

Tüm Yönleriyle
**SOSYAL MEDYADA
DEZENFORMASYON-1**

EDİTÖR

Doç. Dr. Hicran Özlem ILGIN



© Copyright 2024

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ye aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

ISBN 978-625-399-991-9	Sayfa ve Kapak Tasarımı Akademisyen Dizgi Ünitesi
Kitap Adı Tüm Yönleriyle Sosyal Medyada Dezenformasyon-1	Yayın Koordinatörü Yasin DİLMEN
Editör Doç. Dr. Hicran Özlem İLGİN ORCID iD: 0000-0002-0549-0710	Yayıncı Sertifika No 47518
Yayın Kurulu Prof. Dr. Deniz YENGİN ORCID iD: 0000-0002-6846-0770 Prof. Dr. Emine ÖZDEN CANKAYA Prof. Dr. Hülya YENGİN Prof. Dr. Recep TAYFUN ORCID iD: 0000-0003-1786-9944 Prof. Dr. Suat GEZGİN ORCID iD: 0000-0002-6459-6064	Baskı ve Cilt Vadi Matbaacılık
	Bisac Code EDU000000
	DOI 10.37609/akya.1082

Kütüphane Kimlik Kartı

Tüm Yönleriyle Sosyal Medyada Dezenformasyon-1 / ed. Hicran Özlem İlgın.
Ankara : Akademisyen Yayınevi Kitabevi, 2024.
183 s. : resim, tablo, şekil ; 160x235 mm.
Kaynakça var.
ISBN 9786253999919

GENEL DAĞITIM
Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A Yenışehir / Ankara
Tel: 0312 431 16 33
siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

ÖNSÖZ

Günümüz dijital çağında, bilgiye erişim hiç olmadığı kadar kolaylaşmış, ancak aynı zamanda doğru bilgi ile yanlış bilginin ayrımını yapmak da bir o kadar zorlaşmıştır. Sosyal medya platformları, bilginin hızla yayılmasına olanak tanırken, dezenformasyonun da hızla ve geniş kitlelere ulaşmasına zemin hazırlamaktadır. Bu nedenle, sosyal medyada doğru bilgiye ulaşmak ve dezenformasyonun etkilerini en aza indirmek, hem bireyler hem de toplumlar için büyük önem arz etmektedir.

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi olarak, bu önemli konuyu ele alan ve akademik dünyamıza katkı sağlayacak olan “Tüm Yönleriyle Sosyal Medyada Dezenformasyon-1” adlı eserin hazırlanmasında emeği geçen herkese teşekkürlerimi sunuyorum. İletişim Fakültesi öğretim üyemiz Doç. Dr. Hicran Özlem Ilgın ve lisansüstü eğitim enstitüsünden öğrencilerinin titiz çalışmaları sonucunda ortaya çıkan bu eser, sosyal medyada dezenformasyon konusunu tüm yönleriyle ele alarak, akademisyenler, öğrenciler ve konuya ilgi duyan herkes için değerli bir kaynak niteliğindedir.

Bu kitabın, sosyal medya kullanıcılarının bilinçlenmesine ve dezenformasyonun olumsuz etkilerinin azaltılmasına katkı sağlayacağına olan inancım tamdır. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi olarak, eğitimde ve araştırmada mükemmelliği hedefleyen anlayışımız doğrultusunda, bu tür çalışmaların destekçisi olmaya devam edeceğiz.

Bu vesileyle, Doç. Dr. Hicran Özlem Ilgın’a ve lisansüstü eğitim gören öğrencilerimize bu değerli çalışmaları için teşekkür eder, kitabın tüm okuyuculara faydalı olmasını dilerim.

Saygılarımla,

Prof. Dr. R. Cüneyt Erenoğlu

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Rektörü

İÇİNDEKİLER

	Giriş.....	1
BÖLÜM 1	Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Tarih <i>Açelya ÖKSÜZ</i>	5
BÖLÜM 2	Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Siyaset..... <i>Onur YANAR</i>	25
BÖLÜM 3	Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Ekonomi..... <i>Muhammet Emre FİDAN</i>	41
BÖLÜM 4	Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Sağlık <i>Meral KURTULMUŞ</i>	53
BÖLÜM 5	Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Siber Güvenlik..... <i>Aykan ŞAHİN</i>	71
BÖLÜM 6	Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Afet..... <i>Nursena KARAARSLAN</i>	87
BÖLÜM 7	Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Savaş..... <i>Mislina SÖZER</i> <i>Ezgi DEVLETLİ</i>	99
BÖLÜM 8	Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Şiddet <i>Gözde ÖNİER</i>	115
BÖLÜM 9	Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Kadın..... <i>Damla KARAGÜL</i>	133
BÖLÜM 10	Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Aile..... <i>Aşlı BAŞ</i> <i>Çiğdem EGEMEN</i> <i>Seçil ŞİRİNKAYA</i>	147
BÖLÜM 11	Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Çocuk..... <i>Elif USLU</i>	161

SOSYAL MEDYADA DEZENFORMASYON VE TARİH

Açelya ÖKSÜZ¹

GİRİŞ

Tarih boyunca, yanlış bilgilendirme ve dezenformasyon, toplumların politik, sosyal ve ekonomik yapıları üzerinde derin etkiler bırakmıştır. Dijital çağda, sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte dezenformasyonun yayılma hızı ve kapsamı hızlı bir şekilde artmıştır. Sosyal medya platformları, dezenformasyonun küresel çapta hızla yayılmasına ve geniş kitlelere ulaşmasına olanak tanımaktadır. Bu durum, toplumların doğru bilgiye ulaşma süreçlerini ve demokrasi, güvenlik, sağlık gibi kritik alanlardaki karar alma mekanizmalarını olumsuz yönde etkilemektedir. Dünyada ve Türkiye’de sosyal medya öncesi dönemde de dezenformasyona bağlı olaylar yaşanmıştır. Sosyal medyanın yaygınlaşması ile birlikte dezenformasyonunda toplumları etkilediği görülmüştür.

