

DİJİTAL ÇAĞIN KARANLIK YÜZÜ

Teknoloji, Siyaset ve Güvenlikte

DEZENFORMASYON

EDİTÖRLER:

Prof. Dr. Makbule Evrim GÜLSÜNLER

Doç. Dr. Gözde KOSA

Dr. Bahadır AVŞAR

Gözyi
Kitapevi



"En İyi
Akademi, Bir
Kitaplıktır."

DİJİTAL ÇAĞIN KARANLIK YÜZÜ Teknoloji, Siyaset ve Güvenlikte DEZENFORMASYON

EDİTÖRLER

Prof. Dr. Makbule Evrim GÜLSÜNLER: 0000-0003-2092-0958

Doç. Dr. Gözde KOSA: 0000-0003-4252-6994

Dr. Bahadır AVŞAR: 0000-0002-6805-537X

© Gazi Kitabevi Tic. Ltd. Şti.

Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Gazi Kitabevi Tic. Ltd. Şti'ne aittir, tüm hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre, kitabı yayınlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik, mekanik, fotokopi ya da herhangi bir kayıt sistemiyle çoğaltılamaz, yayımlanamaz, depolanamaz.

ISBN •978-625-365-590-7

1. Baskı • Haziran, Ankara 2024

Dizgi/Mizanpaj • Gazi Kitabevi

Kapak Tasarımı • Midjourney

Gazi Kitabevi Tic. Ltd. Şti.

Yayıncı Serti ka No: 44884

Merkez
📍 Bahçelievler Mah. 53. Sok. No: 29 Çankaya/ANKARA
☎ 0.312 223 77 73 - 0.312 223 77 17
📞 0.544 225 37 38
📠 0.312 215 14 50
🌐 www.gazikitabevi.com.tr
✉ info@gazikitabevi.com.tr

Sosyal Medya
📘 gazikitabevi
📺 gazikitabevi
📺 gazikitabevi

Repro Bir Matbaacılık Kağ. Rekl. Tasarım Tic. Ltd. Şti

Sertifika No: 47381

Matbaa
📍 İvedik OSB Matbaacılar Sitesi 1514 Cad.
No:23-25 Yenimahalle / ANKARA
☎ 0 312 395 20 29

2.BÖLÜM: SİYASAL ALANDA DİJİTAL DEZENFORMASYONUN ROLÜ VE ETKİLERİ

Bahadır AVŞAR¹

GİRİŞ

Dijital çağ, hayatımızın her aşamasında bilgiye erişim ve iletişim biçimlerimizde büyük dönüşümlere sebep olurken siyasal iletişimin temel dinamiklerini köklü bir şekilde etkilemiştir. Teknolojinin hızlı gelişimi, demokratik süreçlerin işleyişini zorlayan yeni şartları da beraberinde getirmiştir. Bu zorluklar, demokratik toplumların temelini oluşturan bilgiye dayalı karar verme süreçlerini tehlikeye atarken aynı zamanda toplumların farklı gerçekliklerde yaşamasına yol açmaktadır. (Benkler, Faris ve Roberts, 2018). Gerçekler ve yanılsamalar arasındaki sınır giderek bulanıklaşırken, dijital dezenformasyon hızla demokrasinin temellerini sarsan bir güce dönüşmektedir. Günümüzde “Sahte haberler”, “yanlış bilgilendirme”, “dezenformasyon”, “medya manipülasyonu”, “koordineli gerçek dışı davranış” ve “propaganda” kavramları siyasal alanda daha önce görülmemiş derecede güçlü etkiler üretmektedirler. Doğruluk değeri düşük mesajların demokrasinin “uygun” işleyişini bozabileceği korkusu hükümetleri ve akademisyenleri bu kavramı anlamaya ve mücadele etmeye yönlendirmektedir (Freelon ve Wells, 2020 - Dolors Palau-Sampio, 2023).

Dijitalleşme, siyasi aktörlerin yer bulma ve otorite elde etme çabalarını yeni iletişim ortamına uygun tavır geliştirmeye zorlarken; sosyal medya platformları, siyasal dilin ve söylemin belirlenmesinde ve kitlelerin gruplaşmasında güçlü bir araç haline gelmiştir. Özellikle twitter gibi sosyal medya platformları, ideolojik kümelenmelerin yoğun olduğu platformlar olarak öne çıkmaktadır. Bu platformlar, kullanıcıların birbirlerinin paylaşımlarını görmelerine izin vererek sosyal ağ etkileşimini artırırken aynı zamanda ideolojik kutuplaşmayı da körüklemektedir (Kaya ve Yolcu, 2023). Kamuoyundaki derin siyasi çekişmeler ve beraberinde dijital alanın etkilerinden kaynaklanan kutuplaşmalar basına olan güvenin azaltırken dezenformasyonun artmasını da doğrudan etkilemektedir (Iyengar ve Westwood, 2015).

¹ Dr., TRT, bahadir.avsar@trt.net.tr, <https://orcid.org/0000-0002-6805-537X>

Dijital dezenformasyonun siyasal etkisini çözümlemeye çalıştığımız bu bölümde temel hareket noktamız dijital dezenformasyonun demokratik süreçler ve siyasal katılım üzerindeki etkilerini anlamaktır. Düzenlemeye tabi olmayan dijital içerikler siyasal dezenformasyonun yayılmasına yol açmakta bu durum ise seçmenlerin siyasal yönelimlerini etkilemekte ve demokratik süreçleri tehlikeye atmaktadır (Marchetti, 2020). Başta sosyal medya olmak üzere tüm dijital platformlar, siyasal propaganda araçları olarak yoğun bir şekilde kullanıldığı için bu konu günümüz dünyasında önemli bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır (Allcott ve Gentzkow, 2017). Politika yapıcılar dışında sosyal medyada içerik üreten diğer insanların oluşturduğu siyasal dezenformasyonun siyasal süreçler üzerinde ciddi olumsuz etkileri olabilmektedir. Sosyal medyada yayılan yanıltıcı haberler ve komplo teorileri, seçmenlerin algılarını ve kararlarını etkilemektedir (Allcott ve Gentzkow, 2017).

Siyasi dezenformasyon, demokratik süreçler üzerindeki yıkıcı etkisiyle modern toplumların karşı karşıya olduğu büyük tehditlerden biridir. Yanıltıcı bilgilerin kasıtlı olarak yayılması, seçmen davranışını manipüle etmek, kamuoyunu yanıltmak ve siyasal kutuplaşmayı körüklemek için kullanılabilir. Bu bağlamda, araştırmacılar ve politika yapıcılar, sahte haberlerin, yanıltıcı içeriklerin ve manipülatif bilgi kampanyalarının önlenmesi ve etkisiz hale getirilmesi için multidisipliner stratejiler geliştirmeye odaklanmıştır. 2016 ABD başkanlık seçimleri sırasında siyasal haberlerin ve bilgilerin doğası zaman içinde değişmiş ve bu değişim, siyasal iletişim araştırmacıları için yeni bir alan açmıştır (Bradshaw ve vd. , 2020). Örneğin, Hillary Clinton hakkındaki yanıltıcı hikâyeler ve sosyal medyada yayılan komplo teorileri, seçmenlerin algılarını ve kararlarını nasıl etkilediği yapılan birçok bilimsel araştırmaya konu olmuştur. İngiltere’de yapılan Brexit oylamasında da aynı durumun yaşandığını görülmektedir. Brexit kampanyası süresince ortaya çıkan yanıltıcı bilgi kampanyaları, ve göçmenlerle ilgili yanıltıcı bilgiler sonucu ortaya çıkan dezenformasyon ortamı vatandaşların oylama tercihlerini etkilemiştir (Wardle ve Derakhshan, 2017).

Kitabımızın bu bölümü, dijital çağda giderek artan bir sorun olan dijital dezenformasyonun ve siyasal iletişimin karmaşık ilişkisini ele almaktadır. Günümüzde, bilgi akışının hızı ve erişilebilirliği, yanıltıcı içeriklerin ve kasıtlı yanlış bilgilendirmenin hızla yayılmasına zemin hazırlamaktadır. Elinizdeki bu bölümü, literatür tarama yöntemi ile hazırlanmış olup bölüm yazılırken kaynakların bulunması, tasnifi ve özetlenmesinde OpenAI firmasının GPT 4.0 isimli ürününden yararlanılmıştır. Bölüm, dijital dezenformasyonun tanımını, tarihsel gelişimini ve kavramsal çerçevesini derinlemesine inceleyerek başlamaktadır. Ardından, dezenformasyonun kaynaklarını ve sosyal medya platformlarındaki gibi çeşitli yayılma mekanizmalarını detaylandırmaktadır.

Siyasal iletişim bağlamında dezenformasyonun siyasi süreçler, demokrasi ve kamuoyu üzerindeki etkilerine odaklanılmıştır. Algoritmalar, botlar ve yankı odaları gibi teknolojik araçların rolü, siyasette deepfake kullanımı ve siyasi dezenformasyon kampanyaları gibi konular üzerinde durulmaktadır. Bölümümüz dezenformasyonla mücadele stratejilerini, yasal ve politik yaklaşımlar ile teknolojik ve eğitimsel çözümleri ele alarak sonlanmaktadır.

