca teorik olarak tartışılmamakta, fiili olarak da sektörde uygulanmaktadır. Civil, güvenilir ve sürdürülebilir gazeteciliği teşvik etmeyi amaçlayan gazetecilik için öncü merkezîyetsiz haber platformu olan bir blok zinciri olarak 2016 yılında oluşturulmuştur. Civil'in gazetecilik danışma kurulu, gazetecilik uzmanlarından oluşan bağımsız bir kuruluş olarak işlev görmüştür ve ağda çatışma durumunda bir dengeleyici işlevine sahip olmuştur. Yetkililer (gazeteciler ve vatandaşlardan oluşan), onay ile oluşturulan tüzüklere uygun olarak haber odasını yönetmişlerdir ve haber merkezi operasyonlarından sorumlu olmuş-



lardır. Haber yapanlar; fotoğrafçılar ve video muhabirleri, editörler, illüstratörler dâhil olmak üzere tüm gazeteciler ve haber odası içeriği oluşturan diğer kişilerdir. Haber tüketicileri; Civil tarafından verilen CVL tokenleri ile makalelere erişim satın alabilen herkesi kapsamaktadır. Doğruluk denetleyicileri ise gazeteciliğin temellerini kontrol etmişlerdir. Bu doğruluk denetleyicileri ödül kazanmak için çalışmışlardır ve CVL tokenleri ile ağ içinde yüksek bir itibar kazanmışlardır (Kim ve Yoon, 2018, s. 4).

Kâr amacı gütmeyen bir vakıf ile karmaşık bir yönetim yapısına sahip olan Civil, belirli bir kullanıcı kitlesine erişemediği için ve finansal zorluklarla karşılaşarak Haziran 2020’de kapanmıştır (Sintes-Olivella vd., 2020). Civil’in kurulmasına önayak olan ve o zamandan beri finansmanını sağlayan ConsenSys şirketi 2018’in sonundan beri zor durumda olduğu için Civil kapanmak zorunda kalmıştır. Ancak, Civil’in başarısız olmasının tek nedeni ekonomik koşullar değildir. Civil’in zayıf yönlerinden biri bir yandan aşırı teknolojik karmaşıklığı, diğer yandan da ve belki de daha önemlisi, yönetim sistemi olmuştur. Civil’in, haber merkezlerinin içeriklerini yayınlamaları için tanımlayıcı özelliklerinden biri merkeziyetsiz bir blok zinciri teknolojisine dayanmasıdır, buna karşın yönetim sisteminin tamamen merkezi olması bir paradoks ya da tezat oluşturmaktadır. Kısacası, platform aracılığıyla yayınlanan içerik üzerinde gözetim uygulayanlar kamuoyu ya da vatandaşlar değil, Topluluk ve Sivil Konsey üyeleri olmuştur (Olivella, Comas ve Yeste, 2020, ss. 8-9). Her ne kadar sürdürülebilir olmamış olmasa da ilk örneklerden biri olması açısından Civil blok zinciri aracılı gazetecilik açısından önemli bir adım olmuştur.

Ardından, hâlâ varlığını sürdürmekte olan Inp.Press, Steemit, Publish0x, Popula gibi blok zinciri tabanlı platformlar ortaya çıkmıştır. Ancak bu platformların da Civil gibi çeşitli eksiklikleri olduğu görülmektedir. Örneğin Steemit’te kullanıcılar, diğer kullanıcılardan gelen oylara göre içerikler oluşturmaktadır. Platform, popüler gönderilerin yaratıcılarına ve küratörlerine ödül olarak periyodik olarak kripto para vermektedir. Bu tür bir ödül sistemi başlangıçta kullanıcıları yüksek kaliteli içeriklere katkıda bulunmaya teşvik etme arzusundan kaynaklansa da blok zincirindeki temel kripto para transfer ağına ilişkin ortaya çıkan tabloda, Steemit’teki kripto para transferlerinin %16’sından fazlasının bot olduğundan şüphelenilen küratörlere gönderildiği ve ayrıca botlar için temel bir tedarik ağının varlığı ortaya çıkmaktadır ve

her iki durum da Steemit'teki mevcut ödül sisteminin önemli ölçüde kötüye kullanıldığını göstermektedir (Li ve Palanisamy, 2019, s. 145). Dolayısıyla denilebilir ki; 2016 yılından itibaren gazetecilik alanında faaliyet göstermeye başlayan blok zinciri tabanlı platformlar fikren yenilikçi, merkeziyetsiz, ödül mekanizmasına dayalı olsa da işleyiş anlamında kusursuz değildir. Bu açıdan geliştirilmelerine yönelik bir ihtiyaç olduğu görülmektedir.

Blok zinciri tabanlı ortaya çıkan yeni gazetecilik ya da içerik yayınlama platformlarının dışında, blok zinciri tabanlı bir kuruluşa sahip olmayan medya kuruluşları da blok zinciri teknolojisini kullanmaya başlamıştır. Örneğin, İtalyan haber ajansı ANSA, güvenilirlik konusundaki itibarını korumaya yardımcı olmak için dezenformasyon ile mücadelede blok zinciri teknolojisini kullanmaktadır. Bu örneklerin artmasıyla, blok zinciri tabanlı platformların geliştirilmesi, daha işler hâlâ gelmeleri ve bu çalışmada incelenen makalelerde önerilen blok zinciri gazeteciliği modellerinin profesyonel medya kuruluşları tarafından daha yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmasıyla blok zinciri gazeteciliğinin mevcut sorunlarından sıyrılmış daha demokratik bir medya ekosistemi yaratabileceği söylenebilir.

### 3. Metodoloji

Merkeziyetsizlik kuramları çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Cheema ve Rondinelli'ye göre (1983, ss. 14-16) merkeziyetsizliğin yerel kalkınma, planlama ve yönetime katılımı arttırmak, idari fonksiyonları koordine etmek, sosyal eşitlik, daha etkili koordinasyon, daha esnek, yenilikçi ve yaratıcı yönetime yol açmak, bölgesel ekonomilerin entegrasyonu, makroekonomik istikrar, siyasi istikrar, kamu mal ve hizmetlerinin merkeziyetsizleştirilmesi, katılım planlaması, izleme ve değerlendirme, yerel düzeyde mali yönetim ve idari verimlilik ve benzeri faydaları mevcuttur. Siyasi, idari ve ekonomik temelleri olan merkeziyetsizlik kuramlarının, blok zincirinin de temel dayanağı olduğu söylenebilir; çünkü bu kuram herhangi bir konuda kontrolün dağıtık olması gerektiğini savunmaktadır. Blok zinciri de dağıtık bir ağda verilerin saklanması mümkün kılarak, bu ağda kaynağı takip edilebilir, şeffaf enformasyon akışını mümkün kılmaktadır. Kriptografi de veri güvenliğinin artırılmasına hizmet ederek bu yapıyı desteklemektedir.

Çalışmanın amacı blok zincirinin dezenformasyonu önlemek açısından kullanımını üzerine odaklanan çalışmaların değerlendirmesini yaparak ve bu

araştırmaların bulgularını karşılaştırarak blok zincirinin dezenformasyonu önlemedeki kullanımına yönelik farklı veya benzer görüşleri tartışmak ve bu konuda nihai bir değerlendirmede bulunmaktadır. Bunun için meta-sentez yöntemi kullanılmıştır. Walsh ve Downe'a göre (2005), meta-sentez yöntemi, bir dizi farklı ancak birbiriyle ilişkili nitel çalışmadan elde edilen sonuçları bütünlüştürmeye çalışmaktadır. Bu teknik, nicel çalışmaların meta-analizinin aksine, yorumlayıcı bir amaca sahiptir. Ayrıca, meta-sentez yöntemi, nitel araştırmacılar için önemli bir tekniktir ve spesifik konuların bağlamsal boyutlarının anlaşılmasını derinleştirebilmektedir.

Meta-sentez yöntemi ile blok zincirinin dezenformasyonu önlemede kullanılabileceği konusunu tartışan temel çalışmalar incelenmiştir. Ancak, literatürde konu hakkında oldukça az sayıda çalışma olması nedeniyle, konu ile ilgili makalelerin yanı sıra yayınlanmış konferans bildirimleri de incelenmiştir. Ayrıca, çalışmaya katkısı sağlayabileceği düşünülen konuyla bire bir ilgili olmayan birkaç çalışma da incelemeye dâhil edilmiştir. Örneğin Syllim ve diğerlerinin (2018) sahte ve standart altı ilaçları tespit etmek amacıyla ilaç tedarik zincirinde bilgi paylaşımını ve doğrulamayı desteklemek için blok zinciri tabanlı bir sistem önerdikleri çalışması, haberlerdeki dezenformasyonun önlenmesine yönelik olarak blok zincirini incelemiyor olsa da önerdikleri sistemin bir benzerinin medya ortamına da uyarlanabileceği düşünüldüğünden meta-sentez kapsamında ele alınmıştır. Dolayısıyla konu ile bire bir ilgili ve bire bir ilgili olmasa da blok zinciri tabanlı bir sistem ile doğrulama/içerik takip vb. konulara odaklanan 25 çalışma ele alınmıştır (bkz. Tablo 1). Bu çalışmaların bulguları, sonuçları ve savunuları üzerinde durularak, blok zincirinin dezenformasyonu önlemede nasıl bir rol oynayabileceği tartışılmıştır. Bu konuya odaklanan çalışmaların ilki 2017 yılında gerçekleştirildiği için, 2017-2024 arasında yayımlanmış çalışmalar ele alınmıştır. Bu çalışmalara yönelik yürütülen tartışma, tarihsel bir seyir izlenerek gerçekleştirilmiştir çünkü sonra yayımlanan çalışmaların kendinden öncekileri dikkate alarak konuyu derinleştirdiği ve geliştirdiği gözlenmiştir.

Çalışma	Bulgular	Dezenformasyonu Engellemek için Öneriler/ Algoritmalar
Huckle ve White, 2017	Dezenformasyonla mücadele için önerilen Provenator, haber kaynaklarının gerçekliğini doğrulamaya yardımcı olmaktadır. Dezenformasyonla mücadelede insan becerisinin gerekliliği belirtilmiştir.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kriptografik hash fonksiyonları (SHA-256)</li> <li>Açık anahtarlı kriptografi ve dijital imzalar</li> <li>IPFS kullanılan yönlendirilmiş döngüsel Merkle grafikleri</li> </ul>
Sylim vd., 2018	Blok zinciri, sahte ilaçları tespit etmek amacıyla ilaç tedarik zincirinde bilgi paylaşımını ve doğrulamayı desteklemek için kullanılabilir.	<ul style="list-style-type: none"> <li>DPoS mutabakat algoritması</li> <li>PBFT</li> <li>Keccak-256 kriptografik karma işlevi</li> </ul>
Qayyum vd., 2019	Dezenformasyonun önlenmesi için blok zinciri önerilmektedir.	<ul style="list-style-type: none"> <li>ML ve DL algoritmaları</li> </ul>
Hasan ve Salah, 2019	Blok zinciri ve akıllı sözleşmeler, deepfake videolarla mücadele etmek için dijital içeriğin kaynağını izlemek ve takip etmek için kullanılabilir.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Blok zinciri teknolojisi</li> </ul>
Torky vd., 2019	Blok zinciri tabanlı PoC protokolü, sosyal ağlarda sahte haberlerin yayılmasını (%89 oranında) tespit ederek engelleyebilir.	<ul style="list-style-type: none"> <li>PoC algoritması</li> <li>BFS algoritması</li> </ul>

<b>Shae ve Tsai, 2019</b>	Dezenformasyonla mücadele etmek için araştırmacılar ve medya arasında iş birliği oluşturmak üzere bir yapay zekâ blok zinciri platformu önerilmektedir.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yapay zekâ algoritmaları</li><li>• Blok zinciri tabanlı haber tedarik zinciri grafiği oluşturma mekanizmaları</li><li>• Kitle kaynak kullanımı tabanlı algoritmalar</li></ul>
<b>Al-Saqaf, 2019</b>	Dezenformasyona karşı çabaları desteklemek amacıyla doğruluk kontrolleri için blok zinciri tabanlı bir kayıt defteri oluşturulması önerilmektedir.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fact Check Assistant web uygulaması</li></ul>
<b>Fraga-Lamas ve Fernandez-Carames, 2020</b>	Dijital sahtekârlık ve sahte haberlerle mücadele etmek için blok zinciri ve dağıtık defter teknolojilerinden yararlanılabilir.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Blok zinciri teknolojisi</li></ul>

<p><b>Marbough vd., 2020</b></p>	<p>Blok zinciri, Kovid-19 ve benzeri durumlar sırasında yanlış bilgilerin yayılmasıyla mücadele etmek için güvenilir bir takip sistemi geliştirmek için kullanılabilir. Ayrıca, sağlık ve tedarik zinciri iletişimini iyileştirebilir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ethereum akıllı sözleşmeleri ve oracle'ları</li> <li>• İzleme sistemi ağında paydaşlar (örneğin kamu kurumları) arasındaki etkileşimleri yakalamak için algoritmalar</li> <li>• Blok zinciri tabanlı takip sisteminin güvenlik analizi ve maliyet analizi için algoritmalar</li> </ul>
<p><b>DiCicco ve Agarwal, 2020</b></p>	<p>Blok zinciri tabanlı çözümler, sosyal medyadaki yanlış bilgileri doğrulamak ve bunlarla mücadele etmek için kullanılabilir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Blok zinciri teknolojisi</li> </ul>
<p><b>Jurado vd., 2020</b></p>	<p>Son kullanıcıların ve teyit ajanslarının haberleri doğrulamasına olanak sağlamak için otomatik indeksleme ve bilgi çıkarma önerilmektedir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akıllı sözleşmeler</li> <li>• Hash fonksiyonları</li> </ul>

<p><b>Arquam, vd., 2021</b></p>	<p>Yanlış bilgileri doğru bir şekilde tespit etmek ve üçüncü taraf doğruluk kontrolörlerinin katılımı olmadan çevrim içi sosyal ağlarda bilgi yayılımının kaynağını belirleyebilmek için blok zinciri kullanımı önerilmektedir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bilgi blokları zinciri oluşturmak için blok zinciri tabanlı bir algoritma</li> <li>• Yerel güven ve küresel güven algoritmaları</li> <li>• Modelin gerçek dünya sosyal ağ veri kümeleri (Facebook, LiveJournal) ve E-R ve BA ağ modelleri kullanılarak oluşturulan sentetik veri kümeleri kullanılarak değerlendirilmesi</li> </ul>
<p><b>Agrawal, vd., 2021</b></p>	<p>DL'yi kullanan blok zinciri, sahte haberlerin yayılmasını tespit etmeye ve bunlarla mücadele etmeye yardımcı olabilir. Çalışmada önerilen DeHiDe sistemi, sahte haberlerin yayılmasını tespit etmek ve önlemek için blok zinciri ve DL'yi birleştiren yeni hibrit bir modeldir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CNN'ler</li> <li>• Geçitli tekrarlayan birimler (GRU'lar) ve uzun kısa süreli bellek (LSTM'ler) gibi tekrarlayan sinir ağları (RNN'ler)</li> <li>• GloVe gibi önceden eğitilmiş sözcük katıştırılmaları</li> <li>• Maksimum havuzlama katmanları</li> <li>• Eş-evrimsel katmanlar</li> </ul>

<p><b>Upadhyay ve Baranwal, 2021</b></p>	<p>Haber içeriğinin anonim doğrulamasına olanak tanıyan blok zinciri platformu geliştirilmiştir. Blok zincirinin değiştirilemezlik ve izlenebilirlik özellikleri, sahte haberlerin yayılmasıyla mücadeleye yardımcı olabilir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Blok zinciri teknolojisi</li> </ul>
<p><b>Waghmare ve Patnaik, 2021</b></p>	<p>ML tabanlı yeni bir model sunulmuştur.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ML algoritmaları (SHA-256 gibi hash fonksiyonları, eşler arası düğüm doğrulama protokolü, geçerli hash üretmek için İşlem Madenciliği Algoritması)</li> </ul>
<p><b>Pun, vd., 2021</b></p>	<p>Blok zincirinin benimsenmesine yönelik devlet uygulamaları gereklidir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Blok zinciri teknolojisi</li> </ul>
<p><b>Guerar ve Migliardi, 2022</b></p>	<p>Sosyal medyadaki dezenformasyonla mücadele etmek için blok zinciri, bot taraması ve kimlik yönetimi kullanılabilir. TruthSeekers Zincirinin kullanımı önerilmektedir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sosyal medya akışlarını güvenilir bilgilerle almak ve artırmak için blok zinciri teknolojisinin kullanılması</li> <li>• Bot tarama mekanizması</li> <li>• Hesap verebilirlik ve güvenilirlik için özerk bir kimlik modelinin kullanılması</li> </ul>



<p><b>Hisseine, vd., 2022</b></p>	<p>Blok zincirinin, verilerin değişmezliği, ölçeklenebilirlik sorunları ve enerji tüketimi gibi çeşitli zorlukları vurgulanmıştır.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metin analizi ve etiketleme</li> <li>• Sahte içeriği tespit etmek ve verilerin güvenilirliğini tanımak için yapay zekâ ve ML</li> <li>• PoS</li> <li>• Yayınlanan öğeleri doğrulamak için veri madenciliği algoritmaları</li> </ul>
<p><b>Panigrahi, vd., 2022</b></p>	<p>Blok zinciri, metin madenciliği algoritmalarıyla birleştirilerek sahte haberleri tespit etmek için kullanılabilir. Merkeziyetsiz bir sistem önerilmektedir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TM algoritması (sahte içeriği seçmek ve filtrelemek için)</li> <li>• BFS algoritması (blok zinciri tabanlı sahte haber tespit sisteminde düğümleri ayırt etmek ve önemli düğümleri tanımlamak için)</li> </ul>
<p><b>Seneviratne, 2022</b></p>	<p>Blok zinciri ve yapay zekânın, yanlış bilginin yayılmasını azaltmak için birleştirilebileceği vurgulanmaktadır.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yapay zekâ modelleri ve blok zinciri</li> </ul>

<p><b>Liu, vd., 2022</b></p>	<p>Blok zinciri tabanlı çözüm, sahte bilgileri filtreleyebilir ve kimliği doğrulanmamış katılımcıların akıllı sözleşmeler, derecelendirme ve fikir birliği mekanizmaları aracılığıyla güvenilir olmayan verileri paylaşmasını önleyebilir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akıllı sözleşmeler</li> <li>• Derecelendirme mekanizmaları</li> <li>• Mutabakat mekanizmaları</li> <li>• Evrensel birleştirilebilirlik çerçevesi</li> </ul>
<p><b>Buşincu ve Alexandrescu, 2023</b></p>	<p>Dezenformasyona karşı koyabilecek ölçeklenebilir sistemde, yayıncıların ve haber ajanslarının haberlerini özel bir platformda yayınlamaları gerekmektedir. Yayıncıların kimliklerini korumalarına ve içeriklerini blok zincirindeki ve zincir dışındaki içeriği analiz eden ve endeksleyen web tarayıcılarını kullanarak çekmelerine imkân verilmektir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NLP teknikleri</li> <li>• DL ve Sinir Ağları</li> <li>• Diller Arası Anlamsal Metin Benzerliği</li> <li>• Yapay zekâ modülleri için itibar ve teşvik/cezalandırma</li> <li>• İnsan doğrulaması için haber makalelerini seçmek üzere belirsizlik örnekleme</li> <li>• İnsan doğrulayıcıların haber makalelerini derecelendirmesi</li> </ul>
<p><b>Petratos ve Faccia, 2023</b></p>	<p>Blok zinciri, dezenformasyon riskini azaltmak için kullanılabilir. Blok zinciri, tedarik zinciri risk yönetimini ve dayanıklılığını geliştirmek için kullanılabilir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Blok zinciri teknolojisi</li> </ul>

<p><b>Alexandrescu ve Butincu, 2023</b></p>	<p>Dezenformasyonla mücadele etmek için blok zincirini kullanan merkezi olmayan bir haber alma sistemi önerilmektedir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• URL'leri tarayıcılara ve kazıyıcılara tahsis etmek için tek değerli modulo işlevi</li> <li>• Her URL'yi işlemek üzere birden fazla tarayıcı/kazıyıcı seçmek için çok değerli modulo fonksiyonu</li> <li>• Kayan bit penceresi ve çoklu rastgele oracle kullanımı da dâhil olmak üzere çok değerli modulo fonksiyonunun uygulanmasına yönelik yaklaşımlar</li> </ul>
<p><b>Araghi vd., 2024</b></p>	<p>Görüntülerdeki değiştirilmiş alanları etkili bir şekilde tespit edebilecek ve yerlerini belirleyebilecek bir filigran şeması önerilmektedir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Otsu'nun filigran oluşturmak için görüntüyü ikili hâle getirme yöntemi</li> <li>• Dönüşüm alanına filigran gömmek için Tekil Değer Ayrıştırması (SVD)</li> <li>• Değişikliklere rağmen benzer görüntüleri tanımlamak için algısal hash</li> <li>• Rastgele bir matris ile XOR kullanarak filigran oluşturma ve gömme</li> </ul>

**Tablo 1.** İncelenen Çalışmalar, Çalışmaların Bulguları ve Önerileri

#### 4. Araştırmanın Bulguları

Dezenformasyonu önlemede blok zincirinin etkili bir araç olabileceğine yönelik çalışmalar 2017 yılında başlamaktadır. Ancak bu ilk çalışmalarda blok zincirinin haberin doğruluğunu kanıtlamak için yeterli olmadığı görülmüştür. Huckle ve White (2017), geliştirdikleri Provenator uygulaması ile dijital medya hakkındaki meta verileri blok zinciri teknolojisine kaydetmişlerdir. Bunu yapmaktaki amaçları, içerik oluşturucuları yarattıkları kaynaklar için hesap verebilir hâle getirmektir. Ancak, Provenator bir medya kaynağının kökenini kaydetmek için iyi çalışsa da bu ilk prototipin sahte içerik tespit etme yeteneklerini, sadece kötüye kullanılan bir görüntünün tek bir pikselini değiştirerek yanıltmak mümkündür. Bu nedenle, Provenator bir haberde kullanılan medya kaynaklarının gerçekliğini doğrulama konusunda yetkin olsa da uygulama sahte haber sorununa yalnızca kısmi bir çözüm sağlayabilmiştir. Huckle ve White (2017, s. 370), blok zinciri teknolojisinin bir bütün olarak haber hikayesinin doğruluğunu kanıtlayabileceğini düşünmediklerini belirtmişlerdir. Çalışmalarını gerçekleştirdikleri esnada bunun insan becerisi gerektirdiğine inandıklarını vurgulamışlardır: “Kuşkusuz, sadece tek bir pikselle farklılık gösteren iki medya kaynağı arasındaki benzerliği belirlemek için biraz karmaşık matematik gerekebilirken, aynı karmaşıklık, bu kaynakların aynı olduğuna hemen karar verecek olan insan gözü için geçerli değildir.”

Bu çalışmanın ardından 2018 yılında gerçekleştirilen bir başka çalışmada blok zincirinin resmî dağıtım yollarından ulaşan içeriği takibinin mümkün olduğu belirtilmiştir. Sylim ve diğerleri (2018, ss. 1-12), sahte haberleri tespit etmek için bir sistem oluşturmamış olsalar da bilgi paylaşımı ve doğrulamaya yönelik olarak blok zinciri teknolojisini kullanmışlardır. Çalışmalarında önerdikleri sistemin bir benzerini sahte başka ürün ve içeriklerin tespiti için kullanmak mümkün olabilecektir. Çalışmada, FDA'nın denetleyici veri doğrulama rolünde olduğu, ilaç tedarik zincirindeki sahte ve standart altı ilaçları tespit etmek için blok zinciri tabanlı bir farmakolojik takip sistemi geliştirilmiştir. Blok zinciri teknolojisinin, sahte ve standart altı ilaçları tespit etmek amacıyla ilaç tedarik zincirinde bilgi paylaşımını ve doğrulamayı desteklemek için kullanılabilirliğini bulmuşlardır. Ethereum tarafından kullanılan Proof-of-Work (PoW) mutabakat algoritması yerine, Delegated Proof-of-Stake (DPoS) mutabakat algoritmasının kullanılmasını önerdikleri sistemde, Practical Byzantine Fault Tolerance (PBFT) ve Ethereum'da kullanılan

ve sistemin verilerin bütünlüğünü doğrulamak için kullanacağı Keccak-256 kriptografik karma işlevi kullanılmıştır. Ancak çalışmanın sınırlılıkları; önerilen sistemin sadece düzenleyici kurum tarafından bilinen resmî dağıtım zincirlerini takip eden ilaç hareketlerini tespit edebilecek olmasıdır. Resmî dağıtım zincirlerinin dışındaki yollardan dağıtılan sahte ilaçlar izlenemeyecektir. Ayrıca, önerilen sistem kontrollü bir simülasyon ağında geliştirilmiş ve test edilmiştir; bu nedenle, bu çalışmadan elde edilen sonuçlar gerçek dünya ortamında kullanıldığında gerçek performansı yansıtmayabilecektir.

DPoS mutabakat algoritmasının bir benzeri 2019 yılında Torkey ve diğerleri (2019) tarafından sosyal ağlarda sahte haberlerin yayılmasını tespit etmek ve engellemek için geliştirilmiştir. Torkey ve diğerleri blok zinciri tabanlı bir “Güvenilirlik Kanıtı” [Proof of Credibility (PoC)] protokolü önermişlerdir. Güvenilirliğin Kanıtı'nın temel fikri, sosyal ağların, kullanıcıların eş olarak temsil edildiği merkezi olmayan ağlar olarak yeniden yapılandırılmasıdır. Her bir eş, tespit edilen söylentilerin/ sahte haberlerin değişmez, kriptografik olarak güvenli bir kaydı olarak temsil edilen dağıtılmış bir defteri kullanmaktadır. Dağıtılmış defter, blok zincirindeki her bloğun tespit edilen yeni bir dedikodu/ sahte haber sayısını temsil ettiği bir blok dizisi olarak tasarlanmıştır. Örneğin, blok zinciri sistemi 10 sahte haber tespit ederse zincire yeni bir blok eklenmektedir. Ayrıca, tespit işlevi, sosyal ağ platformundaki tüm eşlerle de paylaşılan PoC zincir kodu tarafından yürütülmektedir. Güvenilirliğin Kanıtı tabanlı sosyal ağ sistemlerinde, üçüncü tarafların paylaşılan bilgileri doğrulamasına ve dedikoduları tanımlamasına gerek yoktur çünkü eşler bu görevi Güvenilirliğin Kanıtı blok zinciri sistemine dayanarak yapacaklardır. Blok zincirindeki her blok sabit sayıda sahte haber içermektedir. Bu sayı sosyal ağların eşleri tarafından kabul edilmekte ve Güvenilirlik Kanıtı konsensüsünde tanımlanmaktadır. Örneğin, sosyal ağ sisteminde 100 söylenti/sahte haber tespit edildikten sonra zincire yeni bir blok eklenmektedir. Torkey ve diğerleri (2019) tarafından önerilen PoC blok zinciri algoritması, sahte haberleri yaklaşık %89'luk bir doğrulukla tespit edebilmiştir. Ayrıca, PoC algoritması, iki veri kümesindeki toplam tweetlerin yaklaşık %52'sinin sahte haber olarak tanınmasıyla, önemli miktarda sahte haberi tespit edebilmiştir. Çalışma, PoC algoritmasının, çevrim içi haberlerin güvenilirliğini değerlendirmek için “haberlerin tutarlılığı ve bütünlüğü ile genel yaygınlık ve kabul edilebilirlik” gibi ek özellikler eklenerek daha da geliştirilebileceği sonucuna ulaşmıştır.