We Are Social Dijital (2024) Raporunda, Ocak 2024 tarihi itibariyle dünyada aktif sosyal medya kullanıcı sayısının 5 milyardan fazla olduğu, Türkiye için aktif sosyal medya kullanıcı sayısının 57.50 milyon olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılanların yüzde altmıştan fazlası internet kullanmalarındaki ilk sebebin bilgi bulmak amaçlı olduğunu ifade ettiği görülmektedir. Türkiye’de aktif sosyal medya kullanıcıları tarafından en çok kullanılan sosyal medya platformları ise Youtube ve Instagram olmuştur (URL-1)

Günümüzde küresel bir problem olarak devam eden sosyal medya dezenformasyonuna karşılık olarak devletlerin, oluşturulan kanunlar ve çeşitli kurumlar aracılığıyla mücadele etmeye çalıştığı görülmektedir. Ülkemizdeki dezenformasyonla mücadele örneklerine bakıldığında, “Dezenformasyon Yasası” olarak da adlandırılan 7418 sayılı “Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” 2022 yılında yürürlüğe girmiştir. Kanun maddelerine göre; halk içinde endişe, korku ve panik yaratmak amaçlı,

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Disiplinlerarası Kadın ve Aile Çalışmaları AD., oksuzacelyaa@gmail.com, ORCID iD: 0009-0009-5696-6844

suz etkilemektedir. Bu durum, kültürel hafızaya zarar vermekle birlikte bireylerin kültürel kimliklerini anlamalarını güçleştirerek doğru bilgiye erişimi engellemektedir. Günümüzde sosyal medya aracılığı ile dezenformasyona uğramış tarihsel bilgiler, kısa sürede milyonlarca kişi tarafından görülerek paylaşılabilmektedir. Bu durum, yanlış bilgilerin doğru tarihsel bilgilerin önüne geçmesine sebebiyet vermektedir. Gelecek nesiller, sosyal medyada yayılan bu dezenformasyonu doğru bilgi olarak öğrenme riskine sahiptirler, bu da tarih bilincinin yanlış bir şekilde oluşmasına sebep olmaktadır.

Günümüz ve gelecek kuşakların tarihle kuvvetli ve anlamlı bir bağ kurabilmesi için tarihsel kanıtlara dayalı doğru bilgiye erişim ve eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu sebeple günümüz iletişim çağında özellikle sosyal medyada doğru tarihsel bilgilerin yer alması, gelecek nesillerin geçmişi sağlıklı değerlendirerek doğru tarih bilincine sahip olmalarının temelini oluşturmaktadır.

KAYNAKLAR

- Açıkalın, Ş. N., & Canbey, M. (2022). Post-Truth Bağlamda Sosyal Medya. *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, (57), 1-11.
- Açıkalın, Ş. N., & Sarı, E. (2021). Post-Truth ve Dijital Diplomasi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(4), 1689-1701.
- Algül, A., & Sütcü, C. S. (2015). Değişen Haber Algısı: Kullanıcılar Sosyal Medyada Haberleri Nasıl Değerlendiriyorlar?. *Global Media Journal Turkish Edition*, 6(11), 18-34.
- Aras, İ., & Günar, A. (2018). Birleşik Krallık'ın Avrupa Birliği'nden Ayrılma Referandumu: Brexit Süreci ve Sonuçları. *International Journal of Political Science and Urban Studies*, 6(2), 90-110.
- Arslan, Ş. (2022). Sosyal Medya ve Dezenformasyon Tehdidinde Gazetecilik. *Aksaray İletişim Dergisi*, 4(2), 107-134.
- Aydın, A. F. (2020). Post-Truth Dönemde Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Pandemi Süreci. *Asya Studies*, 4(12), 76-90.
- Aydın, A. F. (2023). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Manipülasyon: 2023 Kahramanmaraş Depremi Örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 12(5), 2603-2624.
- Avrasya İncelemeleri Merkezi (2017). 1915 Olayları ve Türk-Ermeni Uyuşmazlığı, <https://www.mfa.gov.tr/data/DISPOLITIKA/brosur-tr.pdf> (28.05.2024)
- Çağlak, A. (2022). Büyük Taarruz Öncesi Hazırlıklar Kapsamında İcra Edilenkontr-İstihbarat ve Dezenformasyon Çalışmaları. Ertan, T.F. ve Unat K. (ed.), *100. Yılında Büyük Taarruz* içinde. Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Yayınları.
- Çalışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50), 254-277.
- Demirel, S., Kahraman, E., Gündüz, U & Durmaz, G. (Ekim, 2022). *Twitter'da Dezenformasyon Ve Yalan Haber Algısı Üzerine Bir Metin Madenciliği Çalışması: Lozan Antlaşmasının Gizli Maddeleri İddiasına Bir Bakış*. Anadolu Üniversitesi 19. Uluslararası İletişim Sempozyumunda sunulan bildiri, Eskişehir.
- Durmaz, S. (2023). Konstantin Bağışı Sahtekârlığı ve Lorenzo Valla'nın İfşasına Dair. Tansü, Y. E. (ed.), *Tarih Alanında Seçme Yazılar-IV* içinde. Gaziantep:Özgür Yayınları.
- Ellialtıoğlu, K., Topaloğlu, S., Duru, S. (ed.). (2015). *Askeri Tarih Belgeleri Dergisi*. 64 (134). Ankara: Genelkurmay Basımevi.
- Erdoğan, S. (2020). Büyük Taarruz Öncesinde Bir Dezenformasyon Başarısı: 'Deli' Halit Bey'in 19. ve 20. Tümenleri. *Harp Tarihi Dergisi*, (1), 73-93.