1. DİJİTAL DEZENFORMASYONUN TANIMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Dijital dezenformasyon, teknolojik gelişmelerin ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla daha da önem kazanan, yanıltıcı veya yanlış bilgilerin kasıtlı olarak yayılması sürecidir. Bu süreç, bireylerin, grupların veya devletlerin, kamuoyu algısını manipüle etmek, siyasi çıkarlar için destek kazanmak, karşıt görüşleri bastırmak veya toplumsal çatışmaları körüklemek amacıyla gerçekleştirilir. Dijital ortam; dezenformasyonun hızla yayılmasına ve geniş kitlelere ulaşmasına olanak tanırken, doğası gereği bu bilgilerin kaynağının belirlenmesini zorlaştırır ve böylece dezenformasyonun etkisini artırır.

Akademik çalışmalar, dijital dezenformasyonun tanımı ve etkileri üzerine yoğunlaşmıştır. Wardle ve Derakhshan (2017) bu süreci, yanıltıcı bilgilerin kasıtlı olarak yayılması olarak tanımlarken, Yayla (2020) ve Marchetti (2020) bu tanımları genişleterek, bilginin kasıtlı olarak yanıltıcı, eksik veya çarpıtılmış biçimde kullanılmasını ve siyasi bilgi üretme ve yayma biçimlerini değiştiren bir faktör olarak tanımlar. Avrupa Komisyonu ise dezenformasyonu, kasıtlı olarak kamuya zarar vermek veya kâr amacı gütmek için tasarlanan yanlış yanıltıcı bilgi olarak tanımlar. Avrupa Komisyonu'nun bu tanımını temel aldığımızda dezenformasyon; aldatma, zarar verme potansiyeli ve zarar verme niyeti olmak üzere üç kriter barındırmaktadır. Yani yayıncının bilgisi olmadan zarar verebilecek yanlış bilgi içeren aldatıcı mesajlar ve başkalarına zarar vermeyi amaçlayan aldatıcı olmayan mesajlar (ör. ırksal, cinsel veya cinsiyet kimliğine dayalı hakaretler) dezenformasyonun kapsamına girmemektedir (Freelon ve Wells, 2020). Bu tanımlar, dijital dezenformasyonun sadece yanlış bilgilerin yayılmasından ibaret olmadığını, aynı zamanda bilginin manipüle edilmesi, çarpıtılması veya önemli detayların kasıtlı olarak gizlenmesi süreçlerini de kapsadığını ortaya koymaktadır.

Bu tanımları toparlayacak olursak, dijital dezenformasyon; teknolojinin ve sosyal medyanın imkanlarından faydalanarak, kasıtlı ve sistemik bir şekilde yanlış veya yanıltıcı bilgileri yayma sürecidir. Bu süreç, kamuoyu algısını manipüle etme, siyasi çıkarlar için destek kazanma, karşıt görüşleri bastırma veya toplumsal çatışmaları körükleme amacı taşır. Dijital dezenformasyon, aynı zamanda bilginin manipüle edilmesi, çarpıtılması veya önemli detayların kasıtlı olarak gizlenmesi gibi süreçleri de içerir ve bu toplumsal güvene ciddi zararlar verebilir. Bu bağlamda, dijital dezenformasyonla mücadelede çok boyutlu stratejiler geliştirilmesi bir zaruret olarak karşımıza çıkmaktadır.

Siyasal iletişim alanında dezenformasyon, tarih boyunca propaganda ve bilgi manipülasyonu tekniklerinin bir uzantısı olarak gelişmiştir. Bu bağlamda dezenformasyona dair verileri 1937 ve 1942 yılları arasında, üyelerinin “kamuoyunun çarpıtılması” olarak adlandırdığı kavramın anlaşılmasına ve eleştirel bir şekilde analiz edilmesine yardımcı olmak için faaliyet gösteren bir kuruluş olan Propaganda Analizi Enstitüsü’ne (IPA) kadar götürebiliriz (Fondren, 2021). IPA’nın dağılmasından sonra, iletişim alanındaki propaganda çalışmaları büyük ölçüde niteliksel bir mesele haline gelmiştir. İkinci Dünya Savaşı sırasında, propaganda ve psikolojik savaş, siyasi amaçlar için bilginin manipülasyonunda merkezi bir rol oynamıştır (Jowett ve O’Donnell, 2014). Soğuk Savaş döneminde ise, hem Batı hem de Doğu bloku, ideolojik üstünlük sağlamak ve kamuoyu algısını şekillendirmek amacıyla dezenformasyon taktiklerini yaygın bir şekilde kullanmıştır (Rid, 2020). Bu dönemde, dezenformasyon çoğunlukla geleneksel medya kanalları ve diplomatik iletişim yoluyla yayılmıştır. 2016’lı yıllara kadar yani dezenformasyona yönelik popüler ve akademik ilginin artmasından hemen önce ‘yanlış bilgi’ konusunda akademik çalışmalar yapılmıştır (Freelon ve Wells, 2020). Bu çalışmalar siyasi yanlış bilgilendirme konusunda iki önemli sonuç çıkarır. Birincisi bilişsel alanın, yanlış bilgi çalışmalarının önemli bir odağı olduğudur. İkincisi ise sadece cehalet veya yanlış tahminlerin yanlış bilgi olarak nitelendirilmediğini, bunun yerine olgusal olarak yanlış bir inancın doğruluğuna güçlü bir güven derecesi gerektiğidir (Kuklinski ve vd., 1998).

Son zamanlarda, siyasi iletişimde önemli bir sorun olarak karşımıza çıkan dijital dezenformasyon, ağırlıklı sosyal medya ve dijital haber kanalları yoluyla yayılmaktadır. 2016 Amerika Birleşik Devletleri başkanlık seçimleri, dijital dezenformasyonun siyasi süreçler üzerindeki etkisinin geniş çapta tanınmasına neden olan önemli bir vakadır (Allcott ve Gentzkow, 2017). Bu dönemden itibaren, yapay zeka ve makine öğrenimi teknolojilerinin kullanımıyla üretilen deepfake videoları gibi yeni dezenformasyon teknikleri de ortaya çıkmıştır (Paris ve Donovan, 2019).

2. SİYASAL DİJİTAL DEZENFORMASYON

Dijital çağın yükselişi, iletişim ve bilgi akışını köklü bir şekilde dönüştürmüştür. Bu dönüşüm, sadece bilgiye erişim biçimlerimizi değil, aynı zamanda siyasi süreçler ve kamuoyu algısını da derinden etkilemiştir. Özellikle siyasi alan, dijital teknolojilerin ve sosyal medyanın yükselişiyle birlikte, dezenformasyonun yeni ve karmaşık formlarıyla karşı karşıya kalmıştır. Dijital dezenformasyon kampanyaları seçimlere direk müdahale edebilecek algıyı, seçmen üzerinde oluşturabilmektedir. Seçmen davranışlarını manipüle etmek ve seçim sonuçlarını etkilemek için kullanılabilir. Özellikle adaylar hakkında yanıltıcı bilgiler yayarak, kamuoyu algısını manipüle edecek dijital dezenformasyon kampanyaları yapılabilir. Sosyal medya, dijital dezenformasyonun yayılmasında ana araçlardan biridir. Sahte haberler, yanıltıcı içerikler ve deepfake videolar gibi içerikler vasıtasıyla siyasi algı yönetilebilmektedir. Siyasal propaganda ve dezenformasyon amacıyla kullanılan otomatik botlar ve sahte sosyal medya hesapları, toplumsal ve siyasi tartışmaları şekillendirme gücü gözdürdü edilemez bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Yabancı hükümetlerin başka ülkelerin siyasi süreçlerine müdahale etme girişimlerini de eklediğimizde dijital dezenformasyon, ulusal sınırları aşarak küresel bir sorun haline dönüşebilmektedir.

Siyasi dezenformasyonun incelenmesi, bu fenomenin yayılma mekanizmaları ve kaynaklarını iki ana kategori altında değerlendiren temel bir yaklaşımı önermektedir: araçsal mekanizmalar ve üretim kaynakları. Araçsal mekanizmalar, dijital sosyal ağlar ve geleneksel medya platformları şeklinde tanımlanmaktadır. Bu ayrım, dezenformasyonun üretim süreçlerini ve hedef kitlelere ulaşım kanallarını anlamada hayati bir rol oynamaktadır. Dijital sosyal ağlar, anlık bilgi paylaşımı ve geniş erişim olanakları sayesinde dezenformasyonun hızla yayılmasını sağlarken; geleneksel medya, daha geniş ve çeşitlendirilmiş kitlelere ulaşma kapasitesi ile dikkat çekmektedir. Her iki mekanizma da, siyasi dezenformasyonun etkisini genişletme ve kamuoyu algısını şekillendirme konusunda merkezi bir öneme sahiptir (Howard ve Woolley, 2018; Allcott ve Gentzkow, 2017). Dijital dezenformasyon kavramının hayatımızın merkezine yerleşmesinde konvansiyonel medyaya olan güvenin azalmasının önemli bir etkisi bulunmaktadır. ABD’de haber medyasının haberleri “tam, doğru ve adil” bir şekilde bildirdiğine dair genel güven, 1970’lerden bu yana istikrarlı bir şekilde düşmüş, 2016’da başkanlık seçimlerinden önce tüm zamanların en düşük seviyesine ulaşmıştır (The Knight Commission on Trust, Media and Democracy, 2019).