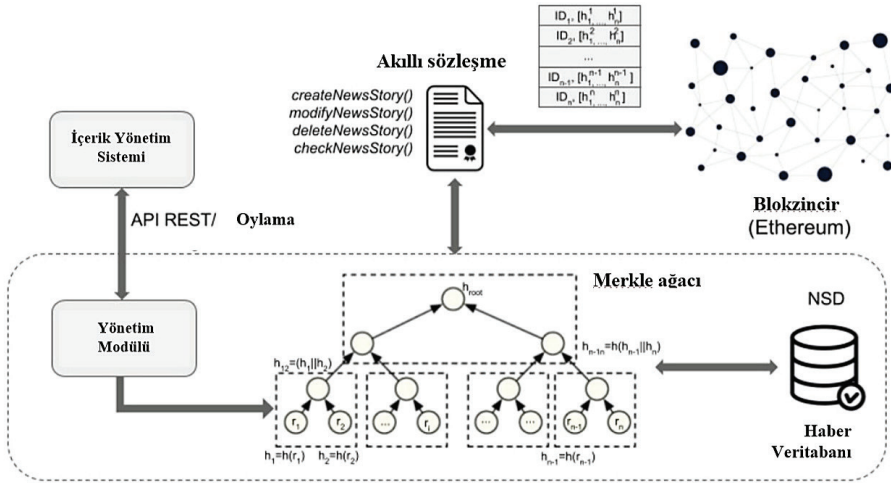
Torky ve diğerlerinin çalışması blok zincirinin dezenformasyonla mücadelede oldukça başarılı olabileceğini ortaya koymaktadır. Ancak, dezenformasyonu önlemeye yönelik çabalar ilerlerken bir taraftan toplumda dezenformasyon içeriklerinin de çeşitlendiği ve arttığı gözlenmektedir. Algoritma kullanımı da hem dezenformasyonu yaratmak hem de engellemek için bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, mevcut bir videoda yer alan kişinin yapay sinir ağlar ile bir başka kişinin görüntüsü ile değiştirildiği deepfake videolar, makine öğrenimi (ML) teknikleri ile mümkün olmaktadır. Çalışmalarda, bu yeni dezenformasyon türleri ile mücadele için de blok zinciri kullanımı üzerine çalışıldığı görülmektedir. Hasan ve Salah (2019), blok zinciri ve akıllı sözleşmelerin, deepfake videolar ile mücadele etmek için dijital içeriğin kaynağını ve geçmişini izlemek ve takip etmek için kullanılabileceğini belirtmişlerdir. Ethereum akıllı sözleşmelerinin kullanılmasını önerdikleri sistemde, videolar da dâhil olmak üzere dijital içeriğin kaynağını ve geçmişini, orijinalliğini doğrulamak için orijinal kaynağa kadar izleyebilmek mümkündür. Bu, dijital içeriğin kaynağını izlemek Ethereum akıllı sözleşmelerinde depolanan IPFS (InterPlanetary Dosya Sistemi) karmalarının kullanılmasını ile mümkün olmaktadır. Hasan ve Salah'ın önerdiklerinin, videoların ötesinde diğer dijital içerik türlerine de uygulanabilmesi mümkündür.

Shae ve Tsai (2019), gazetecilere blok zinciri tarafından izlenen ve yapay zekâ tarafından doğrulanan gerçek veriler sağlayarak sahte haberlerle mücadele etmek için araştırmacılar ve medya arasında iş birliği oluşturmak üzere bir yapay zekâ blok zinciri platformu önermişlerdir. Önerilen yapay zekâyâ dayalı blok zinciri platformu, gazetecilere blok zinciri ve yapay zekâ kullanılarak doğrulanan yeni haber hikayeleri hakkında güvenilir, gerçeklere dayalı veriler sağlamayı amaçlamaktadır. Platform, belirli bir haber için orijinal kaynakları, yayılma yolunu ve ilgili uzmanları belirlemek için blok zinciri tarafından izlenen verileri ve yapay zekâ araçlarını bir araya getirmektedir. Ayrıca, Qayyum ve diğerleri (2019) sahte haberlerin önlenmesi için dijitalleşme, büyük veri ve gelişmiş ML algoritmalarının ortaya çıkardığı zorlukları ele alan üst düzey bir blok zinciri tabanlı çerçevenin ana hatlarını çizmiştir. Bu çalışmalar, blok zinciri teknolojisinin çevrim içi bilgi paylaşımında güven, güvenlik ve güvenilirliği artırma potansiyelini vurgulamaktadır. Al-Saqaf (2019) ise, dezenformasyona karşı çabaları desteklemek amacıyla doğruluk kontrolleri için blok zinciri tabanlı bir kayıt defteri oluşturulmasını önermiştir. Fraga-Lamas ve Fernandez-Carames (2020) de, blok zinciri ve dağıtık def-

ter teknolojilerinin (DLT'ler), dijital içeriğin kaynağını ve gerçekliğini doğrulamak için güvenli ve şeffaf bir yol sağlayarak sahte haberler, yanlış bilgiler ile mücadele etme potansiyeline sahip olduğunu belirtmişlerdir. Hasan ve Salah'ın (2019) çalışmasına benzer şekilde deepfake gibi dijital aldatmacalarla mücadelede de blok zincirinin etkin bir araç olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca çalışmalarında, dijital aldatmacayla mücadelede blok zinciri ve DLT'lerin en ilgili uygulamalarını araştırmışlar ve ele alınması gereken zorlukları tanımlamışlardır. Bunun da ötesinde, günümüzün çevrim içi medyasındaki siber tehditlere karşı dayanıklılığı güçlendirmek için gelecekteki araştırmalar için öneriler sunmuşlardır.

Genel anlamda bilginin doğruluğunu ve şeffaflığını sağlamaya odaklanmayan, daha spesifik temalara odaklanan çalışmalar da mevcuttur. Marbough ve diğerleri (2020) blok zincirinin, bilgi güvenilirliği ve şeffaflığı sağlamak amacıyla Kovid-19 verileri için güvenilir bir takip sistemi geliştirmek için kullanılabileceğini belirtmişlerdir. Marbough ve diğerlerine göre, blok zinciri Kovid-19 salgını sırasında yanlış bilgilerin yayılmasıyla mücadele etmek için güvenilir bir izleme sistemi geliştirmek için kullanılabilecektir. Bunun için, güvenilir kaynaklardan gelen yeni vakalar, ölümler ve iyileşmelerle ilgili Kovid-19 verilerini izlemek için Ethereum akıllı sözleşmeleri ve oracle'ları kullanarak blok zinciri tabanlı bir sistem önerilmiştir. Önerilen izleme sistemi ağında paydaşlar (örneğin kamu kurumları) arasındaki etkileşimleri yakalamak için algoritmaların kullanımı ve yine önerilen blok zinciri tabanlı takip sisteminin güvenlik ve maliyet analizi için algoritmaların kullanımı önerilmektedir. Marbough ve diğerlerine göre (2020, s. 9909) önerdikleri çözümün, Sıtma ve HIV de dâhil olmak üzere diğer bulaşıcı hastalıklarla ilgili veri toplama ve raporlama istatistiklerini karşılayacak şekilde kullanılması mümkündür. Bu, blok zinciri bir ağdaki paydaşlar arasında veri paylaşımını ve raporlamasını teşvik ettiği için mümkündür. Önerilen çözüm, hastalar ve sağlık çalışanları arasındaki iletişimi kolaylaştırmak için de kullanılabilecektir. Bu sayede tüm araştırma ve sağlık hizmetleri toplulukları aynı ağ içerisinde birbirine bağlanarak müdahaleye dayanıklı, güvenilir ve güvenli bir veri tabanını kullanılabilecektir. Görülmektedir ki blok zinciri hem sağlık haberciliği açısından hem de kişilerarası iletişim açısından uygun bir zemin oluşturabilmektedir.

Çalışmalarda blok zincirinin özellikle doğrulama konusunda etkin bir araç olabildiği açığa çıkmaktadır. Jurado ve diğerleri (2020) haberleri izlemek ve takip etmek için blok zinciri teknolojisinin kullanılmasını önermiştir (bkz. Şekil. 1). Önerdikleri sistemde, son kullanıcıların ve teyit ajanslarının haberleri doğrulamasına olanak sağlamak için otomatik indeksleme ve bilgi çıkarma önerilmektedir. Ayrıca, bilgi kaynaklarına doğrudan erişim, haber hikayelerindeki değişikliklerin izlenmesi, veri/meta veri bütünlüğü ve yazarlık güvencesi gibi çeşitli gereksinimler vurgulanmaktadır. DiCicco ve Agarwal'ın çalışmasına göre de (2020), blok zinciri tabanlı çözümler, sosyal medyadaki yanlış bilgileri doğrulamak ve bunlarla mücadele etmek için uygundur. Haber makaleleri, resimler, videolar ve hatta tüm sosyal medya platformları dâhil olmak üzere çeşitli içerik türlerini doğrulamak için blok zinciri tabanlı çözümler geliştirilmektedir. Ayrıca, farklı blok zinciri tabanlı çözümler, yanlış bilgiyi önleme ve yanlış bilgiyle mücadele etme çabalarında farklı yaklaşımlara ve artı ve eksilere sahiptir.



Görsel 1. Haberleri İzlemek ve Takip Etmek için Jurado ve Diğerleri (2020, s. 42) Tarafından Önerilen Blok Zinciri Sistemi

2021 yılında gerçekleştirilen çalışmaların, 2017 yılından bu yana yayımlanan çalışmaların bulgularından da faydalanarak konuyu daha da derinleştirdiği görülmektedir. Arquam ve Sharma (2021) makalelerinde, bilginin eşler düzeyinde güvenli bir şekilde paylaşılması için blok zincirine dayalı bir model



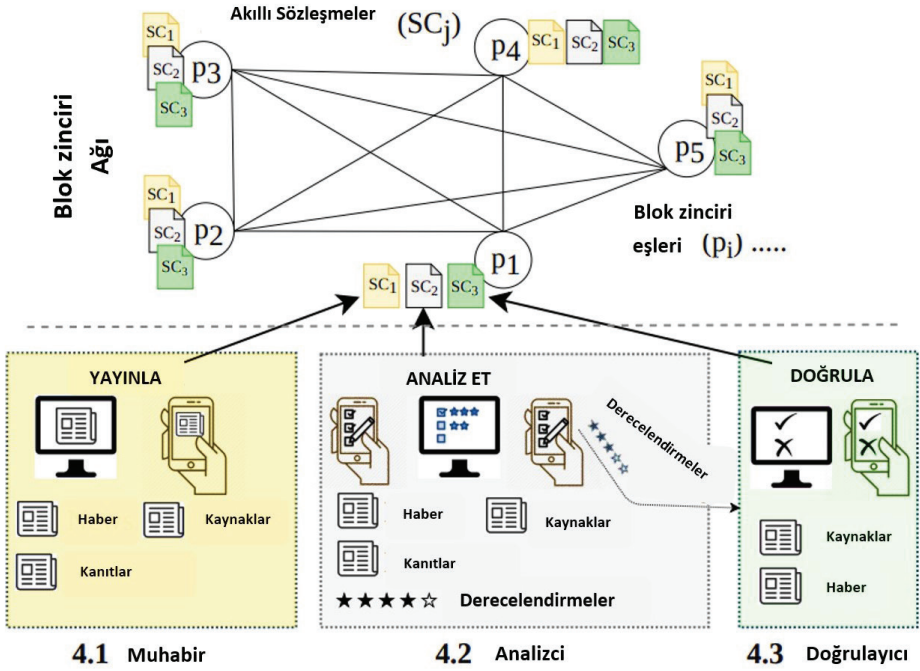
önermektedir. Önerilen modelde, bilgi blokları birleştirilerek bir zincir oluşturulmaktadır. Ağdaki her düğüm, eş düğümlerine karşı güvenilirliğine bağlı olarak bilgiyi yaymaktadır. Bir düğümün güvenilirliği, ilgili bilgilerine göre değişmektedir. Güven, gönderici ve alıcı arasında yerel güven ve küresel güven olmak üzere iki yoldan biri kullanılarak hesaplanmaktadır. Geliştirilen model, Facebook ve Live Journal'dan alınan gerçek veri kümelerinin yanı sıra E-R ağ modeli ve BA ağ modeli kullanılarak oluşturulan sentetik veri kümeleri kullanılarak değerlendirilmiştir. Önerilen model gerçek dünya ölçeğiz ağlarında yüksek doğruluk elde etmektedir. Simülasyon sonuçları, modelin yanlış bilgiyi (sahte haber veya söylenti) üçüncü tarafların katılımı olmadan blok zinciri teknolojisini uygulayarak ve ağ parametrelerini kullanarak bilgi yayan düğümlerin kaynağını tespit edebileceğini doğrulamaktadır.

İncelenen çalışmalarda dikkat çeken bir durum, dezenformasyonu önlemede blok zinciri ile birlikte farklı yapay zekâ araçlarının, algoritmaların kullanılmasıdır. 2021 yılına gelindiğinde ise ML'nin bir alt dalı olarak değerlendirilebilecek DL'nin sahte haberleri tespit etmek için etkin bir şekilde kullanılabileceği görülmeye başlanmıştır. Bu durum, 2017 yılında hayata geçirilen dezenformasyonu önlemede kullanılan ilk blok zinciri prototipi kullanımı sonucunda araştırmacıların insan becerisinin, dezenformasyonun önlenmesi için hâlâ gerekli olduğuna yönelik tespitini (bkz. Huckle ve White, 2017) geçersiz hâle getirebilecektir. Katmanlar, nöronlar, aktivasyon fonksiyonları ve geri yayılım algoritmaları içeren DL, Convolutional Neural Networks (CNN) (konvölüsyonel sinir ağları), metin içeriğini analiz eden doğal dil işleme (NLP) teknikleri, otomatik doğrulama sistemleri ile insana yönelik ihtiyacı ortadan kaldıracaktır.

Agrawal ve diğerleri de (2021) DL'yi blok zinciri ile birleştiren bir sistemin, sahte haberlerin yayılmasını tespit etmeye ve bunlarla mücadele etmeye yardımcı olabileceğini belirtmektedir. Agrawal ve diğerlerinin (2021, s. 11), önerdikleri bu sistem önceki sistemlere (bkz. Qayyum vd., 2019; Arquam vd., 2021) kıyasla dezenformasyonu önlemede daha kapsamlıdır. Agrawal ve diğerlerinin (2021, s. 6) önerdiği DeHiDe (Deep Learning based Hybrid Model to Detect Fake News using Blockchain) sistemi, sahte haberlerin yayılmasını tespit etmek ve önlemek için blok zinciri ve DL'yi birleştiren yeni bir hibrit modeldir (bkz. Şekil 2). Bu sistemde, bir kullanıcı üç farklı sistem profiline sahip olabilmektedir: muhabir, analizci ve doğrulayıcı. Her üç birim de ilgili

dağıtık uygulamaları kullanarak akıllı sözleşmeleri kullanmakla yükümlüdür. DeHiDe'de herkes haberleri yayımlayabilmekte ve diğer kullanıcılar da haberlerin gerçekliğini doğrulayabilmektedir. Bu nedenle blok zinciri, sahte haberleri tespit etmek için DL modelinde kanıt olarak kullanılan, kullanıcılar tarafından gerçekleştirilen her eylemi saklamak için dağıtılmış, güvenilir, güvenli bir depolama alanı sağlamaktadır. Haber yayınlarken, kullanıcı, muhabir uygulamasını kullanarak haberleri ve destekleyici kanıtları anonim olarak yayımlayabilen bir muhabir olarak tanımlanmaktadır. Haberin analizciler ve doğrulayıcılar tarafından adil bir şekilde analiz edilebilmesi için haber yayınlanana kadar muhabirin kimliği açıklanmamaktadır. Muhabir, sistemin analizcileri seçmesine ve doğrulayıcılara ulaşmasına yardımcı olmak için haber konusu, kaynağı ve haber alanıyla ilgili çeşitli etiketler sağlamaktadır. Muhabirin itibarı, 0 ile 1 arasında değişen ve sürecin en başında 0,5 olarak ayarlanan güvenilirlik ( $\delta r$ ) kullanılarak tanımlanmaktadır. Muhabirin güvenilirliği haber yayımlandıkça artmaktadır. Bu sistemde, muhabirlerin inançlarını tanımlayan belirli bir haber derecelendirmesi atanması önerilmektedir. Bu sistemdeki bir diğer profil ise analizcilerdir.

Analizciler haberleri analiz etmekte ve analiz uygulaması aracılığıyla derecelendirme yapmaktadır. Analizciler, destekleyici haber kanıtlarını, kaynakları ve blok zincirinde depolanan verileri kullanarak haberleri doğrulamaktadır. Başlangıçta, tüm analizcilerin güvenilirliği 0,5 olarak ayarlanmakta ve güvenilirlikleri haber değerlendirmelerine bağlı olarak artabilmekte veya azalabilmektedir. Doğrulanmış gazeteci profillerine sahip kullanıcılar haberleri değerlendirmek üzere rastgele seçilmektedir. Rastgele seçim, anonim muhabir tarafından bildirilen haberleri değerlendirmek için herhangi bir gazeteci seçilebileceğinden, ücretli incelemelere daha az gerek duyulmaktadır. Gazetecinin haber hikayelerini yorumlaması daha güvenilir olabilmektedir çünkü gazeteciler geçmiş haberlerle ilgili daha fazla deneyime sahiptir. Analizci rolüne sahip olan gazeteci aynı zamanda muhabir de olabilmektedir ve bildirilen haberin önemini bilmektedir. Bu sistemde, muhabir aynı zamanda diğer muhabirler için bir analizci olabilmektedir. Muhabir haber yaptığında, rastgele seçilen gazeteciler de dâhil olmak üzere çeşitli analizciler haberi değerlendirmektedir. Dolayısıyla, haber analizi sadece klasik DL modeline dayanmamaktadır. Bunun yanı sıra, muhabirlerin kimliği haber yayınlanmadan önce ifşa edilmemektedir; dolayısıyla, haksız bir incelemenin haber derecelendirmesini etkileme şansı yoktur (Agrawal vd., 2021, ss. 7-9). DeHiDe sisteminde karşımıza çıkan üçüncü profil doğrulayıcılardır.

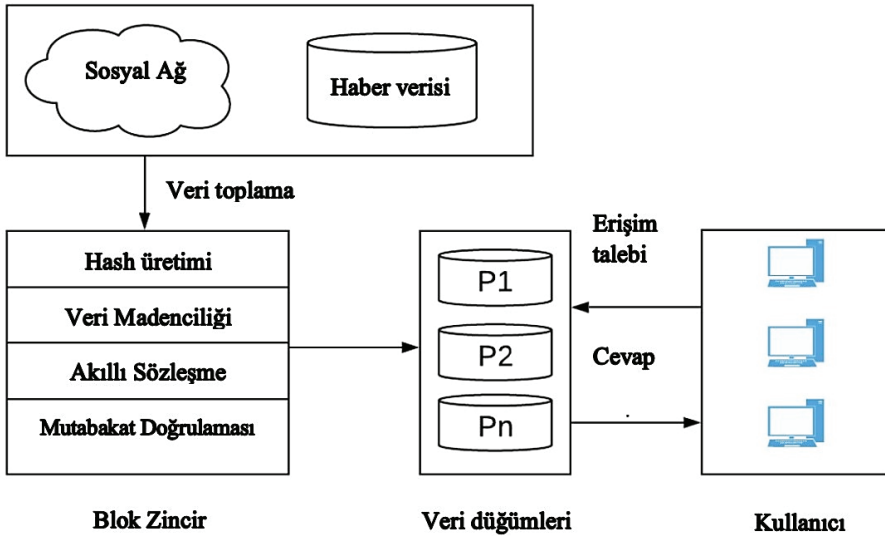


Görsel 2. Dezenformasyonu Önlemeye Yönelik DeHiDe Sistemi (Agrawal vd., 2021, s. 6).

Doğrulayıcılar, belirli haber etiketlerine dayalı olarak ilgi alanlarına göre haberleri okuyan gerçek haber izleyicileridir. Analizci tarafından verilen derecelendirmelere göre haberler doğrulayıcılara sunulmaktadır. Haber ilk olarak kamuya açık alanda yayınlanmamakta ve derecelendirme belirli bir eşğin altına düşerse sahte olduğu varsayılmaktadır. Doğrulayıcı haberi algıladıklarına veya şüphelendiklerine göre doğrulamaktadır. Doğrulayıcının güven faktörü haberlerin ana akım medyada yer almasını etkilemektedir (Agrawal vd., 2021, s. 10). Agrawal ve diğerlerinin tasarladıkları bu üç aşamalı sistem, dezenformasyon ile mücadelede etkin bir araç olarak kullanılabilir.

Pun ve diğerlerinin (2021) çalışmasının, incelenen diğer çalışmalardan en önemli farklılığı ise dezenformasyon ile mücadelede devlet desteğinin önemini vurgulamalarıdır. Pun ve diğerleri, blok zincirinin benimsenmesinin, özellikle devlet desteğiyle dezenformasyon ile mücadelede etkili bir çözüm olabileceğini belirtmişlerdir çünkü blok zincirinin benimsenmesi ile aldatıcı

taklitlerin bulunduğu bir piyasayı aldatıcı olmayan taklitlerin bulunduğu bir piyasaya dönüştürmek mümkündür. Aynı yıl, Waghmare ve Patnaik (2021, s. 976) blok zinciri kullanılarak sahte haberleri tespit etmek için ML tabanlı yeni bir model önerdikleri çalışmalarında, herkes tarafından yayınlanabilir haberlerin olduğu ve herkesin haberlerin geçerliliğini doğrulayabildiği bir sistem önermişlerdir (bkz. Şekil 3). Bu sistemde, blok zinciri, herhangi bir kullanıcı etkinliğini depolamak için merkezi olmayan, güvenilir, depolama olanakları sunmaktadır. Veri yayınlama modülünde herhangi bir anonim kullanıcı haberleri yükleyebilmekte, veri yüklemesi başarıyla yapıldığında otomatik olarak blok hâline dönüştürülmektedir ve blok zincirinde saklanmaktadır. Veri yayıncısı portalda herhangi bir haber yayınladığında blok zinciri çerçevesi sistem tarafından takip edilmektedir. Haber yükleme sırasında sistem tarafından sırasıyla hash üretimi, işlem madenciliği, akıllı sözleşme üretimi ve P2P doğrulaması için fikir birliği gibi dört temel adım takip edilmektedir.



Görsel 3. Waghmare ve Patnaik (2021) Tarafından Önerilen Blok Zinciri Tabanlı Sahte Haber Tespit Sistemi

Guerar ve Migliardi (2022), dezenformasyonun üstesinden gelmek için mevcut sosyal medya ağlarının üzerine bir katman ekleyen bir platform olan

TruthSeekers Zincirini önermektedirler. Bu zincirde akış, yeni işlevler ve bir blok zincirinden alınan güvenilir bilgilerle desteklenmektedir. Yalnızca insanlar tarafından üretilen içerik ve etkileşimin yayınlanmasına izin vermek için bir bot tarama mekanizması kullanılmaktadır. Ayrıca platform, kullanıcının manipüle edilmiş veya tahrif edilmiş içeriği tespit etmesine yardımcı olan üçüncü taraf içerik doğrulama araçlarının entegrasyonuna açıktır. Hesap verebilirliği sağlamak ve güvenilir bir taşınabilir itibar sistemi oluşturulmasına katkıda bulunmak için özerk bir kimlik modeli kullanılmaktadır.

Panigrahi ve diğerleri (2022, s. 2442) dezenformasyonun üstesinden gelmek için; blok zinciri tabanlı sahte haber tespit sisteminde düğümleri ayırt etmek ve önemli düğümleri tanımlamak için Breadth-First Search (BFS) algoritmasını (genişlik öncelikli arama algoritması) ve sahte içeriği seçmek ve filtrelemek için Turing makinesi (TM) algoritmasını önermişlerdir. Panigrahi ve diğerleri, sahte haberleri tespit etmek için merkeziyetsiz bir sistem oluşturmak üzere blok zinciri kullanmayı önermektedir; burada güvenilir kaynakları temsil eden ana düğümler bilginin gerçekliğini doğrulamak ve alt düğümler aracılığıyla yayılmasını izlemek için kullanılmaktadır. Bu çalışmada, merkeziyetsizlik kuramlarında da önerildiği gibi merkeziyetsiz yapıların, dezenformasyon ile mücadele açısından önemli olduğu görülmektedir. Önerilen merkeziyetsiz yapı, halka doğru ve ilgili bilgileri sunmak ve sahte haberlerin yayılmasını önlemek için önemli düğümlerin ve içerik bloklarının tanımlanmasını ve gereksiz bilgilerin filtrenmesini kapsamaktadır.

Liu ve diğerleri 2022, blok zinciri tabanlı, merkezi olmayan, adil ve kimliği doğrulanmış bir bilgi paylaşım şeması önermektedir. Önerilen blok zinciri tabanlı çözüm, sahte bilgileri filtreleyebilmekte ve kimliği doğrulanmamış katılımcıların akıllı sözleşmeler, oylama ve fikir birliği mekanizmaları aracılığıyla güvenilir olmayan verileri paylaşmasını önleyebilmektedir. Sahte bilgileri filtrelemek için akıllı sözleşmelerin, katılımcılar arasında etkin oylama sağlamak için oylama mekanizmalarının ve kimliği doğrulanmamış katılımcıların güvenilir olmayan bilgileri paylaşmasını önlemek için mutabakat mekanizmalarının kullanıldığı çözümün evrensel birleştirilebilirlik çerçevesinde güvenli olduğu kanıtlanmıştır.

Önceki çalışmaların bir kısmına benzer şekilde 2022 yılında Upadhyay ve Baranwal (2022), blok zincirinin değişmezliği ve izlenebilirliğinden yararlanarak anonim içerik kimlik doğrulaması için Ethereum tabanlı bir platform

geliştirmişlerdir. Seneviratne de (2022), yine önceki çalışmalarda olduğu gibi blok zinciri ve yapay zekânın, web üzerinde yanlış bilginin yayılmasını azaltmak için birleştirilebileceğini belirtmiştir. Hisseine ve diğerlerinin (2022) çalışması ise farklı olarak blok zinciri teknolojisinin sosyal medyada uygulanmasını kapsayan makalelerin incelendiği bir literatür taramasıdır. Çalışmanın bulguları, blok zincirin sosyal medyadaki uygulamaları üzerine yapılan çalışmaların esas olarak sahte haberleri engellemeye ve veri gizliliğini artırmaya odaklandığını göstermektedir. Hisseine ve diğerleri (2022, s. 21), dezenformasyonla mücadelede blok zinciri kullanımını öneren çalışmaların temel olarak blok zincirinin belirli özelliklerine ve bileşenlerine, özellikle de akıllı sözleşme, mutabakat mekanizmaları ve merkeziyetsizliğe dayandığını tespit etmişlerdir. Ayrıca, blok zincirini yapay zekâ ve ML ile birleştiren birkaç çalışma bulduklarını belirtmişlerdir. Araştırmacıların dikkatini çeken bir diğer konu, blok zincirinin sosyal medyadaki birçok zorluğa çözüm sunuyor olsa da ölçeklenebilirlik, enerji tüketimi ve depolama kapasitesi gibi bazı engellere sahip olduğudur.

Dezenformasyonu önlemeye yönelik modeller öneren çalışmaların çoğunda merkeziyetsizliğin ön plana çıktığı görülmektedir. Bunlardan biri de Butincu ve Alexandrescu'nun (2023, ss. 6-7), yapay zekâ, akıllı sözleşmeler ve blok zincirini içeren merkezi olmayan aktörleri kullanarak çevrim içi dezenformasyona karşı koyabilecek ölçeklenebilir bir sistem önerdiği çalışmasıdır. Bu çalışmada önerilen platformun yapısı, ayrı otonom yapay zekâ modüllerinden oluşan birleşik bir yapay zekâ unsurunu entegre etmektedir. Bu yapay zekâ modülleri, insan aktörlerle birlikte eş zamanlı olarak haberlerin analizini gerçekleştirmekte ve her birine bir güven puanı atamaktadır. Ayrıca, bu modüllerin her biri belirli bir güven puanının neden verildiğine dair ek bilgi sağlayabilmektedir. Bu sistemde farklı ajanslardan ve haber yayıncı sitelerinden çevrim içi haberler otomatik olarak alınmakta, bir araya getirilmekte, birleştirilmiş yapay zekâ modülleri ve insan doğrulayıcılar tarafından paralel olarak analiz edilmektedir. Nihai sonuçlar, herkesin haberlerin arkasındaki gerçeği ayrıntılı olarak kanıtlarıyla birlikte kontrol edebileceği bir web portalı aracılığıyla kullanıma sunulmaktadır.