- Ermağan, İ. & Keskinoglu, M. (2019). Yeni Medya Veri Ekosistemi, Güvenlik ve Siber Tehditler: Trump Seçimi Üzerinden Küresel Siyasette Trollük Analizi. İçinde, Ahmet Y. Geleceğin Güvenliği. TASAM, 39-67.
- Gazete, R. (2022). Basın Kanunu İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/10/20221018-1.html>.
- Gürhani, E., & Taştan, H. (2019). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Kriz Yönetimi. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 3(4), 612-623.
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (32): 151-175.
- Ilgın, H. (2021). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Halkla İlişkiler İlişkisi. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 303-322.
- Ilgın, H.Ö (2022). *Dijital Dezenformasyon: Etki Alanı ve Mücadele Adımları*. A. Övür (Ed.), Dijital Devrim: (1. baskı) içinde (s. 163-173). İstanbul: Der Yayınları.
- Kaya, S. (2021). Sosyal Medyadaki Yalan Haberlerin Kişilerin Tercihleri Üzerine Etkisi: ABD Başkanlık Seçimi Örneği. *Communication and Technology Congress*, 907-914.
- Kiraz, E. (2019). Sosyal Medya ve Algı Yönetimi: İngilterenin Brexit Sürecinde Sosyal Medya Dezenformasyonu. *Paradoks Ekonomi Sosyoloji Ve Politika Dergisi*, 15(1), 1-16.
- Koçyiğit, A. (2022). Dijital Çağda Medyanın Psikolojik Gücü: Gündem Birleştirme Yaklaşımı Çerçevesinde Sosyal Medya Kullanımı Ve Algı Yönetimi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- MacDonald, E. (2017). The Fake News That Sealed the Fate of Antony and Cleopatra, The Conversation. <http://theconversation.com/the-fake-news-that-sealed-the-fate-of-antony-and-cleopatra-71287>.
- Montag, C., Błaszczewicz, K., Sariyska, R., Lachmann, B., Andone, I., Trendafilov, B., Eibes, M. & Markowetz, A. (2015). Smartphone Usage In The 21st Century: Who Is Active On Whatsapp?. *BMC Research Notes*, 8, 331. <https://doi.org/10.1186/s13104-015-1280-z>
- Özcan, M. (2018). Öznenin Ölümü: Post-Truth Çağında Güvenlik ve Türkiye. *İnsamer*, 1-12.
- Sarıoğlu, E. (2020). Yalan Haber, "Post-Truth" Kavramı ve Medya Üçlemesi: Geçmişten Günümüze Gündem Belirleyen Örnekler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9 (1), 377-397.
- Sayımer, İ. (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Silverman C. (2016). *This analysis shows how fake election news stories outperformed real news on Facebook*. BuzzFeed, Nov 16.
- Snelson, C. (2011). Youtube Across The Disciplines: A Review Of The Literature. *MERLOT Journal of Online learning and teaching*.7 (1), 159-169.
- Turan, Ş. "Lozan Antlaşması", *TDV İslâm Ansiklopedisi*, <https://islamansiklopedisi.org.tr/lozan-ant-lasmasi> (26.05.2024).
- Ulutaş, S., & Aktaş, H. (2010). Tekno nevrotik kaçış: Web 2.0. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 12, 126-147.
- Vida, I. K. (2012). The "Great Moon Hoax" of 1835. *Hungarian Journal of English and American Studies (HJEAS)*, 18(1/2), 431-441. <http://www.jstor.org/stable/43488485>
- Watson, C. A. (2018). Information Literacy In A Fake/False News World: An Overview Of The Characteristics Of Fake News And Its Historical Development. *International Journal of Legal Information*, 46(2), 93-96.
- Yeniçaktı, N. T. (2016). Hakla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 9(2), 92-115.

İNTERNET KAYNAKLARI

- URL-1 <https://datareportal.com/reports/digital-2024-april-global-statshot> (Erişim Tarihi: 20.05.2024).
- URL-2 <https://sozluk.gov.tr/?ara=dezenformasyon> (Erişim Tarihi: 20.05.2024).
- URL-3 <https://theconversation.com/the-fake-news-that-sealed-the-fate-of-antony-and-cleopatra-71287> (Erişim Tarihi: 20.05.2024).
- URL-4 <https://www.britannica.com/topic/Donation-of-Constantine> (Erişim Tarihi: 22.05.2024).
- URL-5 https://hoaxes.org/archive/permalink/the_great_moon_hoax (Erişim Tarihi: 22.05.2024).
- URL-6 https://tr.wikipedia.org/wiki/Büyük_Ay_Aldatmacası (Erişim Tarihi: 22.05.2024).
- URL-7 <https://www.malumatifurus.org/sakalli-bebek-haberini-rahmi-turanin-yaptigi-iddiasi/> (Erişim Tarihi: 26.05.2024).
- URL-8 <https://www.malumatifurus.org/sakalli-bebek-haberini-rahmi-turanin-yaptigi-iddiasi/> (Erişim Tarihi: 26.05.2024).
- URL-9 <https://www.repman.com.tr/tr/wp-content/uploads/2018/06/Sosyal-Linç-ve-Marka-Krizleri-Araştırması-RepStorm2018-V1.pdf> (Erişim Tarihi: 26.05.2024).
- URL-10 <https://comtalks.com/2011/02/01/yeni-nesil-kriz-yonetimi/> (Erişim Tarihi: 28.05.2024).
- URL-11 https://www.dni.gov/files/documents/ICA_2017_01.pdf (Erişim Tarihi: 28.05.2024).
- URL-12: https://inhak.adalet.gov.tr/Resimler/Dokuman/2312020093827bm_11.pdf (Erişim Tarihi: 28.05.2024).
- URL-13: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2024/04/24/statement-by-president-joe-biden-on-armenian-remembrance-day-3/> (Erişim Tarihi: 28.05.2024).
- URL-14: https://www.mfa.gov.tr/no_-68_-bazi-ulkelerin-yetkililerince-yapilan-beyanlar-hk.tr.mfa (Erişim Tarihi: 28.05.2024).
- URL-15: <https://x.com/armenia/status/1783020212373103060> (Erişim Tarihi: 29.05.2024).
- URL-16: <https://konda.com.tr/uploads/tr1811-barometre92-populist-tutum-ve-komploculuk-fd-42c35926ed872aadd055b0bc73accad73b2946c169b16af129b4b874660d9c.pdf>. (Erişim Tarihi: 29.05.2024).
- URL-17 <https://tv.haberturk.com/tv/programlar/video/gercek-fikri-ne-12-ocak-2019-lozan-antlasmasinin-gizli-maddeleri-var-mi/587995> (Erişim Tarihi: 29.05.2024).

SOSYAL MEDYADA DEZENFORMASYON VE SİYASET

Onur YANAR¹

GİRİŞ

Teknoloji çağıyla birlikte gelişen iletişim teknolojisi birçok yeniliği beraberinde getirmiştir. Dünya global olmaktan çıkıp herkesin birbiri ile istediği her an iletişim kurabildiği etkileşimde bulunabildiği bir alan haline gelmiştir. İnsanlar sosyal medya ağları sayesinde insanlar günlük hayatlarını kolaylaştırabilmekte eğitim, iş ve çalışma vb. alanda zamandan ve mekândan bağımsız olarak işlerini kolayca halledebilmektedir (Yüksel, 2023). Çağın en büyük icadı konumunda olan internet, öngörülemez bir ivmeyle büyümüş ve 50 sene içerisinde bütün Dünya'ya yayılarak günlük yaşantının en büyük yardımcısı konumuna erişmiştir. Sosyal medya bireylerin ilgi alanlarını, fikirlerini, tecrübelerini, bir durum hakkındaki görüş ve önerilerini, video, müzik haber ve fotoğraflarını paylaştıkları alan olarak ifade edilmektedir. Sosyal medyada bilginin hızlı bir şekilde yayılabilir olması, bireylerin farklı düşünce ve bakış açılarını keşfine imkan sağladığından, sosyal medyanın hızlı bir biçimde insan hayatının merkezinde konumlanmasını sağlamıştır (Atak, 2023). Gelişen yeni teknolojiler, günlük yaşamı kolay bir hale getirilmesinin yanı sıra bireyler arasındaki iletişim ve etkileşim biçimlerini de değiştirerek yeni olguların oluşmasına imkân sağlamaktadır.

