



Sosyal Medyada Yer Alan Rusya ve Ukrayna Savaşı Haberlerinde Dezenformasyon: Twitter Örneği

Disinformation in News About Russia and Ukraine War on Social Media: Twitter Example

ÖZET

Sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıyla paylaşılan içerikler artık neredeyse her haneye ve her yaş grubuna ulaşır hale gelmiştir. Kullanıcıları artık sadece alıcı değil içerik üreticisi konumuna da taşıyan dönüşüm, özellikle Twitter gibi yaygın platformları manipülasyona açık hale getirmiştir. Sosyal medya mecralarında denetimin hâlâ yeterli seviyede olmaması ve teyit mekanizmasını barındırmaması kamuoyu üzerinde algı oluşturma çabalarını getirmiştir. Bu noktada Rusya'nın 24 Şubat 2022'de başlayan Ukrayna işgaliyle sosyal medya mecraları da bir 'cepheye' dönüştürülmüştür. Özellikle Moskova'nın askeri harekate meşruiyet kazandırma çabaları çoğu kez 'trol fabrikalarda üretilen' manipülatif içeriklerle desteklenmiştir. Bu çalışma, Rusya-Ukrayna savaşında kamuoyunu şekillendirmeyi ve çatışmayı çevreleyen anlatıyı etkilemeyi amaçlayan dezenformasyon kampanyalarının yaygın kullanımını incelemektedir. Dezenformasyonun en yaygın kullanıldığı mecraya olan Twitter'da bu sürecin nasıl işletildiği, kullanılan stratejiler, oluşturulan içeriklerin sivil kamuoyu üzerinde nasıl bir etki bıraktığı da makalede değerlendirilmiştir. Çalışmada, içerik analizi yöntemi uygulanarak Twitter'a yansıyan gerçekleri çarpıtmaya dönük somut örnekler sıralanmıştır. İçerik Analizi üzerinden, araştırma evrenini oluşturan Rusya-Ukrayna savaşına ilişkin paylaşımlar örnekleme kuralı çerçevesinde ele alınmıştır. Yaygın bir doğrulama platformu olan teyit.org'da savaş sırasında sosyal medya mecralarına yansıyan yaygın dezenformasyon örnekleri ele alınarak bulgular incelenmiştir. Teyit.org üzerinden mercek tutulan örnekler, belirli bir düşünce etrafında gerçeklerle bağlantısı bulunmayan manipüle edilmiş içerikler oluşturulduğunu ortaya koymuştur. Kapsamlı bir veri setinin incelendiği çalışmada sosyal medya platformları, hükümetler ve sivil toplum kuruluşlarının dezenformasyonu önlemeye dönük çabaları incelenmiş ve atılması gereken önlemlere de değinilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dezenformasyon, Manipülasyon, Sosyal medya, Rusya-Ukrayna Savaşı, Twitter

ABSTRACT

With the widespread use of social media, shared content now reaches almost every household and every age group. This transformation, which has made users not only receivers but also content producers, has made widespread platforms such as Twitter especially vulnerable to manipulation. The fact that social media channels still lack sufficient control and confirmation mechanisms has encouraged efforts to create perceptions on public opinion. At this point, with Russia's invasion of Ukraine, which started on February 24, 2022, social media channels were transformed into a 'front'. In particular, Moscow's efforts to legitimize military action were often supported by manipulative content 'produced in troll factories'. This study examines the widespread use of disinformation campaigns in the Russia-Ukraine war, which aim to shape public opinion and influence the narrative surrounding the conflict. The article also evaluates how this process is carried out on Twitter, the most widely used medium of disinformation, the strategies used, and the impact of the content on civilian public opinion. The findings of Teyit.org, a widespread verification platform, were analyzed by examining examples of widespread disinformation reflected on social media channels during the war. The samples analyzed through Teyit.org revealed that manipulated content was created around a certain idea that had no correlation with the facts. The study, which examines a comprehensive data set, examines the efforts of social media platforms, governments and non-governmental organizations to prevent disinformation and addresses the measures that need to be taken.

Keywords: Disinformation, Manipulation, Social media, Russia-Ukraine War, Twitter

GİRİŞ

Sosyal medya, bilginin, farklı bakışların/düşüncelerin ve deneyimlerin kamu oluşumlu web sitelerince paylaşımına olanak sağlayan ve internet dünyasını hızla hayatımıza yerleştiren bir uygulama alanıdır. (Weinberg, 2009:1) Bu tanım sosyal medyayı en yalın haliyle tanımlamaktadır.

Sosyal medya, internetin sağladığı ağ üzerinden kişilerin sınırsızca ürettikleri metin, resim ve hareketli görüntüleri zaman ve mekân sınırlaması olmadan, internet erişiminin olduğu tüm alanlara kolayca yayabildikleri ağıdır. Haber denilince ilk akla gelen ve tek yönlü iletişim sağlayan televizyon, radyo, gazete,

Taylan Sığırcı¹

How to Cite This Article
Sığırcı, T. (2023). "Sosyal Medyada Yer Alan Rusya ve Ukrayna Savaşı Haberlerinde Dezenformasyon: Twitter Örneği", International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 9(75): 4481-4492.
DOI:
<http://dx.doi.org/10.29228/smryj.71417>

Arrival: 01 July 2023
Published: 30 September 2023

Social Mentality And Researcher Thinkers is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

¹ Yüksek lisans öğrencisi, Ticaret Üniversitesi, İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü, İstanbul, Türkiye

dergi gibi iletişim araçlarının yerini alan sosyal medya için, internet teknolojisi ile hayatımıza girmiş ‘yeni sosyal alanlarımız’ olması dışında ‘yeni haber alma kanallarımız’ demek de yanlış olmaz. Böylece sosyal medyanın doğasından kaynaklanan haberi üreten ile tüketen taraf arasındaki fark da ortadan kalkmıştır.

Sosyal medya konvansiyonel medyanın tersi yönde denetim imkanını barındırmaz. Bu denetimsizlik bilgi kirliliği ve dezenformasyona imkân vermektedir. Yaygın yanlış haber basının tarihi kadar eski olduğundan hayatımızdaki yerini de almıştır ancak şimdiki tabloda sosyal medya aracılığıyla bugüne kadar örneği görülmemiş bir sürat ve kapsama ulaşmıştır. (Kavaklı, 2019). Yaygın yanlış haberler iletişim araçlarının faaliyette olduğu tüm zamanlarda karşılaşılan sorunlardan olup, denetimlerle önleme mekanizmaları oluşturulmuştur. Ancak bu mekanizmalar sosyal medya alanlarında işlevini yitirmiştir. Özellikle önemli olayların yaşandığı dönemlerde bu sorun en yüksek seviyelere çıkmaktadır. 2014 yılında patlak veren ve bugüne kadar devam eden Rusya-Ukrayna savaşı da sosyal medyada dezenformasyonun tüm yönleriyle kullanıldığı bir sürecin başlangıcını ifade etmektedir.

Rusya'nın Kırım'ı ilhak etmesinin ardından Ukrayna'nın doğusunda bulunan Donetsk ve Luhansk bölgelerinde Rusya yanlısı ayrılıkçı hareketler Moskova tarafından tahrik edilmiştir. Bu gruplar Kremlin tarafından belirli bir sistemle işletilen sürecin sonunda Ukrayna'dan bağımsızlıklarını ilan etmiştir. Ukrayna hükümet güçleri ile ayrılıkçı gruplar arasında patlak veren silahlı çatışma ise Rusya ile başta ABD ve Avrupa Birliği olmak üzere Batı bloğu arasında jeopolitik gerilimlerin artmasına zemin hazırlamıştır. (BBC Türkçe, 2023)

Tırmanın gerilim Rus tanklarının 24 Şubat 2014'te Ukrayna topraklarına girişiyle birlikte sıcak savaşa evrilmiştir. Rusya lideri Putin iç kamuoyunu bu harekate ikna edebilmek için "Neo Nazilerle savaşıyoruz" söylemini ortaya attı. Ancak saldırının ilerleyen günlerinde bu iddiayı destekleyecek herhangi bir somut kanıt elde edilemedi. Bu iddiayla açılan yolda Rusya ile Ukrayna arasındaki savaş en başından beri kamuoyunu manipüle etmeye dönük hamlelere tanıklık etti. Hem Rusya hem de Ukrayna, kamuoyunu şekillendirmek, anlatıları manipüle etmek ve yanlış bilgi yaymak için sosyal medya platformlarını ve geleneksel medyayı kullanarak sistemli kampanyalar ortaya koydu. (Cumhuriyet, 2022)

Bu çalışmada, Rusya ile Ukrayna arasındaki savaşla ilgili Twitter’da yer alan paylaşımların içerdiği dezenformasyonun doğru haber alma hakkını ve sosyal medya haberlerine güveni zedelediği varsayımı ele alınmaktadır.