Merkeziyetsizlik kuramlarında, daha şeffaf ve topluluk tabanlı içerik denetimiyle çalışan merkeziyetsiz yapıların yanlış bilgilerin yayılmasını zorlaştırdığı vurgulanmaktadır. Butincu ve Alexandrescu'nun önerdiği sistemde

de bu düşünceden yola çıkıldığı anlaşılmaktadır. Önerdikleri web portalının temelinde yatan ilke merkeziyetsizlik ve şeffaflıktır, bu nedenle Merkezi Olmayan Otonom Organizasyon'un (DAO) uygulanması Butincu ve Alexandrescu'nun (2023, s. 12) tasarımının merkezinde yer almaktadır. DAO, tüm sistemin omurgasını oluşturan bir dizi akıllı sözleşme aracılığıyla uygulanmaktadır. Platform protokolüne katılmak için kullanıcıların, karar alma sürecinin ve projenin gelecekteki gelişiminin bir parçası olmalarını sağlayacak tokena sahip olması gerekmektedir. Zincir içi yönetim, değişiklik yapma kurallarının blok zinciri protokolüne kodlandığı bir tür yönetimi ifade etmektedir. Bu sistemde akıllı sözleşmeler, bir oylama mekanizması aracılığıyla alınan kolektif kararların uygulanmasında temel bir rol oynamaktadır. Zincir üstü yönetim özerk ve şeffaf bir şekilde işlemektedir, tüm değişiklikler blok zincirine kaydedilmekte ve herkes tarafından erişilebilmektedir.

Aynı araştırmacılar, bir başka çalışmalarında da güven ve şeffaflık sağlamak için blok zinciri teknolojisinin kullanabileceğini belirtmişlerdir. Bu çalışmalarında da topluluk katılımını, dağıtık bir yapıyı ve bir blok zinciri ağıyla entegrasyonu içeren merkeziyetsiz bir haber alma sistemini önermektedirler. Makalede, haber web sitelerinin HTML yapısındaki tutarsızlıklarla başa çıkabilen bir şablonu tanıtılmakta ve verimliliği artırmak için haber alma sisteminin açık kaynaklı OpenStack bulut platformunda konuşlandırılmasına yönelik çözümler tartışılmaktadır. Ayrıca, URL'leri tarayıcılara ve kazıyıcılara tahsis etmek için tek değerli modulo işlevi (sv f), her URL'yi işlemek üzere birden fazla tarayıcı/kazıyıcı seçmek için çok değerli modulo fonksiyonu (mv f) ve kayan bit penceresi ve çoklu rastgele oracle kullanımı da dâhil olmak üzere çok değerli modulo fonksiyonunun uygulanmasına yönelik yaklaşımlar tartışılmaktadır (Alexandrescu ve Butincu, 2023). Aynı yıl, Petratos ve Faccia (2023) konuyu teorik olarak tartıştıkları makalelerinde blok zincirinin, riskleri yönetmek ve tedarik zincirlerinde yalan haber, yanlış bilgi ve dezenformasyona karşı dayanıklılık oluşturmak için kullanılabileceğini vurgulamıştır. İncelenen son çalışma ise 2024 yılında Araghi ve diğerleri (2024) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada, sıkıştırma, kırpma, ölçekleme, döndürme, kopyalama ve kolaj gibi yaygın görüntü manipülasyonlarına karşı dayanıklı bir şema önerilmiştir. Blok zinciri tabanlı bu filigran şeması, manipüle edilmiş görüntüleri içeren sahte haberlerin kaynağını ve yayılmasını izlemek için kullanılabilir.

İlk çalışmalar, blok zincirinin dezenformasyon ile mücadele için yeterli olmadığını savunurken, sonraki yıllarda yayımlanan çalışmalarda ilerleme kaydedildiği görülmüştür. Örneğin, Huckle ve White'ın Provenator uygulaması sahte içeriklerin tespitinde, Sylim ve diğerlerinin çalışması ise resmî dağıtım zincirleri dışındaki sahte ürünleri izlemekte zayıf kalmıştır. Buna karşın, Torkey ve diğerlerinin önerdiği model, sahte haberlerin yayılmasını %89 oranında tespit edebilmiştir. Ayrıca, ilk çalışmalarda insan becerisi olmadan dezenformasyonun engellenemeyeceği vurgulanırken, sonraki çalışmalarda hem insanların doğrulayıcılar veya çeşitli diğer fonksiyonlar ile blok zincirini etkin kullanabilecekleri sistemler hem de DL teknikleri ile insana olan ihtiyacın azaltıldığı yapılar önerilmiştir. 2017-2024 yılları arasında gerçekleştirilen çalışmalarda, çoğunlukla merkeziyetsiz ve açık kaynak kodlu bir blok zinciri olan Ethereum'un kullanıldığı görülmüştür. Çalışmalarda merkeziyetsiz bir sistem oluşturmak üzere blok zinciri teknolojisinin, akıllı sözleşmelerin, anonim içerik kimlik doğrulamasının (haber yayınlanana kadar muhabirin kimliğinin açıklanmadığı sistemler vb.), dijital içeriğin kaynağını ve gerçekliğini doğrulamak için güvenli ve şeffaf bir yol sağlayabilmek için dağıtık defter teknolojilerinin, DAO'ların, derecelendirme sistemlerinin, ML'nin ve DL'nin önemi vurgulanmıştır. Ayrıca, devlet desteğinin dezenformasyon ile mücadelede etkili olabileceği belirtilmiştir.

İncelenen çalışmalarda, dezenformasyonu önlemek için önerilen algoritmalar arasında, kriptografik hash fonksiyonları (SHA-256 ve Keccak-256), açık anahtarlı kriptografi ve dijital imzalar; PoW ve PoC ile birlikte DPoS ve PBFT gibi mutabakat algoritmaları; IPFS ile yönlendirilmiş döngüsel Merkle grafikleri; çeşitli yapay zekâ, ML ve DL algoritmaları; CNN ve NLP; BFS ve TM algoritması; bilgi blokları ve sosyal medya akışlarının güvenilirliği için izleme ve etkileşim algoritmaları; ayrıca akıllı sözleşmeler mevcuttur. Çalışmalarda, kriptografik hash fonksiyonları verilerin bütünlüğünü korumak için, açık anahtarlı kriptografi ve dijital imzalar ise güvenilir iletişimi sağlamak ve kimlik doğrulama için önerilmektedir. Kimliği doğrulanmamış katılımcıların güvenilir olmayan bilgileri paylaşmasını önlemek için kullanılan mutabakat algoritmaları (PoW, PoC, DPoS, PBFT) ise ağdaki işlemlerin doğruluğunu ve güvenilirliğini artırmayı hedeflemektedir. Döngüsel Merkle grafikleri, verilerin dağıtık depolanmasını ve izlenebilirliğini sağlamaya yönelik bir rol oynarken, NLP ve CNN gibi yöntemler, metin ve görüntü analizi için önemlidir. Akıllı sözleşmeler ise otomatik ve güvenilir işlemler gerçekleştirerek



şeffaflığın artırılmasını sağlamak için gereklidir.

Sahte bilgileri filtrelemek için kullanılan akıllı sözleşmeler, bir üçüncü tarafa ihtiyaç duymadan iş sözleşmelerinin kendi kendine yönetilmesine olanak sağlamaktadır. Böylece, Ethereum'un kurucu ortaklarından Gavin Wood'un "Gelecekte, çıkarlarım konusunda üçüncü taraf bir kuruma güvendiğimi söylemek, bugün bir abaküs kullandığımı söylemek kadar tuhaf görünebilir" (Swan, 2017, s. 6) sözünü hangi nedenler ile söylediği anlaşılmaktadır. Akıllı sözleşmeler ile merkezden belirlenen yapı yerine, tüm kullanıcıların içeriği doğrulamak için kendi kayıtlarına bakabildiği ve herhangi bir kullanıcının veriyi değiştirmeye çalışması hâlinde diğer kullanıcıların onayını alması gerektiği, dolayısıyla manipülasyonun engellenebildiği bir sisteme işaret edilmektedir.

İncelenen çalışmalarda, ML, özellikle de DL ve blok zincirinin birleşiminin sahte haberlerin yayılmasını önlemede büyük bir potansiyel sunduğu görülmüştür. Örneğin, Agrawal ve diğerleri tarafından önerilen DeHiDe modeli, kullanıcıların haberleri anonim bir şekilde doğrulamasını mümkün kılmıştır. Hasan ve Salah'ın geliştirdiği sistem ise, dijital içeriğin kaynağını izleyerek deepfake videoların tespitine yönelik önemli bir çözüm sunmuştur. Sonuç olarak, çevrim içi bilgi paylaşımında güven, güvenlik ve güvenilirliği artırma potansiyeli ile blok zincirinin dezenformasyon ile mücadelede önemli bir rolü olabileceği, özellikle doğrulama konusunda etkin bir araç olabileceği, dezenformasyonu önlemede blok zinciri ile birlikte farklı yapay zekâ araçlarının, algoritmaların kullanılabilmesi anlaşılmıştır. Ancak, blok zincirinin ölçeklenebilirlik, enerji tüketimi, veri depolama kapasitesi ve kullanıcıların eğitim düzeyi gibi bazı engellere sahip olduğunun da ihmal edilmemesi gerektiği ve bu sorunlara yönelik yeni çözümler geliştirilmesi gerektiği de anlaşılmıştır. Ayrıca, bu alanda gerçekleştirilecek gelecekteki araştırmalarda, mevcut sistemlerin nasıl daha işler hâle gelebileceğinin tartışılması ve kullanıcıların bilinçlenmesinin hedeflenmesi gerektiği anlaşılmıştır.

## 5. Sonuç

Gerçekleştirilen analiz sonucunda, 2017 yılından 2024 yılına kadar geçen süre içerisinde, blok zinciri teknolojisinin dezenformasyonu engellemeye yönelik kullanımı için önerilen sistemlerin hızla geliştiği görülmüştür. İnsanların muhabirler, analizciler, doğrulayıcılar veya çeşitli diğer roller olarak

blok zincirini etkin kullanabilecekleri yapıların geliştirilmesi gerektiği görülmüştür. Ayrıca, algoritmaların ve makine öğreniminin aktif olduğu, özellikle de derin öğrenme teknikleri ile insana olan ihtiyacın azaltıldığı blok zinciri sistemlerinin dezenformasyonu engellemede etkili olabileceği anlaşılmıştır. Ethereum'un yoğunlukla kullanıldığı bu sistemlerde; merkeziyetsizlik, değiştirilemezlik, şeffaflık, akıllı sözleşmeler, anonim içerik, dijital kimlik, dağıtık defter teknolojileri, DAO'lar, derecelendirme sistemleri, ML ve DL gibi özellikler vurgulanmıştır. Bu özellikleri ile blok zincirinin, verinin doğruluğunu sağlayan ve kullanıcıların verileri üzerinde kendilerinin kontrol sahibi oldukları yapısı sayesinde haber ve bilgi paylaşımı açısından dezenformasyonun olmadığı bir ortam sağlayabileceği açığa çıkmıştır. Sonuç olarak, blok zincirinin içerik paylaşımında güvenilirliği artırma potansiyelinin olduğu ve doğrulama konusunda etkin bir araç olabileceği anlaşılmıştır. Tüm bunlardan hareketle, mevcut medya kuruluşlarına alternatif olarak blok zincire dayalı olarak faaliyet gösterecek, merkezi olmayan otonom medya kuruluşlarının daha demokratik bir medya ortamının tesisine ortam sağlayabileceği söylenebilir.

Bunlara karşın, blok zincirinin ölçeklenebilirlik, enerji tüketimi, veri depolama kapasitesi ve kullanıcıların eğitim düzeyi gibi bazı engellere sahip olduğunun da ihmal edilmemesi gerektiği ve bu sorunlara yönelik yeni çalışmaların yürütülmesi gerektiği de anlaşılmıştır. Ölçeklenebilirlik sorununu aşmaya yönelik olarak, katman 2 çözümlerinin (Plasma vb.) dikkate alınması faydalı olabilecektir. Böylece ana zincir üzerindeki yükün hafiflemesi sağlanabilecektir. Ayrıca, bu çalışmada incelenen makalelerin bir kısmında önerildiği gibi DPoS mekanizmaların benimsenmesi de faydalı olabilecektir. Bu konsensüs mekanizmaları aynı zamanda enerji tüketiminin azaltılmasına da katkı sağlayacaktır. Enerji tüketiminin azaltılması için, yenilebilir enerji kullanımı ve donanım optimizasyonları da işlevsel olabilecektir. Veri depolama kapasitesinin artırılmasına yönelik olarak ise incelenen makalelerin bir kısmında önerildiği gibi veri sıkıştırma algoritmaları, merkle ağaçları ve IPFS gibi sistemler etkin bir şekilde kullanılmalıdır. Kullanıcıların konuya ilişkin eğitim düzeyleri için ise bilinçlendirme eğitimleri ve kullanıcı dostu ara yüzler dikkate alınmalıdır. Bu önerilerin gerçekleştirilmesi ile blok zinciri, dezenformasyonu engellemeye yönelik olarak daha kullanılabilir hâle gelecektir. Ayrıca, sonraki araştırmalarda, blok zincirinin dezenformasyonu engellemek için nasıl daha işler hâle gelebileceğinin ve yaygınlaştırılabileceğinin tartışılması gerektiği anlaşılmıştır.

## Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

## Kaynakça

- Agrawal, P., Anjana, P. S., & Peri, S. (2021). DeHiDe: Deep Learning-based Hybrid Model to Detect Fake News using Blockchain. In Proceedings of the 22nd International Conference on Distributed Computing and Networking (pp. 245-246).
- Alexandrescu, A., & Butincu, C. N. (2023). Decentralized news-retrieval architecture using blockchain technology. *Mathematics*, 11(21), 4542.
- Al-Saqaf, W. (2019). A blockchain-based fact-checking registry: Enhancing trust in the fact-checkers. In Conference for Truth and Trust Online, London, October 4-5, 2019.
- Al-Saqaf, W., & Edwardsson, M. P. (2019). Could blockchain save journalism? An explorative study of blockchain's potential to make journalism a more sustainable business. In *Blockchain and Web 3.0* (pp. 97-113). Routledge.
- Al-Saqaf, W., & Edwardsson, M. P. (2019). Could blockchain save journalism? An explorative study of blockchain's potential to make journalism a more sustainable business. In *Blockchain and Web 3.0* (pp. 97-113). Routledge.
- Araghi, T. K., Megias, D., Garcia-Font, V., Kuribayashi, M., & Mazurczyk, W. (2024). Disinformation detection and source tracking using semi-fragile watermarking and blockchain. In *European Interdisciplinary Cybersecurity Conference* (pp. 136-143).
- Arquam, M., Singh, A., & Sharma, R. (2021). A blockchain-based secured and trusted framework for information propagation on online social networks. *Social Network Analysis and Mining*, 11(1), 49.
- Buțincu, C. N., & Alexandrescu, A. (2023). Blockchain-based platform to fight disinformation using crowd wisdom and artificial intelligence. *Applied Sciences*, 13(10), 6088.
- Cheema, G. S., & Rondinelli, D. A. (2007). From Government Decentralization to Decentralized Governance. In G. Bertucci & M. S. Senese (Eds.), *Decentralizing Governance Emerging Concepts and Practices* (pp. 1-20). Washington, D.C: Ash Institute for Democratic Governance and Innovation.
- DiCicco, K. W., & Agarwal, N. (2020). Blockchain technology-based solutions to fight misinformation: a survey. *Disinformation, Misinformation, and Fake News in Social Media: Emerging Research Challenges and Opportunities*, 267-281.
- Fraga-Lamas, P., & Fernandez-Carames, T. M. (2020). Fake news, disinformation, and deepfakes: Leveraging distributed ledger technologies and blockchain to combat digital deception and counterfeit reality. *IT professional*, 22(2), 53-59.

- Gadekallu, T. R., Wang, W., Yenduri, G., Ranaweera, P., Pham, Q. V., da Costa, D. B., & Liyanage, M. (2023). Blockchain for the metaverse: A review. *Future Generation Computer Systems*, 143, 401-419.
- Guerar, M., & Migliardi, M. (2022). TruthSeekers Chain: leveraging Invisible CAPP-CHA, SSI and Blockchain to combat disinformation on social media. In *International Conference on Computational Science and Its Applications* (pp. 419-431). Cham: Springer International Publishing.
- Hasan, H. R., & Salah, K. (2019). Combating deepfake videos using blockchain and smart contracts. *Ieee Access*, 7, 41596-41606.
- Hisseine, M. A., Chen, D., & Yang, X. (2022). The application of blockchain in social media: a systematic literature review. *Applied Sciences*, 12(13), 6567.
- Hou, X. (2023). Towards Transparency and Security: An Analysis of the Application of Blockchain in Digital Journalism. *Academic Journal of Science and Technology*, 4(3), 80-84.
- Hölbl, M., Kompara, M., Kamišalić, A., & Nemeč Zlatolas, L. (2018). A systematic review of the use of blockchain in healthcare. *Symmetry*, 10(10), 470.
- Huckle, S., & White, M. (2017). Fake news: A technological approach to proving the origins of content, using blockchains. *Big data*, 5(4), 356-371.
- Iansiti, M., & Lakhani, K. R. (2017). The truth about blockchain. *Harvard business review*, 95(1), 118-127.
- Ivancsics, B. (2019). Blockchain in journalism. *Tow Center for Digital Journalism A Tow/Knight Report*. Columbia Journalism School.
- Jurado, F., Delgado, O., & Ortigosa, Á. (2020). Tracking news stories using blockchain to guarantee their traceability and information analysis. *IJIMAI*, 6(3), 39-46.
- Kim, B., & Yoon, Y. (2018). Journalism model based on blockchain with sharing space. *Symmetry*, 11(1), 19.
- Li, C., & Palanisamy, B. (2019). Incentivized blockchain-based social media platforms: A case study of steemit. In *Proceedings of the 10th ACM conference on web science* (pp. 145-154).
- Liu, Y., Hao, X., Ren, W., Xiong, R., Zhu, T., Choo, K. K. R., & Min, G. (2022). A blockchain-based decentralized, fair and authenticated information sharing scheme in zero trust internet-of-things. *IEEE Transactions on Computers*, 72(2), 501-512.
- Loukil, F., Abed, M., & Boukadi, K. (2021). Blockchain adoption in education: A systematic literature review. *Education and information technologies*, 26(5), 5779-5797.
- Marbough, D., Abbasi, T., Maasmi, F., Omar, I. A., Debe, M. S., Salah, K., ... & Ellahham, S. (2020). Blockchain for Kovid-19: review, opportunities, and a trusted tracking system. *Arabian journal for science and engineering*, 45, 9895-9911.
- Olivella, M. S., i Comas, E. X., & Yeste, E. (2020). Blockchain al servicio del periodismo de calidad. *El caso Civil. El profesional de la información*, 29(5), 28.

- Panigrahi, S., Rai, A. K., Rajput A. K., Bhardwaj, A. (2022). Fake News Detection Using Blockchain. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*. (IJRASET) Volume 10 Issue III, 2442-2445.
- Petratos, P. N., & Faccia, A. (2023). Fake news, misinformation, disinformation and supply chain risks and disruptions: risk management and resilience using blockchain. *Annals of Operations Research*, 327(2), 735-762.
- Pun, H., Swaminathan, J. M., & Hou, P. (2021). Blockchain adoption for combating deceptive counterfeits. *Production and Operations Management*, 30(4), 864-882.
- Qayyum, A., Qadir, J., Janjua, M. U., & Sher, F. (2019). Using blockchain to rein in the new post-truth world and check the spread of fake news. *IT Professional*, 21(4), 16-24.
- Seneviratne, O. (2022). Blockchain for social good: Combating misinformation on the web with AI and blockchain. In *Proceedings of the 14th ACM Web Science Conference 2022* (pp. 435-442).
- Shae, Z., & Tsai, J. (2019). AI blockchain platform for trusting news. In *2019 IEEE 39th International Conference on Distributed Computing Systems (ICDCS)* (pp. 1610-1619). IEEE.
- Sintes-Olivella, M., Xicoy Comas, E., & Yeste Piquer, E. (2020). Blockchain al servicio del periodismo de calidad. *El caso Civil. El Profesional de la información*, vol. 29, núm. 5, 2020.
- Swan, M. (2017). Anticipating the economic benefits of blockchain. *Technology innovation management review*, 7(10), 6-13.
- Sylim, P., Liu, F., Marcelo, A., & Fontelo, P. (2018). Blockchain technology for detecting falsified and substandard drugs in distribution: pharmaceutical supply chain intervention. *JMIR research protocols*, 7(9), e10163.
- Szabo N (1997) Smart contracts: formalizing and securing relationships on public networks. *First Monday* 2(9). doi:10.5210/fm.v2i9.548
- Tapscott, A., & Tapscott, D. (2017). How blockchain is changing finance. *Harvard Business Review*, 1(9), 2-5.
- Teixeira, L., Amorim, I., Silva, A. U., Lopes, J. C., & Filipe, V. (2020). A new approach to crowd journalism using a blockchain-based infrastructure. In *Proceedings of the 18th International Conference on Advances in Mobile Computing & Multimedia* (pp. 170-178).
- Teixeira, L., Amorim, I., Silva, A. U., Lopes, J. C., & Filipe, V. (2020). A new approach to crowd journalism using a blockchain-based infrastructure. In *Proceedings of the 18th International Conference on Advances in Mobile Computing & Multimedia* (pp. 170-178).
- Torky, M., Nabil, E., & Said, W. (2019). Proof of credibility: A blockchain approach for detecting and blocking fake news in social networks. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 10(12).
- Upadhyay, A., & Baranwal, G. (2021). Fake news detection using ethereum blockchain. In *International Conference on Advanced Network Technologies and Intelligent Computing* (pp. 142-152). Cham: Springer International Publishing.

- Veit, M. (2019). Blockchain and journalism: The intersection between blockchain-based technology and freedom of the press (Doctoral dissertation, Global Campus of Human Rights).
- Waghmare, A. D., & Patnaik, G. K. (2021). Fake news detection of social media news in blockchain framework. *Indian J. Comput. Sci. Eng*, 12(4), 972-980.
- Walsh, D., & Downe, S. (2005). Meta-synthesis method for qualitative research: a literature review. *Journal of advanced nursing*, 50(2), 204-211.
- Xu, X., Weber, I., & Staples, M. (2019). *Architecture for blockchain applications* (pp. 1-307). Cham: Springer.



# Dijital Çağda Dezenformasyon: X'te Maymun Çiçeği Virüsü

→ Büşra Fadim SARIKAYA TÜNALP\*

## Öz

Yanlış ve sahte haberler, toplumsal yapıların sağlıklı işleyişini tarih boyunca engellemiştir. Siyasi, ekonomik ve sağlık alanındaki yanlış veya yanıltıcı haberlerin kısa sürede toplumsal infial yaratabildiği bilinmektedir. Dijitalleşme ve sosyal medyanın yaygınlaşması, sahte haberlerin hızla yayılmasını kolaylaştırırken gerçek haberlerle ayırımı zorlaştırmıştır. Özellikle sağlık alanındaki dezenformasyon, Covid-19 pandemisi sırasında aşı karşıtı hareketlerin ve komplo teorilerinin radikalleşmesine neden olmuştur. Bu süreçte, yanlış bilgilerin yayılması halk sağlığı önlemleri için ciddi bir sorun oluşturmuştur. Bireysel düzeyde, düşük sağlık okuryazarlığı, bilgi eksiklikleri ve duygusal motivasyon yanlış bilgilere karşı savunmasızlığı artırmaktadır. Sosyal düzeyde ise bilgi kaynaklarının güvenilirliği ve sosyal normlar, yanlış bilgilerin paylaşılmasında etkili olmaktadır. Ayrıca statü arayışı ve grup aidiyeti ihtiyacı bu süreci pekiştirmektedir. Bağlamsal düzeyde ise duygular ve mesajların tekrarı, yanlış bilgilere inanma ve paylaşma davranışlarını tetiklemektedir. Yanlış bilgileri önlemeye yönelik müdahaleler, bireysel bilgi ve beceri geliştirme stratejilerini, sosyal normları yeniden şekillendirmeyi ve sosyal medya platformlarının düzenlenmesini içermektedir. Ayrıca, sosyal eşitsizliklerin bu süreçteki rolü göz önünde bulundurulmalıdır. Yanlış bilgiye duyarlılığın bağlama bağlı olup olmadığı netleşmemiştir; bu nedenle, müdahalelerin çok boyutlu faktörleri içermesi gerekmektedir. Bu çalışmada, maymun çiçeği virüsü hakkında X platformu üzerinden yayın yapan bireysel hesapların içerikleri içerik analizi yöntemiyle ele alınacaktır. İçerik analizi, yazılı, görsel ve işitsel materyalleri sistematik ve nesnel bir şekilde incelemeye olanak tanımaktadır. Bu yöntem, dezenformasyonun biçimsel ve tematik özelliklerini tespit etmek, kullanılan dilin yapısını analiz etmek ve yayılım dinamiklerini anlamak için kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır. Buradaki amaç, bilinçli şekilde yanlış haberlerin dijital medya platformlarında hızlıca yayılabilir olmasını tespit etmektir. Bunun yanı sıra dezenformasyonların özellikle sağlık haberleri üzerinde bireysel, sosyal ve durumsal-baglamsal düzeydeki inanç ve paylaşım süreçleri üzerindeki etkileyici faktörler incelenecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Dezenformasyon, Sosyal Medya, İletişim, Maymun Çiçeği Virüsü, Sağlık İletişimi

\* Dr. Öğr. Üyesi, Türk Alman Üniversitesi Kültür ve Sosyal Bilimler Fakültesi Kültür ve İletişim Bilimleri Bölümü, İstanbul, Türkiye

E-mail: busra.sarikaya@tau.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9492-7493

Sarikaya, B. (2025). Dijital Çağda Dezenformasyon: X'te Maymun Çiçeği Virüsü. TRT Akademi, 10(23), 304-329. <https://doi.org/10.37679/trta.1564114>

## Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 09.10.2024 Revize Tarihi: 22.11.2024 Kabul Tarihi: 22.01.2025

DOI: 10.37679/trta.1564114



# Disinformation in The Digital Age: Monkeypox on X

→ Büşra Fadim SARIKAYA TÜNALP

## Abstract

Disinformation and fake news have long undermined societal cohesion. Inaccurate or misleading information, especially regarding politics, economics, or health, can trigger social unrest. Technological advancements and the rise of digital platforms, particularly social media, have amplified the spread of false information, complicating the distinction between genuine and fabricated news. Health-related misinformation, notably during the Kovid-19 pandemic, posed significant public health challenges, contributing to the rise of anti-vaccine sentiments and conspiracy theories. On an individual level, susceptibility to misinformation is influenced by knowledge deficits, limited health literacy, and emotional motivations. Social factors, such as the credibility of information sources and group dynamics, also contribute to the spread of false information. Furthermore, contextual elements like emotional appeals and message repetition play a crucial role in the belief and dissemination of misinformation. Interventions at the individual level emphasize the enhancement of knowledge and critical skills, while social-level strategies focus on reshaping social norms. Additionally, regulating social media platforms is seen as key to curbing the spread of false information. This study focuses on individual accounts broadcasting on platform X about monkeypox disease. The aim here is to identify the rapid spread of deliberately false news on digital media platforms. In addition, the influencing factors of disinformation on individual, social and situational-contextual level belief and sharing processes, especially on health news, will be examined.