Yeni medya araçları, geleneksel medya karşısındaki tüketici, izleyici, alıcı ve pasif konumda olan insanları bilgiyi üreten ve oluşturan, karşılıklı etkileşimde bulunan, seçici ve daha aktif bir konuma getirmiştir. Yeni medya araçlarının sağlamış olduğu bu etkileşimli içerikler, sosyal medya platformlarını daha cazibeli hale getirmektedir. Bazı araştırmacılar sosyal medyayı, bireyler arasındaki karşılıklı etkileşime destek olan, ortak ilgi alanlarına sahip insanların paylaşımını arttıran ve herkesin kendi kişisel profilini ve iletişim kurmak istediği arkadaş listesini oluşturma olanağı sağlayan platform olarak tanımlamaktadır (Güleç Solak ve Aydın, 2024). Bu nedenle sosyal medya internet ortamları içerisinde en

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Disiplinlerarası Kadın ve Aile Çalışmaları AD., onur_yanar@hotmail.com, ORCID iD: 0009-0002-6838-121X

ülkeler farklı yaptırımlar uygulamıştır. Tam anlamıyla neyin doğru neyin yanlış olduğu saptanamadığından dolayı spekülasyonlar hala devam etmektedir. Yeryüzünde insan ırkı yaşadığı sürece teknoloji daha fazla gelişecek bilgi paylaşımı ve aktarımı zirveye ulaşacaktır.

Dezenformasyon amacı ve türü ne olursa olsun toplumdan beslenmektedir. Oluşmasına ve yayılmasına neden olan faktörlere inilmediği taktirde alınan önlemler yetersiz ve işlevsiz kalacaktır. Devlet önlemlerinin yanı sıra toplumsal iş birliği ile koordineli bir şekilde yürütülen çalışmalarla sonuç almak mümkün olacağı söylenebilir.

KAYNAKLAR

- Aşkın, A.C. (2014). *Dezenformasyonun Küreselleşmesi Ve Bir Örnek Olarak Batı Basınında Nato'nun Kosova Harekâtı*. Yüksek Lisans Tezi, T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atak, C. (2023). *18 – 65 Yaş Arası Erişkin Bireylerde Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının Ve Sosyal Medya Bağlılığının Sosyal Anksiyeteye İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, T.C. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Darı, A. B. (2018). Sosyal Medya Ve Siyaset: Türkiye'deki Siyasi Partilerin Sosyal Medya Kullanımı. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 1-10.
- Doğan, İ. (2020). Siyasal Propaganda Ve Sosyal Medya. *Ahi Evran Akademi*, 1(2), 1-13.
- Güleç Solak, S., & Aydın, T. (2024). Siyasal İletişimde Milletvekillerinin Sosyal Medya Kullanımı. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(3), 975-1008. <https://doi.org/10.26745/Ahbvuidfd.1329003>
- Güngör, A. (2021). Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Sosyal Medya İle Siyaset Gündeminin Karşılaştırmalı Analizi. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 6(2), 75-91.
- İlgin, H.O. (2021). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Halkla İlişkiler İlişkisi, İletişim Çalışmaları Dergisi, 7(2), 303-322.
- İlgin, H.Ö (2022). Dijital Dezenformasyon: Etki Alanı ve Mücadele Adımları. A. Övür (Ed.), *Dijital Devrim: (1. baskı) içinde (s. 163-173)*. İstanbul: Der Yayınları.
- Sığırcı, T. (2014). *Dezenformasyonun Küreselleşmesi ve Bir Örnek Olarak Batı Basınında Nato'nun Kosova Harekâtı*. Yüksek Lisans Tezi, T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şahin, Y. (2017). Sosyal Medya Araçlarının Sivil İtaatsizlik Bağlamında Değerlendirilmesi. *Sosyal Ve Kültürel Araştırmalar Dergisi (SKAD)*, 3(5), 171-187.
- Tan, D., & Bayram, P. (2021). Covid-19 Sürecinde Siyasal Katılım: Sosyal Medya Üzerinden Bir İçerik Analizi. *Uluslararası Ekonomi Siyaset İnsan Ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 4(2), 37-47.
- Tütünsatar, A., & Okcu, M. (2020). Sosyal Medya Siyasal Katılım İlişkisi: Uygulamalar ve Olaylar Üzerinden Değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (36), 66-93.
- Yılmaz, L., & Ezici, E. (2017). Sosyal Medya Küçük Siyasal Partiler Açısından Yeni İmkanlar Sunuyor Mu?. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(Kayfor 15 Özel Sayısı), 1979-1989.
- Yüksel, İ. (2023). *Sosyal Medyada Şöhret Gelişim Süreci Yerel Ve Ulusal Sosyal Medya Ünlüleri*. Yüksek Lisans Tezi, T.C. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İNTERNET KAYNAKLARI

- URL-1: <https://Tr.Euronews.Com/2023/05/29/Abd-Secimleri-Yaklastikca-Yapay-Zeka-Ve-Dezenformasyon-Endiseleri-Artiyor> (Erişim Tarihi: 28.05.2024)
- URL-2: : <https://images.app.goo.gl/GYQDhDpq3mrU2mD98> (Erişim Tarihi: 28.05.2024)
- URL-3: <https://teyit.org/analiz> (Erişim Tarihi: 28.05.2024)
- URL-4: <https://images.app.goo.gl/S9nMJhTXhsJAWeb28> (Erişim Tarihi: 28.05.2024)
- URL-5: <https://teyit.org/analiz/> (Erişim Tarihi: 28.05.2024)
- URL-6: <https://www.msb.gov.tr/BasinveYayin/YalanHaber7> (Erişim Tarihi: 28.05.2024)
- URL-7: <https://www.msb.gov.tr/BasinveYayin/YalanHaber> (Erişim Tarihi: 28.05.2024)
- URL-8: <https://www.msb.gov.tr/BasinveYayin/YalanHaber> (Erişim Tarihi: 28.05.2024)
- URL-9: <https://www.msb.gov.tr/BasinveYayin/YalanHaber> (Erişim Tarihi: 28.05.2024)
- URL-10: <https://Www.Msb.Gov.Tr/Basinveyayin/Yalanhaber> (Erişim Tarihi: 28.05.2024)