SOSYAL MEDYA VE HABERCİLİK

Temel İhtiyaca Dönüşen Sosyal Medya

Sosyal medya, 1995 yılından itibaren ‘World Wide Web (www)’ teknolojisinin yayılmasıyla ortaya çıkan bir kavramdır. Bilindiği üzere web teknolojisi, Web 1.0 ile başlayan ve günümüzde Web 4.0’a ulaşan bir evrim geçirmiştir (Aghaei, Nematbakhsh ve Farsani, 2012). Kullanıcıların bireyler veya gruplar tarafından sunulan içeriği oluşturmasını, paylaşmasını ve etkileşimde bulunmasını mümkün kılan bu platformlar kullanıcılara profil oluşturma, metin, fotoğraf, video ve diğer medyaları yayınlama ve beğenme, yorum yapma, paylaşma ve mesajlaşma gibi faaliyetlerde bulunma araçları sağlamaktadır.

Araştırmacılar, Web 2.0 ifadesini ilk olarak 2004 yılında, O’Reilly Media ve Media Live International’ın düzenlediği bir programda dile getirmiştir. Bu yapının küresel kamuoyu nezdinde kabul görmüş bir tanımlaması bulunmamaktadır. Ancak en sık kullanılan ifadesi web dünyasının gelecek kullanıcılarına kolektif anlamda zemin teşkil eden bir sıra ekonomik, teknolojik ve sosyal eğilimlerdir. Kullanıcılar elde ettikleri içerikleri diğer kullanıcıların da revize etmesine olanak sağlayacak şekilde oluşturmaktadır. Bu sayede katılım platformu oluşturularak bir etkileşim ağı sağlanmaktadır. (Orenga-Rogla ve Chalmeta, 2019:4).

Web 2.0, sosyal medya platformları, kişisel bloglar ve ileti panoları gibi kişilerin oluşturduğu içerikleri barındıran internet alanlarını tanımlamaktadır. (George ve Lewenstein, 2019:99). Söz konusu teknoloji, yazılı içerikten sesli paylaşımına kadar geniş bir yelpazede içeriğin dolaşımına sokulmasına imkan tanımaktadır. Sanal ağlarda etkileşimi ve ortak çalışma kültürünü dönüştüren yeni nesil internet hizmetlerini ifade etmektedir.

Yeni medya olarak çerçevesi çizilen oluşum, alışlagelen medyanın yerleşmiş kurallarına sahip çıkıp bir nevi yeniden şekillendirmektedir. (Yengin, 2012: 128). Lev Manovich, yeni medya anlayışının gün yüzüne çıkması ve konvansiyonel medyayı şekillendirmesi teknoloji alanında hayata geçen ilerlemenin toplumsal, ekonomik gelişmelerle doğru orantılı olarak ilerlediğine vurgu yapmaktadır. (Başlar, 2013: 823)

Sosyal medyanın küresel zeminde kitleler tarafından büyük bir hızla benimsenmesi insanların iletişim kurma, işbirliği yapma ve bilgi tüketme biçimlerini de kapsamlı bir dönüşüme uğratmıştır. Ülkeler arasındaki sınırları aşan bir düzlemde her dilden her ırktan topluluklar 20 yıl öncesinde akla bile getirilemeyecek bir şekilde, sanal

platformlar üzerinde en son gelişmelerden haberdar olmuş, kişisel deneyimlerini paylaşmış, ilgi alanlarını takip ederek çevrimiçi tartışmalara katılmıştır.

Milyarlarla ifade edilen kullanıcı sayılarına hitap etme gücüne sahip olan sosyal medya platformlarında bilgi akışının hızı ve etkilediği kitlelerin büyüklüğü kaçınılmaz olarak yanlış bilginin yayılmasında da uygun bir habitat yaratmıştır. Bu dezenformasyon çabalarının ne kadar tehlikeli boyuta ulaşabildiğini ise Rusya ile Ukrayna arasındaki savaş en çarpıcı haliyle ortaya koymaktadır.

Sosyal Medya ile Habercilik Kavramının Kazandığı Yeni Boyut

Sosyal medya gazetecilik alanında hızlı ve derin bir dönüşümü tetiklemiştir. İnternetin yaygınlaşmasıyla, sosyal medya platformları haber tüketimi için popüler kanallar haline gelmiştir. Gazeteciler ve haber kuruluşları artık son dakika haberlerini, manşetleri gerçek zamanlı olarak paylaşmak ve anında daha geniş bir kitleye ulaşmak için Twitter, Facebook ve Instagram gibi platformları kullanmaktadır. Bu gelişmeler sonucunda haberin iletim hızı daha fazla önem kazanmış ve dolayısıyla haberlerin sunulma ve tüketilme biçiminde değişimler gerçekleşmiştir. (Bowman, S.&Willis, C.2003)

Sosyal medya yurttaş gazeteciliği kavramını da beraberinde getirdi. Haberi gerçekleştiği anda yakalayıp paylaşan bireyler 'vatandaş gazeteciler' kavramıyla ifade edilmektedir. Herhangi bir birey cep telefonu üzerinden geleneksel haber kuruluşları olay yerine daha ulaşmadan önce görüntü paylaşmaya ve içerik üretmeye başladı. Sosyal medya platformlarının, kullanıcıların haber hikayeleri oluşturmalarına ve paylaşmalarına olanak tanıması gazetecilere farklı bir pencere de açmış, profesyonel gazeteciler haber hazırlarken sosyal medya mecralarında paylaşılan bu bilgilerden yararlanmaya başlamıştır. Ancak kullanıcıların oluşturduğu içeriğin gerçekliği ve doğruluğunun teyit edilmesi bir zorunluluk haline gelmiştir. (Demir, E., Ersöz, S. 2019)

Haberlerin hızla yayılmasında kolaylaştırıcı bir unsur haline gelen sosyal medyanın 'karanlık tarafında' manipüle edilmiş bilgi, söylenti ve yalan haberlerin yayılması tehlikesi de belirmiştir. Özellikle Twitter'ı bir haber kaynağı olarak kullanan profesyonel gazeteciler bu nedenle enformasyonu doğrulamak, yanlış bilgileri çürütmek ve haberlerinin güvenilirliğini korumak için karmaşık bir sosyal medya içeriği ağında 'kazı yapmak' zorunda kalmaktadır. Habercilik alanında meydana gelen bu değişimler gazetecilik mesleğinin yerine getirilmesinde işlevsel bakımdan yeni tanımlamalar meydana getirmiştir. Ward, tabakalaşmış gazetecilikten söz ederken gazeteciliğin farklı biçimlerde, farklı nitelikte gazeteciler tarafından ve profesyonel biçimde hazırlanan haber ve analizlerin yurttaş gazeteciliği ve etkileşimli bağlantılarla birleşerek yapıldığı bir oluşumu tarif etmektedir. Bu da değişimin sadece bireyleri değil medya şirketlerinin yapısını etkilediğini ve daha da etkileyeceğini göstermesi bakımından önemlidir.