**Keywords:** Disinformation, Social Media, Communication, Monkeypox, Health Communication

## 1. Giriş

En geç Kovid-19 pandemisinden sonra sosyal medya platformlarında yayılan dezenformasyonların ne tür bir etki yaratabileceği tüm dünyada anlaşılmıştır. Aşı karşıtlarının bilinçli veya bilinçsiz paylaştıkları sözde bilimsel çalışmalar birçok kişinin Kovid aşısı olmamasına yol açmakla birlikte, birçok çeşitli komplo teorilerin üretilmesine ve aşı olanların kısa süre sonra öleceği inancının yayılmasına neden olmuştur. Haber akışının çok hızlı olduğu ve yayımlanan her bir haberin teyit edilmesini imkânsız hâle getiren sosyal medya platformları bu sonuca önyak olmuştur. ABD merkezli gazetecilik okulu Poynter Enstitüsünün “International Fact-Checking Network” (IFCN) ağı, Kovid-19 pandemisi bağlamında sosyal medyada 17.000’den fazla farklı yanlış bilgi türü belgelemiştir.<sup>1</sup> Bu yanlış bilgiler, sayısız başka mesajda yayılmış veya paylaşılmıştır. Burada dikkat çeken sorun ise yanlış bilgilerin genellikle doğru bilgilerden daha hızlı yayılması (Vosoughi, Roy ve Aral, 2017) ve bu yanlış bilgiler sıkı sosyal ağlar içinde, özellikle tanınmış hesaplar etrafında defalarca paylaşılmaktadır (Shao, Hui, Wang, 2018). Bu durum, hastalık patojenlerinin yayılmasına benzer bir senaryo oluşturarak yanlış bilgilerin üstel bir şekilde yayılmasına neden olabilmektedir. Bu duruma ise “infodemi” denmektedir (Zarocostas, 2020).

X, Facebook veya Instagram gibi en bilinen sosyal medya platformlarının analizleri, tümünün üstel yayılmayı teşvik etme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir – ancak bazıları diğerlerinden çok daha fazlasına sahiptir. Örneğin, 2017 yılında yapılan bir çalışmaya göre X’te yanlış bilgilerin paylaşılma olasılığı doğru bilgilere kıyasla %70 daha yüksek olduğu anlaşılmış ve doğru bilgilerin 1500 kişiye ulaşması, yanlış bilgilere kıyasla 6 kat daha uzun sürebildiği tespit edilmiştir (Vosoughi, Roy ve Aral, 2017). Dolayısıyla, infodemi potansiyeli hem platformlara (Cinelli, Quattrociochi ve Galeazzi, 2020) hem de kullanıcı davranışlarına bağlı olduğu anlaşılmıştır. Normalde sosyal medyada yanlış ve yanıltıcı bilgiler, genel bilgi arzının küçük bir kısmını oluştursa da bazı az sayıda ve çok spesifik gruplar, yanlış bilgilerin büyük bir bölümünü tüketmekte ve yaymaktadır. Bu bağlamda yalnızca “süper paylaşanlar” değil, giderek artan şekilde “süper tüketiciler” de tartışılmaktadır (Guess, Malhotra ve Pan, 2023). Bu tür kullanıcı kümeleri giderek daha fazla kutuplaşabilir ve bu durum, yanlış bilgilerin yayılmasını hızlandırarak dü-

<sup>1</sup> Corona Virus Facts Alliance. Poynter. <https://www.poynter.org/coronavirusfactsalliance/>, çevrim içi 20.09.2024.

zeltmelerin yapılmasını zorlaştırabilmektedir (Zollo, Bessi ve Vicario, 2017). Aynı zamanda medya okuryazarlığı yüksek olmayan ve tükettiği haberlere karşı eleştirel yaklaşamayan kullanıcıların yayılan her türlü içeriği sorgulamadan doğru kabul etme olasılığı da dezenformasyona karşı mücadeleyi de gittikçe zorlaştırmaktadır. Ancak buna rağmen yanlış bilgilerin tüketimi (veya bu bilgilere inanma) ile yanlış bilgilerin paylaşımı farklı etki faktörlerine sahip olabilir. Bu nedenle her iki süreci birbirinden bağımsız olarak ele almak ve etki büyüklüklerini, hiyerarşik olarak düzenlenmiş farklı sosyal ve çevresel düzeylere sahip bir sosyal ekolojik model içinde sınıflandırmak önem arz etmektedir.

Sosyal medya platformları, kullanıcıların hızlı ve geniş çapta içerik paylaşımına olanak tanıyan yapılarından dolayı dezenformasyonun yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, çalışmada sosyal medyada dezenformasyon olgusunu analiz etmek için içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir. İçerik analizi; metin, görsel ve işitsel materyallerin sistematik, nesnel ve tekrarlanabilir bir biçimde incelenmesine olanak sağlayan bir yöntemdir (Krippendorff, 2013). Bu yöntemin seçilmesindeki temel gerekçe, dezenformasyon içeriklerinin biçimsel ve tematik özelliklerini ortaya koyma, kullanılan dilin yapısını analiz etme ve yayılım dinamiklerini anlamaya yönelik kapsamlı bir çerçeve sunmasıdır. Özellikle sosyal medyada üretilen dezenformasyonun tekrar eden kalıplarını, anlatılarını ve ideolojik eğilimlerini belirlemek için içerik analizi, nitel ve nicel boyutları bir arada ele alma imkânı sunmaktadır (Neuendorf, 2017). Sosyal medya platformlarının çeşitliliği ve bu platformlarda üretilen içeriğin çok boyutluluğu göz önünde bulundurulduğunda, içerik analizi yöntemi bu içeriklerin sistematik bir şekilde incelenmesini sağlayarak hem kuramsal hem de uygulamalı açıdan derinlemesine bir anlayış geliştirilmesine katkıda bulunmuştur (Mayring, 2014).

## 2. Dezenformasyonun Yayılması

İletişim bilimlerinde dezenformasyon genel olarak kasten yayılan yanıltıcı veya yanlış haberler olarak tanımlanmaktadır. Dezenformasyon, (yalnızca dilsel olmayan) bir ileti olarak en az bir başka sosyal aktöre yönelir ve bu nedenle bir iletişim biçimi olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, gizlilik gibi iletişimsel olmayan yanıltma girişimleri bu kavramın kapsamına girmektedir. İleti, aracılık ettiği bilgiden, yani anlam içeriğinden ayrılmalıdır. Dezenformasyon süreci ancak bir muhatap hedeflenen bilgiyi istenilen şekil-

de algıladığında tamamlanmış olur ve sosyal gerçekliğin bir parçası hâline gelir (Horne ve Adalı, 2017). Bununla birlikte, bir bilginin dezenformasyon olarak tanımlanabilmesi için başarılı olması, yani inandırıcı olması gerekmektedir. Dolayısıyla dezenformasyon sürecinin tamamlanması için yanıltıcı veya yanlış bir iletinin muhatap üzerinde belirli bir etki yaratmasına bağlı değildir. Örneğin, bilimsel bir gözlemci açısından, alıcılar bu bilgiye inanmasa dahi, söz konusu bilgi yine de dezenformasyon olarak kabul edilmektedir (Kohring ve Zimmermann, 2020). Aynı zamanda dezenformasyonlar, kasıtlı olarak manipülasyon amacıyla üretilen ve yayılan, doğruluğu kanıtlanmış şekilde yanlış veya yanıltıcı bilgiler olarak tanımlanmaktadır. Bu tür bilgilerin amacı, ekonomik zarara yol açmak, kamuoyunu manipüle etmek ya da maddi kazanç elde etmektir. Günümüzde dezenformasyonlar genellikle metin biçiminde üretilmekte ve sahte, bağlamından koparılmış veya manipüle edilmiş görseller ya da videolarla (özellikle “Deep Fakes” olarak adlandırılan yöntemlerle) desteklenmektedir. Teknolojik araçlar, örneğin sosyal botlar, algoritmalar veya yapay zekâ yardımıyla, dezenformasyonlar genellikle internet forumları, haber siteleri veya sosyal medya platformları üzerinden yayılmaktadır.<sup>2</sup>

### 2.1. Dezenformasyonun Yayılma ve Etkileme Faktörleri

Özellikle Kovid-19 pandemisi bağlamında, bireylerin sosyal medyada yanlış ve yanıltıcı bilgilere neden ve nasıl inandıklarını açıklayan etki faktörlerine yönelik araştırmalar artmış ve bu faktörlerden hangi müdahale olanaklarının türetilebileceği üzerine çalışmalar yapılmıştır. Bu etki faktörlerini üç düzeyde sınıflandırmak mümkündür. Bu sınıflandırmalar sırasıyla bireysel, sosyal ve durumsal-bağlamsal olarak literatürde karşılık bulmaktadır. Bireysel faktörler bilgi birikimi, sağlık okuryazarlık düzeyi ve komplo zihniyeti ekseninde belirlenirken, sosyal faktörler kaynağa duyulan güven ve sosyal geri bildirimden oluşmaktadır. Durumsal-bağlamsal faktörler ise bilgiye duyulan duygusallık/yakınlık, bilginin tekrar edilmesi ve güvenilirlik ipuçlarından oluşmaktadır (Schültz ve Jones, 2024). Ancak bu sınıflandırmalar pragmatik nedenlere dayanmış olup, farklı alt kategorilere de ayrılabilir. Bunlar sırasıyla şu şekildedir:

<sup>2</sup> <https://preveny.com/de/was-ist-desinformation/#2-was-sind-desinformationen>, çevrim içi 21.09.2024.

### 2.1.1. Bireysel Etki Faktörleri

Merkezi bir varsayım, kullanıcıların yanlış ve yanıltıcı bilgilere, yalnızca bilgi eksikliği, düşük eğitim seviyesi, güvenilir ve yanıltıcı bilgiler arasında ayırım yapma yeteneğinin eksikliği veya güvenilir bilgilere erişimin zor olması nedeniyle inanması olarak adlandırılmaktadır (Scherer ve Pennycook, 2020). Örneğin, düşük sağlık okuryazarlığı, bireylerin yanlış bilgileri genellikle tanımakta zorlanmalarını beraberinde getirmektedir (Scherer, McPhetres ve Pennycook, 2021). Benzer bulgular, dijital (sağlık) okuryazarlık (Pickles Cvejic ve Nickel, 2021), medya okuryazarlığı ve fen bilimleri eğitimi gibi diğer yeterlilik alanlarında da gözlemlenmektedir (Pennycook, McPhetres, Zhang vd., 2020). Bu tür dijital ve medya yeterlilikleri yaşa bağlı olarak da eşitsiz dağıldığından, bazı yaşlı bireylerin yanlış bilgileri doğru bilgilerden ayırt etme olasılığı daha zor olabilmektedir (Brashier ve Schacter, 2020).

Ancak, yanlış bilgilerin içerikleriyle derinlemesine bir meşguliyet bu içeriklere olan inancı güçlendirebilmektedir. Bu, özellikle mevcut tutum veya ideolojileriyle örtüşen komplo içerikleri için geçerlidir. Bago ve ark. (Bago, Rand ve Pennycook, 2022) analitik düşünmeyi teşvik eden bir müdahalenin, katılımcıların yeni bilgileri önceden mevcut olan tutumlarıyla uyumlu bir şekilde yorumlamalarına yol açtığını gösteren bir dizi deney gerçekleştirmiştir. Deneyin sonucuna göre, yüksek komplo zihniyetine sahip katılımcılar, yeni içerikleri mevcut komplo teorileriyle uyumlu bir şekilde yorumlarken, düşük komplo zihniyetine sahip katılımcılar yeni bilgileri mevcut komplo teorileriyle çelişen bir şekilde yorumlamışlardır.

### 2.1.2. Sosyal Etki Faktörleri

Özellikle insanlar sosyal ağlar gibi bilgi zengini ortamlarda hareket ettiklerinde, heuristikler (kısaltılmış karar verme kuralları) devreye girer (Pennycook ve Rand, 2019). Bu bağlamda, bilginin kaynağının güvenilirliği gibi sosyal bilgiler merkezi bir rol oynayabilmektedir (Swire-Thompson ve Lazer, 2020). Beklenildiği gibi, güvenilir olarak değerlendirilen kişilerden gelen bilgiler genellikle doğru olarak kabul edilir ve bu durum, resmî kaynaklardan gelen haberler için de geçerlidir. Çünkü kurumlara duyulan güvenin artması, bilgilere olan güvenin de artmasını sağlayabilmektedir (Nadarevic, Reber, Helmecke vd., 2020). Özellikle sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerin beğeni ve etkileşim sayıları da güven artırıcı unsurlar olarak değerlendirilmektedir. Nitekim beğeni sayısı yüksek olan yanlış bilgi, beğeni veya

etkileşim sayısı az olan doğru içerik karşısında daha güvenilir gözükebilmektedir (Butler, Fay ve Ecker, 2022).

### 2.1.3. Durumsal ve Bağlamsal Etki Faktörleri

Ayrıca, kişideki durumsal değişken faktörler ve haberlerin bağlamsal koşulları, yanlış bilgilerin inanılıp inanılmaması üzerinde belirleyici bir rol oynayabilir. Özellikle bir haberin tetiklediği duygular, yanlış bilgilerin tanınmasını etkileyebilir (Freiling, Krause, Scheufele vd., 2023). Ayrıca kullanıcıların iletiyi alımladıkları anki duygusal durumları, yanlış bilgilere olan inançlarını da etkilemektedir. Nitekim karar verme görevinde daha güçlü bir duygu (negatif veya pozitif) hisseden bireylerin yanlış bilgilere inanma olasılığı daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan bilimsel bir çalışmada, kullanıcıların değerlendirmelerde kendi duygularına güvenmeleri yönünde bir talimat verilmesi durumunda, yanlış başlıklara olan inançlarını artırmıştır (Martel, Pennycook ve Rand, 2020). Bunun yanı sıra, yanlış bilgilerin bağlamındaki durumsal özellikler, örneğin haberlerin tekrarı da haberin doğruluğuna inanma konusunda etkili olmaktadır. Örneğin, bir başlık tekrar tekrar gösterildiğinde, kullanıcılar bu başlığa sürekli maruz kaldıklarında bir süre sonra doğru kabul etmeye başlamaktadır (Pennycook ve Rand, 2020).

### 3. Sağlık Haberlerindeki Dezenformasyon

Sağlıkla ilgili yanlış bilgilendirme ve bu tür yanlış inanışlar binlerce yıldır varlığını sürdürmektedir. Avcı-toplayıcı dönemden mağara resimlerine kadar, ilk insanlar hastalıkların kötü ruhlardan kaynaklandığına inanmış ve büyüler ile tılsımlar gibi doğaüstü yöntemlerle tedavi etmeye çalışmışlardır (Ackerknecht, 2016). Modern tıbbın gelişmesine rağmen halk arasında dolaşan tıbbi yanlış bilgiler (yani hastalıklar ve diğer tıbbi konular hakkında geniş çapta kabul gören fakat gerçekte hatalı olan inanışlar) çağdaş toplumlarda yaygınlığını korumuştur (Motta ve Callaghan, 2020). Ancak sağlıkla ilgili yanlış bilgilerin, sosyal medya çağıyla birlikte kamusal bilincin ön saflarına girmeye başladığı görülmektedir. İzleme araştırmaları, sosyal medya platformlarında sağlık hakkında yanlış bilgilendirmenin endişe verici düzeyde yaygın ve hızlı bir şekilde yayıldığını göstermektedir (bkz. Wang vd., 2019). Kovid-19 pandemisi ile daha da kötüleşen sağlık yanlış bilgileri tehdidi, ABD Sağlık Bakanlığının (2021) bir uyarı bildirisi yayınlamasına yol açmış ve sağlık yanlış bilgilerine karşı tüm toplumun bir savunma tepkisi geliştirmesi gerektiği çağrısında bulunmuştur.

Bilinçli şekilde çeşitli gruplar veya bireyler tarafından yayılan yanlış ve sahte haberlere karşı uyarmak ve bilinçlendirmek bir yana, haberlere maruz kalan tüketicilerin bu tür sahte içeriklere neden inandıkları ve ikna süreçlerini incelemek de ayrıca tartışılması gereken bir durumdur. Ancak ikna etmeyi veya bir konu hakkında propaganda yaymayı sadece çeşitli gruplara atfetmek doğru değildir. Hâkim ideolojiler ve kapitalist düzene ayak uydurmak isteyen resmî kuruluşlar da hâkim düşünceyi topluma benimsettirmek için çeşitli propaganda yöntemlerine başvurabilirler. Noam Chomsky ve Edward S. Herman, "Propaganda Model" adını verdikleri teoriyi, 1988 yılında yayımlanan *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media* kitabında ortaya koymuştur (Chomsky ve Herman, 1988). Bu model, medya kurumlarının, özellikle büyük sermaye ve devletler tarafından, toplumsal kontrol ve propaganda aracı olarak nasıl kullanıldığını açıklamaktadır. Bu modele göre medyanın güvenilir kabul edilen resmî kaynaklara bağımlılığı, dezenformasyonu yaygınlaştırabilmektedir. Hükûmet açıklamaları veya kurumsal basın bültenleri sorgulanmadan yayımlandığında, çarpıtılmış bilgiler geniş kitlelere ulaşmaktadır. Özellikle toplumun bütününe etkileyen olaylar ve olgular karşısında dijital medya, hükûmetlerin ürettiği ve genellikle propaganda içeren bilgiler sorgusuz bir şekilde yayabilmektedir. Kovid-19 pandemisi döneminde komplo teorisyenleri ve aşı karşıtı grupların yaydığı dezenformasyonlar kadar, resmî kuruluşların da zaman zaman dezenformasyon olarak nitelendirilebilen yanıltıcı veya eksik haberler veya açıklamalar yayabildikleri anlaşılmıştır.

Öte yandan Daniel T. Gilbert'in (1991) "How Mental Systems Believe" adlı çalışmasında inanmanın zihnin varsayılan durumu olduğunu savunmaktadır. Gilbert'e göre bir fikri sadece anlamak, o fikre inanmayı beraberinde getirmektedir. Buna karşın inanmama, bilgilerin doğruluğunun gayretli bir şekilde değerlendirilmesini gerektiren ikincil bir zihinsel süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. İnanmanın bu önceliği derin bir fikir olsa da insanların yanlış bilgilere neden inandığını açıklayacak belirli psikolojik etmenleri aydınlatmamaktadır. Geçmiş araştırmalardan yola çıkarak, yanlış bilgilere karşı duyarlılığın iki tür psikolojik faktörden kaynaklanabileceğini öne sürülmektedir. Bu iki faktör literatürde, bireyler arasında farklılık gösteren psikolojik özellikler (Scherer vd., 2021; Uscinski vd., 2020), ve durumlara göre değişen psikolojik durumlar (Ecker vd., 2022; Schwarz, 2018) olarak adlandırılmaktadır.

### 3.1. Dezenformasyonlara Karşı Duyarlılığın Psikolojik Etkenleri

İnsanların sağlıkla ilgili yanlış bilgilere neden inandığını anlamının bir yolu, bu tür yanlış bilgilere karşı duyarlılıkla ilişkilendirilen bireysel psikolojik özellikler arasındaki farklılıkları incelemektir. Yakın zamanda yapılan bir sistematik incelemede, Nan (2022), sağlık yanlış bilgilerine karşı duyarlılığı öngören toplam 22 bireysel psikolojik özelliği belirlemiştir. Bu özellikler, altı geniş kategoriye ayrılmıştır: bilgi/beceri (örneğin, konu bilgisi, sayısal beceri, okuryazarlık), düşünme tarzı (örneğin, analitik düşünme vs. sezgisel düşünme, komplo düşüncesi), çeşitli bilgi kaynaklarına güven, duygular (örneğin, bir sağlık sorunu hakkında kaygı/üzüntü), değerler (örneğin, ideoloji, dindarlık) ve grup kimliği (örneğin, siyasi parti kimliği, ulusal kimlik). Genel olarak, konu bilgisi, okuryazarlık ve sayısal beceri, analitik düşünme (sezgisel düşünmeye karşı) ve bilime güven, sağlık yanlış bilgilerine karşı güçlü bir direnç sağlarken komplo düşüncesi, dindarlık, muhafazakâr ideoloji ve muhafazakâr parti kimliği, sağlık haberleriyle ilgili yanlış bilgilere daha fazla duyarlılıkla ilişkilendirilmiştir (Nan vd., 2022).

Nan'a göre, bu bireysel farklılıklar, kişinin akıl yürütme yetisi ve motivasyonu üzerinden işleyen dört farklı psikolojik süreç aracılığıyla sağlıkla ilgili yanlış bilgilere karşı duyarlılığı etkilemektedir: doğru akıl yürütme yetisi, doğru akıl yürütme motivasyonu, yönlendirilmiş akıl yürütme ve kimlik temelli akıl yürütme. Doğru akıl yürütme yetisi ve motivasyonu, sağlıkla ilgili yanlış bilgilere karşı güçlü mekanizmalar olarak işlev görmektedir, zira doğru akıl yürütme yetisi/motivasyonuna ilişkin göstergeler — konu bilgisi, okuryazarlık ve sayısal yetkinlik, analitik düşünme — ile sağlık yanlış bilgilere duyarlılık arasındaki negatif ilişki, çalışmalar arasında tutarlı bir şekilde güçlüdür (Austin vd., 2021; Motta ve Callaghan, 2020; Roozenbeek vd., 2020; Scherer vd., 2021). Buna karşılık, sezgisel düşünmeye dayanmak (örneğin, komplo düşünme eğilimi) daha yüksek dezenformasyona duyarlılıkla ilişkilidir (Sternisko vd., 2021; Uscinski vd., 2020). Ancak, bilime olan güven de sağlıkla ilgili yanlış bilgilere karşı güçlü bir direnç sağlamaktadır (Agle ve Xiao, 2021; Scherer vd., 2021), bu da sezgisel veya kestirme düşünmenin (örneğin, bilime olan güveni bir kestirme olarak kullanmak) doğru türde bir kestirme kullanıldığında yanlış bilgilere karşı savunmayı artırabileceğini göstermektedir.



### 3.2. Sağlık Haberlerindeki Dezenformasyon Nasıl Engellenebilir?

Dünya Sağlık Örgütüne göre (DSÖ) içinde bulunduğumuz çağ, aşırı bilgi yükü (infodemi) ile karakterize edilmekte olup bu ortamda bazı bilgiler güvenilir, bazıları ise yanlış veya yanıltıcı niteliktedir ve bu durum, karmaşık bir sağlık bilgi ekosisteminin ortaya çıkmasına yol açmaktadır.<sup>3</sup> Sağlık haberlerindeki dezenformasyona karşı içgüdüsel tepki, genellikle doğrudan bu bilgileri hedef alarak mücadele etmektir ancak bazı akademisyenler, yalnızca yanlış bilgilerle mücadelenin maliyet-etkin bir yaklaşım olmadığını, zira bireylerin genelde yanlış bilgidan ziyade güvenilir bilgi tükettiklerini vurgulamaktadır (Acerbi vd., 2022). Bu perspektiften hareketle sağlık haberlerindeki dezenformasyonla mücadelede, yanlış bilgilerin erişimini azaltmak ve eş zamanlı olarak güvenilir bilgilere erişimi artırmak temel bir başlangıç noktası olarak kabul edilebilir. Buna ek olarak dezenformasyonla etkili mücadele, bireylerin yanlış bilgilere olan duyarlılıklarını azaltacak ve güvenilir bilgilerin kabulünü artıracak müdahaleleri de gerektirmektedir.

#### 3.2.1. Sağlık Haberlerindeki Dezenformasyona Erişimi Kısıtlama

Gilbert'in (1991) "inanmaya yatkın zihin" kavramı ve akıcılık hissini doğrudan yargıları üzerindeki iyi belgelenmiş etkisi (Schwarz, 2018) dikkate alındığında, dezenformasyonla mücadelede en temel gereksinim, bu bilgilerin yayılımının ve tekrarının mümkün olduğunca sınırlandırılması, böylece genel erişilebilirliğinin azaltılmasıdır. Yapılan çalışmalar, sosyal medyada aşırı karşıtı yanlış bilgilerin ve sahte haberlerin büyük bir kısmının yalnızca küçük bir kullanıcı alt kümesi tarafından yayıldığını ortaya koymaktadır (Center for Countering Digital Hate, 2021; Grinberg vd., 2019). Son dönemde sosyal medya platformları, özellikle sağlık haberleriyle alakalı yanlış bilgileri yoğun bir şekilde yayan kullanıcı hesaplarını, etkili ve seçilmiş yetkililere ait hesaplar da dâhil olmak üzere, kaldırma konusunda önlemler alınmaya başlamıştır (Krishnan vd., 2021). Bu tür önlemlerin uzun vadeli ve tutarlı bir şekilde uygulanması, optimize edilmiş algoritmik içerik denetim sistemleriyle birleştirildiğinde (Gorwa vd., 2020), çevrim içi dezenformasyonun yaygınlığını önemli ölçüde azaltma potansiyeline sahiptir.

Sosyal medyanın dezenformasyon için önemli bir kaynak olarak tanımlanmış olmasına rağmen (Nan vd., 2021), bu tür yanlış bilgilerin diğer medya

<sup>3</sup> DSÖ, [https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1), çevrim içi 30.09.2024.

platformlarında erişilebilirliğini sınırlandırmak da 6nemlidir. 6rneğin, gŭcľü 6retken yapay zekâ sistemleri (ChatGPT gibi), kullanıcıların gerçek dŭnyada y6n bulmalarına yardımcı olacak doğru bilgiler 6retebilmekte, ancak aynı zamanda tamamen yanlış bilgiler yayma kapasitesine de sahip olabilmektedir (Hsu ve Thompson, 2023). Sağlık bilgileri için yapay zekâ destekli kaynaklara y6nelmek (Microsoft'un GPT tabanlı teknolojiyi Bing arama motoruna entegre ettiği gibi) yanlış bilgiye maruz kalma riskini artırabilirken savunmasız kullanıcılar 6zerinde zararlı etkilere yol açabilmektedir. Yapay zekâ destekli platformlarda bu tŭr dezenformasyonlara erişilebilirliğini azaltmak amacıyla bu sistemlerin sŭrekli olarak iyileştirilmesi ve dŭzenlenmesi, kamu sağlığını gelecek yıllarda Őekillendirecek kritik bir unsur olacaktır.

Bu tŭr kısıtlamalar, bireylerin çevrim içi ortamda yanlış bilgi paylaşma eğilimini azaltmak için de tasarlanabilir. Sosyal medyada, hatalı bilgilerin paylaşılmasını zorlaştıran bildirimler, yanlış bilginin çevrim içi yayılma hızını azaltmada etkili olabilir. 6rneğin, kullanıcılar yanılıcı bir tweet paylaşmak 6zereyken, X'e ek bağlam sunan bir uyarı g6nderir ve kullanıcılardan potansiyel olarak yanlış bilgiyi paylaşmak isteyip istemediklerini sorar. Benzer Şekilde, X, kullanıcıların farkında olmadan yanlış bilgi paylaşma olasılığını azaltmayı amaçlayan "retweet etmeden 6nce oku" uyarısını test etmektedir (Vincent, 2020). İnsanların yanlış bilgi paylaşmasının, doğruluğa yeterince dikkat etmemekten kaynaklandığı varsayımına dayanan (Pennycook ve Rand, 2022) doğruluk hedeflerini 6n plana çıkarmak için "doğruluk dŭrtŭleri" tasarlamıştır (Pennycook vd., 2020; 2021). Bu dŭrtŭde, sosyal medya kullanıcıları rastgele bir haber başlığının doğruluğunu derecelendirmeleri için bir bildirim alırlar. Yirmi deney 6zerine yapılan bir meta-analiz, doğruluk dŭrtŭlerinin sahte haberlerin paylaşımını 6nemli 6lŭde azalttığını g6stermiştir (Pennycook ve Rand, 2022). Doğruluk dŭrtŭleri, çevrim içi ortamda kullanıcılar arasında doğruluk hedeflerini canlı tutmak için periyodik bildirimler olarak kolayca uygulanabilir. Bu y6ntemle kasten çeşitli gruplar tarafından yayılan yanlış haberlerin bilinçsiz kişilerce dolaşıma sokulması ve yayılması engellenebilmektedir.