SOSYAL MEDYADA DEZENFORMASYON VE EKONOMİ

Muhammet Emre FİDAN¹

GİRİŞ

Yeni medya araçları, günümüzde iletişim süreçlerini ve toplumsal etkileşimleri büyük ölçüde kapsamına almıştır. İletişim kavramı, uzun bir süreç sonrasında günümüzde post-modern dünyanın önde gelen araştırma alanlarından biri haline gelmiş ve sürekli olarak gelişim göstermektedir (Güngör, 2016). Sosyal medya, günümüzde haber alma, etkileşim ve bilgi paylaşımı için yaygın olarak kullanılan bir platform haline gelmiştir. Ancak, bu platformlar aynı zamanda yanıltıcı bilgi ve haberlerin de hızla yayılmasına olanak sağlamaktadır. Post-modern düzenin en etkili iletişim araçlarından biri olarak kabul edilen yeni medya platformları, bireylerin bilgiye erişimini, üretimini ve paylaşımını kolaylaştırmaktadır. Geleneksel medyadan farklı olarak yeni medya, interaktif ve katılımcı bir iletişim ortamı sunmaktadır. Yeni medya platformları, bireylerin kendi içeriklerini oluşturmasına ve bu içerikleri geniş bir kitleyle paylaşmasına olanak tanımaktadır. Bu durum, herkesin sesini duyurabilmesine ve çeşitli perspektiflerden bilgiye erişim sağlamasına imkân vermektedir. Ayrıca, yeni medya araçları, farklı görüşlere maruz kalma ve tartışma kültürünü güçlendirmektedir. İnternet üzerindeki forumlar, sosyal medya grupları ve diğer platformlar, insanların kendi düşüncelerini paylaşmalarını, diğer insanların görüşlerini anlamalarını ve toplumsal konularda etkileşimde bulunmalarını sağlamaktadır.

Yeni medyanın yansımaları sadece bireysel düzeyde değil, aynı zamanda toplumsal davranış ve değerlerin şekillenmesinde de belirgin bir rol oynamaktadır. Toplumun farklı kesimlerinden gelen insanların çeşitli içeriklere erişimi ve bu içerikleri değerlendirme biçimleri, genel toplumsal dinamikleri etkileyebilmektedir. Bu bağlamda yeni medya araçları, iletişim ve toplumsal etkileşim konularında önemli bir paradigma değişikliğine işaret etmektedir. Bu araçlar, bireylerin bilgiye daha kolay ulaşmasını sağlarken aynı zamanda toplumsal çeşitliliği artırarak farklı perspektifleri bir araya getirmektedir. Aynı zamanda

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yeni Medya ve İletişim AD., fdanemre75@gmail.com, ORCID iD: 0009-0003-8861-0048

ma becerileri geliştirilebilir. Ayrıca, sosyal medya platformları algoritmik denetimler ve yapay zekâ teknolojileri kullanarak yanıltıcı içerikleri tespit edip engelleyebilir. Bu bağlamda dezenformasyonla mücadelede proje görev yapacak ve uygulamaları önemlidir. Dezenformasyonla Mücadele Merkezi'nin (X)Twitter hesabı, sosyal medyada sahte ve yanıltıcı haberlerle mücadele etme bağlamında çok önemli bir rol oynamaktadır. Bu hesap, dezenformasyonun yayılmasını engellemeye yönelik uygulama pratiklerini ve stratejilerini paylaşarak farkındalık oluşturmayı hedeflemektedir. Bu çabalar, sosyal medyanın doğru bilgiye erişimini kolaylaştırarak toplumun bilinçlenmesine ve manipülatif içeriklere karşı direnç oluşturmaya katkı sağlamaktadır (Koçyiğit & Koçyiğit, 2023). Bu konuda iş birliği ve koordinasyon önemlidir, teknoloji şirketleri, medya kuruluşları, hükümetler ve sivil toplum kuruluşları bir araya gelerek çözüm odaklı çalışmalar yapmaları gerekmektedir. Bu bağlamda sosyal medyada dezenformasyon küresel ekonomik sistemler üzerinde ciddi tehditler oluşturduğu unutulmamalıdır. Mücadele için doğru adımlarla ve iş birliğiyle bu tehditlerle başa çıkılabilir ve daha sağlıklı bir dijital iletişim ortamı oluşturulabilmektedir.

KAYNAKLAR

- Alkan, A., Özyıldız, K. H., Güder, M., & Balci, B. (2022). Medya Araçlarının Kullanımı ile Hekime Güven Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Saha Araştırması: Isparta İli Örneği . *Türkiye Klinikleri Sağlık Bilimleri Dergisi*, 7, 233-41. doi:10.5336/healthsci.2021-81511.
- Aydın, A. F. (2023). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Manipülasyon: 2023 Kahramanmaraş Depremi Örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 12(5), 2603 - 2624. doi:https://doi.org/10.15869/itobiad.1283358.
- Başbuğ, B., & Lokmanoğlu, E. (2021). Sosyal Medya Paylaşımları Üzerinden Kripto Para İncelemesi: Global Bir Dijital Kanaat Önderi Olarak Elon Musk Örneği. *Social Sciences Studies Journal*, 7(88), 4277- 4295. doi:10.26449/sss.3520.
- Bayındır, B. (2017). İletişimin İki Aşamalı Akış Modelinin Yeniden Yorumlanması. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 7(4), 599-610. doi:10.7456/10704100/007.
- Çiğdem, A. (2020). İki Aşamalı Akış Kuramı Bağlamında Instagram'daki Ünlü Destekçiler Üzerine Bir Örnek Olay Çalışması. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6(1), 23-46.
- Dalaylı, F., & Fidan, M. E. (2024). Artificial Intelligence Applications Used in Wearable Technologies. In D. Yengin, & T. Bayrak, *Yeni Medya Çalışmaları Ve Yapay Zeka - I* (ss. 269-299). İksad Yayınevi.
- Fuchs, C. (2015). *Dijital emek ve Karl Marx*. NotaBene .
- Gözcü, Y. E. (2021). İki Aşamalı Akış Kuramı Bağlamında Dijital Medya Çağının Yorumlanması. *Academia*.
- Güngör, N. (2016). *Siyasal Kitabevi İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Siyasal Kitabevi.
- Huws, U. (2014). *Labor In The Global Digital Economy - The Cybertariat Comes of Age* . Monthly Rewiev Press New York .
- İlgin, H. Ö. (2021). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Halkla İlişkiler İlişkisi. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 303-322. doi:10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v07i2005.
- İlgin, H.Ö (2022). *Dijital Dezenformasyon: Etki Alanı ve Mücadele Adımları*. A. Övür (Ed.), Dijital Devrim: (1. baskı) içinde (s. 163-173). İstanbul: Der Yayınları.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). Digital transformation and disruption: On big data, blockchain, artificial intelligence, and other things. *Business Horizons*, 62(6), 679-681. doi:10.1016/j.bus-hor.2019.07.001.