YALAN HABER, DEZENFORMASYON VE DOĞRULAMA YÖNTEMLERİ

Dezenformasyonun Kamuoyu Üzerindeki Etkileri

Rusya ile Ukrayna arasında patlak veren savaşta yanıltma haberin, sürecin başından beri çatışmanın önemli bir aygıtı olarak kullanılmasının dünya kamuoyu üzerinde önemli etkileri olmuştur. Gerçekte yaşananları manipüle ederek ve sosyal medyada kullanıcıların algılarını şekillendirerek işletilen süreçler milyonların savaşı, tarafları ve daha geniş kapsamdaki jeopolitik dinamikleri nasıl algıladıklarını dönüştürmede önemli bir rol oynamıştır. Bu kampanyalarla da ağırlıklı olarak kutuplaşmanın körüklenmesi ve toplum içindeki mevcut fay hatlarının istismar edilmesi amaçlanmıştır. Yanıltıcı anlatılar öne çıkarılarak farklı gruplar arasında güvensizlik ve düşmanlık iklimi beslenmiştir. Geniş kapsamıyla dezenformasyon en hızlı biçimde sosyal medyada zemin bulmuştur. Kullanıcıların önceden var olan inançları ve önyargılarıyla uyumlu bilgilere maruz kaldıkları yankı odalarında ise bu gelişim daha da hız kazanma eğilimi göstermiştir.

Dezenformasyon kampanyaları, mevcut anlatıları güçlendirerek ve çoğaltarak bundan faydalanır. Sonuç olarak, bireylerin bilgiyi eleştirel bir şekilde değerlendirme olasılığı azalır, bu da farklı görüşlerin yerleşmesine ve kamusal söylemin parçalanmasına yol açar. Çarpıtılmış bilginin kasıtlı olarak yayılması kamuoyunu bir tarafın lehine veya diğerinin aleyhine şekillendirilmesi amacına hizmet eder. Çatışmanın nedenleri, aktörleri ve sonuçlarına ilişkin algıları manipüle edebilir ve genellikle belirli kitlelerde yankı uyandıran anlatıları hedef alabilir. Bu tip dezenformasyon süreçleri hükümetler ve uluslararası kuruluşlar da dahil olmak üzere kurumlara olan güveni aşındırmaktadır. Kampanyalarla yalanlar yayılarak ve şüphe tohumları ekilerek resmi bilgi kaynakları itibarsızlaştırılır. Bu da halkın teyitli bilgi kaynaklarını ayırt etme yeteneğini zayıflatarak kafa karışıklığına katkıda bulunur. Temel amaç uluslararası toplum üzerinde intiba uyandırma çabasıdır. Rusya-Ukrayna savaşı özelinde cephedeki olaylar gerçeklere aykırı bir şekilde çarpıtılarak yabancı hükümetler ve diğer ülke halkları üzerindeki bakış açısı değiştirilmek istenmiştir. Bu tablo da doğru orantılı olarak Kiev veya Moskova'ya yönelik uluslararası desteğe dokunarak diplomatik çabaları, ekonomik yaptırımları ve askeri

yardımları etkileyebilir.

Dezenformasyonun Yayılmasında Sosyal Medyanın Rolü

Sosyal medya platformları, Rusya-Ukrayna savaşı sırasında üretilen dezenformasyonun yayılmasında önemli bir rol oynamıştır. Özellikle insanların sıcak haberleri takip etmek için öncelikli seçenek olarak gördüğü Twitter bu amaca daha da uygun hale gelmiştir. Sosyal medyanın hızlı etkileşim özelliği ve kontrol mekanizmalarının daha düşük profilde olması dezenformasyon kampanyaları için etkili bir araç haline getirerek yanlış veya yanıltıcı içeriğin ilgi görmesini ve kamuoyunu hızla etkilemesini sağlamıştır.

Sosyal medya platformlarındaki mevcut algoritmalar da çoğu kez üretilip dolaşıma sokulan yalanların görünürlüğünü ve erişimini daha da artırarak geniş çapta yayılmasına yol açmıştır.

ABD seçimlerinin ardından patlak veren Cambridge Analytica skandalı ise sosyal medya mecralarının kişileri manipüle etmede ne kadar etkili bir aygıt olduğunu ortaya koymuştur. Burada seçmenlerin oy tercihlerinin değiştirilmesi için kullanıcı verileri ve gelişmiş algoritmalar kullanılarak dezenformasyon belirli demografik grupların veya bireylerin ilgi alanlarına, inançlarına ve önyargılarına uygun hale getirilmiştir. Örneğin, silah kullanımının oldukça yüksek olduğu eyaletlerde, rakip başkan adayının bireysel silahlanmaya kısıtlama getireceğine dönük kişiye özel paylaşımlar yapılmıştır. (Rehman, 2019)

Sosyal medya platformları, kullanıcıların öncelikle mevcut inanç ve tercihlerine uygun içeriklere maruz kaldığı 'filtre baloncukları' ve 'yankı odaları' olarak ifade edilen alanların yaratılmasına da katkıda bulunmaktadır.

Dezenformasyon kampanyalarında kurgulanmış bilginin daha hızlı bir şekilde kullanıcıların önüne düşmesi için otomatik hesaplardan veya botlardan oluşan ağlar aktif olarak kullanılmaktadır. 'Bot' olarak tanımlanan bu hesaplar söz konusu paylaşımı retweetleyerek, beğenerek veya yorum yaparak dezenformasyonun daha hızlı yayılmasını sağlamaktadır. Yüksek sayıda paylaşım ise sahte bilginin inandırıcılığına dönük algıyı beslemektedir.

Savaş ve Algı Boyutu

Rusya lideri Vladimir Putin'in tanklarını Kırım'a yürüttükten sonra Batılı devletlerden ve NATO bloğundan gördüğü 'cılız' tepki Ukrayna üzerinde de birtakım politikaların çekmeceden çıkarılmasına zemin oluşturmuştur. Rusya lideri yeniden 'imparatorluk' tasavvurunun en önemli aşaması olarak Ukrayna'nın işgalini görmüştür. Bu kapsamda Rusya'nın tarihsel arka plana dayanan sıcak denizlere inme anlayışı da bu sürecin bir başka sac ayağını oluşturduğu da dile getirilmiştir. (Taştekin, 2022)

Ukrayna'ya dönük askeri hareket öncesi hem Rus kamuoyu hem dünya kamuoyu ortaya atılan söylemlerle 'ısıtılmıştır'. Kremlin özellikle iç kamuoyunda bir 'zafer' söylemiyle destek arayışına girmiştir. Bunun arkasından Rusya lideri, 2022'nin 24 Şubat'ında yaptığı konuşmayla Ukrayna'ya dönük bir özel askeri operasyon' başlatıldığını ilan etmiştir. Putin 'savaş' ifadesini kullanmaktan özellikle imtina ederken hareketin dayanağı olarak da kendilerini Moskova'ya bağlı hisseden özerk yönetimlerin yardım talebinde bulunmasını ileri sürmüştür.

Rusya Devlet Başkanı, düzenledikleri özel hareketin amacının Kiev rejimi tarafından 'istismara ve soykırıma' uğratılan insanların yaşam haklarını güvence altına almak olduğunu ileri sürmüştür. Rusya federasyonu vatandaşları da dahil olmak üzere sivil kesimlere karşı ağır suçlar işleyen grupların yargı önüne çıkarılacak olmasını, Ukrayna'nın Nazi yanlılarından arındırılmasını gerekçe göstermiştir. (BBC, 2023)

Savaşın başlamasıyla eş zamanlı olarak sosyal medyadan 'algı hareketi' da başlatılmıştır. Kiev ilerleyen süreçte Moskova'yı birçok kentte katliam yapmakla itham etti. Kremlin ise bu suçlamaları provokasyon olarak nitelendirdi. Rus kuvvetlerinin Ukrayna'ya bağlı özerk Donetsk bölgesinde yer alan Kramatorsk şehrinde sivillerin kullandığı tren istasyonuna roketli saldırısında 50'den fazla insan hayatını kaybetti. (NTV, 2022)

Dezenformasyon

Dezenformasyon, Türk Dil Kurumu tarafından iki kelimelik 'bilgi çarpıtma' tanımı ile ifade edilmektedir. Dezenformasyon kısaca, yanlış veya doğruluğu bulunmayan ve kasıtlı olarak yayılan bilgi; bilgi çarpıtma şeklinde ifade edilebilmektedir. (sozluk.gov.tr) Twitter, Facebook gibi mecraların habere ulaşmak için ilk seçeneğe dönüşmesi bu alanlardaki teyit edilmemiş sahte bilginin hızla artması sorununu da öne çıkarmıştır. Bilgi devrinde bulunduğumuz ve bu araçları kullanarak her saniye çok geniş bir bilgi seline erişebileme imkanımız göz önüne alınırsa tam anlamıyla bir enformasyon sağanağıyla karşı karşıya kaldığımız ortadadır. Bu noktada Yeğen, doğru habere ulaşabilmenin aslında yasalarla güvence altına alınan bir vatandaşlık hakkı olduğunun altını çizmektedir. Sosyal medya üzerinden değerlendirildiğinde bir kullanıcı hakkı şeklinde

belirmekte ancak öte yandan manipüle edilmiş bilgilerin fazlalığı nedeniyle doğru haber alma hakkını da çok büyük oranda baltalamaktadır. (Yegen, 2018)