Yanlış bilgilerin çevrim içi paylaşımında etkileşim oluşturmanın yanı sıra (6rneğin, kişileri yanlış bilgi paylaşmadan 6nce iki kez dŭřŭnmeye sevk etmek), yanlış bilgi paylaşımını engelleyen mŭdahaleler de geliştirilebilir. Yanlış bilgi paylaşımının gŭcľü bir etkeni, sosyal etkileşim sağlama motivasyonudur (6r-

neğin, beğeni veya yorum almak). Yanlış bilgilerin sosyal etkileşim çekmediği bir teşvik yapısı oluşturmak (örneğin, yanlış bilgileri içeren paylaşımları özel olarak beğenen botların kaldırılması veya yanlış bilgilerin beğenilmesine izin verilmemesi) bu tür paylaşımlar yoluyla sosyal etkileşim üretme motivasyonunu azaltabilir ve gerçek paylaşım davranışını düşürebilmektedir. Yanlış bilgi paylaşımının sosyal olarak cezalandırıldığı bir teşvik yapısının geliştirilmesi de (örneğin, izleyicilerin güvensiz paylaşımlara olumsuz bir tepki vermesine olanak tanıyan bir “güvensizlik” butonu eklemek) yanlış bilgi paylaşımını azaltmada benzer şekilde etkili olabilmektedir (Globig vd., 2022).

Buna ek olarak gazeteciler ve sağlık profesyonelleri, güvenilir sağlık bilgilerinin erişimini tehdit eden gazeteciliğe ve tıbbi kuruma olan güvenin azalmasını tersine çevirmek için birlikte çalışmalıdır (Arora vd., 2019; Gollust vd., 2019; Li vd., 2019; Oxman vd., 2021). Gazeteciler, sağlık ve tıbbi konuları yeterince ele almak için gerekli zaman ve bilgi eksikliği ile mücadele etmeye devam etmektedir (Gollust vd., 2019; Oxman vd., 2022) oysa sağlık profesyonellerinin katkıları, haber raporlarındaki sağlık haberlerindeki yanlış bilgilerini azaltmaya yardımcı olabilir (Gollust vd., 2019). Sağlık profesyonelleri yalnızca haber medyasıyla değil, aynı zamanda eğlence medyasıyla da güvenilir bilgi paylaşma konusunda iş birliği yapmayı hedeflemelidir (Li vd., 2019). Bu sayede sadece haberleri takip eden kitleye değil aynı zamanda boş zamanını sosyal medya platformlarında eğlenmek için geçiren kitleye de erişme şansını kazanmış olmaktadır.

#### 4. X'te Maymun Çiçeği Virüsü (Monkeypox)

Sosyal medya platformları içeriklerin hızla yayılabiliyor olması özelliklerinden ötürü günümüzde bilgi edinme konusunda bireyler tarafından sıklıkla tercih edilen haber kanalları olarak kullanılmaktadır. Özellikle toplumsal olayları ilgilendiren konular önce sosyal medya platformlarında tartışılır hâle gelmiştir. Gerek siyasi gerekse toplumsal olguların özgürce ve herhangi bir kısıtlamaya takılmadan yorumlayıcı bir şekilde sosyal medya mecralarında yayınlanması medya içeriklerine karşı eleştirel yaklaşmayan bireyler tarafından sorgulanmadan gerçek bilgi olarak kabul edilebilmektedir. Sorgusuz doğru kabul edilen içerikler ise dezenformasyonun hızlıca yayılmasına katkı sağlamakta olup toplumsal düzenin bozulmasına sebebiyet verebilmektedir. X, bu tür dezenformasyonların rahatlıkla yapılabileceği sosyal medya

platformu olarak örnek gösterilebilir. Nitekim X platformunda dünya genelinde daha çok siyasi, toplumsal ve ekonomik olayların paylaşıldığı görülmüştür. Buna karşın Instagram, Tik Tok vb. gibi daha çok görsel içeriklerin paylaşıldığı platformların eğlenceli içeriklere yoğunlaştığı kabul edilmiştir (Sarıkaya, 2023).

Maymun çiçeği virüsü, 2022 yılının ortalarında, özellikle mayıs ve haziran aylarında, dünya genelinde artan vakalarla birlikte Türkiye basınında da gündeme gelmeye başlamıştır. O tarihten itibaren, hastalığın belirtileri, bulaşma yolları ve aşılama ile ilgili bilgiler sıkça yayılmaya başlamıştır. Koronavirüs pandemisinin aksine devamlılığı olan bir hastalıktan ziyade, dönemsel olarak, hasta sayısı veya tespit edilen vaka sayısı dünyada arttıkça Türkiye'deki basında da yer alan bulaşıcı bir hastalık olarak gündeme gelmektedir. Bu çalışmanın konusu maymun çiçeği virüsü haberlerindeki dezenformasyon olduğundan dolayı X platformu üzerinden konuyla alakalı paylaşılan içerikler ele alınmış olup, bu hastalık konusunda oluşturulan dezenformasyon girişimleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma için X platformu üzerinden #maymunçiçeği hashtagiyle arama yapılmıştır. Arama sonucunda en popüler kategorisinde yer alan ve etkileşim oranları en yüksek olan 2 farklı hesap ele alınmış olup, bu hesaplar tarafından paylaşılan en güncel ve en çok etkileşime ulaşmış içerik analiz edilmiştir.

Çalışma kapsamında incelenen ilk hesap mavi tikli bir hesaptır. Hesap adı ise Maymun Çiçeği Virüsü/MPox Virus'tur.



Görsel 1. Maymun Çiçeği Virüsü adlı X Hesabı

Hesabın biyografisinde “Maymun Çiçeği virüsüyle ilgili son dakika haberleri paylaşım hesabı. Breaking news sharing account regarding the Monkeypox virüs” açıklaması yer almaktadır.

Yaklaşık 62 bin takipçisi<sup>4</sup> bulunan hesabın gerek isminin gerekse biyografisinin hem Türkçe hem İngilizce olması, hesap sahibinin hedef kitlesinde sadece Türkiye’de yaşayanların olmadığı, aksine yabancı ülkelerde yaşayanlar tarafından da görülmek istendiği şeklinde yorumlanabilmektedir.

Hesapla ilgili dikkat çeken bir başka detay ise hesabın Haziran 2011 yılında kurulmuş olmasıdır. Maymun çiçeği virüsü Türkiye’de ilk defa 2022 tarihinde görülmüş olup, ilk defa 2022 tarihinde basına yansımıştır. Hesabın 2011 yılından bu yana faaliyet gösteriyor olması, maymun çiçeği virüsüyle beraber hesabın içerik anlamında bir değişime uğradığını göstermektedir. Bu değişim çeşitli şekilde yorumlanabilir ancak en yaygın görülen sebep, takipçi sayısını artırmak uğruna gündemde sıklıkla tartışılan konular bağlamında içeriklerin değiştiriliyor olmasıdır.

Hesabın dışarıdan bir takipçi tarafından güvenilir olarak nitelendirilip nitelendirilmeyeceği sorusu ise mavi tik sahibi olmasıyla açıklanabilir. Twitter’da mavi tik, 2022 yılının sonlarında, Elon Musk’ın platformu devralmasının ardından parayla satılmaya başlandı. Bu değişiklik, Twitter Blue adlı abonelik hizmetinin bir parçası olarak sunuldu. Kullanıcılar, bu hizmete abone olduklarında hesaplarına mavi tik ekletme imkânı buldular. Böylece, mavi tik, sadece doğrulama için değil, aynı zamanda bir abonelik hizmeti olarak da işlev görmeye başladı. Her ne kadar artık mavi tik herkes tarafından parayla satın alınıyor olabilse de mavi tike sahip olan hesapların daha güvenilir olma özelliği devam etmektedir. Buna ek takipçi sayısı ne kadar yüksekse o hesaba güven o kadar yükselmektedir. Düz oran mantığıyla eşleştirilen güven olgusunun bu hesapla oluşturulduğu düşünülmektedir.

İçerik bağlamında incelenen hesabın en güncel paylaşımının 6 Ekim 2024 tarihinde yapıldığı saptanmıştır. Bahsi geçen paylaşım ise şu şekildedir:

<sup>4</sup> Hesaba erişim tarihi 20.10.2024.



Görsel 2. Maymun Çiçeği Virüsü İsimli X Hesabının Paylaşımı

Altındaki en güncel yorum ise dikkat çekici niteliktedir. Technick adlı hesabın yorumu “Konya sandım bir an çok korktum.” şeklindedir. Kenya’nın Konya şeklinde bir kullanıcı tarafından okunması gayet doğaldır çünkü kullanıcı kendi sosyal çevresi bağlamında içerikleri anlamlandırmaktadır. Dolayısıyla okuyucunun Kenya’yı Konya olarak kodlaması doğal bir sonuçtur.

Dikkat çekici bir başka detay ise paylaşılan içeriğin kaynağının belli olması. Halk sağlığını tehdit eden hastalıklar hakkında en güncel gelişmelerin ülkelerin resmî kanallarından takip edilmesi, dezenformasyonun yayılmasına bir önlem teşkil etmektedir. Örnek alınan bu içeriğin doğruluğu tespiti esnasında ise buna benzer resmî kuruluşlar tarafından herhangi bir haber yayımlanmadığı tespit edilmiştir. Hesap sorumlusu tarafından herhangi bir kaynak referans verilmemiş olması, bu haberin yanlış bir haber olduğu algısını güçlendirmektedir.

Aynı şekilde kaynaksız bir paylaşım ise 28 Eylül 2024’te yapılmıştır. Bu paylaşım ise Rusya’nın maymun çiçeği virüsü tespit testlerinin Kongo’ya devretmiş olmasıyla alakalıdır. Haberin kaynağı diğer paylaşımında olduğu gibi bilinmemektedir ancak Türkiye’de haber yayını yapan hiçbir haber kanalının veya gazetenin bu şekilde bir haber yayımlamadığı tespit edilmiştir. Bu tespit sonucunda ise bu haberin de yanlış bir haber olduğu düşünülmektedir.

Her bir gönderisinin 10 binin üzerinde etkileşim alan bu hesabın rutin bir şekilde her 2-3 günde bir maymun çiçeği virüsü hakkında çeşitli haberler yayımladığı dikkat çekmiştir. Yukarıda bahsi geçen ve gerçekliği tespit edilemeyen haberlerin yanı sıra kaynak belirtilmiş ve gerçekliği tespit edilen haberlerin de yayımlandığı gözlemlenmiştir.



Görsel 3. Maymun Çiçeği Virüsü İsimli X Hesabının Paylaşımı

Örneğin İstanbul Beyoğlu'nda 11 Eylül 2024 tarihinde maymun çiçeği endişesiyle karantinaya alınmak istenen yabancı bir turist, yapılan araştırmalar sonucunda maymun çiçeği virüsünü taşımadığı tespit edildiğine dair haber, gerçeği yansıttığı yapılan haber kaynak taraması sonucunda anlaşılmıştır.

Bilinçli ve kasten yayılan yanlış haberlerin arasına gerçek ve doğru haberlerin eklenmesi, okuyucuların güvenini kazanmayı hedeflemekle alakalı olarak algılanmalıdır. Lakin paylaşılan her içeriğin kaynaksız ve takip edilemeyecek şekilde yayımlanması uzun vadede takipçi sayısının azalmasına ve hesap sahibine karşı güven kaybına neden olabilmektedir.



Görsel 4. Maymun Çiçeği Virüsü İsimli X Hesabının Paylaşımı

6 Eylül 2024 tarihinde yayımlanan bu haber ise bir sosyal medya kullanıcının yapmış olduğu paylaşımı referans alındığını göstermektedir. Bu habere göre bir kişinin komşusunda maymun çiçeği tespit edilmiş ve yetkililer tarafından bu durum gizlenmek istenmiş. Haberi inanılır kılmak için de maymun çiçeği virüsü belirtisi gösterdiği iddia edilen bir kişinin ayakları paylaşılmıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda bu haberin doğruluğunu kanıtlayan bir kaynağa veya açıklamaya rastlanılmamıştır. Ancak bu paylaşımın yanlış olma ihtimali göz ardı edildiği ve kaynaklarca doğruluğu tespit edilmeden yayımlanmış olduğu anlaşılmıştır. Yetkililerin bu durumu gizlemek istediği şeklindeki açıklama ise itibar suikastı olarak değerlendirilebilir. Bu yanlış haberin 76 bin kişiye ulaştığı tespit edilmiştir. Doğruluğuna kanıtlamadan bir sosyal medya kullanıcısının iddialarını referans alarak büyük bir güvensizliğe sebebiyet verebilecek bir haberi doğruymuş gibi yayınlamak dezenformasyona açık bir örnektir.

Çalışma kapsamında ele alınan ikinci hesap ise maymun çiçeği (monkeypox) adlı hesaptır.



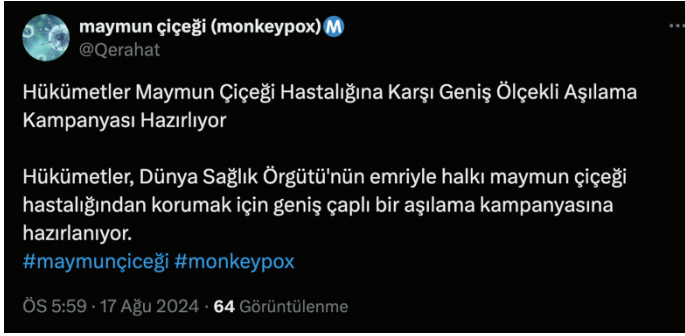
Görsel 5. Maymun Çiçeği İsimli X Hesabı

Hesabın takipçi sayısı sadece 104<sup>5</sup> olmasına rağmen X'in en popüler kategorisinde yer alması nedeniyle bu hesap çalışmaya dâhil edilmiştir. Biyografisinde "Haber ve Tavsiyeler" yazılan Ağustos 2024 tarihinde açılmıştır.

Hesap üzerinden yapılan ilk paylaşımın tarihi 17.08.2024. Bu paylaşım ise şu şekildedir:

<sup>5</sup> Hesaba erişim tarihi 21.10.2024.





Görsel 6. Maymun Çiçeği İsimli X Hesabının Paylaşımı

Diğer hesapta olduğu gibi bu hesabın bu paylaşımında herhangi bir kaynak belirtilmediği tespit edilmiştir. Hükümetlerin aşı kampanyası başlatılacağı iddia edilmiş, fakat hangi hükümetler olduğu belirtilmemiş. Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) emriyle bu aşı kampanyasının başlatılacağı iddia edilmiş ancak bununla alakalı DSÖ'den herhangi bir resmî açıklamaya rastlanılmamıştır. Bilinçli bir şekilde yayımlanan bu yanlış haberin takipçilerinin algısını farklı bir yere çekme ve bilinçli şekilde toplumsal yanlış yönlendirmeye çalışılmaktadır. Nitekim Covid-19 pandemisi sonrasında birçok kişi, yapılan aşılarda kanıtlanmamış bilinçli komplo teoriler üretmeye ve hatta pandemi süresinde birçok kişinin aşı olmamasına sebebiyet vermiştir.

Yine aynı tarihte yayımlanan farklı bir haber ise şu şekildedir:



Görsel 7. Maymun Çiçeği İsimli X Hesabının Paylaşımı

Bu sefer Fas hükûmetinin turist akımını tehlikeye atmamak için çok sayıda kişinin maymun çiçeği virüsüne yakalandığını gizlediği iddia edilmektedir. Diğer örneklerde olduğu gibi bu haberde de herhangi bir referans veya kaynak gösterilmemiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda bu haberin doğruluğunu destekleyen resmî kuruluşlarca yayımlanan benzer bir habere de rastlanılmaması, bu içeriğin dezenformasyon olduğu düşüncesini güçlendirmektedir.

Türkiye de Fas gibi her yıl milyonlarca turiste ev sahipliği yapan tatil ülkeleri arasında en üst sırada yer almaktadır. Bu şekilde bir haberin yayınlanması, Türkiye'nin resmî kuruluşlarına olan güveni zedeleyebilecek niteliktedir.

Dikkat çeken bir yanıltıcı haber ise şu şekildedir:



Görsel 8. Maymun Çiçeği İsimli X Hesabının Paylaşımı

Yine 17.08.2024 tarihinde yapılan bir paylaşımında Sağlık Bakanlığınca yapılan bir açıklama referans gösterilmiştir. Buna göre maymun çiçeği virüsü hayvanlardan veya başka bir kişiden bir metre mesafeden yayıldığı açıklaması yapılmıştır. Ancak yapılan araştırma neticesinde bu paylaşımın eksik bir şekilde yapıldığı tespit edilmiştir. Nitekim maymun çiçeğinin nasıl bulaştığına dair geniş çaplı açıklama Sağlık Bakanlığı tarafından şu şekilde yapılmıştır:

“M-Çiçeği cilt döküntüsü, kabuklar veya vücut sıvılarıyla doğrudan temas yoluyla kişiden kişiye bulaşabilir. Ayrıca uzun süreli, yakın temas veya cinsel temas (öpmek, sarılmak veya cinsel ilişki gibi) sırasında yayılabilir”<sup>6</sup>

Resmî kanallarınca yapılan açıklamada “bir metre mesafe” tabirine rastlanıl-

<sup>6</sup> Sağlık Bakanlığı, <https://www.saglik.gov.tr/TR-105540/m-cicegi-mpox-hakkinda-sik-sorulan-sorular-sosyal-medya-hesaplarindan-paylasildi.html#:~:text=G%C3%BCn%C3%BCm%C3%BCzdeki%20salg%C4%B1nda%2C%20vir%C3%BCs%20esas%20olarak,da%20vir%C3%BCs%C3%BCn%20bula%C5%9Fmas%C4%B1na%20neden%20olabilir.> (Erişim Tarihi: 21.10.2024).

mamıştır. Yakın temas tabirini bu hesabın kullanıcısı kendince 1 metre olarak anlamlandırılmış olması, dezenformasyona işaret etmektedir. Ayrıca hayvanlardan insanlara geçmesiyle alakalı yapılan paylaşım da muğlak bir paylaşım çünkü Sağlık Bakanlığının resmî kanallarında buna ilişkin herhangi bir açıklamaya rastlanılmamıştır sadece çeşitli kurumsal hastanelerince yapılan açıklamalarda enfekte olan hayvanlarla temas hakkında bilgi verilmiştir. Buna göre “Maymun çiçeği virüsünün en yaygın bulaşma yollarından birisidir. Enfekte hayvanlarla doğrudan temas eden bir kişi Mpox virüsünü alabilir. Genellikle Afrika kökenli kemirgenler ve primatlar gibi hayvanlarla etkileşimde olan kişilere bulaşır. Hayvanların ısırması, tirmalması veya vücut sıvıları ile doğrudan temas edildiğinde bulaşma riski daha yüksektir. Ayrıca enfekte hayvanlarını etini tüketme yoluyla da bulaşması mümkündür. Özellikle kırsal bölgelerde avcılık yapan veya hayvan ticareti ile uğraşan kişilerin bu virüse yakalanması daha olasıdır.”<sup>7</sup>

Resmî ve kurumsal kanallardan yapılan açıklamalarla bu hesabın yaptığı açıklama arasında detay eksikliği ve bütünlük açısından kopukluk olduğu tespit edilmiştir. Halk sağlığı gibi ciddi bir konuda eksik veya yanıltıcı bilgi yayılımının uzun vadedeki olumsuz etkileri göz ardı ederek sadece gündemde olabilmek ve hatta takipçi ve veya etkileşim sayısını yükseltebilmek uğruna yapıldığı anlaşılmıştır.

Bilinçli şekilde yanlış ve eksik içerik paylaşımı dezenformasyona örnektir. Bu paylaşımında ve incelenen diğer paylaşımlarda da bilinçli şekilde yanlış/eksik içeriklerin paylaşıldığı tespit edilmiştir.

İki hesap arasında görülen en büyük fark burada takipçi sayısı olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat yapılan geniş çaplı araştırma sonucunda maymun çiçeği virüsü hakkında paylaşım yapan en yüksek takipçi sayılı tek bir hesabın olduğu, bu hesabın ise 2011 yılından beri X'te var olduğu anlaşılmıştır (Maymun Çiçeği Virüsü/MPox Virus). Bu durum ise bu hesabın daha önce farklı içerikler ürettiği düşüncesini güçlendirmektedir. Nitekim toplam 349 gönderisi bulunan hesap üzerinden geriye dönük incelendiğinde ilk paylaşımın 14 Ağustos 2024 tarihinde yapıldığı tespit edilmiştir. 2011 yılında X'e katılan bu hesap sahibinin bu tarihe kadar farklı bir içerik paylaştığı, 14 Ağustos'tan sonra ise maymun çiçeği virüsüyle alakalı paylaşım yapmaya

<sup>7</sup> Acıbadem Hastanesi, <https://www.acibadem.com.tr/ilgi-alani/maymun-cicegi-virusu-mpox-nedir-nasil-gecer/>, (Erişim Tarihi: 22.10.2024).

başladığı düşünülmektedir. X'te en popüler kategorisinde yer alan ve bu çalışmaya dâhil edilen ikinci hesabın (maymun çiçeği (monkeypox) ise Ağustos 2024'te açıldığı ve bu sebepten dolayı takipçi sayısının az olduğu düşünülmüştür. Fakat iki hesabın en büyük ortak noktası, Ağustos 2024'ten sonra aktif olarak maymun çiçeği virüsü hakkındaki içerik paylaşımını gerçekleştirdikleri.

Dikkat çeken bir başka olgu ise incelenen her iki hesabın da ağustos ayında aktif şekilde bahsi geçen hastalıkla alakalı aktif bir şekilde paylaşım yapmaları. Yapılan haber araştırmasında Ağustos 2024'te maymun çiçeğiyle alakalı Sağlık Bakanı Kemal Memişoğlu'nun "Türkiye'de 2024'te maymun çiçeği hastalığıyla ilgili bir tanı konulmadı."<sup>8</sup> şeklindeki açıklamasına rastlanılmıştır. Sağlık Bakanlığınca yapılan bu resmî açıklamanın aksini gösterir nitelikte tüm dünyada maymun çiçeği virüsünün bir tehdit olduğunu gösterecek nitelikte yetli yanlış ve eksik bilgilerin paylaşılıyor olması, resmî kurumlarca yapılan açıklamalara itibar edilmemesini ve toplumsal korkunun dinç tutulmasını amaçlar nitelikte olduğu düşünülmektedir.

## 5. Sonuç

Sağlık haberlerindeki dezenformasyon, bireylerin sağlıkla ilgili kararlarını derinden etkileyen ve toplum sağlığını tehdit eden karmaşık bir sorundur. Bu sorun, yalnızca bireylerin sağlığını değil, aynı zamanda genel kamu sağlığını da riske atarak bulaşıcı hastalıkların yayılmasına ve sağlık sisteminin sürdürülebilirliğine zarar verebilir. Dezenformasyonun yarattığı olumsuz etkiler, toplumun sağlık hizmetlerine olan güvenini zedeleyerek sağlık profesyonellerinin ve kurumlarının etkinliğini azaltabilir.

Güvenilir sağlık bilgilerinin eksikliği, bireylerin yanlış bilgilere yönelmelerine ve bu bilgilerin sosyal medyada hızla yayılmasına neden olmaktadır. Bu durum, özellikle savunmasız gruplar için ciddi riskler taşımaktadır. Dezenformasyon, yalnızca bireylerin sağlıkla ilgili kararlarını değil, aynı zamanda toplumun genel sağlık politikalarını da etkileyebilir. Aşı karışıklığı, alternatif tıp uygulamaları veya sağlık hizmetlerinden uzaklaşma gibi eğilimler, sağlık sistemini zayıflatmakta ve toplumun genel sağlığını tehdit etmektedir.

<sup>8</sup> Anadolu Ajansı, <https://www.aa.com.tr/tr/saglik/saglik-bakani-memisoglu-turkiyede-2024te-maymun-cicegi-hastaligiyla-ilgili-bir-tani-konulmadı/3306783>, (Erişim Tarihi: 21.10.2024).

Dezenformasyonla başa çıkmak için atılacak adımlar, yalnızca bireylerin sağlık bilgilerine erişimini sağlamakla kalmayıp aynı zamanda kamu sağlığına olan güveni yeniden tesis etmeye yönelik olmalıdır. Eğitim ve farkındalık programları, bireylerin sağlık konularındaki bilgi düzeyini artırarak yanlış bilgiye karşı savunmalarını güçlendirebilir. Medya okuryazarlığı, bireylerin doğru bilgiyi yanlış bilgilerden ayırt etme yeteneklerini geliştirerek, dezenformasyonun etkisini azaltabilir. Ayrıca, bireylerin sağlık okuryazarlığını artırmak amacıyla, sağlık profesyonellerinin ve gazetecilerin iş birliği içinde yürütülecek seminerler ve atölye çalışmaları düzenlenebilir. Bu tür etkinlikler, bireylerin doğru bilgilere ulaşmasını ve sağlık kararlarını daha bilinçli bir şekilde vermesini destekleyecektir.

Sosyal medya platformlarının düzenlenmesi, sağlıkla ilgili yanlış bilgilerin yayılmasını önlemek için etkili bir strateji olarak öne çıkmaktadır. Platformların kullanıcı paylaşımlarını denetleyen ve yanlış bilgilere karşı etkili algoritmalar geliştiren mekanizmalar oluşturması, dezenformasyonun yayılma hızını önemli ölçüde azaltabilir. Ayrıca, platformların yanlış bilgiye karşı kullanıcıları bilgilendiren ve uyarı yapan sistemler geliştirmesi, yanlış bilgilerin yayılma potansiyelini azaltabilir. Bununla birlikte, sosyal medya kullanıcılarının, doğruluğunu sorgulama ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirmelerine yardımcı olacak eğitim programları da hayata geçirilmelidir. Bu eğitimler, bireylerin karşılaştıkları bilgilerin doğruluğunu sorgulama alışkanlığı kazanmalarını sağlayacak ve dezenformasyon karşısında daha dayanıklı hâle gelmelerine yardımcı olacaktır.

Gazeteciler ile sağlık profesyonelleri arasındaki iş birliği, doğru ve güvenilir sağlık haberlerinin yayılmasını teşvik edecek, böylece kamuoyunun güvenliğini yeniden kazanma yolunda önemli bir adım olacaktır. Bu iş birliği, sağlık profesyonellerinin sağlık konularında derinlemesine bilgi sahibi olmaları sayesinde, gazetecilerin doğru ve bilimsel temellere dayalı içerikler üretmesine olanak tanıyacaktır. Ayrıca, medya kuruluşlarının, sağlık konularında daha sorumlu bir yayın politikası benimsemeleri ve dezenformasyona karşı proaktif bir yaklaşım sergilemeleri, toplumun doğru bilgilere ulaşmasını kolaylaştıracaktır.

Bunun yanı sıra, sağlık kuruluşları ve hükümetler, dezenformasyonla mücadelede kapsamlı stratejiler geliştirebilir ve bu stratejilerin etkinliğini artırmak için sürekli bir değerlendirme mekanizması oluşturabilirler. Toplumun deği-

şen ihtiyaçları ve dijital medya ortamındaki dinamikler göz önünde bulundurularak, sağlık iletişimi stratejilerinin güncellenmesi, sağlık bilgi akışının güvenilirliğini artırabilir. Ayrıca, sağlık otoriteleri, yanlış bilgilere karşı hızlı ve etkili yanıt verme yeteneğini geliştirmek için kriz iletişimi planları oluşturabilir. Bu tür planlar, yanlış bilgi yayıldığında, doğru bilgi ile toplumu hızlı bir şekilde bilgilendirmeyi amaçlayacaktır.