- Kıran, Z. (2023). *Türkiye’de Dijital Ekonomi: Geleceğe Yönelik Adımlar*. Dijital Ekonomi : <https://www.dijitalekonomi.com.tr/> adresinden alındı
- Kırdemir, B. (2020). *Türkiye’nin Dezenformasyon Ekosistemi*. Genel Bakış. <https://edam.org.tr/https://edam.org.tr/wp-content/uploads/2020/07/T%C3%BCrkiyenin-Dezenformasyon-Ekosis-temi-Genel-Bak%C4%B1%C5%9F-Bar%C4%B1%C5%9F-K%C4%B1rdemir.pdf> adresinden alındı
- Koçyiğit, A., & Koçyiğit, M. (2023). Dijital Çağda Sosyal Medyada Dezenformasyonla Mücadele. A. B. Darı içinde, *Dijital Çağda Medya Araştırmalar* (s. 177-207). Paradigma Akademi Yayınları.
- Konuk, N. (2019). Bir Sosyal Medya Aracı Olarak Instagram Kullanımı Ve Kişisel İletişim Kaygısı Üzerine Üniversite Öğrencileri İle Araştırma. *EUropean Journal of Managerial Research (EJ-MR)*, 3(4), 1 - 26.
- Kurt, A. S. (2020). Dijital Dönüşümün Ekonomiye Etkileri: Türkiye Ekonomisi’ne Yansımaları. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30), 3083 - 3109. doi:doi.org/10.26466/opus.714393.
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.
- Topçu, E., & Çaycı, B. (2022). Sosyal Medyada Dezenformasyon: COVID-19 Pandemisi Örneği. *TAM Akademi Dergisi*, 1(2), 161 - 191. doi:10.58239/tamde.2022.02.005.x.
- Yaşın, C., & Cengiz, C. (2018, Mart 15). *İletişim Ansiklopedisi İletişim Bilimleri Hiper Görsel Kaynak*. yenimedya.info Web Sitesi: <http://yenimedya.info/2018/03/15/iki-asamali-akisi/> adresinden alındı.
- Yılmaz, Y. (2021). Dijital Ekonomiye Geçiş Süreci, Ölçümü ve Dijitalleşme Verimlilik İlişkisi. *İstanbul İktisat Dergisi - Istanbul Journal of Economics*, 71(1), 1-34. doi:10.26650/ISTJE-CON2021-931788.

İNTERNET KAYNAKLARI

- URL-1: <https://gq.com.tr/guncel/gamestop-olayi-nedir>. (Erişim Tarihi: 03.07.2024).
- URL-2: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-57576648>. (Erişim Tarihi: 03.07.2024).
- URL-3: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-46569331>. (Erişim Tarihi: 03.07.2024).
- URL-4: https://bigpara.hurriyet.com.tr/haberler/piyasa-haberleri/piyasalarda-2018-yilinda-bunlar-yasandi_ID1451400/. (Erişim Tarihi: 03.07.2024).

SOSYAL MEDYADA DEZENFORMASYON VE SAĞLIK

Meral KURTULMUŞ¹

GİRİŞ

Sosyal medya, herkes tarafından bilinen ve geniş çapta kullanılan bir etkileşim platformu olmasına rağmen, tarihsel süreçte bugünkü anlamıyla ortaya çıkmamıştır. Bilgisayar sistemleri tarafından başlangıçta hesaplama yapmak amacıyla geliştirilmiş, özellikle Soğuk Savaş döneminde askeri iletişimin merkezi bir unsuru haline gelerek bu süreçte internetin temelleri oluşturulmaya başlanmıştır. 1980'li yıllardan itibaren üniversitelerin de bu sisteme katılmasıyla birlikte büyük ölçüde hız kazanmıştır. (Solmaz ve Bekiş, 2020). Tek yönlü bilgi paylaşımı sağlamak ve bilgi birikimini depolamak amacıyla ortaya çıkan web 1.0 teknolojisi web sayfalarını kullanıcılara ifade ederek bilgiyi okuma fırsatı sunmuştur (Koçyiğit, 2015). Web 1.0 teknolojisinden sonra web 2.0 sistemlerinin 2004 yılında ortaya çıkmasıyla birlikte iletişim süreci tek yönlü iletişim modeli yerine karşılıklı iletişim sürecine başlamıştır (Aktaş ve Ulutaş, 2010). İkinci nesil internet dönemi olarak da adlandırılan web 2.0 dönemi sosyal ağların yaygınlaşmasını sağlayarak sosyal medya uygulamaları olan Facebook, Instagram, LinkedIn, X, blog, forum gibi platformları kullanmaya başlamışlardır (Kuyucu, 2015; Kapan ve Üncel, 2020; Yılmaz, 2021). Bu uygulamalarda kullanıcılar fotoğraf paylaşma, yorum yapma, beğeni yapma gibi içerik oluşturma ve içerik paylaşma imkânı bulmuştur (Sargin vd., 2020). Kişiler bu uygulamaları sınırsız iletişim, interaktif olma, arkadaş bulma, haber üretme ve edinme, alışveriş yapma, duyu, deneyim ve düşüncelerini paylaşma gibi nedenlerle de kullanmaktadır. Bu bağlamda yapılan etkileşimlerle birlikte sosyal medya uygulamalarının kullanımı artmaktadır. Ayrıca bu uygulamalar sadece kişiler tarafından değil kurum ve kuruluşlar tarafından da aktif olarak kullanılmaktadır (İnce, 2017; Mazurek vd., 2019). 4İnternet erişiminin üst düzeyde olduğu ve sosyal medya uygulamalarının günümüzde toplumun tüm kesiminde kullanılması yanlış haber ve bilgi içeriklerinin yayılmasını da arttırmaktadır. Yapılan bu çalışma

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Disiplinlerarası Kadın ve Aile Çalışmaları AD., meralkurtulmus17@gmail.com, ORCID iD: 0000-0002-6616-1638