Dizüstü bilgisayarlarda ve akıllı telefonlarda sosyal medya bağlantılarına tıklayan bireylerin artık fazlasıyla ölçülebilir olan dikkatinden para kazanmaya giderek daha fazla bağımlı hale gelen haber kuruluşları, artık her türlü cazip

içerikle rekabet etmektedir (Pickard, 2019). Bu rekabette eski haber kuruluşlarının kullandığı, genellikle çok sayıda izleyiciyi çekebilen düşük maliyetli Clickbait Media (tık tuzağı) stratejisi ise güven düşüren bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Munger, 2019). Geleneksel medya açısından ortaya çıkan tüm bu olumsuz rekabet koşulları ise güveni ciddi derecede aşındırmaktadır. Bunu siyasal dezenformasyon açısından irdelediğimizde ise 2016 başkanlık seçimleri sırasında Twitter’da üretilen “önemsiz haberlerin” profesyonel haber kaynaklarıyla aynı seviyeye ulaştığını gösterirken, dünyanın en kaliteli haber sitelerinden bazılarının web sayfalarında bile şüpheli, manipülatif içeriklerle çalkalanmaktadır (Freelon ve Wells, 2020). Sosyal ağlar, özellikle Twitter ve Facebook, yanıltıcı bilgilerin yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Sosyal medya, geleneksel medyanın ulaşamadığı kitlelere objektif ve ilk elden bilgi sağlama fırsatı sunarken, özellikle siyasi gündemle ilgili hızlı ancak yanıltıcı bilgi paylaşımını kolaylaştırmaktadır (Kaya ve Yolcu, 2023).

Dezenformasyon üreten kaynakları sınıflandırılırken farklı araştırmalarda farklı sınıflandırmalarla karşılaşırız. Kimi kaynaklarda politik gruplar, devlet destekli aktörler ve bireysel aktörler (Bradshaw ve Howard, 2018) olarak sıralarken kimi kaynaklarda dezenformasyon kaynağı olarak sosyal ağ kullanıcıları, medya ve siyasi adaylar olarak sıralamaktadır (Pedriza, 2021). Bu kaynakların dezenformasyon üretme saikleri ise çok farklı nedenlere dayansa da temelde çıkar maksimizasyonu adına dezenformasyonu güçlendiren nedenler olarak, radikal ideolojik taraflılık, ekonomik çıkarlar ve statü arayışı yer almaktadır (Kaya ve Yolcu, 2023). Bu kaynaklar stratejik olarak uydurma bilgiler, önyargılı çerçeveleme, odak değişikliği ve kutuplaşmış ideolojik söylemler kullanmaktadır (Pedriza, 2021).

2.1. Siyasal Süreçler Üzerindeki Etkileri

Dijital dezenformasyonun siyasal alana etkilerini anlamak için, bilgi ekosistemleri, manipülasyon ve propaganda teorileri ile sosyal ağ analizleri olmak üzere üç temel teorik çerçeve önem taşımaktadır. Bilgi ekosistemleri yaklaşımı, dijital çağda bilginin üretimi, dağıtımı ve tüketimi şeklindeki değişimleri inceler ve dezenformasyonun nasıl yayıldığını ve toplumda nasıl kabul gördüğünü açıklar (Wardle ve Derakhshan, 2017). Bu yaklaşım, manipülasyon ve propaganda teorileriyle bütünleştğinde, dezenformasyonun bilgiyi kasıtlı olarak bozma ve kamuoyunu yanıltma amacıyla nasıl kullanıldığını daha iyi anlamamızı sağlar. Jowett ve O’Donnell (2019) tarafından detaylandırılan klasik propaganda teorileri, dijital ortamda dezenformasyonun etkilerini çözümlenmede kritik bir bakış açısı sunar. Son olarak, sosyal ağ analizi, dezenformasyon kampanyalarının organizasyonunu ve sosyal medya platformları üzerindeki yayılımını detaylı bir şekilde analiz ederek, bu süreçlerdeki etkile-

şimler, bağlantılar ve bilgi akışının yapısal özelliklerini ortaya koyar (Kadushin, 2012). Bu üç teori, dijital dezenformasyonun siyasal süreçlerini anlamak için genel bir çerçeve sunmaktadır.

Demokratik sistemlerin işlevselliği, Pawelec'in (2022) tanımladığı üzere, güçlendirilmiş kapsayıcılık, kolektif gündem ve irade oluşturma (müzakere ile desteklenen), ve kolektif karar verme üzerine kuruludur. Bu işlevler, demokrasilerin sağlıklı bir şekilde işlemesi için normatif bir temel oluşturur. Ancak, yanıltıcı bilgi akışının yol açtığı epistemik kriz, bu temel işlevleri doğrudan tehdit etmektedir. Benkler, Faris ve Roberts (2018) tarafından belirtildiği üzere, yanıltıcı bilgi, toplumların gerçekler hakkında ortak bir anlayış geliştirmelerini zorlaştırarak demokratik karar verme süreçlerine zarar vermektedir. Bu durum, toplumların farklı gerçekliklerde yaşamasına ve ortak bir diyalog zemininin kaybolmasına neden olmaktadır.

Bu epistemik krizin somut bir örneği, 2016 ve 2020 ABD Başkanlık Seçimleri sırasında gözlemlenen dezenformasyon vakalarıdır. Özellikle sosyal medya platformları üzerinden yayılan yanıltıcı bilgiler, seçmenlerin adaylar hakkındaki görüşlerini ve oylama kararlarını önemli ölçüde etkilemiş, seçim sonuçlarının meşruiyetine yönelik şüpheleri artırmış ve demokratik süreçlere olan güveni zayıflatmıştır (Pedriza, 2021). Bu bağlamda, Pawelec'in vurguladığı demokratik işlevlerle yanıltıcı bilginin oluşturduğu kriz arasında doğrudan bir bağlantı bulunmaktadır. Yanıltıcı bilgi, demokrasinin temel taşları olan kapsayıcılık, kolektif irade oluşturma ve karar verme süreçlerini baltalamakta ve böylece demokratik sistemlerin sağlıklı işleyişini tehlikeye atmaktadır. Bu durum, demokratik toplumların yanıltıcı bilgiyle mücadele etmek ve sağlıklı bir bilgi ekosistemini korumak için yeni stratejiler geliştirmelerinin önemini ortaya koymaktadır.

Marchetti (2020), Bradshaw ve arkadaşları (2020) ile Sunstein (2018) tarafından yapılan çalışmalar, internette ve özellikle sosyal medyada paylaşılan siyasi bilgilerin doğasının demokrasi için ciddi tehditler oluşturabileceğine dikkat çekmektedir. Marchetti'nin vurguladığı gibi, politikacılar tarafından sunulan çevrimiçi bilgiler genellikle düzenlemeye tabi değildir, bu da siyasi dezenformasyonun yayılmasına ve demokratik süreçlerin tehlikeye girmesine yol açabilir. Seçmenlerin sahte haberleri gerçeklerden ayırt etmede zorlanması ve internetteki yanlış bilgilere daha yatkın olmaları, bu tehdidin ciddiyetini artırmaktadır (Marchetti, 2020).

Bradshaw ve arkadaşlarının geliştirdiği tipoloji, siyasi haber ve bilgilerin sosyal medyada nasıl paylaşıldığını anlamak için bir araç sağlar. Bu tipoloji, haber olarak sunulan yanıltıcı, aldatıcı veya yanlış bilgilerin yayınlandığı kaynakları tanımlar ve profesyonellik eksikliği, duygusal dil kullanımı, güvenilirlik eksikliği, aşırı önyargı ve sahtecilik gibi özellikler üzerinden önemsiz ha-

berleri kategorize eder. Bu çalışma, düşük kaliteli haber ve bilgi kaynaklarının yükselişini ve bu kaynakların kamuoyu algısını nasıl manipüle ettiğini ortaya koyar (Bradshaw vd., 2020).

Sunstein (2018) ise, bu tür yanıltıcı haber akışlarının demokratik değerlerin erozyonuna nasıl neden olabileceğini tartışır. Özellikle, toplumların gerçekler hakkında ortak bir anlayış geliştirmelerini engelleyerek, demokratik süreçlerin temelini zayıflatır. Bu bağlamda, Marchetti'nin (2020) ve Bradshaw ve arkadaşlarının (2020) çalışmaları, yanıltıcı bilginin demokrasiye zarar verme potansiyelini detaylandırırken, Sunstein (2018) bu zararın geniş kapsamlı etkilerini ele alır. Bu çalışmalar bir araya geldiğinde, çevrimiçi siyasi bilgilerin ve sosyal medya üzerinden yayılan sahte haberlerin demokratik süreçlere olumsuz etkilerini anlamamızı sağlar ve bu tehditlerle başa çıkmak için daha bilinçli stratejiler geliştirmemizin önemini vurgular.