Nitekim, sağlık haberlerindeki dezenformasyonun üstesinden gelmek, sağlık profesyonelleri, medya kuruluşları, sosyal medya platformları ve kamu arasında iş birliğini gerektirmektedir. Bu stratejiler, sağlık sisteminin güçlenmesine, bireylerin sağlıkla ilgili bilinçli kararlar almasına ve toplumun genel sağlık düzeyinin yükselmesine katkıda bulunabilmektedir. Özellikle, dezenformasyonun önlenmesi ve sağlık bilgi sistemlerinin güçlendirilmesi, toplumun genel sağlık düzeyini artırmanın yanı sıra, sağlık hizmetlerine olan erişimin iyileştirilmesine de katkıda bulunacaktır.

### Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

### Kaynakça

- Acerbi, A., Altay, S., Mercier, H., 2022. Research note: Fighting misinformation or fighting for information? *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-87>.
- Ackerknecht, E. H., 2016. *A short history of medicine*. Johns Hopkins University Press.
- Arora, V. M., Rousseau, D., Schwitzer, G., 2019. Why bolstering trust in journalism could help strengthen trust in medicine. *JAMA*, 321(22), 2159. <https://doi.org/10.1001/jama.2019.0636>.
- Austin, E. W., Borah, P., Domgaard, S., 2021. Kovid-19 disinformation and political engagement among communities of color: The role of media literacy. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 1, 1–15. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-58>.
- Agley, J., Xiao, Y., 2021. Misinformation about Kovid-19: Evidence for differential latent profiles and a strong association with trust in science. *BMC Public Health*, 21(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-10103-x>.
- Bago B, Rand D. G., Pennycook, G., 2022. Does deliberation decrease belief in conspiracies? *J Exp SocPsycho*. 1103:104395.
- Brashier NM, Schacter D.L., 2020. Aging in an era of fake news. *CurrDirPsychol Sci* 29:316–323.

- Butler L, Fay, N., Ecker, U., 2022. Social endorsement influences the continued belief in corrected misinformation <https://doi.org/10.31234/osf.io/3fv4d>.
- Chomsky, N., Herman, E. S., 1988. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Pantheon Books.
- Cinelli M, Quattrociochi, W., Galeazzi, A., 2020. The Kovid-19 social media infodemic. *Sci Rep* 10:16598.
- Ecker, U. K., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N., Kendou, P., Vraga, E. K., Amazeen, M. A., 2022. The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychology*, 1(1), 13–29. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>.
- Freiling I, Krause N. M., Scheufele, D. A., Brossard D., 2023. Believing and sharing misinformation, factchecks, and accurate information on social media: the role of anxiety during Kovid-19. *New Media Soc.* 25:141–162.
- Gilbert, D. T., 1991. How Mental Systems Believe. *American Psychologist*, 26(2), s. 107-119.
- Globig, L. K., Holtz, N., Sharot, T., 2022. Changing the incentive structure of social media platforms to halt the spread of misinformation. *PsyArXiv*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/26j8w>.
- Gollust, S. E., Fowler, E. F., Niederdeppe, J., 2019. Television news coverage of public health issues and implications for public health policy and practice. *Annual Review of Public Health*, 40(1), 167–185. <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-040218-044017>.
- Gorwa, R., Binns, R., Katzenbach, C., 2020. Algorithmic content moderation: Technical and political challenges in the automation of platform governance. *Big Data & Society*, 7(1), 1–15. <http://dx.doi.org/10.1177/2053951719897945>.
- Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., Lazer, D., 2019. Fake news on Twitter during the 2016 US presidential election. *Science*, 363(6425), 374–378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>.
- Guess A. M., Malhotra, N., Pan, J., 2023. How do social media feed algorithms affect attitudes and behavior in an election campaign? *Science* 381:398–404.
- Horne, Benjamin D., Adalı, S., 2017. This Just In: Fake News Packs a Lot in Title, Uses Simpler, Repetitive Content in Text Body, More Similar to Satire than Real News. [https://www.researchgate.net/publication/315682536\\_This\\_Just\\_In\\_Fake\\_News\\_Packs\\_a\\_Lot\\_in\\_Title\\_Uses\\_Simpler\\_Repetitive\\_Content\\_in\\_Text\\_Body\\_More\\_Similar\\_to\\_Satire\\_than\\_Real\\_News](https://www.researchgate.net/publication/315682536_This_Just_In_Fake_News_Packs_a_Lot_in_Title_Uses_Simpler_Repetitive_Content_in_Text_Body_More_Similar_to_Satire_than_Real_News), çevrim içi 10.09.2024.
- Hsu, T., Thompson, S. A., 2023. Chatbots and AI are helping spread misinformation online. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2023/02/08/technology/ai-chatbots-disinformation.html>, çevrim içi 15.09.2024.
- Kohring, M., Zimmermann, F., 2020. *Aktuelle Desinformation: Definition – Konsequenzen – Gegenmassnahmen, Was ist Desinformation? Betrachtungen aus sechs wissenschaftlichen Perspektiven içinde*, Düsseldorf, Landesanstalt für Medien NRW.

- Krippendorff, K., 2013. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications.
- Krishnan, N., Gu, J., Tromble, R., Abrams, L. C., 2021. Research note: Examining how various social media platforms have responded to Covid-19 misinformation. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 2(6), 1–25. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-85>.
- Li, W., Watts, J., Tan, N., 2019. From screen to screening: Entertainment and news television media effects on cancer screening behaviors. *Journal of Health Communication*, 24(4), 385–394. <https://doi.org/10.1080/10810730.2019.1607954>.
- Martel, C., Pennycook, G., Rand, DG., 2020. Reliance One Motion Promotes Belief in Fake News. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5(47). <https://doi.org/10.1186/s41235-020-00252-3>.
- Mayring, P., 2014. *Qualitative Content Analysis: Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*. Beltz.
- Motta, M., Callaghan, T., 2020. The pervasiveness and policy consequences of medical folk wisdom in the U.S. *Scientific Reports*, 10(1), 10722. <https://doi.org/10.1038/s41598-020-67744-6>.
- Nadarevic, L., Reber, R., Helmecke AJ., Köse, D., 2020. Perceived truth of statements and simulated social media postings: an experimental investigation of source credibility, repeated exposure, and presentation format. *Cogn Res Princ Implic*.
- Nan, X., Wang, Y., & Thier, K., 2021. Health Misinformation. In *The Routledge Handbook of Health Communication* (3rd ed., pp. 318–332). Routledge. <http://dx.doi.org/10.4324/9781003043379-27>.
- Neuendorf, K. A., 2017. *The Content Analysis Guidebook*. SAGE Publications.
- Oxman, M., Larun, L., Gaxiola, G. P., Alsaïd, D., Qasim, A., Rose, C. J., Bischoff, K., Oxman, A. D., 2022. Quality of information in news media reports about the effects of health interventions: Systematic review and meta-analyses. *F1000 Research*, 45. <https://doi.org/10.12688/f1000research.52894.2>.
- Pennycook, G., Rand, DG., 2019. Lazy, not biased: susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*.
- Pennycook G., Rand, DG., 2020. Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking. *JPers*.
- Pennycook, G., Rand, D. G. 2020. Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking. *Journal of Personality*, 88(2), 185–200. <https://doi.org/10.1111/jopy.12476>.
- Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, JG., Rand, DG., 2020. Fighting Covid-19 misinformation on social media: experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention. *Psychol Sci* 31:770–780.
- Pennycook, G., Rand, D. G., 2022. Accuracy prompts are a replicable and generalizable approach for reducing the spread of misinformation. *Nature Communications*, 13(1), 1–12. <https://doi.org/10.1038/s41467-022-30073-5>.



- Pickles K., Cvejic E., Nickel B., 2021. Kovid-19 misinformation trends in Australia: prospective longitudinal national survey. *J Med Internet Res.*
- Sarikaya, B. F., 2023. Z-Kuşağı Influencer Olmak İstiyor Mu? Türk ve Alman Gençleri Üzerine Bir Çalışma. Eğitim Yayınevi, Konya.
- Scherer, L. D., Pennycook, G., 2020. Who is susceptible to online health misinformation? *Am J Public Health.*
- Scherer, L. D., McPhetres, J., Pennycook, G., Kempe, A., Allen, L. A., Knoepke, C. E., Tate, C. E., & Matlock, D. D. 2021. Who is susceptible to online health misinformation? A test of four psychosocial hypotheses. *Health Psychology.* <https://doi.org/10.1037/hea0000978>
- Schültz, B., Jones, Ch., 2024. Falsch- und Desinformation in sozialen Medien: Ansätze zur Minimierung von Risiken in digitaler Kommunikation über Gesundheit.
- Schwarz, N. 2018. Of fluency, beauty, and truth: Inferences from meta cognitive experiences. In J. Proust & M. Fortier (Eds.), *Metacognitive diversity: An interdisciplinary approach* (pp. 25–46). Oxford University Press.
- Shao, C., Hui, P-M., Wang, L., 2018. Anatomy of an online Misinformation Network. *PLoS One.*
- Sternisko, A., Cichocka, A., Cislak, A., & Van Bavel, J. J., 2021. National narcissism predicts the belief in and the dissemination of conspiracy theories during the Kovid-19 pandemic: Evidence from 56 countries. *Personality and Social Psychology Bulletin*, <https://doi.org/10.1177/01461672211054947>.
- Uscinski, J. E., Enders, A. M., Klobstad, C., Seelig, M., Funchion, J., Everett, C., Wuchty, S., Premaratne, K., Murthi, M., 2020. Why do people believe Kovid-19 conspiracy theories? *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 1(3), 1–12. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-015>.
- Vincent, J., 2020. Twitter is bringing its 'read before you retweet' prompt to all users. *The Verge.* <https://www.theverge.com/2020/9/25/21455635/twitter-read-beforeyou-tweet-article-prompt-rolling-out-globally-soo>, çevrim içi 20.08.2024.
- Vosoughi, S., Roy, D., Aral, S. 2017. The spread of true and false news online. *Science* 359:1146–1151.
- Wang, Y., McKee, M., Torbica, A., Stuckler D., 2019. Systematic Literature Review on the Spread of Health-related Misinformation on Social Media. *Soc Sci Med.* Nov; 240:112552. doi: 10.1016/j.socscimed.2019.112552. Epub 2019 Sep 18. PMID: 31561111; PMCID: PMC7117034.
- Zarocostas, J., 2020. How to fight an infodemic. *Lancet* 395:676.
- Zollo, F., Bessi, A., Vicario, M.D., 2017. Debunking in a World of tribes. *PLoS ONE.*

## "Dezenformasyon, Doğru Haber ve Bilgi Alma Hakkını Tehdit Ediyor"

→ İdris KARDAŞ

T.C. İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi Koordinatörü



Dezenformasyonu çeşitli yönleriyle ele aldığımız bu sayımızda T.C. İletişim Başkanlığı bünyesinde faaliyet gösteren Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (DMM) Koordinatörü İdris Kardaş ile dezenformasyon kavramını, Dezenformasyonla Mücadele Merkezi'nin çalışmalarını, yapay zekâ ürünlerinin dezenformasyona etkisini ve kriz dönemlerinde dezenformasyonun toplumsal etkilerini konuştuk.

**TRT Akademi Dergisi:** Dezenformasyon kavramı modern literatürde yeni bir olgu gibi görünüyor. Ancak tarihsel bir bağlamda değerlendirdiğimizde, dezenformasyonun geçmişi hakkında neler söyleyebilirsiniz? Ayrıca bilgi düzensizliği kavramı ve alt türleri hakkında da bilgi verebilir misiniz?

**İdris Kardaş:** Dezenformasyon, literatürümüzde yeni bir kavram gibi görünse de aslında insanlık tarihinin başından beri var olan bir olgudur. Günümüzde sosyal medyanın etkisiyle bu kavram daha yaygın hâle geldi ancak yalan ve yanlış bilginin tarihi çok eskilere dayanıyor.

Mesela, MÖ 1200'lü yıllarda Mısır Kralı II. Ramses'in, Kadeş Savaşı dönüşünde halkına zafer kazandığını göstermek için tapınaklara kazıttığı hiyeroglifler buna iyi bir örnektir. Oysa daha sonra Kadeş Barış Anlaşması'nın bulunmasıyla bu zaferin kesin bir galibiyet olmadığı ortaya çıkmıştır. Tarih boyunca bu tür yanıltıcı bilgiler bazen toplumu birleştirmek için bazen de ticari kazanç amacıyla kullanılmıştır. Örneğin, 1835'te The Sun gazetesinin "Büyük Ay Aldatmacası" hikâyesiyle sahte bir başarı elde etmesi, ticari motivasyonlu dezenformasyon örneklerinden biridir.

Ancak bugün teknolojinin gelişmesiyle birlikte dijital iletişim ekosistemi, yanlış veya yanıltıcı bilgiler üzerine daha fazla düşünme ve bu konudaki kavramları netleştirme ihtiyacını beraberinde getirdi. Bu da bizi dezenformasyon ve bilgi düzensizliği kavramlarını detaylı bir şekilde ele almaya yönlendiriyor.

Modern dönemde bilgi düzensizliği ilk kez 2017 yılında Avrupa Konseyi'nin bir raporuyla kavramsallaştırıldı. Bilgi düzensizliği, özellikle internet ve sosyal medyada yayılan bilgi kirliliğini anlamak için kullanılan bir terimdir. Genel olarak yanlış bilginin kasıtlı ya da kasıtsız bir şekilde üretilmesi ve yayılmasını ifade eder. Bilgi düzensizliği, üç ana başlık altında incelenebilir: mezenformasyon, dezenformasyon ve malenformasyon.

Mezenformasyon (yanlış bilgi), kasıtsız olarak yayılan yanıltıcı bilgiyi ifade eder. Burada niyet önemlidir, bilgi doğru zannedilerek paylaşılır ancak hatalıdır. Örneğin, yanlış bir tarihin paylaşılması ya da çeviri hataları buna örnek verilebilir.

Dezenformasyon, bilerek ve isteyerek yanlış veya yanıltıcı bilgi üretilmesi ve yayılmasıdır. Kasten manipüle edilmiş içerikler, uydurma komplo teorileri veya yalan haberler bu kapsamda değerlendirilir. Dezenformasyonun amacı, yanıltıcı olmanın ötesinde zarar vermektir.

Malenformasyon, doğru bilginin kasıtlı olarak zarar verme amacıyla paylaşılmasıdır. Burada bilgi doğru olsa da niyet olumsuzdur.

Kamuoyu genelde dezenformasyon kavramına odaklanıyor, bu da oldukça doğal. Ancak bilgi düzensizliğinin bu üç türünü anlamak, meseleyi daha geniş bir çerçevede değerlendirmek açısından önemli.

**TRT Akademi Dergisi:** Dezenformasyona karşı İletişim Başkanlığı bünyesinde kurulan Dezenformasyonla Mücadele Merkezinin (DMM) yöneticiliğini yapıyorsunuz. Dezenformasyonla Mücadele Merkezi hangi ihtiyaçlar doğrultusunda kuruldu ve ne yapmaktadır?

**İdris Kardaş:** Sayın Cumhurbaşkanı'mızın ulusal ve uluslararası arenada öncülüğünü üstlendiği hakikat mücadelesi bu konunun temel unsuru oldu elbette. Malumunuz Sayın Cumhurbaşkanı'mızın konu her ne olursa olsun, hangi ortamda olursa olsun, hangi gerekçeyle olursa olsun sıkı bir hakikat savunucusu olduğunu bilmeyen yok. Dolayısıyla Sayın Cumhurbaşkanı'mız liderliğinde Türkiye'nin, dünyanın başına bela olan ve küresel tehditler kapsamında birinci sıralarda gösterilen dezenformasyona karşı küresel barış ve insanlık için çalışmalar yapması da kaçınılmaz oldu. Bugün Türkiye Cumhuriyeti olarak dezenformasyonu, yapay zekâ teknolojilerini, bunların faydalarını ve zararlarını en iyi takip eden ülkelerin başında geliyoruz. İletişim Başkanımız Sayın Fahrettin Altun bu alanda Türkiye'nin en iyi iletişim bilimi profesörlerinden birisidir. Bu konularda yıllarca çalışmalar yapmış ve önemli kitapları var. İnsanlığın karşı karşıya olduğu bu tehlikeyi Türkiye'de özellikle ilk dile getirenlerdendir. Hem Sayın Cumhurbaşkanı'mızın hakikat mücadelesinin en yakın tanıklarından biri olması hem ülkemizin bu alandaki tehditlere karşı koyması gerekliliğini en iyi bilenlerden biri olması hem de bu konudaki geniş bilgi birikimi ve vizyonu böyle bir merkezin kurulması sonucunu doğurdu.

DMM, 5 Ağustos 2022 tarihinde, ülkemize karşı yürütülen sistematik dezenformasyon kampanyalarına karşı müstakil bir birim olarak kuruldu. Kurucu Koordinatörlük görevi de bana nasip oldu. Merkezimiz gerek yurt içi gerek yurt dışı kaynaklı algı operasyonlarının, komplo teorilerinin ve manipülasyon girişimlerinin önemli bir parçası olan dezenformasyonun erken aşamada tespitini ve eş zamanlı olarak ele alınmasını hedefliyor ve bu metodolojiyle çalışmalarını yürütüyor.

Bununla birlikte devletin tüm kurum ve kuruluşlarıyla etkili ve verimli bir iletişim süreci yürütüyoruz. Kurumlardan doğru bilgi akışını sağlıklı bir şekilde elde ediyor ve bunları doğru araçlarla kamuoyuna sunuyoruz. Sadece yalan haberleri yalanlama işlevi değil aynı zamanda önemli konularda enformasyonu sağlayarak da dezenformasyonla mücadele ediyoruz.

Kamuoyunun kılcal damarlarına ulaşacak seviyede geniş bir iletişim ağıyla çalışıyoruz. Her kesimle çok güçlü ilişkilerimiz var. Zira dezenformasyonla mücadelenin görüşü ne olursa olsun toplumun tüm kesimlerine zarar verdiğini, herkes için bir tehdit unsuru olduğunu biliyoruz. Bunu, ilişkide olduğumuz herkes de çok iyi biliyor. Dolayısıyla gerek konvansiyonel medyada gerekse de sosyal medyada hızlı bir şekilde ve doğru bir dille, kanıt ve belgeleri de ortaya koyarak dezenformasyonla mücadele ediyoruz.

DMM, bu görev ve sorumluluk doğrultusunda, doğru bilginin kamuoyuna ulaşmasını sağlayarak demokratik süreçleri korumak, ulusal güvenliğe yönelik propaganda kampanyalarını bertaraf etmek, toplumda dezenformasyona karşı bir farkındalık oluşturmak gibi amaçlarla kurulmuştur.

**TRT Akademi Dergisi:** Teknolojinin dezenformasyonla mücadelede rolü nedir? Yapay zekâ ürünü olan araçlar dezenformasyon tespiti ve engellenmesinde nasıl kullanılıyor? Bu teknolojilerin daha güvenilir hâle gelmesi mümkün mü?

**İdris Kardaş:** Öncelikle şunu ifade etmek isterim: Teknolojik gelişmelere, özellikle yapay zekâda yaşanan sıçramalara ne kategorik olarak karşıyız ne de koşulsuz savunucusuyuz. Bizim önceliğimiz, bu teknolojileri milletimizin ve devletimizin menfaatine olacak şekilde nasıl kullanabileceğimizi ve onlardan nasıl faydalanabileceğimizi belirlemektir.

Günümüzde yeni teknolojiler hem dezenformasyon üretiminde hem de dezenformasyonla mücadelede kritik bir rol oynuyor. Yapay zekâ (AI) ve ma-

kine öğrenimi (ML) tabanlı araçlar, yanlış bilgi ve sentetik içerik üretiminde kullanılabilirdiği gibi bu tür içeriklerin tespiti, analizi ve yayılımını engelleme süreçlerinde de önemli bir araç hâline geldi. Ancak bu teknolojiler henüz oldukça yeni. Her ne kadar hızla gelişiyor olsalar da hâlâ aşılması gereken mesafeler var.

Gelişmiş AI destekli sistemler, içerik denetimi, gerçek kontrolü ve yanlış bilgilerin tespitine yardımcı olmak için kalıpları, dil kullanımını ve bağlamı analiz edebiliyor. Dezenformasyon ve mezenformasyon arasındaki nüansların anlaşılmasını içerik analizi ile tespit edebiliyor. Özellikle dijital ortamlarda üretilen sentetik görüntü ve seslerin tespiti için yapay zekâ modellerinin büyük rol oynayacağını öngörüyoruz.

**TRT Akademi Dergisi:** Bireylerin dezenformasyona karşı alabileceği önlemler nelerdir? Bir haberin veya bilginin doğruluğunu bireyler nasıl kontrol edebilir?

**İdris Kardaş:** Dezenformasyon kampanyaları genellikle bireylerin kimlik, inanç veya ideolojisi ile ilgili ani duygu yoğunluğuna neden olacak şekilde tasarlanıyor. Bu nedenle dezenformasyona karşı bireysel mücadelede temel ilke, bir bilgiye duygusal tepki vermektir kaçınmaktır. Kısa süreli bir düşünce koridorunda sorulacak, "Bu bilgi doğru olabilir mi? Kim bu bilgiyi paylaşmamı istiyor? Neden?" gibi sorular, ani tepkilerden kaçınmayı ve dolayısıyla mantıklı hareket etmeyi berberinde getirir.

Başka bir önemli husus, bireylerin dijital platformlarda karşısına çıkan sponsorlu içeriğe kesinlikle dikkat etmesi gerekiyor.

Bunların yanı sıra bireylerin karşılaştıkları bilgilerin hangi kaynaktan geldiğini araştırması, diğer güvenilir kaynaklara göz atması, tarih ile bağlamı kontrol etmesi ve şüpheli bir yaklaşım geliştirmesi dezenformasyonla bireysel mücadele için önemli bir basamağı oluşturur.

**TRT Akademi Dergisi:** Dijital medyada insanların, "Doğrusu neymiş girip bir doğrulama kuruluşuna bakayım." eğiliminde olmadığını görüyoruz. İçeriklerin doğru olduğunu daha etkin gösterebilmek için onay almış içerik rozetleri gibi bir girişimin faydalı olacağını düşünüyor musunuz?

**İdris Kardaş:** Bireylerin doğrulama eğiliminde olmamalarının, alışkanlıkları ile yakından ilişkili olduğunu düşünüyorum. Alışkanlıklar, bireylerin

dijital medyadaki davranışlarını büyük ölçüde etkiliyor. Dezenformasyonla Mücadele Merkezimiz tarafından yürütülen eğitim çalışmalarımızın hedeflerinden biri de toplumsal farkındalığın oluşturulması ve topluma doğrulama alışkanlığı edindirmek.

Doğru bilgiyi teşvik etmek ve dezenformasyonla mücadele etmek için onay almış içerik rozetleri etkili bir yöntem olabilir. Ancak bu sistemin başarısı, şeffaflık, tarafsızlık, teknolojik doğruluk ve toplumsal kabul gibi faktörlere bağlı. Ayrıca burada hangi kurum veya otoritenin "onaylama" yetkisine sahip olacağı da çok önemli.

**TRT Akademi Dergisi:** Konvansiyonel medyanın organizasyon şemasında haber, iç yapımlar ve insan kaynakları gibi birimlerin yanı sıra 'Dezenformasyon ve Doğrulama' biriminin de yer alması sürece ne ölçüde katkı sağlar?

**İdris Kardaş:** Genel olarak gazeteciliğin temelinde doğrulama, teyit var zaten. Her gazetecinin doğru haber yapması, gelen bilgilerin doğrulunu teyit etmesi, doğru bilginin peşinde koşması kendi meslek ilkeleri ve kendine olan saygısının bir gereğidir.

Ancak her zaman var olduğu gibi bugün de kendi gerçeklerine inanmak isteyen veya ideolojik çıkarlarını ön planda tutarak kasıtlı olarak gerçeklerden kaçan gazeteciler ve yayın kuruluşları mutlaka vardır. Şu an bazı yayın kuruluşları sosyal medya hesaplarında veya dijital mecrada gördüğü bir olayı reyting kaygısıyla doğruluğunu, arka planını araştırmadan, hemen ekranlarına veya sayfalarına taşıyabiliyor. Kamu yayıncılığı bağlamında hassas davranan TRT gibi kurumların dezenformasyon konusundaki hassasiyeti bu açıdan örnek olabilir.

**TRT Akademi Dergisi:** Toplumun dezenformasyonla mücadelede bilinçlendirilmesi için ne tür projeler yürütüyorsunuz? Yapılan çalışmaların etkisi hakkında geri dönüşler alıyor musunuz?

**İdris Kardaş:** Dezenformasyonla Mücadele Merkezi olarak, kurulduğumuz günden itibaren dezenformasyona karşı toplumsal bağımsızlık kazandırma ve toplumsal mücadelenin teşviki için birçok çalışma yürütüyoruz. Bu çalışmalar kapsamında; dezenformasyonla mücadele konusunda rehber diyebileceğimiz yayınlar yapıyoruz. Bu yayınlar dijital ve konvansiyonel iletişim araçları vasıtasıyla kamuoyu ile paylaşılıyor. Seminer, konferans ve panel gibi farkındalık artırıcı kampanyalar düzenliyoruz. Bugüne kadar birçok

üniversite, kamu kurum ve kuruluşu ve STK ile dezenformasyonla mücadele bilincinin oluşması için interaktif deneyimler sunan programlar düzenledik ve düzenlemeye de devam ediyoruz. “Dezenformasyonla Mücadele Eğitici Eğitimi” projemizle, Türkiye’nin birçok noktasında dezenformasyonla mücadele konusunda eğitim verebilecek eğiticiler yetiştiriyoruz. Bu eğitimler sayesinde toplumun her kesimine ulaşmayı hedefliyoruz. Türkiye’nin birçok şehrinde kurumlarla protokoller yapıyor ve her şehirde bir seferberlik ruhu içerisinde uzun süreye yayılan dezenformasyon eğitimleri veriyoruz. Eğiticiler vasıtasıyla hemen her kesime ulaşıyoruz. Türkiye’nin birçok şehrinde yapay zekâ ve dezenformasyon konularında konferanslar verdim. Şu ana kadar 44 üniversitede dezenformasyonla mücadele toplulukları, kulüpleri kurduk. Böylelikle gençler vasıtasıyla her şehirde enerjisi ve heyecanı yüksek dezenformasyonla mücadele çalışmaları yürütüyoruz. Her üniversitenin o şehirde yaşayan insanlarına dezenformasyon konusunda eğitim vermesini, bu alanda çalışmalar yapmasını sağlıyoruz. Dijital etkileşimden ziyade bire bir, yüz yüze olarak bu eğitimleri yapıyoruz.

**TRT Akademi Dergisi:** Dezenformasyonun toplumsal etkileri nelerdir? Özellikle doğru bilgiye ulaşmanın kritik öneme sahip olduğu kriz dönemlerinde (afet, terör, savaş vb.) nasıl bir etki gözlemliyorsunuz? Gerek bireysel gerekse de kurumsal anlamda nasıl hareket edilmeli, hangi kanaldan gelen bilgiye güvenmeliyiz?

**İdris Kardaş:** Dezenformasyon, doğru haber ve bilgi alma hakkını tehdit ediyor. Temelde bu konu bir insan hakkı ihlali olarak değerlendirilmeli. Toplumsal barışı ve demokrasiyi zedeliyor. Dolayısıyla ulusal güvenlik ve genel olarak demokrasiye karşı bir tehdit unsuru olarak görülmelidir. Medyaya duyulan güveni sarsıyor, seçim güvenliğini, ekonomiyi ve ülke imajını olumsuz etkiliyor, halk sağlığını tehdit edebiliyor. Dolayısıyla bir harp unsuru olarak değerlendirildiğinde dezenformasyon, günümüzün en güçlü silahlarından biri olarak görülüyor.

Dezenformasyon, seçim süreçlerinde toplum iradesini manipüle ederek ve demokratik süreçleri baltalayarak ülkelerin geleceğini olumsuz yönde etkileyebilecek bir güce sahiptir.