KAYNAKLAR

- Aktaş, H., & Ulutaş, S. (2010). Tekno Nevrotik Kaçış Web 2.0. *Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 12, 126-147.
- Akyüz, S. S. (2020). Yanlış Bilgi Salgını: COVID-19 Salgını Döneminde Türkiye'de Dolaşıma Giren Sahte Haberler. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (34), 422-444. <https://doi.org/10.31123/akil.779920>.
- Arslan, Ş. (2022). Sosyal Medya ve Dezenformasyon Tehdidinde Gazetecilik. *Aksaray İletişim Dergisi*, 4(2), 107-134. doi:10.47771/aid.1102392.
- Aydın, A, F. (2020). Post-Gerçek Dönemde Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Pandemi Süreci. *Asya Çalışmaları*, 4(12), 76-90. <https://doi.org/10.31455/asya.740420>.
- Bozkurt, F. (2021). Covid-19 Pandemi Sürecindeki Sahte ve Yalan Haberlerin Bir Getirisi: İnfodeminin Türkiye Bağlamında İncelenmesi. *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 4(7), 135-151.
- Ceyhan, B., Atakır, K., & Özevci, G. (2022). Türkiye'deki Kadınların Meme Kanseri Tarama Yöntemlerine Yönelik Farkındalıklarının İncelenmesi. *Dünya Sağlık Ve Tabiat Bilimleri Dergisi*, 5(2), 123-133. <https://doi.org/10.56728/dustad.1206908>.
- Demirbaş, M, B., & Kantaş Yılmaz, F. (2022). Covid-19 Pandemisinin Sosyal Medya Yansımaları: İçerik Analizi Çalışması. Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi, 42(2), 218-231. <https://doi.org/10.55050/sarad.1076527>.
- Ergüney, M., & Kara, B. (2022). Covid 19 Aşısı İle İlgili İnfodeminin Bireylerin Aşı Olma Kararına Etkisi. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 12(2), 363-382.
- Erkan, G., & Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (29. Özel Sayısı), 202-223. <https://doi.org/10.31123/akil.458933>.
- Eroğlu, Ş., & Çakmak, T. (2020). Post-Truth Dönemini Anlamak: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Yeni Medya Araçları Kapsamında Bilgi Bozuklukları ve Doğrulama Algılarının Değerlendirilmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 39, 307-325.
- Fetzer, J. H. (2004). Disinformation: The Use of False Information. *Minds and Machines*, 14(2), 231-240. <https://doi.org/10.1023/B:MIND.0000021683.28604.5b>.
- Gevrek, O. (2023). Sosyal Medyadaki Dezenformasyon: Covid-19 aşıları Türkiye örneği. *İletişim ve Diplomasi*, (11), 27-55.
- Gölbaşı, S. D., Metintaş, S., & Önsüz M. F. (2022). Web Sitelerinde Yer Alan COVID-19 İle İlişkili Mitlerin İnfodemi Açısından Değerlendirilmesi: Bir İçerik Analizi. *Turk J Public Health*, 20 (1):138-151.
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı: 32, 151-175.
- Hülür, A. B. (2016). Sağlık İletişimi, Medya ve Etik: Bir Sağlık Haberinin Analizi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1). <https://doi.org/10.18026/cbusos.87810>.
- İlgin, H. Ö., & Kurtulmuş, M., (2023). Yeni Medya Uygulamalarında Dijital Annelik: Web Siteleri Üzerine Bir Analiz. 10. International Gap Summit Scientific Research Congress (Pp.683-692). Şanlıurfa, Turkey.
- İlgin, H. Ö. (2021). Sosyal Medyada Dezenformasyon Ve Halkla İlişkiler İlişkisi, *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 303-322.
- Inoue-Choi, M., Ramirez, Y., Cornelis, M. C., de González, A. B., Freedman, N. D., & Loftfield, E. (2022). Tea Consumption and All-Cause and Cause-Specific Mortality in the UK Biobank A Prospective Cohort Study. *Annals of internal medicine*, 175(9), 1201-1211. <https://doi.org/10.7326/M22-0041>.
- İnce, A. (2017). İşletmelerdeki Pazarlama Uygulamalarında Sosyal Medyanın Önemi ve Kampan-