2.2. Kullanılan Dijital Teknolojiler

Dijital dezenformasyonun siyasi etkileri içerisinde özellikle kar maksimizasyonu için sosyal medya platformlarının göz ardı ettiği algoritmik etki ve botlar, kritik etkiye sahip unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Botlar, siyasi iletişimde gizli kampanya koordinasyonuna izin vererek, yasadışı olarak katkı veya oy talep edebilir ve ifşa kurallarını ihlal edebilir. Botlar politik hashtag'leri saçmalıklara boğarak ve belirli siyasi iddiaları hızla araştırıp reddederek siyasi tartışmaları etkileyebilir (Howard, Woolley ve Calo, 2018). Maréchal, botları “kullanıcıları taklit eden ve içerik üreten kodların birleşmesi” olarak tanımlıyor ve bu tanımın geniş bir kategori olduğunu belirtiyor. Botlar arasında kötü amaçlı botnetler, araştırma botları, düzenleme botları ve sohbet botları gibi çeşitli türler bulunmaktadır. Yazar, bu botların sosyal medya platformlarında nasıl kullanıldığını ve ‘insan kullanıcılar’ gibi sitelerin genel söylemine katıldığını söyler (Maréchal, 2016). Botların kullanımının genellikle hem dijital hem de fiziksel alanlarda insan haklarını tehdit edebileceğini belirten Maréchal botların kullanıcıları taciz etme, içeriği retweetleme, hashtagleri ele geçirme veya halka açık figürleri taklit etme gibi eylemleriyle kamusal söyleme nasıl etkilediklerini inceler (Maréchal, 2016). Botların insan haklarına saygı gösterme sorumluluğunu yerine getirmelerini sağlamayı amaçlayan Maréchal, botların sosyal ağ sitelerinde kullanımı için üç bileşenli bir normatif çerçeve önerir: botların açıkça bu şekilde etiketlenmesi, diğer kullanıcılarla rızası olmadan iletişim kurmaması ve onlar tarafından toplanan bilgilerin yalnızca açıklanan amaçlar için kullanılması. Özellikle, Howard, Woolley ve Calo (2018) tarafından incelenen, Donald Trump'ın Twitter'daki takipçileri arasında saptanan ve gerçekte var olmayan bot hesaplara - Pepe Luis Lopez, Francisco Palma ve Alberto Contreras gibi isimlerle temsil edilenler dikkat

çeker. Bu botlar, Trump'ın Nevada'daki zaferinin ardından onu destekleyici tweetler atmışlardır. Latin seçmenleri taklit etmek üzere tasarlanmış bu hesaplar, Trump'ın retorığının Latin seçmenleri yabancılaştırdığı bir dönemde aktive edilmiştir. Howard, Woolley ve Calo'nun (2018) işaret ettiği gibi, siyasi botlar, iletişimin kendisini mutasyona uğratarak siyasi iletişim üzerindeki kamu gözetiminin daha da belirsiz hale gelmesine yol açmaktadır. Bu durum, siyasi iletişimin zaten bulanık olan alanlarını daha da belirsizleştirir ve kamusal gözetim mekanizmaları üzerinde ciddi etkiler oluşturmaktadır.

Dijital dezenformasyonun siyasal alanı etkileyen teknolojik tehditler arasında, özellikle deepfake teknolojisinin önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Vaccari ve Chadwick (2020) tarafından belirtildiği üzere, deepfake, dezenformasyonun en zor tespit edilen biçimlerinden biridir ve yanıltıcı görsellerin, sözler içeriğe kıyasla yanlış algıları daha fazla tetikleme olasılığına sahip olduğunu vurgularlar. Bu teknoloji, Generative Adversarial Networks (GAN'lar) kullanılarak, insanların yüz ifadelerini ve seslerini gerçek zamanlı olarak yeniden yapılandırarak son derece ikna edici videolar üretme kapasitesine sahiptir. Deepfake'lerin demokratik toplumlarda güveni sarsma potansiyeli oldukça yüksektir. Pawelec (2022) tarafından yapılan analizde, bu teknolojinin belirli toplumsal grupları marjinalleştirme veya vatandaşların oy kullanmalarını engelleme gibi yollarla katılımı kısıtlama potansiyeline sahip olduğu ele alınmaktadır. Bunun ötesinde, deepfake dezenformasyonu, yalanların demokratik müzakere süreçlerine entegre edilmesi ve bu yolla epistemik kalitenin aşınması yoluyla kolektif gündem ve irade oluşumunu tehdit etmektedir. Bu durum, demokratik süreçlerin temelini oluşturan bilgiye dayalı karar alma mekanizmalarının bozulmasına yol açarak toplumlar için ciddi bir risk oluşturmaktadır. Deepfake'lerin toplumsal ve politik etkisini ayrıntılı olarak değerlendirmek hayati önem taşımaktadır. Mevcut ve gelecekteki deepfake uygulamalarının zararını ve potansiyelini belirlemeye ve değerlendirmeye yardımcı olmak için daha fazla teorik temele ve kavramsal netliğe ihtiyaç vardır. Bu aynı zamanda deepfake'lere karşı toplumsal ve politik tepkiler için daha sağlam bir temel sağlayacaktır (Pawelec, 2022).

3. SİYASİ DEZENFORMASYON KAMPANYALARI

Dezenformasyon kampanyaları, sosyal medya etkinliklerinin koordineli bir şekilde gerçekleştirilmesiyle, belirli siyasi ajandalara destek vermek veya bunlara karşı çıkmak amacıyla tasarlanır. Bu kampanyalar, kamuoyunu yanıltma ve siyasi tartışmaları etkileme niyetiyle yürütülmektedir. Keller ve arkadaşları (2019) tarafından yapılan detaylı analizler, bu tür kampanyaların genellikle belirli bir siyasi parti veya adayı desteklemek veya onlara muhalefet etmek için tasarlandığını ortaya koymaktadır. Araştırmalar, siyasal dezenformasyon kampanyalarının belirli zaman dilimlerinde yoğunlaştığını ve belirli siyasi olaylar veya tartışmalarla ilişkilendirildiğini göstermektedir. Bu kampanyalar sıklıkla belirli anahtar kelimeler veya hashtaglar etrafında organize olmakta ve bu yolla kamuoyu gündemini şekillendirmeye çalışmaktadır (Keller vd. 2019.).

Siyasal alanda uygulanan dijital dezenformasyon kampanyaları içerisinde Astroturfing sıkça kullanılan bir başka dezenformasyon yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Astroturfing, Twitter gibi sosyal medya platformlarında seçmen davranışını etkilemeyi amaçlayan yapılar olarak öne çıkar. Astroturfing, genellikle bir organizasyon veya birey tarafından gizlice desteklenen veya finanse edilen, ancak geniş topluluk desteği varmış gibi sunulan propaganda veya pazarlama taktikleridir. Bu kampanyalar, sahte sosyal medya hesapları, yorumlar ve forum gönderileri kullanarak gerçek halk desteğini taklit eder ve belirli bir görüş veya ürünü destekleyen bir yanılsama oluşturmayı hedefler. Keller ve arkadaşları (2019), Twitter'daki astroturfing kampanyalarının, siyasi mesajları yaymak ve kamuoyunu etkilemek için kullanıldığını, gerçek kullanıcılar ve botlar arasındaki etkileşimleri içerdığını belirtmektedir.

Dijital dezenformasyon kampanyalarında kullanılan dört ana manipülasyon stratejisi uydurma bilgi, önyargılı çerçeveleme, odak değişikliği ve kutuplaştırıcı ideolojik söylemdir. Soares ve Recuero (2021) tarafından tanımlanan bu stratejiler, Twitter üzerindeki hashtag savaşlarında görülen mücadeleleri ve iki karşıt siyasi görüş arasındaki hegemonya mücadelesinde kullanılan yöntemleri açıklar. Uydurma bilgi, yanlış bilgilerin kasıtlı yayılmasını içerir ve Marwick ve Lewis (2017) bu tür içeriğin sosyal medya aracılığıyla hızla yayılabileceğini ve kamuoyunu yanıltabileceğini vurgular. Önyargılı çerçeveleme, Entman (1993) tarafından, haberlerin veya olayların belirli bir bakış açısıyla sunulduğu ve kamuoyu algısını yönlendirdiği bir strateji olarak tanımlanır. Odak değişikliği, Iyengar (1991) tarafından, dikkatleri asıl konudan sapıtarak başka bir konuya yönlendirmeyi amaçlayan bir taktik olarak açıklanır. Kutuplaştırıcı ideolojik söylem ise, toplum içinde bölünmeler oluşturmayı amaçlayan ve Sunstein (2001) tarafından “eko odaları” ve “bilgi baloncukları” oluşturarak farklı görüşlere tahammülsüzlüğü artırabilecek bir yöntem olarak tanımlanır.