Bunların yanı sıra, özellikle doğal afetler, salgınlar, ekonomik krizler veya siyasi belirsizlik dönemlerinde dezenformasyonun yarattığı etkiler daha yıkıcı



olabilir. Bu süreçlerde dezenformasyon panik, güvensizlik, yanlış kararlar ve krizlerin derinleşmesi gibi sonuçlar doğurabilir. Kriz yönetimini zorlaştırabilir, kamu kaynaklarının yanlış kullanımına sebep olabilir ve en önemlisi toplumsal kutuplaşmayı derinleştirebilir. Ayrıca, krizden etkilenen bireyler üzerinde ciddi psikolojik yıkıma ve zihinsel yıpranmaya yol açabilir.

Dolayısıyla bu süreçlerin tamamında resmî kurumlardan gelecek açıklamalar her zaman dikkate alınmalıdır. Bu tutum sadece kamuoyu için değil medya kurumlarımız için de geçerlidir. Kriz süreçlerinde yürütülen dezenformasyon kampanyalarının önüne geçebilmek için doğru bilgiyi hızlı bir şekilde yaymak da kamunun görevidir. İşte Dezenformasyonla Mücadele Merkezimizin bu süreçlerde yürüttüğü bilgilendirme faaliyetlerinin amacı da budur. 6-8 Şubat depremleri sürecinde kamuoyunu doğru bilgilendirmek için çok yoğun şekilde çalıştık. Elimizden geldikçe sahadan gelen her bilgiyi titiz bir şekilde inceleyerek doğru bilgiyi kamuoyu ile paylaştık. Böylesine büyük bir felaketin ilk saatlerinden başlayarak sistematik dezenformasyon saldırılarına nasıl maruz kaldığımızı ülkece gördük. Bunlara karşı ilk andan itibaren hızlı ve etkin bir şekilde mücadele ettik.

**TRT Akademi Dergisi:** Toplumun dezenformasyonla mücadelede bilinçlendirilmesi için ne tür projeler yürütüyorsunuz? Yapılan çalışmaların etkisi hakkında geri dönüşler alıyor musunuz?

**İdris Kardaş:** İlk olarak dezenformatif içeriklerle hızlı şekilde mücadele ediyor ve topluma doğru bilgiyi hızlı şekilde iletmek amacıyla 7 gün 24 saat çalışıyoruz. Ulusal ve uluslararası düzeyde yayımlanan binlerce dezenformatif haber ve içeriğin doğrusunu kamuoyuyla paylaşıyoruz. Bu çalışmanın kendisi, dezenformasyonla mücadele bağlamında toplumsal bir farkındalık yarattı. Bunun yanı sıra ülke genelinde başlattığımız eğitimlerimiz hız kesmeden devam ediyor. Dezenformasyonla mücadele konusunda dikkat etmemiz gerekenler ve temel kavramların yer aldığı "Dezenformasyon Rehberi" mizi yayınladık. Ayrıca ulusal ve uluslararası içeriklerin yer aldığı Dezenformasyon Bültenlerimizi haftalık olarak İletişim Başkanlığımızın web sayfasında yayınlamaya devam ediyoruz. Toplumsal olarak tespit edilen yalan haber ve içeriklerin tarafımıza bildirilmesi amacıyla Dezenformasyon Bildirim Sistemi'ni hayata geçirdik. 07 Ekim 2023 tarihinden itibaren İsrail'in Filistin'e yönelik saldırılarını meşrulaştırmak için servis ettiği yalan haberleri ele alan ve 7 dilde hizmet veren "theliesofisrael" web platformumuzu kurduk. Dezen-

formasyonu temel alacak şekilde yapay zekâ, algoritma, sosyal medya konularında uzman, gazeteci ve akademisyenlerin katılımları ile çeşitli paneler gerçekleştirdik. Dezenformasyona maruz kalmamak için neler yapılması gerektiğine dair yönergeler hazırladık ve tüm kamu kurum ve kuruluşlarına dağıttık. Üniversitelerimizde Dezenformasyonla Mücadele Toplulukları kurulması ve gençlerimizin bu konuda farkındalığa sahip olması noktasında destek verdik.

İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi olarak çalışmalarımızı toplumun tüm kesimlerini de kapsayacak şekilde ele alıyoruz. Bu noktada interaktif ve toplumu merkeze alan çalışmalarımıza vatandaşlarımızın gösterdiği yakın ilgi ve olumlu geri dönüşler bizi çok memnun ediyor.

**TRT Akademi Dergisi:** Dijital platformların dezenformasyonla mücadelede sorumluluğu nedir?

**İdris Kardaş:** Yapılan çalışmalar günümüzde dezenformatif paylaşımların doğru paylaşımlara oranla 6 kat daha hızlı yayıldığını ortaya koyuyor. Bu hızın altında yatan en stratejik neden hiç kuşkusuz sosyal medyanın gelişimidir. Dolayısıyla bu durum, dijital platformların bu konudaki sorumluluklarını önemli hâle getiriyor. Her ne kadar algoritmaların maddi gerekçelerle kullanıldığı gerçeği söz konusu olsa da bu sistem kullanıcıların dezenformatif içeriklere daha fazla maruz kalmalarına sebep oluyor. Bu sebeple dijital platformların, algoritmalarını dezenformatif içerikleri göz önünde bulundurarak güncelleme sorumluluğu bulunuyor. Tabii, bunun gerçekleşmesi günümüz şartlarında pek mümkün görünmüyor. Ancak hem maddi çıkarlarını koruyacak hem de dezenformasyonu önleyecek bazı önlemler almaları elbette mümkündür. Bu yönde bazı sistemler geliştirdiklerini görmekteyiz. Bu sistemlerin kolay ve toplum tarafından daha yaygın bir şekilde kullanılması büyük önem taşıyor. Sadece belirli kullanıcıların tekelinde olacak şekilde uygulanan not verme ve haber doğrulama sistemleri ise etik ve objektif olmayan oldukça uzak olacaktır. Aynı zamanda sahte hesaplar ve botlara yönelik alınacak önlemler de dezenformasyonun önüne geçmek için çok etkili bir yol olacaktır.

**TRT Akademi Dergisi:** Güncel küresel siyasi meseleler bağlamında özellikle İsrail'in Filistin ile ilgili yürüttüğü dezenformasyon kampanyasını nasıl değerlendiriyorsunuz? Küresel medyanın bu dezenformasyonun bir parçası

olduğu düşünüldüğünde ülkemiz kurumlarına ve vatandaşlarımıza ne gibi sorumluluklar düşmektedir?

**İdris Kardaş:** Öncelikle İsrail'in Filistin'e yönelik uyguladığı dezenformasyon politikalarının, İsrail'in kuruluşu kadar eski olduğunu vurgulamak gerekir. İsrail, işgal ettiği toprakları sahiplenme ve kuruluşuna yönelik meşrulaştırma çabalarıyla birlikte, bu süreçte Filistinlilere uyguladığı insan hakları ihlallerini gölgelemeye yönelik çok sistematik, bilinçli ve yoğun bir dezenformasyon politikasını yıllardır yürütmektedir. Küresel ölçekte etkili olan bilgi ve algı üretim merkezleri, ne yazık ki İsrail'in söz konusu dezenformasyon politikasının taşıyıcısı durumundadırlar. Dolayısıyla da bunca işgal, zulüm ve katliama rağmen İsrail bugüne kadar dünya kamuoyundan yeterince tepki görmemiştir.

Ancak 7 Ekim 2023 sonrasında durum değişmeye başladı. Gerek katliamların büyüklüğü ve yıkıcı etkisi gerekse de İsrail'in katliamı meşrulaştırmak için kullandığı argümanların Türkiye tarafından hızlı ve etkili bir şekilde çürütülmesi ilk defa meşruiyeti İsrail aleyhine döndürmeye başladı. İsrail'in dezenformasyonları dünya kamuoyunda beklenen etkiyi oluşturamadı. DMM olarak ilk günden beri çok yoğun bir şekilde İsrail'in yalanlarını belgeleriyle, kanıtlarıyla, görsellerle çürütmeyi başardık. Bunları İngilizce, Arapça ve İbranice olarak da tüm dünyayla paylaştık. Birçok uluslararası medya kuruluşu, sosyal medya aktörleri bu yalanları ifşa etmemizle birlikte doğru bilgiyi dünya kamuoyuna ulaştırmaya başladı. İsrail ilk kez meşruiyet açısından büyük bir yara aldı. Bu süreç sonunda başta Batı toplumları olmak üzere dünya kamuoyunun bir kısmı ilk kez bu kadar açık ve net bir şekilde Filistinlilerin yanında yer aldı.

Yukarıda, yürüttüğümüz projelerden bahsederken de belirttiğim gibi İsrail'in dezenformasyonlarının tamamının 7 farklı dilde yer aldığı "theliesofisrael" adlı platformu oluşturduk ve bu platform ile İsrail'in yalanlarını dünyanın her köşesine yaymak için yoğun bir çalışma içerisindeyiz.

## Post-Truth Çağında Yanlış Bilgi, Yıkıcı Teknolojiler ve Yeni Bir Mücadele Perspektifi

→ Doç. Dr. Oğuz KUŞ\*

Post-truth, 2010'ların ikinci yarısından sonra akademide gözle görülür şekilde mercek altına alınan, Brexit ve Trump'ın başkanlık dönemi ile (Postel-Vinay, 2018) gündelik hayata içkin tartışmaların da konusu hâline gelen, Covid-19 ve devamında ortaya çıkan yanlış bilgi tufanı ile bireylerin hayatlarını farklı boyutlarda etkileyen bir kavram. Bu husus, iletişim bilimcisi gözlükleriyle değerlendirildiğinde zihinlerde her ne kadar bir kavram olarak konumlanıyor olsa da post-truth'u bir sorun (Yu ve Shen, 2024) olarak betimlemek toplumsal yaşamımızdaki etkilerinin sınırlarını çizmek için daha gerçekçi bir yaklaşımdır. Belgelendirilmiş kullanım miktarı 2016 yılında, 2015'e göre %2000 artan (Calcutt, 2016) ve Google Books Ngram Viewer'da 2016 - 2021 yılları arasında hızlı bir sorgu yapıldığında bu araçta taranan kitaplarda kullanım miktarının %2476 arttığı gözlemlenebilen, toplumun yerleşik değerleri ve hakikati bilme hakkı için farklı boyutlarda risk oluşturan bu kavramı d'Ancona'nın (2017) takip eden tümcesi post-truth hakkında bir fikir edinmeyi mümkün kılmaktadır.

“Demokratik ortodoksler ve kurumların temellerinin çirkin bir popülizm dalgası ile sarsıldığı bir siyasi ve entelektüel mücadele evresine girmiş bulunuyoruz. Akılcılık duygularla, çeşitlilik yerellikçilikle, özgürlük ise otokrasiye kayan bir eğilimle tehdit ediliyor. Hiç olmadığı kadar, siyaset pratiği bir fikirler yarışması yerine sıfır toplamlı bir oyun olarak görülüyor. Bilim, şüpheyle ve bazen açık bir küçümsemeyle karşılanıyor. Bu küresel eğilimin merkezinde, gerçeğin değerinde bir çöküş bulunmaktadır; bu, bir para biriminin ya da hissenin çöküşüne benzetilebilir[...].”

\*Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, oguz.kus@istanbul.edu.tr

Nitekim, Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki gelişmeler d'Ancona'nın tanımının bileşenlerine birbiri ardına rastlanıldığını gösteriyor. Batı siyasetini etkisi altına alan popülizm, dramatik gelişmeleri beraberinde getirdi. Post-truth'un 2010'lu yılların ikinci yarısında somutlaşan kullanımını göz önünde bulundurarak, bu tarihi milat olarak aldığımızda Batı medyasının "Göçmen Krizi" olarak betimlediği insanlık dramı, Avrupa Birliği içindeki ekonomik tartışmalar, radikal sağın yükselişi, Brexit ve Rusya'nın Ukrayna'yı işgal girişimi ardından deneyimlenen gelişmeler popülist ve yer yer kökünü hakikatten almayan siyasi söylemlerin, Pax Europaea temelinde ortaya çıkan değerlerin temelinde çatlaklar oluşması için bir zemin yarattı. Bu, beraberinde kendini, kendisine benzemeyenin karşısında konumlanarak inşa eden, fikir çeşitliliğinin yitime uğradığı ve içine kapanan bir Avrupa getirdi. Durumun Amerika Birleşik Devletleri'nde de farklı olduğunu ifade etmek mümkün değildir. Özellikle, Donald Trump'ın başkan olarak seçilmesinin ardından ortaya çıkan gelişmeler; akılcılığın duygulara yenildiği, kutuplaştırıcı ve hakikatin pek çok farklı aşamada gölgede kaldığı toplumsal dinamikleri ortaya çıkarmıştır. Hakikatin yitimi noktasında, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki durumu Rehagen (2020), doğal bir anlatımla Trump özelinde şöyle özetlemektedir:

"4 Mart 2020'de, hiçbir özel anlam taşımayan bir çarşamba günü, Amerika Birleşik Devletleri başkanı 73 yalan söyledi. Ondan bir gün önce 40 kez yalan söylemişti. 3 Nisan itibarıyla, görevde geçen 1170 gün boyunca Donald Trump, toplamda 18000 kanıtlanabilir şekilde yanlış veya yanıltıcı iddiada bulundu."

Bu durum, küresel siyasete yön veren bir ülkenin ve siyasetçinin, d'Ancona'nın da önermesinde bahsettiği üzere gerçeğin değerinde çöküş yaratmasına örnek verilebilecek vakalardan bir tanesidir. Fakat bu çöküşe tanıklık edebileceğimiz başka örnekler de söz konusudur. Kovid-19 salgını sürecinde dünya, dijital platformlarda, bu platformların tekno-sosyal ekosistemi ile infüze olmuş yanlış bilginin toplumları ele geçirişine tanıklık etti. Uygarlık, dijitalleşmenin tüm kapasitesine içkin bir şekilde ortaya çıkan bu denli büyük bir yanlış bilgi tsunamisi (Koushika, 2020) ile karşı karşıya kalmadığından, bununla mücadele etmek hususundaki bağımsızlık sisteminin de fazla gelişmediğini ifade etmek mümkündür. Metin formatlı platformlardan görsel te-

melli platformlara kadar yanlış bilginin yenilikçi sosyalleşme teknolojilerini yayılmak üzere bir kanal olarak kullandığına küresel ölçekte tanıklık ettik (TikTok'taki ilginç kimi yayılım örüntüleri için bkz. O'Connor, 2021).

Fakat post-truth çağında hakikatin yitimine sebep olan parametreler bunlarla sınırlı değildi. Yanlış bilginin, bölgesel çatışmalarda ve kimi ülkeler tarafından dış politika hamlelerinin meşruiyetini sağlama noktasında enstrümanlaşması sorunu derinleştirirken çözüm geliştirmeyi de güçleştirmektedir. Bu noktada, yanlış bilginin çekincesizce dâhil edildiği bilgi operasyonlarının (etki operasyonları olarak da anılır), çağdaş çatışma sahalarını siber-uzama nasıl taşıdığını ve gelişen teknolojinin yanlış bilgi sorununu derinleştirmesini örneklerle tartışmak yerinde olacaktır. Çünkü post-truth çağında insanlığın karşı karşıya kaldığı yanlış bilgi sorununun uygarlığa belirgin olarak negatif sonuçlar yarattığını bu şekilde somutlaştırmak mümkündür. Post-truth çağında yanlış bilgiden bahsederken bilgi operasyonlarını tartışmak ayrıca önemlidir. Çünkü burada yanlış bilginin bir çıkar doğrultusunda enstrümanlaşması, toplumların hakikati öğrenme haklarının bilinçli ve stratejik bir biçimde hedef alınması hâli söz konusudur. Dolayısıyla akut bir biçimde toplumsal farkındalık ve dayanıklılık geliştirilmesi gereken bir hususu ifade etmektedir.

Bilgi operasyonlarına örnek olabilecek meselelerden bahsetmeden önce, bu konseptin toplumların bilgi habitatında yaratabileceği kaosu anlamak üzere, kavramsal çerçevesini çizmek önemlidir. Weeden, Nuland ve Stamos (2017, s. 4) bilgi operasyonunu devletler veya devlet dışı aktörleri kapsayan organize aktörlerin yerli veya yabancı siyasal duyguları saptırmak, stratejik ve/veya jeopolitik çıktılar elde edebilmek adına yanlış haber, dezenformasyon, kamuoyunu etkilemek üzere sahte hesap ağlarının kullanılması gibi yöntemlere başvurması olarak tanımlamaktadır. Yine hızlı bir Google Books Ngram Viewer sorgusu "influence operations" kavramının 2013 yılından bu yana yükselen bir ivmeyle kullanımının arttığına işaret etmektedir. Bu durum, pek tabii bir şekilde, bireylerin bilgi habitatının ve hakikat ile bağının hedef alınabileceğine işaret etmektedir.

Post-truth çağında, yanlış bilgiyi de kullanan, bilgi operasyonlarının toplumsal hayat üzerinde yaratabileceği etkinin boyutlarının teknoloji ve mevcut platformların dönüşümü ile derinleştiğini tartışmak mümkündür. Dijital veri işleme yetkinliği sayesinde micro-targeting kapasitesi sunan ya da yanlış bilgiyi otomatize bir biçimde dağıtma fırsatı veren yıkıcı teknolojiler, yanlış

bilgiyle toplum perspektifini hedef alan aktörlere algı tahribatı potansiyeli yüksek bir zemin sunmaktadır. Uluslararası kamuoyu, çağdaş bir teknoloji olan yapay zekânın yaratmış olduğu teknolojik dönüşümü öforik bir heyecanla karşılarken ve sabah programlarına dahi konu olan popüler hususlarla tartışırken, uluslararası aktörlerin bilgi operasyonlarını ölçeklendirebilmek ve hakikati bükme adına bu teknolojiyi kullanması yenilikçi teknolojilerin bilgi operasyonlarına entegre edilme hızına ve yaratabilecekleri olumsuz etkiye örnek teşkil etmektedir. Bu durumu vakalar üzerinden tartışmak, toplumların karşı karşıya olduğu yanlış bilgi tehlikesinin hacmini keşfedebilmek için elzemdir.

Örneğin Temmuz 2024 tarihli bir basın bülteninde Amerika Birleşik Devletleri Adalet Bakanlığı, Rusya kaynaklı aktörlerin yapay zekâ temelli teknolojilerle Rusya'nın dış politikasını destekleyen yanlış bilgiyi nasıl yaydığını tespit etmiştir (Justice Department, 2024). Anılan bilgi operasyonunda X (eski adıyla Twitter) platformunda Amerika Birleşik Devletleri'nde yerleşikmiş gibi gözükken kullanıcıların yapay zekâ desteği ile yaratıldığına ve bu kurgu kullanıcıların özellikle Ukrayna, Polonya, Litvanya gibi eskiden Sovyetler Birliği'nin bir parçası olan veya Sovyetler Birliği'nin etki alanında bulunan ülkeler hakkında Rusya'nın savlarını destekleyen paylaşımlar yaptığını tespit etmişlerdir. Amerika Birleşik Devletleri Siber Komutanlığı (USCYBERCOM), Eylül 2024 tarihinde yayımlanmış olduğu basın bülteninde Rusya kaynaklı aktörlerin bir bilgi operasyonu çeşidi olan "DoppelGänger" tekniğini kullandığını, bu süreçte haber kanalları, kurumlar ve düşünce kuruluşlarının web sitelerinin bir kopyasını ürettiklerini ve bu sitelerin içeriğini yapay zekâ kaynaklı teknolojilerle oluşturarak özellikle Ukrayna hususunda Rusya yanlış bilgileri yaydıklarını tespit etmiştir. Bu bilgi operasyonu kapsamında NATO'nun web sitesinin dahi kopyalandığı gözlemlenmiştir. İsrail merkezli yapıların da İsrail - Filistin çatışması bağlamında bilgi operasyonları düzenlediği ve yer yer yapay zekâ teknolojilerinden faydalandığı tespit edilmiştir. OpenAI, İsrail merkezli bir şirketin Gazze hususunda yapay zekâ teknolojilerini kullanarak metinler ürettiğine (OpenAI, 2024) raporunda yer vermiştir. Ayrıca İsrail merkezli bir firmanın İsrail - Filistin Çatışması bağlamında içerikler oluşturan sahte sosyal medya hesaplarından oluşan bir ağ işlettiğine ve bu ağın ABD'li öğrencilerin İsrail'in Gazze'de yürüttüğü savaşa karşı gerçekleştirdiği protestoları antisemitik olmakla suçlayan gönderileri de dolaşıma soktuğuna değinilmektedir (Robins-Early, 2024).

Post-truth çağının yaratmış olduğu atmosfer, çağdaş çatışmaların siber uzama taşınan yapısı, yıkıcı teknolojilerin algı tahribatı yüksek bilgi operasyonlarını mümkün kılarak hakikatin hedef alınması hususundaki sorunları derinleştirilmesi, yanlış bilgi ile mücadelede ve toplumların doğru bilgiye erişim sağlayabilmesi noktasında yeni anlayışların geliştirilmesinin gerekli olduğunu da haber vermektedir. Yanlış bilgi ile mücadele etmek artık bireysel bir çaba, farkındalık ve aksiyona ek anlayışları gerekli kılmaktadır. Bu noktada, yanlış bilgiye karşı ulusal ölçekli bir dayanıklılık anlayışı geliştirmek ve stratejik olarak toplumsal ölçekli bir farkındalığı hedeflemek tartışılmalıdır. Bu bağlamda, Humprecht ve diğerlerinin (2020) yanlış bilgiye yönelik ulusal dayanıklılığı tanımlama biçimine değinmek, yanlış bilgiye karşı ulusal dayanıklılık konseptini somutlaştırmak için önemlidir. Humprecht ve diğerleri (2020, ss. 5-6) ulusal dayanıklılıktan bahsederken Hall ve Lamont'un tanımına değinerek "bir topluluk veya ulustaki insanların kenetlenerek iyilik hâllerini meydan okumalara karşı sürdürmek ve iyileştirmek" önermesi üzerine inşa etmiş ve yanlış bilgiye karşı dayanıklılığı "yanlış bilginin büyük miktardaki vatandaşa erişmediği yapısal bir bağlam" olarak betimlemiştir. Bu noktadan hareketle, yanlış bilgiyle mücadelede toplumun tüm bileşenlerini stratejik bir biçimde bir araya getiren bütünsel bir yaklaşımdan söz etmek mümkündür.

Diğer yandan, yıkıcı teknolojilerin dâhil olduğu yanlış bilgi üretim ve dağıtım pratikleri ile ancak o ölçekte yenilikçi teknolojileri oyuna dâhil ederek mücadele etmek mümkündür. Bu hususlarda kimi gelişmelere kısaca değinmek meseleyi somutlaştırmayı kolaylaştırmaktadır. Örneğin, Farhoudinia, Ozturkcan ve Kasap (2024) Kovid-19 ile ilişkili bir veri setiyle gerçekleştirdikleri ve makinelerin öğrenmesi süreçlerini dâhil ettikleri araştırmalarında, yanlış haberlerin olumsuz duyguları, doğru haberlerin ise, olumlu duyguları daha fazla uyandırdığını bulmuşlardır. Araştırmacılar, insanların duygularının doğru ve yanlış haberlere maruz kaldıklarında nasıl farklılaştığını tespit etmişler ve duyguların yanlış haberlerin tespitinde bir değişken olarak kullanılabileceğini tartışmışlardır. Bu araştırma göstermektedir ki yenilikçi teknolojilerin yanlış bilgi ile mücadele sahasına dâhil edilmesi ilk bakışta dikkat çekmeyecek değişkenlerin keşfine ve yanlış bilgi ile daha etkin mücadele edilmesine zemin hazırlayacaktır.

Post-truth çağında yanlış bilginin toplumsal etkileri güçlü ve derindir. Yıkıcı teknolojilerin sürece dâhil olması, yanlış bilginin yayılım ve etkileme gücünü



artırmaktadır. Bu durum, hakikatin sürekli ve güçlü bir tehdit altında olduğu bir çağın içinde bulunduğumuzu haber vermektedir. Ancak tehditler kadar fırsatların da mevcut olduğu unutulmamalıdır. Yenilikçi teknolojiler ve yanlış bilgi ile mücadelede gerçekleştirilecek perspektif dönüşümü, toplumlara hakikati toplumsal ölçekte korumak için yeni yetkinlikler ve güçlü bir kapasite sunmaktadır. Bu değerlendirme notunun sonunda toplumun yanlış bilgi ile mücadele edebilmesi noktasında önemli olan iki enstrümanın mevcudiyetinden bahsetmek mümkündür; bunlar yenilikçi teknolojilerin yaratıcı ve verimli bir biçimde kullanılması ve toplumun her bileşeninin dâhil olduğu ve kenetlendiği bir yanlış bilgiye karşı ulusal dayanıklılık stratejisinin geliştirilmesi ve benimsenmesidir.

### Kaynakça

- Calcutt, A. (2016). The surprising origins of 'post-truth' – and how it was spawned by the liberal left. <https://theconversation.com/the-surprising-origins-of-post-truth-and-how-it-was-spawned-by-the-liberal-left-68929> adresinden alındı.
- d'Ancona, M. (2017). Post-truth: The new war on truth and how to fight back. Random House.
- Farhoudinia, B., Ozturkcan, S. & Kasap, N. Emotions unveiled: detecting COVID-19 fake news on social media. *Humanit Soc Sci Commun* 11, 640 (2024). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03083-5>
- Google Books Ngram Viewer. (t.y.). <https://books.google.com/ngrams/> adresinden alındı.
- Humprecht, E., Esser, F., & Van Aelst, P. (2020). Resilience to online disinformation: A framework for cross-national comparative research. *The international journal of press/politics*, 25(3), 493-516.
- Justice Department. (2024). Justice Department Leads Efforts Among Federal, International, and Private Sector Partners to Disrupt Covert Russian Government-Operated Social Media Bot Farm. <https://www.justice.gov/opa/pr/justice-department-leads-efforts-among-federal-international-and-private-sector-partners> adresinden alındı.
- Koushika, S. (2020). Tackling a tsunami of misinformation and myths. <https://www.nature.com/articles/nindia.2020.103> adresinden alındı.
- O'Connor, C. (2021). How TikTok Sounds Are Used to Fuel Anti-Vaccine Fears. [https://www.isdglobal.org/digital\\_dispatches/how-tiktok-sounds-are-used-to-fuel-anti-vaccine-fears/](https://www.isdglobal.org/digital_dispatches/how-tiktok-sounds-are-used-to-fuel-anti-vaccine-fears/)
- OpenAI. (2024). AI and Covert Influence Operations: Latest Trends. [https://downloads.ctfassets.net/kftzwdyauwt9/5IMxzTmUclSOA-cWUXbkVrK/3cfab518e6b10789ab8843bcc18b633/Threat\\_Intel\\_Report.pdf](https://downloads.ctfassets.net/kftzwdyauwt9/5IMxzTmUclSOA-cWUXbkVrK/3cfab518e6b10789ab8843bcc18b633/Threat_Intel_Report.pdf) adresinden alındı."

- Postel-Vinay, O. (2018). The post-truth era. <https://shs.cairn.info/dossiers-2018-10-page-1?lang=en&tab=aperçu> adresinden alındı.
- Rehagen, T. (2020). Welcome to Post-Truth America. <https://www.bc.edu/bc-web/sites/bc-magazine/summer-2020/features/welcome-to-post-truth-america.html> adresinden alındı.
- Robins-Early, N. (2024). OpenAI says Russian and Israeli groups used its tools to spread disinformation. <https://www.theguardian.com/technology/article/2024/may/30/openai-disinformation-russia-israel-china-iran> adresinden alındı.
- USCYBERCOM. (2024). Russian Disinformation Campaign “DoppelGänger” Unmasked: A Web of Deception. <https://www.cybercom.mil/Media/News/Article/3895345/russian-disinformation-campaign-doppelgnger-unmasked-a-web-of-deception/> adresinden alındı.
- Weedon, J, Nuland, W. & Stamos, A. (2017). Information Operations and Facebook. <https://about.fb.com/br/wp-content/uploads/sites/3/2017/09/facebook-and-information-operations-v1.pdf>
- Yu, W., & Shen, F. (2024). Mapping verification behaviors in the post-truth era: A systematic review. *New Media & Society*, 26(3), 1703-1727. <https://doi.org/10.1177/14614448231191138>



# 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 tespitinin 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 artmaktadır. 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:** Covid-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 olmuştur 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.