Bu durumda gerçeğin ne olduğunu sorgulamamız gerekmektedir. Ayhan ve Çakmak gerçeği, kurgudan, zihinden geçenden izole şekilde var olan şey olarak tanımlamıştır. Ancak gerçekliğin sorgulanabilirliği kolaylıkla gerçekleşemez. Çünkü meydana gelen olaylar çok sayıda parametreye bağlı olarak son alıcıya ulaştırılmaktadır” (Ayhan ve Çakmak, 2018:13). Kimi taraflarca ‘gerçek ötesi’ şeklinde tanımlanan dönemde şahsi görüşlerin, yargıların, inanç sistemlerinin ve hislerin gerçeğin yerine geçmeye başladığı da zaman zaman öne sürülmektedir. (Çömlekçi, 2019)

Noam Chomsky'ye göre yeni medya mecraları üzerinden elde ettiğimiz bilgiler salt gerçekliği ifade etmez. Bunun yerine gerçek belirli çerçevelere göre biçimlenmiş ve yeniden inşa edilen bir yapıya dönüşmüştür. Medyada yer alan mesajların tümü kullanıcı algısına etki etmeyi amaçlar. Medya kuruluşları da bu algıyı enformasyonu üretenlerin çıkarlarına uygun doğrultuda dizayn etmeyi amaçlar. Bu bağlamda öne çıkan 'Bilgi Savaşı' kavramı ise çatışmalarda stratejik bir avantaj elde etmek için bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılmasını içermektedir.

Kamuoyuna belli bir çerçeve sunmak ve istenilen yönde algı oluşturulması için bilginin manipüle edilmesi, dezenformasyonun oluşturulup dolaşıma sokulması ve psikolojik söylemler üretilmesi de bu tanımlamanın dahilindedir. Sosyal medya çağıyla birlikte zemin bulan 'Hibrit Savaş' ise konvansiyonel askeri yöntemlerin dezenformasyon kampanyaları da dahil olmak üzere geleneksel olmayan yöntemlerle birleştirilmesiyle oluşur. Propaganda ve psikolojik operasyonlarla tutumlar, inançlar ve davranışlar dönüştürülmeye çalışılır. Bu teknikler her yönüyle Rusya-Ukrayna savaşında dünya kamuoyunu etkilemek ve belirli çıkarlar doğrultusunda pozitif hava oluşturmak için dezenformasyon aygıtlarının yayılmasında kullanılmıştır. Rusya-Ukrayna savaşı sürecinde ağ propagandası kullanılarak dezenformasyonun sosyal ağlar ve çevrimiçi platformlar üzerinden hedef kitleye ulaştırılması amaçlanmıştır. Sosyal medya platformlarının sahip olduğu algoritmalar kullanıcı davranışlarının yönlendirilmesinde araç haline getirilmiştir.

Şekil 1’de yanlış bilginin 7 türü 'Parodi', 'Çarpıtma', 'Taklit', 'Uydurma', 'Manipülasyon', 'Bağlamdan Koparma' ve 'Hatalı İlişkilendirme' başlıkları altında tanımlanmaktadır.

Yalan Habere Karşı Doğrulama Platformları

Ana akım medya kuruluşları dışında ilk bağımsız doğrulama kuruluşu 1994 yılında kurulan Snopes, ardından Spinsanity (2005’te sonlandırıldı) ve FactCheck.org gelmektedir. Günümüzde ise doğrulama kuruluşları yaklaşık 102 ülkede faaliyet göstermektedir. Dünyada 341 doğrulama kuruluşu bulunmaktadır. Bu sayı bize sosyal medya platformlarındaki içeriklerin doğrulanmaya ne kadar muhtaç olduğunu göstermesi açısından önemlidir.

Türkiye’de de habere duyulan güven, sahte haber sorunu ve haber doğrulama platformlarının bu alandaki faaliyetleri çeşitli araştırmalara konu olmuştur. Son olarak Oxford Üniversitesi ile Reuters Enstitüsü tarafından hazırlanan 2023 Dijital Haber Raporu, dünya genelinde insanların habere ilgisinin 2017 yılında yüzde 63 seviyesindeyken 2023’te bu oranın yüzde 48’e gerilediğini ortaya koydu. Dünya genelinde ankete katılanların yüzde 40’ı çoğu zaman haberlere güvendiğini ifade ederken bu oran 2022’ye kıyasla düşüş gösterdi. Türkiye’de ise bu oran geçen yıla göre bir puan düşüşle yüzde 35 düzeyinde gerçekleşti.

Erkan ve Ayhan’ın (2018) Teyit.org örneği üzerinden sosyal medyada dezenformasyon sorununu inceledikleri çalışmalarında ise, bilgi kirliliğinin önüne geçmede haber doğrulama platformlarının çabaları kadar vatandaşların dijital okuryazarlık seviyelerinin arttırılmasının da önemli olduğu belirtilmiştir.

Yüksek öğrenim yapan örneklem üzerinde yürütülen bir araştırmada genç kullanıcıların sosyal medyada yer alan haberler karşısında güven hissetmedikleri ve bilgiyi doğrulama ihtiyacı duydukları tespit edilmiştir. (Çömlekçi ve Başol, 2019) Buna karşın Kavaklı’nın (2019) araştırmasında, bilhassa yüksek öğrenimde bulunan grupların söz konusu platformlarda paylaşılan kuşkulu haberlerin doğrulanması amacıyla teyit platformları hakkında sahip oldukları bilgiler belirli bir düzeyi aşamamıştır. Bu noktada öne çıkan bir başka kritik sorun ise haber doğrulama platformlarının ana akım medya tarafından görmezden gelinmesidir.

Poynter Enstitüsü’nün bir alt birimi olarak 2015’te faaliyetlerine başlayan Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (IFCN) siyasetçilerin yaptığı açıklamaların doğrulunu tespit eden ve haber kuruluşlarında sahte bilginin önünü almayı hedefleyen yapıları tek bir çatı altında bir araya getirmeyi amaç edinmiştir. (Teyit.org). Hem dünyada hem Türkiye’de kurulu doğrulama kuruluşları IFCN ile eş güdüm halinde çalışmalarını yürütmektedir.

Türkiye’de de farklı alanlarda teyit amacıyla çalışma yürüten kuruluşlar yer almaktadır. 2021 Ağustos ayı

itibariyle sosyal medyada doğrulama yapan kuruluş sayısı 7'dir. Bunlar; Yalansavar, Malufatfuruş, Evrim Ağacı, Doğruluk Payı, Teyit, Doğruluğu Ne? Türkiye'de söz konusu alanda çalışma yürüten ilk girişim ise Doğruluk Payı olmuştur. Bu kuruluş 'Ortak Gelecek İçin Diyalog Derneği'nin bir çabası olarak yaklaşık 10 yıl önce faaliyetlerine başlamıştır. (Kavaklı, 2019).

En yaygın platformlardan biri olan Teyit.org ise kamuoyunda doğru olduğu yönünde güçlü kanaat beliren sahte bilgilerden, sosyal medyada ileri sürülen kuşkulu paylaşımlara kadar geniş bir çerçevede kendi kriterlerini gözeterek doğrulamaya çalışmaktadır. Bu amaçla çevrimiçi bireylerin sağlıklı bilgiyi elde etmesi amacıyla çaba harcayarak aynı zamanda tenkit edici düşünme alışkanlığını oturtmayı ve yeni medya okuryazarlığını ilerletmeyi hedeflemektedir. (teyit.org)

HABERCİLİK KONUSUNDA KURAMSAL BİR ÇERÇEVE

Eşik Bekçiliği

Bu terim, kitle iletişim sürecinde enformasyonun belirli eşik alanlarından geçerek kitlelere ulaştığını, bu eşiklerde ise iletilere müdahale eden bekçilerin bulunduğunu ifade eder. Eşik Bekçiliği kavramı ilk kez Kurt Lewin tarafından 1947'de aile içi yiyecek harcamalarına ilişkin karar verme mekanizmasını araştırdığı çalışmasında kullanmıştır.