Bu dört strateji, modern bilgi toplumlarında dezenformasyonun nasıl yayıldığını ve toplumsal algıları nasıl şekillendirebileceğini anlamada kritik öneme sahiptir. Özellikle, uydurma bilgi stratejisiyle ilgili olarak, Allcott ve Gentzkow (2017) tarafından incelenen 2016 ABD başkanlık seçimleri sırasında sahte haber siteleri tarafından yayılan yanlış iddialar, bu tür içeriğin potansiyel zararlarını açıkça göstermektedir. Önyargılı çerçeveleme konusunda, Boykoff ve Boykoff (2004) tarafından ele alınan iklim değişikliği tartışmaları, medyanın bilimsel bulguları şüphe altına alan bir çerçeveleme kullanmasının örneklerinden biridir. Odak değişikliği stratejisi, Bruns (2021) tarafından 2020’de yaşanan orman yangınları sırasında bazı politikacıların iklim değişikliği konusundan saparak “yanlış yönetim” iddialarına odaklanmaları ile gözlemlenmiştir. Kutuplaştırıcı ideolojik söylem açısından, Hobbs (2019) Brexit kampanyası sırasında kullanılan “Take back control” gibi sloganların, toplumsal bölünmeyi teşvik eden söylemlerin güçlü örneklerinden olduğunu belirtir.

Bu stratejilerin kullanımı, Twitter ve diğer sosyal medya platformları üzerinde gerçekleştirilen siyasal dezenformasyon kampanyalarının, siyasi görüşleri şekillendirme ve kamuoyu algısını yönlendirme konusunda ne kadar etkili olabileceğini göstermektedir. Dijital dezenformasyonun bu yönleri, demokratik süreçler ve kamuoyu bilgilendirilmesi açısından önemli riskler taşımakta ve bu nedenle bilgi toplumlarının karşı karşıya olduğu en büyük meydan okumalardan birini oluşturmaktadır. Bu bağlamda, Keller ve arkadaşları (2019), Soares ve Recuero (2021) ve diğer araştırmacıların çalışmaları, dijital dezenformasyonun karmaşık doğasını ve demokratik toplumlar üzerindeki potansiyel etkilerini derinlemesine anlamamıza yardımcı olur. Bu çalışmalar, aynı zamanda, dezenformasyonla mücadelede bilinçli stratejiler geliştirmek için kritik bir temel sağlar ve toplumların bu tür manipülasyon taktiklerine karşı daha dirençli hale gelmelerine yardımcı olabilir.

3.1.Vaka Analizleri

Dezenformasyonun etkileri üzerine yapılan araştırmalar, özellikle 2016 ABD Başkanlık Seçimleri’nde yoğunlaşmıştır. Bu seçim , Demokrat aday Hillary Clinton ve Cumhuriyetçi aday Donald Trump arasında geçmiştir. Facebook ve Twitter gibi platformlarda yayılan yanıltıcı bilgiler, komplo teorileri ve sahte haberler seçim sürecinde önemli rol oynamıştır. Özellikle, Hillary Clinton’ın kampanya şefi John Podesta’nın bir pizzacıda pedofili çetesi yönettiği iddiası gibi asılsız hikâyeler, seçmen algıları üzerinde olumsuz etkiler oluşturmuş ve tehlikeli sonuçlara yol açmıştır. Bu olay, Edgar Maddison Welch’in silahlı bir şekilde söz konusu pizzacıya girmesiyle doruğa ulaşmıştır. Ayrıca, Papa Francis’in Donald Trump’ı desteklediğine dair yayılan dezenformasyon da bu seçim döneminde toplumsal kutuplaşmayı ve şiddeti tetikleyici bir rol

oynamıştır (Rayini ve George, 2019). 2016 ABD Başkanlık Seçimleri sırasında Breitbart dijital haber kuruluşunun ürettiği haberlerin içeriğine dair eleştiriler de dijital dezenformasyon açısından önemli bir yere sahiptir. Breitbart News Network, genellikle Breitbart News, Breitbart veya Breitbart.com olarak bilinen Amerikan sağının önemli bir medya kuruluşudur. 2007 yılı ortalarında Amerikan muhafazakâr yorumcu Andrew Breitbart tarafından kurulan bu site, uzun süre Amerikan sağının medya ekosisteminde önemli rol oynar (Bessi ve Ferrara, 2016). Breitbart News 2016 ABD Başkanlık Seçimleri sırasında, sağ görüşlü ve muhafazakâr haberler, yorumlar ve analizler sunarak, seçmenler arasında önemli bir etki sağlayarak kamuoyu algısını şekillendirmeye çalışmıştır. Bu dönemde, Breitbart’ın yayımladığı haberler ve makaleler, seçim kampanyaları ve adaylar hakkında belirleyici bir ses oluşturmuş ve özellikle muhafazakâr ve sağ eğilimli seçmenler üzerinde büyük bir etki bırakmıştır. Breitbart, göçmenlik ve İslamofobi gibi konularda aşırı sağcı ve kutuplaştırıcı içerikler yayımlayarak, kamuoyu algısını ve siyasi tartışmaları tetiklemiştir. Bu platform, Trump’ın seçim kampanyasının ana mesajlarını destekleyen içeriklerle, Trump’ın politik ajandasını güçlendirerek seçmen tabanını konsolide etmeye yardımcı olmuştur (Benkler, Faris ve Roberts, 2018).

2016 ABD seçimlerinde dezenformasyon açısından diğer önemli konu ise Rus müdahalesi iddialarıdır. Jamieson’ın (2018) kapsamlı analizine göre, 2016 Amerika Birleşik Devletleri başkanlık seçimlerine yönelik Rus müdahalesi, özellikle sosyal medya aracılığıyla yürütülen sofistike dezenformasyon kampanyaları aracılığıyla Amerikan demokrasisine yönelik ciddi bir tehdit oluşturmuştur. Jamieson, Internet Research Agency (IRA) tarafından yönetilen ve kurgulanmış sahte sosyal medya hesapları üzerinden gerçekleştirilen manipülatif faaliyetler mercek altına alınmaktadır. Jamieson’a göre bu hesaplar, ırkçılık, polis şiddeti ve diğer kutuplaştırıcı konuları dijital mecralarda yayarak, Amerikan toplumunun mevcut sosyal ve politik bölünmelerini daha da derinleştirmeyi hedeflemiştir. Jamieson, bu tür manipülatif stratejilerin, kamuoyu algılarını ve seçim öncesi tartışmaları önemli ölçüde etkileyebileceğine, dolayısıyla demokratik süreçlerin temelini sarsabileceğine işaret eder. Ancak, aynı zamanda, bu müdahalelerin seçmen davranışları üzerindeki direkt etkisinin kesin olarak ölçülmesinin zorluklarını da kabul eder (Jamieson, 2018).

Dijital dezenformasyonun siyasal alandaki etkisi, 2016 Brexit referandumu sırasında özellikle belirgindir. Bu dönemde, “AB’ye haftada 350 milyon sterlin gönderiyoruz” ifadesi kullanılarak yapılan yanıltıcı reklam kampanyaları, kamusal tartışmaları şekillendirmiş ve halk oylaması sonuçlarına önemli ölçüde etki etmiştir. Bu slogan, Birleşik Krallık’ın Avrupa Birliği’ne (AB) finansal katkılarına ilişkin yanıltıcı bir iddiayı içermekte ve AB’den ayrılmının ekonomik faydalarını abartarak sunmaktadır. Aslında, Birleşik Kral-

lık'ın AB'ye yaptığı net katkının bu miktarın altında olduğu ve AB'den alınan bazı geri ödemelerin bu hesaplamalarda dikkate alınmadığı ekonomistler ve uzmanlar tarafından ortaya konmuştur (Dhingra, Sampson ve Van Reenen, 2017). “AB'ye haftada 350 milyon sterlin gönderiyoruz” iddiası, Brexit referandumu sırasında Vote Leave kampanyasının merkezinde yer alan bir mesajdı. Bu rakam çeşitli dijital platformlarda geniş çapta yayılmış ve tartışılmış, sosyal medyada önemli bir etki oluşturmuş ve kampanyanın AB'den ayrılma argümanının odak noktası haline gelmiştir. Ancak, bu rakam resmi istatistiklerin açık bir yanlış kullanımı olarak eleştirilmiştir. Birleşik Krallık'ın AB'ye yaptığı net katkı, Birleşik Krallık'ın bütçe indirimi ve AB'den alınan diğer geri dönüşler, örneğin çiftçilere yapılan ödemeler ve daha yoksul bölgeler için AB fonları göz önüne alındığında haftada 350 milyon sterlinin çok altındadır. Ayrıca, üniversiteler ve işletmeler gibi hükümet dışı kuruluşlara yapılan araştırma hibeleri yoluyla AB'den alınan para, Birleşik Krallık'ın AB'ye net katkısını daha da azaltmıştır (Full Fact, 2017; Channel 4 News, 2016). Bu iddianın, yanıltıcı olmasına rağmen özellikle ayrılma oyları veren seçmenler arasında önemli bir etkisi olmuştur. NHS fonlarının yönlendirilmesi vaadi, gerçek tasarrufların AB'den ayrılmanın getireceği rakamdan çok daha küçük olmasına ve Brexit'in genel ekonomik etkisinin Birleşik Krallık'ın AB üyeliğinden elde edilecek herhangi bir tasarruftan çok daha büyük olacağı beklentisine rağmen, birçok kişi için ikna edici bir mesaj olmuştur (Channel 4 News, 2016). Brexit kampanyasında, özellikle 350 milyon sterlin iddiasının seçmenler üzerindeki etkisi büyüktü. Bu iddia, özellikle yaşlı seçmenler ve göçmenlik ve egemenlik konularında endişe duyanlar arasında etkili olmuştur (Stone, 2018). Referandumun ardından, kampanya iddialarının doğruluğu ve etkisi konusunda devam eden tartışma ve analiz, demokratik süreçlerde bilgi bütünlüğünün kritik rolünü vurgulamaktadır (Full Fact, 2017; Channel 4 News, 2016).