- **Yanılıcı 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 yanılıcı 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).





# Antik Efsanelerden Üretken Yapay Zekâya: Gerçeklik, Dezenformasyon ve İnsanlık Mücadelesi

→ Şebnem ÖZDEMİR\*

İnsanlığın en eski rüyası yapay zekâ, antik Yunan efsanelerinde/kaynaklarında, eski Çin ve eski Türk yazıtlarından, insanlığın temel mirası masallara kadar her alanda kendini göstermiştir. İlk geliştirildiği zamanlarda nasıl öğreneceği bilinemeyen makine (yapay zekâ), düşünce değişikliği ile veriden öğrenme yolculuğuna başlamıştır. Ancak “veri temelli makineler” geliştiricilere yeterli gelmemiş, veri olsun ya da olmasın insan gibi düşünebilen, insan gibi karar verebilen makineler yaratma hayali yükseliş göstermiştir. Çünkü yapay zekâ bir mühendislik disiplini olmaktan ötedir. Yapay zekâ, insanlığı taklit etme ve onu aşma sanatıdır (Özdemir, 2021). Kasım 2022’den itibaren başladığı düşünülen, önce üretici sonra üretken yapay zekâlar olarak adlandırılan süreç, insanlığın yapay zekâ yolculuğunda yeni bir dönemi başlatmıştır. Ancak bu başlayan yeni dönem, yapay zekânın tekil görev bazlı, verinin gösterdiği yolda ilerlediği değil, bir zekâ olarak var olduğu adımlar silsilesini de kapsamaktadır.

İnsanlık, geliştiricilerin en temel hayali yapay genel zekâ (artificial general intelligence – AGI) ile 2025 yılında buluşacak, 3. tür olarak, inorganik varlıkların, var olma ve yer edinme çabasına şahit olacaktır. Bu durum Hollywood filmlerinin de etkisi ile korkunç, yok edici olarak nitelense de daha korkunç ve yok edici bir süreç ile insanlık çok daha uzun süredir mücadele hâlinindedir. Bu mücadele, gerçeğe ulaşmanın, gerçek bilgiyi elde etmenin mücadelesidir.

Gerçeğin net duruşu, bilinen tarihin başlangıcından beri o ya da bu şekilde darbe almıştır. Antik çağlarda uygulanmış olan Damnatio Memoriae, kişilerin, bazen de o kişilerin ailelerinin, miraslarının yani buldukları dönem-

\* Doç. Dr., İstinye Üniversitesi İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, sebnem.ozdemir@istinye.edu.tr

deki varlıklarının tarih sahnesinden silinmesini ifade etmektedir (Sijpesteijn, 1974; Flower, 1998; Huët, 2004). Bu şekilde gerçeğin bütünsel olarak yok edilmesi dışında, gerçeğin kirletilmiş, farklı formlarının oluşturularak yanlış bilgi hâline dönüştürülmüş, bir propaganda aracı olarak kullanılmış ve dezenformasyon hâli ile tarih sahnesinde gözlenmiştir. Örneğin Roma'da Antonius ile Kleopatra'nın ilişkisi karşısında, Octavian, Antonius'a karşı onun itibarını zedelemeyi amaçlı bilgiler paylaşmıştır. Dönemin madeni paraları üzerinde kazanmış kısa ve keskin bilgilerle Antonius, Kleopatra tarafından yozlaştırılmış ve onun kuklası hâline gelmiş biri olarak aktarılmıştır (Kaminska, 2017). Milattan önce 44. yıla ait bu olaydan sonra bir başka ürkütücü olay 1835 yılında gerçekleşmiştir. The New York Sun gazetesinin The Great Moon Hoax haberi ile en temel haber alma kanalının, bir dezenformasyon, bir sahte haber yayma aracı hâline gelişi resmî kayıtlara geçmiştir. Gazete, astronot Sir John Herschel'in ayda yaşayan bir ırkı keşfetmesine dair gerçeklikle alakası olmayan altı makale yayınlamıştır (Andrews, 2015).

90'lı yıllardan itibaren internetin yaygınlaşması, dezenformasyon tarafında bir patlama etkisine neden olmuş olsa da bu etkinin büyümesine asıl katkı önce sosyal medya platformlarının ortaya çıkışı, ardından da akıllı telefonlarla her yerde ve her zaman bağlantıda kalma hâli ile oluşmuştur. Bireyler, haber alma kanalı olarak sosyal medyayı görmeye başladıklarında, bu durum olaylara anlık erişebilme gücü verse de dezenformasyon tarafında da büyük bir oyun alanı oluşturmuştur. Bu sayede etkileşimi yüksek dezenformasyon, gerçek bilgi karşısında dünyayı 9 kat daha hızlı dolaşmıştır. Ancak insanlık, bu kaos ortamında bile gerçeği bulabilmek için herhangi ek bir araç kullanmadan, farklı kaynakları okuyup teyit ederek, eleştirel düşünerek ve temel zihinsel süreçlerini devreye sokarak yolunu bulabiliyordu.

Kasım 2022'nin son gecesinde OpenAI firmasının ChatGPT'yi çıkarması ile üretici-üretken yapay zekâ dönemi herkesin erişebileceği ve deneyim kazanabileceği yapay zekâ ile etkileşim dönemini başlatmıştır (Park ve Gelles-Watnick, 2023). Başta çok eğlenceli gibi duran bu aracın ortaya çıkışı dezenformasyon tarafını da beslemektedir. Özellikle Midjourney, Dall-E, Stable Difusion, Flux, Runway, Sora, Kling ve Genimate gibi teknolojilerin görsel üretme, görseli canlandırma kabiliyeti farklı haber ve içeriklerin oluşturulmasında çeşitli olanaklar sağlamaktadır.

Ocak 2023 tarihinde görsel üreten makinelerde insan oluşturmak oldukça popüler hâle gelmiştir. İlk denemelerde, elde edilen insan görüntülerinde, benzer insan yüzlerinin çiziliyor olması, gözlerdeki odaklanma sorunu, diş sayısının fazlaca oluşturulması, parmak sayısının yüksek oluşu, ellerin duruşundaki çizim problemi heves kırıcı olsa da tespit etme tarafını kolaylaştırmaktadır.



**Görsel 1.** Ocak 2023 Midjourney ile Üretilen Görseller

1 Şubat 2023 tarihinde Midjourney uygulamasında oluşturulan görsellerde ilk önce farklı yüz üretememet sorunun artık yavaşta olsa ortadan kalkmaya başlamıştır. Nitekim şubat ayında görüntü üreten makine girilen “iki güzelle bir mekânda çılgınca eğlenen Trump” promptunun çıktısında kadınların simalarında farklılaşmanın sağlandığı görülmektedir. Ancak bu çıktı, ilk bakışta, kadınların ellerinin doğru modellenememesi, yüz orantısındaki problemler ile yapay zekâ ile yapıldığı yine rahatlıkla tespit edilebilir durumdadır.



Görsel 2. 1 Şubat 2023 Midjourney Çıktısı

Mart 2023'e geldiğinde yapay zekânın Trump görselini üretmedeki başarısı da değişmiştir.



Görsel 3. Üretken Yapay Zekâ Trump Tutuklandı Çıktısı

Yaklaşık bir ayda makinenin gerçeğine yakın görsel üretme başarısındaki gelişme, dezenformasyon üretimi tarafını beslemiştir. Ancak Mart 2023'teki görseller dikkatli incelendiğinde kaval kemiklerinin modellenmesi, bacak uzunluğundaki oran, kavuşmuş ellerdeki hatalar, dikkatli gözler tarafından hâlâ ayırt edilebilmektedir.

Görsel üreten makinelere 2023 yılının ilk çeyreğinde istenilen görselin yüklenerek üzerinde değişiklik yapabilme özelliği gelmiştir. Bu özelliğin en can alıcı örneklerinden biri, 6 Şubat 2023 yılında ülkemizde gerçekleşen deprem sonrasında paylaşılan bazı görsellerle kendini göstermiştir.

Bir X gazetesi tarafından soldaki resim "Enkazda Kur'an-ı Kerim bulan Uzak Doğulu kişi Müslüman oldu" haberiyle servis edilmiştir. Bir başka Y gazetesi, haberin görsellerinin yapay zekâ ile üretilerek halkın kandırıldığını iddia etmiş ve sağdaki resmi paylaşmıştır.



Görsel 4. X ve Y Gazeteleri Tarafından Paylaşılan Deprem ile İlgili Haber Görselleri

Haberin doğruluğundan ziyade görseller incelendiğinde, X gazetesi tarafından verilen görselin (sol) orijinal fakat görüntü kalitesi düşük olduğu anlaşılmaktadır. Y gazetesinin verdiği görsel (sağ), ilk resim yapay zekâyâ yüklenerek elde edilmiştir. Soldaki resimdeki görevlinin atkısı, sağdaki resimde makine tarafından sakal ile atkı arasında bir şeye dönüştürülmüştür. Sağdaki resimde Kur'an-ı Kerim'in kavrandığı elde temsiliyet hatası bulunmaktadır. Yine sağdaki resimde arka planda yer alan tabeladaki yazılar okunaksızdır, kelimeler oluşmamaktadır. Bu durum, o tarihlerdeki görsel üreten makinelere ortak bir sorundur.

Görsel üreten makinelerdeki gelişme devam ederken, ses üretiminde de üretken yapay zekâlar aynı yıllarda kendini göstermeye başlamıştır. BBC News, Sudan iç savaşına yönelik olarak üst düzey bir yöneticinin sesinin modellen-diği olay (Goodman ve Hashim, 2023), Alman haber kuruluşu Tagesschau tarafından, yayınlarının çarpıtılmasına neden olan modellenmiş sesler (Reveland ve Siggelkow, 2023) ilk kritik örneklerdir. 2024 yılına gelindiğinde, özellikle yılın ilk çeyreğinde ses üretimine yönelik üretken yapay zekâlarda yükseliş başlamış, modellemede başarımları artmıştır. Bu durum, özellikle konuşmanın sentezlenmesinin daha da kolay hale getirmiş, kötüye kullanım tarafında sıradan vatandaşları bile etkileyecek kritik vakaların yaşanmasına neden olmuştur. Nitekim 2024 yılı biterken, FBI yayınladığı uyarı raporunda, aile bireylerinin kendi aralarında fiziksel olarak toplandıklarında bir parolanın belirlenmesi, parolayı bir kâğıda yazarak saklamaları, online görüşmeler ve telefon görüşmelerinde önce bu parolayı vermeleri/istemeleri gerektiği ifade edilmiştir.

2024 yılı biterken görüntü üreten yapay zekâlarda aşağıdaki sorunlar düzelmiş, dezenformasyon yaymada başarısı yüksek içerikler üretilebilir hâle gelmiştir.

Ellerin oluşturulması, bir nesneyi kavrama durumu yılın başındaki problemlerden arındırılmıştır (ellere dikkat ederken artık, parmakların açıklığına, tırnakların tüm parmaklarda aynı şekilde temsiliyetine dikkat edilmelidir. Bir insanın bir başka insanın belinden kavramasında da orantı problemi gözlenebilir).

Yazıların taklidi, harflerin oluşturulması, kelime yazımındaki karmaşa ve anlamsızlık giderilmiştir. Bir uyarı tablosu, açıklama tabelası, mağaza tabelası artık kolaylıkla oluşturulmaktadır. Bu nedenle yazılar üzerinden varsa anlamsal ve mantıksal sorunlarına bakılmalı, lokasyon ile uyarı/mağaza tabelasının uyuma durumu kontrol edilmelidir.

Dişlerdeki sayısal problem (32 dişten fazla diş çizimi) giderilmiştir, bu nedenle sayısal olarak kontrolü işe yaramamaktadır. Ancak açık şekilde ağız ve diş görselinin olduğu çıktılarda, diş yüzeylerine detaylı bakılmalıdır. Diş yüzeyi bir estetik müdahale söz konusu değilse kısmı ölçüde pürüzlüdür. Diş minesini de incelenmeli, keskin ve düz bir çizgi şeklinde modellenenlerden şüphe edilmelidir.

Gözlerin odaklanmasındaki sorunlar da ortadan kaldırılmıştır. Bu nedenle artık göz uzayına bakılmalıdır. Bir nesneye/kişiye/duruma bakan kişinin her iki gözünün göz uzayında (gözünün içindeki yansıma) benzerlikler oluşmaktadır. Benzer şekilde gözün alt kirpiklerinin sıralanması, sıklığı, yerleşimi, göz pınarının modellenme biçiminin kontrolü de kritiktir.

İster metin ister ses ister görüntü olarak elde edilsin, yapay zekâ tarafından oluşturulan çıktıların dezenformasyon oluşturmadaki kolaylaştırıcı etkisi büyüktür. Bu etkinin tespitine yönelik olarak çeşitli çalışmalar bulunmaktadır (Jawahar ve diğerleri, 2020; Fröhling ve Zubiaga, 2021; Stiff ve Johansson, 2022; Uchendu ve diğerleri, 2023; Kumarage ve diğerleri, 2023). Çalışmaların ilk yıllarında görüntü ve ses tarafında tespiti daha kolay, metin tarafında ise bireyin entelektüel seviyesi ile alakalı bir tespit yeteneği gözlenirken, 2025 yılı itibarıyla çıktı ne olursa olsun salt insan duyuları ve zihinsel kabiliyetlerle ile tespit artık mümkün değildir.

### Kaynakça

- Andrews, E. (2015). The Great Moon Hoax, The History Channel. Accessed 06/01/25: <http://www.history.com/news/the-great-moon-hoax-180-years-ago?-linkId=16545579>
- Fröhling L. & Zubiaga, A. (April 6, 2021). 'Feature-based detection of automated language models: tackling GPT-2, GPT-3 and Grover'. Peer J Computer Science. Vol. 7. E443.
- Goodman, J. & Hashim, M. (October 5, 2023). 'AI: Voice cloning tech emerges in Sudan çivil war'. BBC.
- Harriet I. Flower; Rethinking "Damnatio Memoriae": The Case of Cn. Calpurnius Piso Pater in AD 20. Classical Antiquity 1 October 1998; 17 (2): 155–187. doi: <https://doi.org/10.2307/25011081>
- Huet, V. (2004). IMAGES ET "DAMNATIO MEMORIAE." Cahiers Du Centre Gustave Glotz, 15, 237–253. <http://www.jstor.org/stable/24359195>
- Jawahar, G., Abdul-Mageed, M. & Lakshmanan, L. (2020). 'Automatic Detection of Machine Generated Text: A Critical Survey'. In Proceedings of the 28th International Conference on Computational Linguistics, pages 2296–2309, Barcelona, Spain (Online). International Committee on Computational Linguistics
- Kaminska, I. (2017). A module in fake news from the info-wars of ancient Rome. Financial Times. Accessed 12/01/25: <https://www.ft.com/content/aaf2bb08-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6>
- Kumarage, T., Garland, J., Bhattacharjee, A., Trapeznikov, K., Ruston, S. & Liu, H. (2023). 'Stylometric Detection of AI-Generated Text in Twitter Timelines'. ArXiv



- Park, E. & Gelles-Watnick, R. (August 28, 2023). 'Most Americans haven't used ChatGPT; few think it will have a major impact on their job'. Pew Research Center.
- Reveland, C. & Siggelkow, P. (November 13, 2023). 'False Tagesschau audio files in circulation'. Tagesschau
- Sijpesteijn, P. J. (1974). Macrinus' *Damnatio memoriae* und die Papyri. *Zeitschrift Für Papyrologie Und Epigraphik*, 13, 219–227. <http://www.jstor.org/stable/20180617>
- Stiff, H. & Johansson, F. (2022). 'Detecting computer-generated disinformation'. *International Journal of Data Science Analytics*, vol 13, pp 363–383.
- Uchendu, A., Le, T. & Lee, D. (July 05, 2023). 'Attribution and Obfuscation of Neural Text Authorship: A Data Mining Perspective'. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, Volume 25, Issue 1, pp 1–18.

## YAYIN İLKELERİ

- TRT Akademi Dergisi, TRT'nin ana hizmet alanına uygun olacak şekilde ağırlıklı olarak iletişim bilimini odağına alan ancak diğer sosyal bilim üretimlerine ve disiplinler arası çalışmalara da yer veren, yılda 3 defa (Ocak, Mayıs, Eylül) yayınlanan akademik, hakemli bir dergidir.
- Her sayıda farklı bir dosya konusu tema olarak belirlenmekte ancak tema dışında da makaleler yayınlanabilmektedir. Derginin akademik literatüre katkı sağlayan, dinamik, etkin bir yayın olması ve referans niteliği taşıması hedeflenmektedir.
- TRT Akademi Dergisinde yayınlanmak üzere gönderilecek çalışmaların, iletişim bilimi veya iletişim biliminin alt disiplinleriyle ya da iletişim bilimiyle disiplinler arası ilişki içinde bulunan bilim dalları çerçevesinde konuları ele alan, Türkçe ve İngilizce bilimsel, özgün araştırmalar ve / veya derlemeler, değerlendirme makaleleri, kitap eleştirileri veya çeviriler olması gerekmektedir. Gerekli görülmesi halinde dergide röportaj ve soruşturmalara da yer verilecektir.
- Dergiye değerlendirilmek üzere gönderilen makaleler için benzeşim raporu alınmaktadır. Benzeşim oranı yüksek çıkan çalışmalar iade edilmektedir.
- Gönderilen çalışmaların başka bir yaygın organında yayınlanmamış olması ya da yayınlanma aşamasında olmaması gerekmektedir.
- Çalışmalar; önce TRT Akademi Dergisi editör ekibi tarafından yazım kılavuzu ve yayın ilkeleri doğrultusunda incelenir, sonrasında (Kör hakemlik sisteminde olduğu gibi) değerlendirmesi için derginin sayı editörüne ve Yayın Kuruluna sunulur. Sayı editörünün ve Yayın Kurulunun onayını alan çalışmalar; uzmanlık alanlarına göre Hakem Kurulunda yer alan iki hakeme değerlendirmek üzere gönderilir. Çalışmalar gerek duyulması halinde üçüncü hakeme değerlendirmek üzere gönderilir. (Hakem değerlendirme zaman dilimi süreleri ve yazar revizyon zaman dilimi süreleri editör tarafından ilgililere iletilen zaman dilimleridir.)
- Gerekli durumlarda gerekçesi ile sayı editörü, yayın kurulu ve derginin editoryal ekibi makaleler için red ve iade verebilir.
- Düzeltme istenen yazıların, TRT Akademi Dergisinin belirttiği sürede düzeltmeler yapılmış bir şekilde editörlüğe gönderilmesi gerekmektedir. Belirtilen sürede geri gönderilmeyen yazılar iade edilebilir veya TRT Akademi Dergisinin daha sonraki sayılarında yeniden değerlendirilmek üzere bekletiler veya kabul edilir.
- Yayınlanması uygun görülen veya görülmeyen çalışmalar geri gönderilmez. Yazar(lar)a sadece bilgi gönderilir.
- TRT Akademi Dergisinde hakemlik yapan akademisyenlere bir ücret ödemesi yapılmaktadır. Bunun yanında gerekli durumlarda röportaj, analiz ve değerlendirme yazılarına da ödeme yapılmaktadır.
- TRT Akademi Dergisinde yayınlanan her türlü içerik TRT Yayın İlkeleri çerçevesinde değerlendirilmektedir.
- TRT yayını ilkeleri kapsamında, argo, müstehcen, hakaret, nefret söylemi, din, dil, ırk ve inanç ayrımı içeren ifadelerin yer aldığı çalışmalar ön değerlendirmede veya hakem süreçleri tamamlanmış olsa dâhi editöryal süreç çerçevesinde iade edilebilir.

## YAZIM KURALLARI

- Çalışmalar 4.500-8.000 kelime aralığını aşmamalıdır. 1500-2500 kelimelik daha kısa analiz/değerlendirme yazıları veya tercüme de kabul edilmektedir (Tercüme metinlerde yazının KPDS, ÜDS veya denk bir belgedeki notunun C ve üzeri olması koşulu aranmaktadır).
- Çalışmalar A4 kâğıdının bir yüzüne, sol ve sağ taraftan 2'şer cm.'lik boşluk bırakılarak, 12 punto harf karakteri, Times New Roman fontu ve 1,5 satır aralık ölçüsü kullanılarak yazılmalıdır. Alt başlıklar, ana başlığa göre bir küçük punto ve küçük harf kullanarak koyu ve sola bitişik şekilde yazılmalıdır.
- Yazar/yazarların isimleri çalışmanın başlığının hemen altında sağa bitişik şekilde verilmeli ayrıca yıldız dipnot şeklinde (\*) yazarın kurumu, unvanı sayfanın en altında dipnot şeklinde belirtilmelidir. Yazar/yazarlar, çalıştıkları kurum ismini; üniversite, fakülte ve bölüm olarak Türkçe ve İngilizce bildirmelidirler.
- Yazar/yazarlar, TRT Akademi Dergisine tüm iletişim bilgilerini (Adres, telefon, orcid ve e-posta) bildirmelidirler.
- Girişten önce 250 kelimeyi geçmeyecek şekilde çalışmanın kapsamını, amacını, ulaşılan sonuçları ve kullanılan yöntemi özetleyen İngilizce özet verilmelidir. İngilizce çalışmalarda ise Türkçe özet hazırlanmalıdır. 5 (Beş) adet anahtar kelime yazılmalıdır (Analiz / değerlendirme yazılarında bu şartlar aranmamaktadır).
- Giriş bölümü "1. Giriş" şeklinde belirtilmelidir. Alt bölümler her bölüm içinde bölüm numarası kullanılarak "1.1.", "1.2." şeklinde numaralandırılmalıdır. Son bölüm sonuç/ tartışma bölümü olmalı ve bunu sırasıyla notlar, kaynakça ve varsa ekler kısmı takip etmelidir.
- Türkçe yazılarda Türk Dil Kurumunun Yazım Kılavuzu, İngilizce yazılarda Oxford English Dictionary örnek alınmalıdır. Türkçe çalışmalarda yabancı sözcükler yerine olabildiğince Türkçe sözcükler kullanılmalıdır (Örneğin makale içerisinde & kullanılmamalıdır).
- Çalışmanın değerlendirilmek üzere teslimi sırasında Türkçe ve İngilizce öz de eklenmesi gereklidir.
- Çalışmanın ve çalışmanın özetinin üzerinde, başlığa yer verilmelidir.
- Çalışmanın özetinde; çalışmanın problemiği, amacı, kuramsal perspektifi, araştırma metodu ve bulgularına yer verilmelidir.

- TRT Akademi Dergisi'ne gönderilen makalelerde APA 7 referans sistemi kullanılmalıdır.
- Tüm referanslar metin içinde, sırasıyla yazarın soyadı, tarih ve gerekiyorsa sayfa numaraları yazılarak verilmelidir. Aynı kaynaklara yapılan göndermelerde de bu yöntem uygulanmalı ve "a.g.e.", "ibid.", "op. cit." gibi kısaltmalar kullanılmamalıdır.
- Metin içinde numaralandırılan notlar metnin sonunda, numara sırasına göre ve kaynakça bölümünden hemen önce verilmelidir.
- Yazarın adı metinde geçmiyorsa ve kitaba atfı yapıyorsa, yazarın soyadı ve tarih verilmelidir (Jarvick, s. 1996).
- Yazarın adı metinde geçmiyor ve belli sayfalar söz konusuysa, yazarın soyadı, tarih ve sayfa numarası verilmelidir (Jarvick, 1996, s. 111).
- Yazarın adı metinde geçmiyor ve birbirini takip etmeyen sayfalar söz konusuysa, yazarın soyadı, tarih ve sayfa numaraları ayrı ayrı verilmelidir (Jarvick, 1996, ss. 111-113).
- Yazarın adı metinde geçiyorsa ve kaynakçada yazarın birden fazla eseri mevcutsa sadece bahis konusu olan kitabın yayın tarihi ve sayfa numarası yazılmalıdır (1996, s. 111).
- Yazarın adı metinde geçiyorsa ve kaynakçada bu yazarın bir eseri mevcutsa sadece sayfa numarası verilir (2017, s. 111).
- İki yazarlı kitaplarda her iki yazarın da soyadları yazılarak verilmelidir (Frantzich ve Sullivan, 1996, s. 89).
- Yazarlar ikiden fazlaysa ilk yazarın soyadından sonra "ve diğerleri" anlamında "vd.," ibaresi kullanılmalıdır (Caroline Pauwels vd., 2000, s. 89).
- Yazarın aynı yıl içinde yayınlanmış birden fazla eserine gönderme varsa, basım yılına a. b. c gibi harfler eklenerek kaynaklar birbirinden ayrılmalıdır (Noam, 1991a: s. 34).
- Birden fazla kaynağa yapılan göndermeler noktalı virgülle ayrılmalıdır (Jarvick, 1996, s. 234; Noam, 1991, s. 45; Dörr, 2000, s. 456).
- İngilizce makalelerde metin içindeki atflarda sayfa sayısı tek ise (Durkheim, 1900, p. 12) şeklinde sayfa sayısı çift ise (Durkheim, 1900, pp. 12-13) şeklinde yazılmalıdır.

- Metin içindeki alıntılar için çift tırnak kullanılmalıdır. 40 kelimedenden uzun alıntılar, tırnak kullanılmadan girintili paragrafta ve ana metne göre bir küçük punto ile verilmelidir. Alıntı içinde vurgulanan sözcükler ise tek tırnak ile verilmelidir. Kitap, film isimleri gibi özel nitelermeler italik harfler ile, yazarın vurgu yapmak istediğı sözcükler ise tek tırnakla belirtilmelidir.
- TRT Akademi Dergisi APA yazım kuralları ve kaynak gösterme biçimini esas almaktadır.
- Yazar/yazarlar çalışmanın içerisinde kullandıkları görsel öğeleri yüksek çözünürlükte ayrı bir klasörde Dergiye iletmekle mükelleftir.
- Anahtar kelime sayısı en az 5 (Beş) olmalı ve ilk harfleri büyük olmalı. Kısaltmalarda ve diğerleri (vd.,) şeklinde kullanılmalı.
- İnternet kaynaklarına mutlaka erişim tarihi eklenmeli (Erişim Tarihi: 01.02.2023).
- Gönderilen çalışmaların benzeşim oranı %15'i geçmemelidir. Bu oranı geçen çalışmalar değerlendirilmeye alınmayacaktır.
- Makale içerisinde yer verilen tablo, görsel veya şekillerin açıklamaları ilgili alanın (tablo, görsel, şekil) altında başlıkları bold olacak şekilde 10 puntoda ve ortalı yazılmalıdır. Ayrıca tablo, görsel veya şekillere ait eklenecek bir kaynak var ise yine ilgili açıklamanın hemen altında yine ortalı olarak yer almalıdır.

#### Örnek:

##### Tablo 1. TRT Akademi Dergisi Yazım Kuralları

Kaynak: <https://www.trtakademi.com/trtakademidergisi/tr/yayin-ilkeleri/yazim-kurallari>

##### Şekil 1. TRT Akademi Dergisi Yazım Kuralları

Kaynak: <https://www.trtakademi.com/trtakademidergisi/tr/yayin-ilkeleri/yazim-kurallari>

##### Görsel 1. TRT Akademi Dergisi Yazım Kuralları

Kaynak: <https://www.trtakademi.com/trtakademidergisi/tr/yayin-ilkeleri/yazim-kurallari>