Lewin, aktarılan enformasyonun her zaman belirli süzgeçlerden geçirildikten sonra son alıcılara ulaştığını vurgulamıştır. Ardından David Manning White, 1950 yılında gazetelerin sayfalarında yer alacak haberlerin tercihinde kullanılan mekanizmayı bu kavram üzerinden çerçeveye oturtmuştur. (auzefkitap.istanbul.edu.tr) Alıcı konumunda bulunan kişilere aktarılan bilgi, eşik bekçisi olarak tanımlanan kişilerce çok kalabalık bir veri seti arasından ayıklanmaktadır. Medyanın toplumsal bir görev olarak üstüne aldığı fonksiyonların en önde geleni budur. (Kafiliveyjuyeh ve İlhan, 2017. s.29).

Mutlu, eşik bekçilerinin, bilginin kaynaktan alıcıya ulaşmasına kadar geçen süreçte rol oynayan gruplar olduğunu kaydetmiştir. Bu yapıya dahil olan kişilerin temel görevlerinin de okuyucuya ulaşan bilgiyi elekten geçirmek olduğunu belirtmektedir. Eşik bekçisi görevini üstlenen kişiler bazı mesajların iletilmesine izin verirken bazılarının aktarımına engel olmaktadır. (Mutlu, 1994:110). Bu noktada eşik bekçilerinin son alıcıya ulaşacak bilgiyi ayıklarken meslek etiğini de dikkate aldığı hatırlatılmaktadır. Bunlardan en önemlisi haberin doğruluğu ve güvenilirliğidir.

Sosyal medyanın bir haber içerik platformuna dönüşmesi ise bu alanlarda paylaşılan bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliğini de tartışmalı duruma getirmektedir. Çünkü bu kişiler gazetecinin taşıdığı mesleki sorumluluk ve etik bilincinden yoksun olabilmektedirler. Ayrıca ürettikleri içerikleri denetleyecek bir mekanizma da bulunmamaktadır. Sosyal medyada profesyonel bir denetim mekanizmasının olamaması, bilgi kirliliği, yalan haberlerin oluşması ve yayılmasına ortam sağlamaktadır.

Sosyal medya platformlarının etik değerleri gözetin eşik bekçilerinden yoksun olması nedeniyle önüne geçilemeyen dezenformasyon girdabı bu çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Bugünkü şartlarda kullanıcılar habere ulaşma ihtiyaçlarını çok büyük oranda cep telefonlarından kullanabildikleri Twitter benzeri uygulamalar üzerinden karşılamaktadırlar. Bu mecralarda alışlagelmiş bir iletişim akışından bahsetmek mümkün değildir. Bu yapının ekseninde ağ tabanlı, etkileşime olanak tanıyan ve bir merkeze bağlı olmayan iletişim dili yer almaktadır. (Aydoğan ve Kırık, 2012).

Hipodermik İğne

Bu modelde kitle iletişim araçlarının bir iğne gibi izleyicilere hemen etki ettiği ve istediği görüşleri kolayca benimsetebildiği belirtilmektedir. Hipodermik iğne çerçevesi bakımından aynı zamanda 'şırınga modeli' şeklinde de ifade edilmektedir. Bu kuram ana akım iletişimin taşıyıcı ögesini oluşturarak kaynaktan aktarılan iletiyi son alıcı durumunda bulunan kişiyi etki altına almaktadır. (Yaylagül, 2019:54-55)

Kitle iletişimi konusunda yürütülen çalışmaların bir çoğunda bu mecraların etki gücünün oldukça yüksek olduğuna dönük görüşler öne çıkmıştır. Kuramın isminin bu şekilde nitelendirilmesinde de bu etki gücünün büyük rolü vardır. (Güngör, 2020:87)

Konu hakkında yürütülen önde gelen araştırmalardan biri de Harold Lasswell'e aittir. Lasswell, propaganda kavramı üzerine kaleme aldığı çalışmasında 1914 yılında patlak veren Birinci Dünya Savaşı döneminde yaygın gazetelerin toplum kesimleri üzerinde nasıl bir etki oluşturduğuna mercek tutmuştur. Bu araştırmanın sonucunda da 'kim, kime, hangi kanaldan, hangi etkiyle, ne söyler' şeklindeki modelleme elde edilmiştir. (Güngör, 2020:87)

Hipodermik İğne taraflar arasındaki iletişimin kaynaktan son alıcıya doğru tek yönlü bir şekilde ilerlediğini

belirtir. Buna göre okuyucu konumundaki kişilerin süreçte hakim konumda bulunan medya kuruluşlarının doğrudan etkisine açık halde oldukları kabul görmektedir. Bu kişilerin aynı zamanda fikir değiştirmeye açık oldukları da vurgulanmaktadır.

Bu yaklaşımın ardında da okuyucu veya izleyicilerin medyadan gelen mesajlara karşı koyma veya tenkit edebilme kabiliyetlerinin bulunmaması yatmaktadır. (Özçetin, 2019:97-98). Halk öbekleri gazetelerden, radyolardan kendilerine ulaştırılan bilgiyi geldiği haliyle almaktadır. (Çakı, 2019:296)

Günümüzde hem kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi hem de yeni medyanın imkanlarıyla haber akışının değişmesi sebebiyle bu modelin işlevini kaybettiği düşünülmektedir. Ancak sosyal medya araçlarının sahip olduğu algoritma kişileri kendi yankı odalarında tutmayı amaçlamaktadır. Sosyal mecralarda vakit geçiren kişiler hem kendi iradeleriyle hem de sürekli parameter değiştiren bu algoritmaların önlerine koyduğu içerikler yüzünden bir nevi hipodermik iğne etkisiyle karşı karşıya kalmaktadır.

Oluşturulan bu filtreler insanları kendilerinininkine benzer dünya görüşüne sahip kişilerle ve içeriklerle bir araya getirdiği için herkes farklı yöndeki düşüncelerden izole bir hale gelir ve zaten sahip çıktıkları görüşlere daha da sıkı yapışmaya başlar. (Narin, 2018)

Günümüzde iğne etkisi kişilerin fikirlerini değiştiren değil pekiştiren rolündedir. Bu çalışmada da görüleceği üzere Rusya-Ukrayna savaşı ile ilgili haberlerin doğruluğu sosyal medya kullanıcılarınca araştırılmamıştır. Kullanıcılar tanıdıkları ya da fikren uyuştukları kaynaklardan gelen içerikleri doğru kabul ederek beğenip, paylaşımlarda bulunmuşlardır.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan içerik analizi kullanılmıştır. İncelemenin evreni Twitter üzerinde paylaşılan Rusya ile Ukrayna arasındaki savaşa dönük gerçeği yansıtmayan iletilerdir. Nitel araştırma yöntemiyle örtüşen örneklem modelinden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda, Twitter ve Facebook'taki sahte haberleri yakalayan Teyit.org'da yer alan içerikler örneklem olarak tercih edilmiştir.

Teyit.org Türkiye'de çalışmalarını yürüten ve maddi kaynaklarını tüzel ve gerçek kişilerden elde ettiği bağışlar üzerinden elde edip bunu da şeffaf şekilde paylaşmaktadır. Teyit.org üzerinde, Rusya-Ukrayna savaşına dönük sosyal medyada dolaşıma giren ve teyit aşamasından geçmiş bilgiler bir tablo haline getirilerek, içeriklerin analizi gerçekleştirilmiştir.