2016 yılında bir başka dijital dezenformasyon vakası Almanya'da yaşanmıştır. 2016 yılında Almanya'da, 13 yaşındaki bir kızın mülteciler tarafından tecavüze uğradığına dair yanlış haberlerin yayılması, toplumda büyük bir tepki ve infiale neden olmuştur. Bu iddia, özellikle aşırı sağcı ve İslam karşıtı gruplar tarafından hızla benimsenmiş ve bu gruplar, söz konusu yanlış haberlere tepki olarak protesto gösterileri düzenlemişlerdir (Rayini ve George, 2019). “Lisa vakası” olarak bilinen dijital dezenformasyon olayında Alman polislerinin olayın gerçek olmadığını açıklamasına rağmen, Rusya Dışişleri Bakanı Sergey Lavrov Alman makamlarını suçlayarak olayın üzerini örtmekle itham eder. Bu durum, özellikle Almanya'da yaşayan Ruslar tarafından düzenlenen ve göçmen karşıtı duyuları tetikleyen protestolara yol açar. “Lisa vakası” sonrası Almanya'da bu tür yanıltıcı bilgilere karşı savaşılan özel bir stratejik iletişim

birimi kurulmuş ve ayrıca 2018'den itibaren yürürlüğe giren ve halk arasında "Facebook yasası" olarak bilinen ağ yasağı yasası ile sosyal medya platformlarına yasa dışı içerikleri hızla kaldırma yükümlülüğü getirilmiştir. Bu olay, Almanya'nın dijital dezenformasyon ve yabancı etki operasyonlarına karşı geniş çaplı önlemler almasının bir dönüm noktası olmuştur (StopFake.org, nd.).

2017 Fransa Başkanlık Seçimleri, dijital dezenformasyon ve sosyal bot operasyonlarının siyasal süreçlere etkisi açısından önemli veriler sunmaktadır. Sosyal medyanın kamuoyunu manipüle etmek ve değiştirmek için sistematik olarak nasıl kullanıldığını inceleyen Ferrara (2017), 27 Nisan ve 7 Mayıs 2017 tarihleri arasında, yaklaşık 17 milyon Twitter gönderisinden oluşan büyük bir veri seti toplar. Makine öğrenimi ve bilişsel davranış modelleme tekniklerini kullanarak insanları botlardan ayıran Ferrara her iki grubun faaliyetlerini bağımsız olarak ve birbirleriyle olan etkileşimlerine göre inceler. Çalışmada seçim öncesindeki dönemde yanıltıcı bilgilerin ve dezenformasyonun yayılmasında sosyal botların önemli bir rol oynadığını tespit edilmiştir. Botlar, yanıltıcı haberleri hızla yayarak geniş bir kitleye ulaştırmak ve kamuoyu algısını şekillendirmek için kullanılmıştır. Ferrara, sosyal medya üzerinden yürütülen dezenformasyon ve manipülasyon çabalarının seçmen davranışları üzerinde belirgin bir etki oluşturup oluşturmadığının kesin olarak belirlenmenin zor olduğunu ifade eder. Ancak, bu tür çabaların seçimlerin adil ve özgür bir şekilde gerçekleşmesi için potansiyel bir tehdit oluşturduğu vurgular (Ferrara, 2017). Ferrara'nın çalışması, dijital dezenformasyon ve sosyal bot operasyonlarının demokratik süreçler üzerindeki potansiyel zararlarını vurgular. Bu tür operasyonlarla mücadele etmek için sosyal medya platformlarının, politika yapıcılarının ve sivil toplumun etkili stratejiler geliştirmesi gerektiğini belirtir. Ayrıca, seçmenlerin medya okuryazarlığını artırarak bu tür manipülasyon girişimlerine karşı daha dirençli hale gelmeleri gerektiği üzerinde durulur.

Dezenformasyonun dini ve siyasi çatışmaları ne kadar etkilediğine dair önemli örneklerden biri de Myanmar'da yaşananlardır. Myanmar'da, dini nefretle tetiklenen dezenformasyon sosyal medyada yayılarak Budist çoğunluğun Rohingya Müslümanlarına karşı şiddetini tetikler (Rayini ve George, 2019). 2017'deki Rohingya krizinin tetikleyicisi, Arakan Rohingya Kurtuluş Ordusu (ARSA) tarafından 25 Ağustos 2017'de Myanmar'ın Rakhine eyaletindeki polis karakolları ve bir askeri üsse yönelik koordineli saldırılar olmuştur. Bu saldırılar, Myanmar güvenlik güçlerinin geniş çaplı ve şiddetli bir karşı saldırı başlatmasına yol açmıştır. Bu karşı saldırı, uluslararası toplum tarafından geniş çapta bir etnik temizlik ve soykırım olarak nitelendirilmiştir. Yüz binlerce Rohingyanın Bangladeş'e kaçmasına neden olan insan hakları ihlalleriyle sonuçlanmıştır (Newhumanitarian, 2021). Facebook gibi sosyal medya platformları, hem nefret söyleminin yayılmasında hem de Rohingyaların maruz

kaldığı zulümlere dikkat çekmede kullanılmıştır. Birleşmiş Milletler raporları ve araştırmacılar, Myanmar’da sosyal medyanın, özellikle Facebook’un, nefret söylemini ve yanlış bilgilendirmeyi körükleyerek etnik gerilimleri artırdığına dair endişeleri somut delilleriyle ortaya koymuşlardır (wikipedia, 2020).

Siyasi dezenformasyona bir başka örnek olarak Brezilya’da Jair Bolsonaro’nun seçim kampanyası sırasında ve sonrasında sosyal medya üzerinde oluşan siyasi tartışmalar örnek olarak ele alabiliriz. Soares ve Recuero (2021), medya kuruluşlarının ve sosyal medya kullanıcılarının, Bolsonaro’yu destekleyen ve karşıt görüşlerdeki farklı anlatıları nasıl kullandıklarını ve bu anlatıların Twitter üzerindeki belirli hashtag’ler aracılığıyla nasıl yayıldığını analiz etmektedir. Seçimleri takip eden medya kuruluşları ve Bolsonaro’yu destekleyen “aşırı partizan medya kuruluşları” arasında farklı anlatılar ortaya koymaktadır. Bu anlatılar, Twitter’da belirli hashtag’ler aracılığıyla yayılarak siyasi tartışmayı şekillendirmektedir. Örneğin, Bolsonaro yanlısı hastaglar arasında #Veja600Million ve #WomenForBolsonaro bulunurken, Bolsonaro karşıtı hashtag’ler arasında #BolsonaroCorrupt, #BolsonaroInPrision ve #NotHim yer almaktadır (Soares ve Recuero, 2021). Bu hashtag’ler, siyasi görüşleri ve kampanya mesajlarını yaymak için kullanılmıştır. Bolsonaro yanlısı ve karşıtı gruplar, kendi görüşlerini destekleyen ve karşı tarafı eleştiren içerikleri bu hastaglar aracılığıyla paylaşarak, siyasi tartışmayı ve kamuoyu algısını şekillendirmeye çalışmışlardır.

Bu örnekler dijital alanda gerçekleşen dezenformasyonun çeşitliliğini ve karmaşıklığını göstermektedir. Dezenformasyonla mücadele, çok yönlü bir yaklaşım gerektirir; bu, teknoloji şirketlerinin, hükümetlerin ve sivil toplumun işbirliği içinde çalışmasını ve etkili politikalar ile teknolojik çözümler geliştirmesini zorunlu kılar. Siyasi alandaki dijital dezenformasyonun etkileri, demokratik kurumlar ve kamuoyu üzerinde uzun vadeli sonuçlar doğurabilir. Bu nedenle, bilgi kirliliğine karşı mücadele, eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesi ve medya okuryazarlığının artırılmasıyla birlikte, sosyal medya platformları ve medya kuruluşları üzerindeki düzenleyici mekanizmaların güçlendirilmesini gerektirir (Benkler, Faris ve Roberts 2018; Ray ve George 2019; Freelon ve Wells 2020; Pedriza 2021). Gelecekte, siyasi dezenformasyonla mücadele etmek, demokrasinin korunması ve sağlıklı bir kamuoyu alanının sürdürülmesi için hayati önem taşıyacaktır.