İnsanlığın her döneminde küresel veya toplumsal çapta yaşanan krizlerin ortaya çıkmasıyla eş zamanlı olarak habere erişme çabası da artmıştır. Böylesi kaos dönemlerinde insanlar her türlü bilgiye ulaşmayı bir ihtiyaç gibi görürken medya kuruluşlarının bültenlerinde değerlendireceği başlıklar da hızla artmaktadır. (Demir ve Balci, 2019) Ancak Rusya-Ukrayna savaşında Twitter üzerinden yürütülen dezenformasyon kampanyaları, algıları çarpıtmaya dönük süreçlerin ne kadar sistematik yürütüldüğünü ve doğru bilgiye ulaşmanın ne kadar önemli bir sorunsala dönüştüğünü ortaya koymuştur. Sosyal medyanın habercilik işlevini kazanması, medya kuruluşlarının yapısında var olan haberin doğrulanması mekanizmasının bu mecralarda henüz yer almamış olması ise haberde dezenformasyon sorununu daha da kritik hale getirdi. Bir yılı geride bırakan Rusya-Ukrayna savaşı boyunca sahte videolar, bilgi setleri, fotoğraflarla yapılan yıpratmaya dönük girişimler Twitter'da milyonlarca kullanıcıya ulaştırılarak çıkarlara hizmet eden bir yönelim oluşturulmaya çalışılmıştır. Savaş ortamının kaosuyla etkisi artan bu manipülatif haberler birçok alanda olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Bu çalışmada da amaç, Rusya-Ukrayna savaşı ile ilgili Twitter kullanıcıları tarafından paylaşılmış ve yalan/yanlış olduğu belirlenmiş içerikleri incelemek, içeriklerin yarattığı dezenformasyonu tespit etmektir.

Günümüzde haber alma ve iletişim özgürlüğü, anayasalarla güvence altına alınmış temel hak statüsündedir. Özellikle kriz dönemlerinde ihtiyaç duyulan habere hızlı ulaşma ihtiyacı nedeniyle sosyal medya araçları ilk başvurulacak araçlardır. Çalışmamızda örnek aldığımız Rusya ile Ukrayna arasındaki savaşta haber almak için bu araçlar kullanılmaktadırlar. Sosyal medyadaki haber kirliliği doğru haber alma hakkını da baltalamaktadır. Her ne kadar sosyal medya mecralarının üst yönetimleri sahte hesaplara karşı önlemleri içeren adımlar atıldığını vurgulasa da son günlerde sosyal medyanın dezenformasyon kampanyalarına alet olduğu tartışmaları da bu mecralar için olumsuz bir durum yaratmaktadır. Bu çalışmanın önemi, Rusya-Ukrayna savaşı sürecinde Twitter platformunda karşılaşılan dezenformasyonun boyutlarının araştırılması ve konuya dikkat çekilerek sosyal medyada yer alan her türlü bilginin doğrulanmaya muhtaç bilgiler olduğunun anlaşılmasına katkıda bulunmaktır.

Elde ettiğimiz bulgularla; Twitter'da yayınlanan ve Teyit.org'da kontrolü yapılan haberlerin tamamının yalan olması Twitter'daki haberlerin doğruluğunun kontrole muhtaç haberler olduğunu göstermektedir.

Sosyal medya kullanıcıları dışında mesleği gazetecilik olan profesyonellerin de yalan habere itibar ettikleri de çalışmanın önemli bulgularındandır. Twitter veya farklı sosyal medya ağlarında paylaşılan asılsız ve kaynağı belirsiz haberlere de profesyonel gazeteciler bültenlerinde yer vermişlerdir. Bu durum sosyal medyanın profesyonel habercileri bile manipüle edebileceği gerçeğini göstermektedir. Ayrıca, sosyal medya araçlarının haber kaynağı olarak kullanıldığı ve savaş ya da toplumun tümünü ilgilendiren olağanüstü durumlarda tehlikeli bir haber kaynağına dönüşebileceği sonucuna götürmektedir.

HABER MECRASINA DÖNÜŞEN BİR PLATFORM OLARAK “TWITTER”

Rusya-Ukrayna Savaşında Dezenformasyonun Yayılmasında Kullanılan Stratejiler

Kullanıcıların 'tweet' adı altında mesajlar göndermesine ve bunlarla etkileşime girmesine olanak tanıyan yaygın bir çevrimiçi mikroblog uygulaması olan Twitter doğası gereği kısa iletişimi içerir. Gerçek zamanlı bir platform olan Twitter kullanıcılar tarafından haber ve bilgi paylaşımı bunun yanı sıra sohbet odaları üzerinden yapılan çevrimiçi sohbetler için tercih edilmektedir. Twitter, özellikle bilgi paylaşımında hızın başat faktör haline dönüştüğü son dönemde hem sıradan kullanıcıların hem de profesyonel gazetecilerin önemli oranda tercih ettiği bir yapı konumuna geldi. Çeşitli konulardaki görüşlerin aktarılmasında tercih edilmesi, siyasi figürlerin açıklamalarını sosyal medyadan yapması 'son dakika' haberciliğinde de Twitter'ı öne çıkardı. Twitter kamuya mal olmuş kişiler, ünlüler, işletmeler ve kuruluşlar için de kitleleriyle bağlantı kurabilecekleri, duyurularını paylaşabilecekleri, içeriklerini tanıtabilecekleri ve kamusal tartışmalara katılabilecekleri bir platform haline geldi.

Twitter'ın yaygınlık özelliği onun Rusya ile Ukrayna arasındaki savaşta bir 'silah' haline gelmesine yol açmıştır. Moskova kamuoyu üzerinde intiba oluşturmayı hedefleyen dezenformasyonun yayılması için bir dizi strateji izlemiştir. Bu yöntemlerden biri uydurulmuş olaylar ve olayların çarpıtılmış anlatımlarıdır. Özellikle trol fabrikaları olarak adlandırılan merkezlerde hazırlanan içerikler video, fotoğraf içerikleriyle paylaşıldı. Videoların etki gücünün artırılmasında 'deep fake'den de faydalandı. Meşru kaynakların taklit edilmesi de bir başka manipülasyon yöntemi olarak öne çıkıyor. Sahte hesaplar yanlış bilgiyi yaymak, belirli anlatıları güçlendirmek veya dezenformasyona güvenilirlik kazandırmak için kullanıldı. Bu noktada en dikkat çekici başlıklardan biri de kurgulanmış bilgi setinin haber ekosisteminin manipüle edilmesiyle ana akım medyaya da girmiş olması. Rusya savaşı örneğinde belli başlı hesaplar tarafından hazırlanan uydurma içerikler Twitter'da gazetecilere veya medya kuruluşlarına servis edilmeye çalışıldı. Zaman zaman da bu algı çalışması karşılık buldu ve dezenformasyon geniş kitleler nezdinde büyüdü.

Twitter'daki Rusya-Ukrayna Savaşında Dezenformasyon Örnekleri

Rusya ile Ukrayna arasındaki savaş sürecinde kullanılan dezenformasyon kapsamında Twitter'da sözde Ukrayna vahşetini tasvir eden sahte raporların ve görüntülerin yayıldığı durumlar olmuştur. Bu haberler arasında sivillerin öldürüldüğüne, insan hakları ihlallerine veya belirli etnik grupların hedef alındığına dair uydurma hikayeler yer alıyordu. Bu tür dezenformasyonların amacı Ukrayna'yı olumsuz göstermek ve uluslararası kınama toplamaktı. Bu kampanyalar da ağırlıklı olarak farklı bir olaya ait görüntülerin cephe hattında yaşanmış gibi gösterilmesi, koordineli şekilde yürütülen ve sosyal medyadaki trendleri etkilemeyi hedefleyen hashtag kampanyaları, sahte hesaplar oluşturularak bu hesaplar üzerinden yanlış bilginin yayılması veya açılan gündemin desteklenmesi ve belli başlı haber kuruluşları ile resmi hesapların taklit edilmesi şeklinde belirlemektedir.

Rusya-Ukrayna savaşında kamuoyuna yansıyan dezenformasyon örnekleri ise çeşitli araştırmalara yansımıştır. Araştırmacı gazetecilik kuruluşu Bellingcat tarafından yürütülen vaka çalışmasında araştırmacılar, kuzeydeki savaşla ilgili Twitter faaliyetlerini analiz etti. Çalışma sonucunda sahte hesapların kullanımı, yanlış anlatıların yayılması ve görsel içeriğin manipülasyonu da dahil olmak üzere çok sayıda dezenformasyon örneği tespit edildi. Yine Avrupa Politika Analiz Merkezi (CEPA) tarafından yayınlanan vaka çalışması da Ukrayna krizi sırasında dezenformasyonun yayılmasında Rus medyasının ve sosyal medyanın rolüne mercek tutmuştur. Bu noktada öne çıkanlardan biri de Twitter'da kimyasal silahlarla ilgili iddialar olmuştur. Ukrayna'nın kimyasal silah kullandığını öne süren ve gerçeği yansıtmayan savlar dolaşıma sokuldu. Bu iddialar sahte hesaplarla yayıldı ve Kiev'e yönelik olumsuz algının tesis edilmesine çalışıldı. Dezenformasyonun dikkat çeken belli başlı örnekleri teyit platformu Teyit.org'a da yansdı. Rusya lideri Putin'e güvercinin bile selam durduğuna dönük paylaşımın gerçeği yansıtmadığı kısa sürede teyit edildi. Yine 24 Şubat 2022'de Rus paraşüt birliklerinin Kharkov'a indiğine dönük video da 'hatalı ilişkilendirme' örneği olarak yanlışlandı. Aynı yıl 'orduya katılmak için kızıyla vedalaşan Ukraynalı asker', 'Hayatını kaybeden Ukrayna askerinin annesiyle konuşan Rus askeri', 'Ukrayna Devlet Başkanı Zelenskiy'nin Twitter'da dünya liderlerini takip etmeyi bıraktığı' gibi çarpıtma ve hatalı ilişkilendirme örnekleri aynı yıl içinde yaşandı.

Rusya ile Ukrayna arasında patlak veren savaşta sosyal medya üzerinde yapılan dezenformasyona ilişkin çalışmalar literatürde bulunmaktadır. Bunlar arasında öne çıkan Erkan ile Ayhan'ın 2018 yılında yaptığı araştırmadır. İlgili makalede kitleleri belirli bir yöne doğru yönlendirmek üzere kullanılan manipülasyonun sosyal medyanın yaygın kullanımıyla birlikte ulaştığı aşama kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Çalışmada Twitter ve Facebook gibi macralar kullanılarak uygulanan dezenformasyonun siyasi zemindeki yansımaları her yönüyle değerlendirilmiştir. 24 Haziran 2018 seçimleri sırasında sosyal medya mecralarının dezenformasyonun yayılması için kullanılması bununla bağlantılı olarak da teyit platformlarının süreç içinde üstlendiği rol inceleme altına alınmıştır.

Sahte haber ve manipülasyon hakkında yürütülen bir başka araştırma da Göncü ve Sim'in 2019 yılında hazırladığı çalışmadır. Bu incelemede gerçeklik son dönemde ivme kazanan post-truth kavramıyla birlikte ele alınmıştır. Yalın Alpay'ın 'Yalanın Siyaseti' adlı çalışmasında vurgulanan 'mantıki yaklaşım' bağlamında dezenformasyon barındıran belli başlı haberler sorgulamadan geçirilmiştir. Bu kapsamda yapılmış olan bir başka araştırma ise sosyal medyanın yükselişiyle birlikte geleneksel habercilik alanında ortaya çıkan hızlı değişimle alakalıdır. Yurdağül ve Yüksel'in 2012'de keleme aldığı çalışmada gazeteciliğin başdöndüren bir ivmeyle aşama kaydeden dijital dünyayla birlikte nısıll bir yöne evrilmeye başladığı incelenmiştir. Bu araştırmanın bulguları dijital dönüşümün çizdiği yeni çerçeveye göre medyaya güncel bir çerçeve çizilmesinin bir gereklilik olduğunu ortaya koymaktadır. Kaynak ile alıcının aynı Zemin üzerinde bir araya gelebildiği ve tek yönlü iletişimin aksine karşılıklı etkileşime olanak tanınan bir iletişim şekline doğru dönüşümün yolu açılmıştır.

Rusya-Ukrayna Savaşı'ndaki Dezenformasyon Örnekleri

Rusya- Ukrayna savaşında görülen bazı dezenformasyon örneklerini içeren örnekler tablo 1'de görülebilir.

SONUÇ

Yalan haberin hızlı bir şekilde kitlelere ulaşmasının ardında insanların psikolojisini etkileyen durumlarla birlikte başka unsurlar da bulunmaktadır. Yankı odaları, filtre baloncukları ve her zaman güncellenen algoritmalar kullanıcıların sosyal medyada daima kendi dünya görüşlerine sahip diğer kullanıcıların paylaştığı iletilerle muhatap olmasını temin etmektedir. (Kavaklı, 2019). Bu nedenlerle, sosyal medya platformlarında yayınlanan içerikleri gören kullanıcılar, savaş ve çatışma türü haberleri daha önce geleneksel medya araçlarından takip ettikleri için ve bu araçlarda yayınlanan haberlerin doğruluğu şüphe duyulmayan haberler olarak düşündükleri için, güven duymaktadırlar. Elde ettiğimiz bulgularla; Twitter'da yayınlanan ve Teyit.org'de kontrolü yapılan haberlerin tamamının yalan olması Twitter'daki haberlerin doğruluğunun kontrole muhtaç haberler olduğunu göstermektedir.

Sosyal medya kullanıcıları dışında mesleği gazetecilik olan profesyonellerin de yalan habere itibar ettikleri de çalışmanın önemli bulgularındandır. Twitter veya farklı sosyal medya ağlarında paylaşılan asılsız ve kaynağı belirsiz haberlere de profesyonel gazeteciler bültenlerinde yer vermişlerdir. Bu durum sosyal medyanın profesyonel habercileri bile manipüle edebileceği gerçeğini göstermektedir.

Yalan haberlerin sosyal medya da bu kadar çeşitli ve sayıca da yüksek olmasının nedeni, kriz dönemi olarak nitelenen olağanüstü zamanlarda artan iletişim ihtiyacı ve bu ihtiyacı en hızlı ve etkili şekilde sağlayan sosyal medya araçlarının kullanılmasıdır.

Rusya-Ukrayna savaşı sırasında Twitter üzerinden yürütülen koordineli dezenformasyon çalışmalarının varlığı çeşitli araştırmalara yansdı. Bu kampanyalar çoğunlukla çarpıtılmış enformasyonu yaymak veya güçlendirmek için eşgüdüllü bir şekilde faaliyet gösteren bot hesaplarla desteklendi. Kutuplaştırmayı teşvik eden içeriklerle bu dezenformasyonun gücünün artırılması hedeflenmiştir. Kamuoyundaki bölünme de amaçlanan sonucun elde edilmesinde kolaylaştırıcı rol oynamıştır.

Savaş sürecinde kullanılan dezenformasyon yöntemlerinin tek bir dil veya bölgeyle sınırla kalmaması da dikkat çeken bir başka unsuru teşkil ediyor. Bu yönde yapılan analizler, dezenformasyonu hazırlayan odakların mesajlarını daha geniş kitlelere ulaştırmak için İngilizce, Rusça, Ukraynaca gibi birden fazla dilde paylaştıklarını göstermiştir. Geline nokta küresel bir tehlikeyi barındıran dezenformasyonla mücadele, hükümetler, sivil toplum kuruluşları, sosyal medya platformları ve bireyler dahil üzere çeşitli paydaşları içeren çok yönlü bir yaklaşımı zorunlu kılmaktadır.

Medya okuryazarlığı programları, bireylerin bilgiyi eleştirel bir şekilde değerlendirme ve dezenformasyonu tespit etme becerileriyle donatılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Eğitim girişimleri insanlara doğruluk kontrolü yapmayı, kaynakları doğrulamayı ve güvenilir haber kaynaklarını güvenilmez olanlardan nasıl ayırt edeceklerini öğretmeye odaklanabilir.

Bağımsız gazeteciliğe yatırım yapmak ve saygın haber kuruluşlarını desteklemek dezenformasyonla mücadele için hayati önem taşımaktadır. Gazeteciler, araştırmacılar ve sivil toplum örgütleri arasındaki işbirlikleri dezenformasyonu ortaya çıkarma ve çürütme çabalarını artırabilir. Doğruluk kontrol kuruluşları, yanlış bilgilerin çürütülmesinde ve iddiaların doğruluğunun teyit edilmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Doğruluk kontrol girişimlerinin desteklenmesi ve teşvik edilmesi, kamuoyuna dezenformasyona karşı güvenilir bilgi kaynakları sağlayabilir. Sosyal medya platformları dezenformasyonun yayılmasını ele alma sorumluluğuna sahiptir. Platformlar, sahte hesapların, botların ve koordineli dezenformasyon ağlarının kaldırılması da dahil olmak üzere dezenformasyona karşı politikalarını güçlendirmelidir.