4. DİJİTAL DEZENFORMASYONLA MÜCADELE STRATEJİLERİ

Dijital dezenformasyon, küresel bir sorun haline gelmiştir. Demokratik süreçler, kamu düzeni ve bireysel haklar üzerinde ciddi etkileri olmaktadır. Bu sorunla mücadele etmek için uluslararası alanda çeşitli yaklaşımlar ve stratejiler geliştirilmiştir. Dijital dezenformasyonla mücadele, çok yönlü bir yaklaşım gerektirir ve teknoloji, eğitim, hukuk ve uluslararası işbirliği gibi çeşitli alanlarda stratejileri içerir. Bu stratejiler arasında teknolojik ve algoritmik çözümler, yapay zekâ ve makine öğrenimi, algoritmik şeffaflık, eğitim ve farkındalık artırma, kamuda farkındalığı artırma, hukuki düzenlemeler, uluslararası işbirliği, sosyal platformların yönetim politikalarında düzenlemeler sayılabilir (Wardle, 2019).

Teknolojik ve algoritmik çözümler deyince ilk olarak yapay zeka aklı gelmektedir. Yapay zeka (AI) ve makine öğrenimi, dezenformasyon içeren içerikleri otomatik olarak tespit etme ve engelleme kapasitesine sahiptir. Bu teknolojiler, büyük veri setlerini analiz ederek anormallikleri ve manipülatif içerikleri belirleyebilir. Bu strateji kapsamında faktör kontrol ve doğrulama servislerinin de önemli bir yeri bulunmaktadır. Bu servisler, yayılan bilgilerin doğruluğunu kontrol eder ve yanıltıcı içeriği belirlemek için etkili bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya platformlarının kullanıcılarına sunduğu içeriği belirleyen algoritmaların şeffaf olması, kullanıcıların neden belirli içeriklerle karşılaştıklarını anlamalarına yardımcı olacaktır.

Eğitim ve farkındalık artırma stratejilerinin içerisinde dijital medya okuryazarlığı programlarının önemli bir yeri bulunmaktadır. Finlandiya, medya okuryazarlığı eğitimi ve kamu farkındalığını artırma konusunda öncü bir rol oynamıştır. Finlandiya hükümeti, okul öncesi eğitimden başlayarak medya okuryazarlığını müfredata entegre etmiş ve böylece nesiller boyu bilgiye eleştirel bir yaklaşımı teşvik etmiştir (Myllylahti, 2020). Seçmenlerin medya okuryazarlığını artırmak, dezenformasyona karşı en etkili yöntemlerden biridir. Bu programlar, bireylerin bilgi kaynaklarını eleştirel bir şekilde değerlendirmelerine ve yanıltıcı içerikleri tanımalarına yardımcı olacaktır. Bu bağlamda kamuoyu farkındalığını artırma kampanyalarının düzenlenmesi de kritik bir öneme sahiptir. İsveç, siber güvenlik ve dezenformasyon konularında kamu farkındalığını artırmak için “Toplumsal Rezilyansı Artırma Stratejisi”ni uygulamaya koymuştur. Bu strateji, vatandaşların dezenformasyonu tanıma ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirme konusunda bilinçlendirilmesini amaçlar (Swedish Civil Contingencies Agency, 2020). Kamuoyu farkındalığını artırmaya yönelik kampanyalar, dezenformasyonun tehlikeleri ve tanınması hakkında bilgi sağlayacaktır.

Hukuki ve düzenleyici çerçeveler dijital dezenformasyonla mücadelede bir diğer önemli başlık olarak karşımıza çıkmaktadır. Hükümetler, dezenformasyonla mücadele için yasal düzenlemeler yapabilir. Marchetti'ye (2020) göre, Avrupa Birliği dezenformasyon ve sahte haberlerle mücadelede, şeffaflık yükümlülükleri ve medya okuryazarlığı programlarını teşvik ederken, sağlayıcıların bağlayıcı olmayan iyi uygulama kuralları ile kendi kendilerini düzenlemesini tercih etmiştir. Singapur'da "Yalan Haberlerle Mücadele Yasası" (POFMA, 2019), hükümete yanıltıcı bilgi yaydığı tespit edilen içerikleri kaldırma veya düzeltme emri verme yetkisi vermiştir. Bu yasa, hukuki düzenlemelerin yanı sıra teknolojik önlemlerin de önemini vurgulamaktadır (Tan, 2019). Almanya, "Ağ Uygulama Yasası" (NetzDG) ile sosyal medya platformlarını, belirli bir süre içinde nefret söylemi ve yanıltıcı bilgiler içeren içerikleri kaldırmaya zorlamaktadır. Bu yasa, platformların sorumluluğunu artırarak dezenformasyonla mücadelede önemli bir adım atmıştır (Schmitz ve Berndt, 2018). Dijital dezenformasyon sınırları aştığı için, ülkeler arası işbirliği ve koordinasyon bu sorunla mücadelede kritik öneme sahiptir. Sosyal medya şirketleri, dezenformasyonu engellemek ve kaliteli bilgi akışını teşvik etmek için daha fazla sorumluluk alması da dezenformasyonla mücadelede önemli bir başlık olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca kullanıcıların yanıltıcı içeriği raporlamalarını kolaylaştıran sistemler, dezenformasyonla mücadelede önemli bir araçtır.

Dijital dezenformasyonla mücadele, çok katmanlı bir yaklaşım gerektirir ve her ülkenin benimsediği strateji, kendi sosyal, kültürel ve hukuki çerçeveleri içinde şekillenir. Teknolojik çözümler, eğitim programları, hukuki düzenlemeler ve uluslararası işbirliği, bu küresel sorunun üstesinden gelmede kritik öneme sahiptir.

SONUÇ

Bu bölümde, dijital dezenformasyonun siyasal alana olan etkilerini ve bu etkilerle mücadelede izlenebilecek stratejileri kapsamlı bir şekilde ele alınmaya çalışılmıştır. Yapılan araştırmalar; dijital çağın, bilgiye erişimi kolaylaştırmasının yanı sıra, siyasal süreçler üzerinde derin ve karmaşık etkiler oluşturma potansiyeline sahip yanıltıcı bilgilerin ve manipüle edilmiş içeriklerin yayılmasına da sebep olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, demokratik seçimlerin bütünlüğünü riske atmakta, siyasal karar alma süreçlerini zorlaştırmakta ve kamuoyu algısını önemli ölçüde manipüle edebilmektedir. Seçim dönemlerinde özellikle belirginleşen dezenformasyon kampanyaları, seçmen davranışlarını etkileyebilir ve siyasal kutuplaşmayı artırabilir. Bu, demokratik değerler için bir tehdit oluştururken, toplumsal güven ve siyasal istikrarı da olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Politika yapıcılar ve seçim görevlilerinin, seçim süreçlerinin güvenliğini artırıcı ve dezenformasyonun etkilerini azaltıcı önlemleri değerlendirmeleri yerinde olacaktır. Bu önlemler arasında seçim güvenliği protokollerinin güncellenmesi, siyasal reklamların şeffaflığına yönelik düzenlemelerin uygulanması ve sosyal medya platformları ile işbirliğinin artırılması bulunmaktadır. Teknoloji şirketlerinin, algoritmalarını dezenformasyonu tanıyacak ve engelleyecek şekilde ayarlamaları ve kullanıcılarına doğrulanmış bilgilere kolay erişim imkanı sunmaları da önemli bir önlem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sonuç olarak, dijital dezenformasyonun siyasal alandaki etkileriyle mücadele, demokratik kurumların ve toplumun bütünlüğünü korumak adına sürekli bir çaba gerektirmektedir. Bu mücadele, teknolojik ve yasal düzenlemelerin ötesinde, bireylerin ve toplumun bilgiye karşı daha dirençli hale gelmesini sağlayacak eğitim ve farkındalık programlarını da içermelidir. Akademisyenler, politika yapıcılar, teknoloji şirketleri ve sivil toplumun, demokratik süreçleri güçlendirmek ve dezenformasyonun zararlarını azaltmak adına birlikte çalışmaları büyük önem taşımaktadır. Bu çalışma, siyasal alanda dijital dezenformasyonla mücadelede izlenebilecek yollar hakkında kapsamlı bir rehber sunmayı amaçlamaktadır, böylelikle demokrasiler bilgi çağının getirdiği zorlukların üstesinden gelebilir.

KAYNAKÇA

Allcott, H., ve Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. doi:10.1257/jep.31.2.211

Benkler, Y., Faris, R., Roberts, H. (2018). *Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. New York, NY: Oxford University Press.

Bessi, A., Coletto, M., Davidescu, G. A., Scala, A., Caldarelli, G., Quattrociocchi, W., ve Amblard, F. (2015). Science vs conspiracy: Collective narratives in the age of misinformation. *PloS One*, 10(2), e0118093. doi:10.1371/journal.pone.0118093

Boykoff, M. T., ve Boykoff, J. M. (2004). Balance as bias: global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change*, 14(2), 125-136.

Bradshaw Samantha, Howard Philip N., Kollanyi Bence ve Neudert Lisa-Maria (2020) “Sourcing and Automation of Political News and Information on Social Media in the United States, 2016-2018”, *Political Communication*, 37:173-193, DOI: <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1663322>

Bruns, A. (2021). *Are Filter Bubbles Real?* Polity Press.

Dolors Palau-Sampio. (2023) *Pseudo-Media Disinformation Patterns: Polarised Discourse, Clickbait and Twisted Journalistic Mimicry*. *Journalism Practice* 17:10, pages 2140-2158.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.

European Commission. (2021). *Strengthening the Code of Practice on Disinformation*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>

Freelon Deen ve Wells Chris (2020). Disinformation as Political Communication, *Political Communication*, 37:2, 145-156, DOI: 10.1080/10584609.2020.1723755

Elisabeth Fondren (2021) “We are Propagandists for Democracy”: The Institute for Propaganda Analysis’ Pioneering Media Literacy Efforts to Fight Disinformation (1937–1942), *American Journalism*, 38:3, 258-291, DOI: 10.1080/08821127.2021.1950481

Hobbs, W. (2019). The Brexit Slogan, ‘Take Back Control’, Means Whatever You Want It to Mean. *LSE Brexit Blog*.

Howard, Philip N., Woolley Samuel and Calo Ryan (2018) “Algorithms, bots and political communication in the US 2016 election: The challenge of automated political communication for election law and administration”, *Journal of Information Technology and Policy*, Vol. 15, Issue 2, 81-93 ISSN: 1933-1681 (Print) 1933-169X

Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. University of Chicago Press.

Jowett, G. S., ve O'Donnell, V. (2019). *Propaganda ve Persuasion*. Sage Publications.

Kadushin, C. (2012). *Understanding Social Networks: Theories, Concepts, and Findings*. Oxford University Press.

Keller Franziska B., Schoch David, Stier Sebastian, Yang JungHwan (2019), "Political Astroturfing on Twitter: How to Coordinate a Disinformation Campaign?" *Political Communication*

Kuklinski, J. H., Quirk, P. J., Schwieder, D. W., ve Rich, R. F. (1998). "Just the facts, Ma'am": Political facts and public opinion. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 560(1), 143–154. doi:10.1177/0002716298560001011

Knight Commission on Trust, Media and Democracy, *Crisis in Democracy: Renewing Trust in America*(2019), Washington, D.C.: The Aspen Institute. https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/media_elements/files/000/000/283/original/Knight_Commission_Report_on_Trust_Media_and_Democracy_FINAL.pdf

Marchetti Gloria (2020) "Political Disinformation on the Internet and the Risk to Democracy", *Italy International Relations and Diplomacy*, May 2020, Volume 8, Issue 05, 220-230 doi: 10.17265/2328-2134/2020.05.004

POFMA (2019) <https://www.pofmaoffice.gov.sg/regulations/protection-on-from-online-falsehoods-and-manipulation-act/>

Marwick, A., ve Lewis, R. (2017). *Media Manipulation and Disinformation Online*. Data ve Society Research Institute.

Munger, K. (2019). All the news that's fit to click: The economics of clickbait media. *Political Communication*, 1–22. doi:10.1080/10584609.2019.1687626

Myllylahti, M. (2020). "Media Literacy in Finland: A Key to Combat Fake News." *Information Literacy Journal*, 1(2), 3-16.

Pawelec Maria (2022), "Deepfakes and Democracy (Theory): How Synthetic Audiovisual Media for Disinformation and Hate Speech Threaten Basic Democratic Functions." *Digital Society* (2022) 1:19 <https://doi.org/10.1007/s44206-022-00010-6>

Pedrizza Samia Benaissa(2021) "Sources, Channels and Strategies of Disinformation in the 2020 US Election: Social Networks, Traditional Media and Political Candidates", *Daily. Media* 2021, 2(4), 605-624; <https://doi.org/10.3390/journalmedia2040036>

Pickard, V. (2019). *Democracy without journalism? Confronting the misinformation society*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Rayini Argha, George Joey F. (2019) “Online Disinformation and Bias and the Psychological Foundations of Political Conservatism” Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences URI: <https://hdl.handle.net/10125/59711>

Dhingra, S., Sampson, T., ve Van Reenen, J. (2017). The impact of Brexit on foreign investment in the UK. Brexit 2016 Policy Analysis from the Centre for Economic Performance, (CEPRP022).

https://www.thenewhumanitarian.org/in-depth/myanmar-rohingya-refugee-crisis-humanitarian-aid-bangladesh?_cf_chl_tk=26vODFDI.yY5jtH5hF-R1ebXN.CCOHzdbbWHTKl_u4Fs-1707917069-0.0-4306

https://en.wikipedia.org/wiki/Rohingya_conflict

Full Fact. (2017, September 19). £350 million EU claim “a clear misuse of official statistics”. Full Fact. <https://fullfact.org/europe/350-million-week-boris-johnson-statistics-authority-misuse/>

Stone, J. (2018, October 28). British public still believe Vote Leave ‘£350million a week to EU’ myth from Brexit referendum. The Independent. <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/vote-leave-brexit-lies-eu-pay-money-remain-poll-boris-johnson-a8603646.html>

StopFake.org. (n.d.). Governments countering disinformation: the case of Germany. [Online]. Available at: <https://www.stopfake.org/en/governments-countering-disinformation-the-case-of-germany/>

Channel 4 News. (2016, April 19). FactCheck: do we really send £350m a week to Brussels? Channel 4 News. <https://www.channel4.com/news/factcheck/factcheck-quick-350-million-week-brussels>

Rid, T. (2020). Active Measures: The Secret History of Disinformation and Political Warfare. Farrar, Straus and Giroux.

Paris, B., ve Donovan, J. (2019). Deepfakes and Cheap Fakes. Data ve Society Research Institute. <https://datasociety.net/library/deepfakes-and-cheap-fakes/>

Bessi, A., ve Ferrara, E. (2016). Social Bots Distort the 2016 US Presidential Election Online Discussion. First Monday, 21(11). <https://dx.doi.org/10.5210/FM.V21I11.7090>

Jamieson, K. H. (2018). Cyberwar: How Russian Hackers and Trolls Helped Elect a President—What We Don’t, Can’t, and Do Know. Oxford University Press.

Kathleen Hall Jamieson (2018) “Cyberwar: How Russian Hackers and Trolls Helped Elect a President—What We Don’t, Can’t, and Do Know” New York, NY: Oxford University Press.

Ferrara, E. (2017). Disinformation and Social Bot Operations in the Run Up to the 2017 French Presidential Election. First Monday, 22(8). <https://dx.doi.org/10.5210/fm.v22i8.8005>

Soares Felipe Bonow, Recuero Raquel (2021) “Hashtag Wars: Political Disinformation and Discursive Challenges in Twitter Conversations During the 2018 Brazilian Presidential Campaign” *Social Media + Society* April-June 2021: 1-13 DOI: 10.1177/20563051211009073

https://en.wikipedia.org/wiki/Breitbart_News

Sunstein, C. R. (2001). *Republic.com*. Princeton University Press.

Swedish Civil Contingencies Agency. (2020). “Sweden’s Strategy for Societal Information and Cyber Security.” <https://www.msb.se/en/>

Tan, G. (2019). “Singapore’s Fake News Law: A Necessary Measure or an Instrument for Censorship?” *Journal of Internet Law*, 22(11), 1-24.

Schmitz, S., ve Berndt, C. (2018). The German Act on Improving Law Enforcement on Social Networks (NetzDG): A Blunt Sword? *SSRN Electronic Journal*. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3306964>

Vaccari Cristian, Chadwick Andrew(2020) “Deepfakes ve Dezenformasyon: Sentetik Siyasetin Etkisini Keşfetmek Aldatma, Belirsizlik ve Haberlere Güven Üzerine Video” *Sosyal Medya + Toplum Ocak-Mart 2020: 1–13*, DOI: 10.1177/2056305120903408

Wardle, C., ve Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe Report.

Yayla, Atilla(2020) “Totaliterizm ve Dezenformasyon” *Liberal Düşünce Dergisi*, Yıl: 25, Sayı: 98, Bahar 2020, ss.125-146. ORCID: 0000-0002-8047-3128 | DOI: 10.36484/liberal.756869

Yolcu Tuğba, Kaya Mehmet Said(2023) “Sosyal Medyada Siyaset Ve Dezenformasyon: Haber Metinlerine Yönelik Bir Söylem Analizi”, *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Yıl: 2023 Cilt-Sayı: 16(3) s: 674–692