Sosyal medya platformları dezenformasyonun görünürlüğünü azaltırken doğru ve güvenilir bilgiye öncelik vermek için algoritmalarında değişiklikler yapmıştır. Örneğin, Facebook Haber Kaynağı algoritmasını, güvenilir kaynaklardan gelen gönderilere daha fazla önem verecek ve yanlış bilgi veya düşük kaliteli kaynaklarla ilişkili içeriği daha alt sıralara düşürecek şekilde ayarlamıştır. Bu algoritmik ayarlamalar, güvenilir içeriği ortaya çıkarmayı ve dezenformasyonun yayılmasını sınırlamayı amaçlamaktadır.

Sosyal medya platformları, koordineli dezenformasyon kampanyaları yürüten sahte hesapları ve ağları aktif bir şekilde kaldırmaktadır. Yanlış bilgi yayan veya kamuoyunu manipüle eden hesapları tespit etmek ve kaldırmak için otomatik sistemler ve insan incelemesi kullanılmaktadır.

Rusya-Ukrayna savaşında dezenformasyona yönelik hükümet tepkileri ve politikaları ülkeye ve özel koşullara bağlı olarak değişmiştir. Bazı hükümetler özellikle dezenformasyon ve yalan haberleri hedef alan mevzuat veya düzenlemeler getirmiştir. Hükümetler, Rusya-Ukrayna savaşıyla ilgili dezenformasyonu doğrulamak ve çürütmek için doğruluk kontrol kuruluşlarını desteklemiş veya bu kuruluşlarla ortaklık kurmuştur.

Hükümetler siber güvenlik önlemlerini güçlendirmeye ve dezenformasyona karşı dayanıklılık oluşturmaya odaklanmıştır. Hükümetler siber güvenlik ve dayanıklılığı güçlendirerek, dijital alandaki açıklardan yararlanan dezenformasyon kampanyalarının etkisini azaltmayı amaçlamaktadır.

TABLolar

Tablo 1: Rusya- Ukrayna Savaşındaki Dezenformasyon Örnekleri

İddia	Tarih	İnceleme Sonucu	Dezenformasyon Türü	Rtw/L/QT
Rus Lider V. Putin'e güvercin bile selam duruyor	22.02.2022	Yanlış	Manipülasyon	Vw110.4B 420 / 623/70
Ukrayna'nın Mariupol kentinde patlamalar	24.02.2022	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme	10.6/20.7/3748
Rusya'dan Ukrayna'ya hava saldırısı	24.02.2022	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme	9/28/3
Ukrayna'nın Harkov kenti Rus jetlerince bombalanıyor	24.02.2022	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme	154/603/27
Rus paraşüt birliklerinin Harkov'a indiğini gösteren video	24.02.2022	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme	Vw79.2K 177/681/48
Harkov'a Rus bayrağı çekiliyor	24.02.2022	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme	5 /482/9
Orduya katılmak için kızıyla vedalaşan Ukraynalı asker	24.02.2022	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme	2740/34300/1583
Rusya Ukrayna'ya ait hava üssünü yok etti	24.02.2022	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme	354/1391/89
Ölen Ukrayna askerinin annesiyle konuşan Rus askeri	24.02.2022	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme	
NATO Genel Sekreteri Stoltenberg'in 'Yüzyılın en büyük savaşı olacak' ifadesi	24.02.2022	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme / Çarpıtma	26/335/286
Ölen askerleri gösteren video	25.02.2022	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme	231/833/32

ŞEKİLLER



Şekil 1: Yanlış Bilginin En Yaygın 7 Türü

Kaynak: First Draft News, 7 common forms of information disorder

KAYNAKÇA

- Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules: Marketing On The Social Rules*. O'Reilly Media. USA.
- Kavaklı, N. (2019). *Yalan Haberle Mücadele ve İnternet Teyit/Doğrulama Platformları*. Erciyes.
- Aghaei, S. Nematbakhsh, M.A, Farsani, H.K. (2012). Evolution of the World Wide Web: From Web 1.0 to Web 4.0, *International Journal of Web & Semantic Technology (IJWesT)*
- Orenga, S., Chalmeta, R. (2019). "Methodology For The Implementation of Knowledge Management Systems 2.0: A Case Study in An Oil and Gas Company", *Business & Information Systems Engineering*, S.61(2), ss.195-213.
- George, E. M. ve Lewenstein, B. (2019). "Communicating Fisheries Science Using Social Media", *Cisco Coregonus Arteri Restoration in Lake Ontario: Ecology, Genetics and Science Communication*, ss.99-116.
- Yengin, D. (2012). *Yeni Medyaya Eleştirel Bakış*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınları.
- Bowman, S. & Willis, C. (2003) *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*. The Media Center at The American Press Institute
- Başlar, G. (2013). *Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm*. Akademik Bilişim 2013- XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri 823-831, 23-25 Ocak 2013. Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Yegen, C. (2018). Doğru Haber Alma Hakkı ve Sosyal Medya Dezenformasyonunu Doğruluk Payı ve Yalansavar ile Tartışmak, *Erciyes İletişim Dergisi*. 5 (4): 101-121.
- Ayhan, A.ve Çakmak, F. (2018). Türkiye'ye Yönelik Algı Operasyonlarının Dijital Medyaya Yansımaları, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*.
- Çömlekçi, M. ve Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Erkan, G. (2018). Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org1. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. Kasım (30) s. 201-223.

Teyit.org

Türk Dil Kurumu, sozluk.gov.tr

Çömlekçi, M. ve Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*.http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/kok/kitle_iletisim_kuramlari_u103.pdfBBC Türkçe, 2023, <https://www.bbc.com/turkce/articles/cqqe4n0xwyno>

smartofjournal.com / editorsmartjournal@gmail.com / Open Access Refereed / E-Journal / Refereed / Indexed

- NTV, 2022, https://www.ntv.com.tr/ukrayna-savasi/ukrayna-rusya-savasinda-44-gun-rusya-tren-istasyonunu-vurdu-50-olu,ir3Xhf_pAUGap2LqD9tC7Q#
- Cumhuriyet, 2022, <https://www.cumhuriyet.com.tr/dunya/son-dakika-vladimir-putin-ukraynali-tek-bir-ulus-oldugunu-kabul-etmiyorum-1912704>
- First Draft News, 7common forms of information disorder
- Kafiliveyjuyeh, İ. ve İlhan, E. (2017). Sosyal Ağ Çağında Eşik Bekçisinin Değişen Rolü.
- Mutlu, E. (1994). İletişim Sözlüğü. Ark Yayınları. Birinci Baskı. Ankara. 64.
- Aydoğan, F. ve Kırık, M. (2012). Alternatif Medya Olarak Yeni Medya. Akdeniz İletişim Dergisi.
- Yaylagül, L. (2017). Kitle İletişim Kuramları. Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. 8. Baskı. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Güngör, N. (2013). İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar. 2. Baskı. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2013). İletişim Araştırmaları ve Kuramları. 4. Baskı. İstanbul: Derin Yayınları.
- Göncü, S. (2019). Sim, Ş. Post-Truth Zeminde Suriyeli Mülteciler Hakkında Çıkan Haberlere Dair Bir İnceleme. Düşünce ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi. Sayı: 1. Aralık 2019. 1-28.
- Yurdagül, Y. Yüksel, H. (2012). Gazeteciliğin dönüşümü: Yeni Medyaya Entegrasyon Sürecinde Değişen Habercilik Pratikleri.
- Rehman, İkhlaq ur. (2019). Facebook-Cambridge Analytica Data Harvesting: What You Need to Know.
- Taştekin, Fehim. 2022. Rusya'nın Ukrayna'yı İşgali. BBC Türkçe.
- Demir E., Ersöz S. (2019). Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde Değişen Gazetecilik 'Yurttaş Gazeteciliği': Kuşaklar Üzerine Bir Araştırma.