- ya Örnekleri, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- İrak, H. (2022). Post-Truth Çağda Dijital Dezenformasyon: Covid-19 Aşı Karşıtı Haberler Üzerine Bir İnceleme, *Ahi Evran Akademisi*, 3(1), 115-129.
- Kapan, K., & Üncel, R. (2020). Gelişen Web Teknolojilerinin (Web 1.0- Web 2.0- Web 3.0) Türkiye Turizmine Etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 276-289.
- Karakaş, O., & Doğru, Y. B. (2021). Covid-19 Aşılarına Yönelik Üretilen Yeni Medya İçeriklerinin PostTruth Kavramı Bağlamında Analizi. *Asya Studies-Academic Social Studies / Akademik Sosyal Araştırmalar*, 5(16), 163-182.
- Kartal, N., & Erigüç, G. (2018). Sağlık İletişiminde Bir Unsur Olarak Sosyal Medya: Bir Sosyal İçerik Platformundaki Sağlık Haberlerinin İncelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(1), 569-587. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.339093>.
- Kaya, S. (2022). Post-Truth Çağında Covid-19 Aşısı Üzerinden Sosyal Medyadaki Kamusal Komplote Teorisi Üretimini İncelenmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32(1), 279-290. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.995633>.
- Kelebek, E., & Yıldırım, B. (2021). Covid-19 Pandemisinde Karantina Sürecine Girmiş Kişilerin İnternet Haber Siteleri ve Sosyal Medyadaki İnfodemiye İlişkin Tutumları. *Atatürk İletişim Dergisi*, (22), 33-64. <https://doi.org/10.32952/atauniiletisim.963918>.
- Koçyiğit, M. (2015). *Sosyal Ağ Pazarlaması* (1. Baskı). Eğitim Kitabevi.
- Kurtulmuş, M., & İlgin, H. Ö., (2022). Sosyal Medyada Sağlık İletişimi: #Sağlıkİletişimi Etiketini Üzerine İnceleme. *9 Th International "Communication In The New World" Congress* (Ss.76-84). Baku, Azerbaycan.
- Kuyucu, M. (2015). *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar* Twitter. Karakulakoğlu, S. A., & Uğurlu, Ö. (Edited by.), İçinde, Web2.0 Haçlı seferleri Twitter ile Ana Akım Medyanın Erişim Savaşı (ss. 145-181), Heretik Basın Yayın ve Ticaret Ltd. Şti.
- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., M., G. K., Menczer, F., & Zeitzoff, T. (2018). *The Science of Fake News. Science*, 359(6380), 1094-1096.
- Madsar, S. (2021). Sosyal Medya ve Hakikat Sonrası İlişkisi: Covid-19 Aşı Haberleri Üzerine Bir İnceleme. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi* (7), 48-63.
- Mazurek, G., Korzynski, P., & Gorska, A. (2019), "Social Media in The Marketing of Higher Education Institutions in Poland: Preliminary Empirical Studies", *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 7(1), .117-133.
- Narmanlı, D. (2022). Aşı Kararsızlığı Bağlamında Aşı Tartışmaları: Twitter'da Kovid-19 Örneği. *TRT Akademi*, 7(14), 28-57. <https://doi.org/10.37679/trta.1013435>.
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). Reuters Institute Digital News Report 2023. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Pınar Bölüktaş, R. & Durak, D. (2019). Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programlarının Kadın İzleyicilerin Sağlığa İlişkin Bilgi, Tutum Ve Davranışlarına Etkisi. *Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management*, 14(1), 57-72.
- Sargin, S., Oralhan, B., & Üvenç, A. S. (2020). Sosyal Medya Reklamcılığının Tüketici Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisinin Yapısal Eşitlik Modellemesi İle İncelenmesi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 20, <https://doi.org/10.31590/ejosat.793072>.
- Soğukdere, Ş. & Öztunç, M. (2020). Sosyal Medyada Coronavirüs Dezenformasyonu. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (5), 59-85.
- Solmaz, E., & Bekiş, T. Ö. (2020). Sosyal Medya Uygulamalarının Tüketim Eğilimine Etkisi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 44-67.
- Şirzad, N. (2022). Kovid-19 Sürecinde Aşı Kararsızlığı: Aşı Karşıtı Tweetlere İlişkin Bir Analiz. *TRT Akademi*, 7(14), 58-81. <https://doi.org/10.37679/trta.1010334>.
- Taşdemir, E., & Karadeniz, B. (2021). Covid-19 Pandemisi Hakkında Sosyal Medyada Üretilen Yalan Haberleri Doğrulama Platformları Üzerinden Okumak: Teyit.Org Örneği. *Karadeniz*

- Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 59-83. <https://doi.org/10.53495/e-kiad.1021029>.
- Topçu, E. & Çaycı, B. (2022). Sosyal Medyada Dezenformasyon: COVID-19 Pandemisi Örneği. *TAM Akademi Dergisi*, 1(2), 161-191. <https://doi.org/10.58239/tamde.2022.02.005.x>
- Topsakal, T. (2021). Dijital Ortamda Yanlış Bilgi ve Haberlerin Yayılması: Koronavirüs Salgın Haberlerine Dair Bir İnceleme. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİFE-Dergi)*, 6(1), 383-401. <https://doi.org/10.47107/inifedergi.867934>.
- Ünal, R., & Taylan, A. (2017). Sağlık İletişiminde Yalan Haber-Yanlış Enformasyon Sorunu ve Doğrulama Platformları. *Atatürk İletişim Dergisi*, (14), 81-100.
- Yelsiz, M., & Çalışkan Söylemez, Ş. (2023). İnfodemi: Covid-19 Aşıları Hakkındaki Paylaşımların Aşı Karşıtlığı Perspektifinden Değerlendirilmesi. *SDÜ Sağlık Yönetimi Dergisi*, 5(1), 52-72.
- Yıldırım, O. & İpek, İ. (2020). Yeni Koronavirüs Salgını veya Gündeme Gelen Sosyal İzolasyon ve Gönüllü Karantina Döneminde İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı. *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, (52), 69-94. <https://doi.org/10.47998/ikad.788255>.
- Yılmaz, Ö. (2021). Web 1.0, 2.0, 3.0 ve 4.0'ın Tarihi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 8(2), 351-359.
- Yumrutaş, M. (2022). Covid-19 Pandemi Sürecinde Aşı Haberleri ve Haber Doğrulama Platformları: "Doğruluk Payı" ve "Teyit" Örnekleri. *Etkileşim*, (9), 194-222. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2022.5.9.161>.

İNTERNET KAYNAKLARI

- URL-1: <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/> (Erişim Tarihi: 25.05.2024).
- URL-2: <https://teyit.org/analiz> (Erişim Tarihi: 28.05.2024).
- URL-3: <https://teyit.org/analiz/eklem-agrilarina-iyi-geldigi-iddia-edilen-mucizevi-aspirin-kuru> (Erişim Tarihi: 28.05.2024).
- URL-4: <https://teyit.org/analiz/mamografinin-zararli-oldugu-iddiasi> (Erişim Tarihi: 06.06.2024).
- URL-5: <https://teyit.org/analiz/her-gun-cay-icmenin-erken-olum-riskini-azalttiginin-kanitlandigi-iddiasi> (Erişim Tarihi: 07.06.2024).
- URL-6: <https://teyit.org/analiz/aci-kavunun-omurga-hastaliklari-ve-sinuzite-iyi-geldigi-iddiasi> (Erişim Tarihi: 07.06.2024).
- URL-7: <https://teyit.org/analiz/aloe-vera-bitkisi-kan-grubu-0-olanlari-zehirleyebilir-mi> (Erişim Tarihi: 07.06.2024).
- URL-8: <https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/zayiflama-ilaci-hayatini-karartti-100-kilodan-400e-cikti.rN1wUpuLykGT6Zlopf4MKA/ZNEHrqhB50KqjL1irlZ0AA> (Erişim Tarihi: 08.06.2024).

SOSYAL MEDYADA DEZENFORMASYON VE SİBER GÜVENLİK

Aykan ŞAHİN¹

GİRİŞ

Teknoloji dünya üzerinde yaşayan canlıların gündelik hayatını şekillendiren kavram olarak binlerce yıldır etki alanını geliştirmektedir. Teknoloji ve insan etkileşimi tarihsel süreç içerisinde birbirini domine eden kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. “Değişen ve gelişen bu düzen içinde sosyal medya uygulamaları ekonomik, siyasi, toplumsal yaşamın ve dönüşümün de bir parçası haline gelmeye başlamıştır” (İlgin, 2021). Toplumun yaşamsal alanına entegre olan sosyal medya bireylerin ve kamu iştiraklerinin bilgiye ulaşma ve bilginin ulaştırılması noktasında olumlu ve olumsuz kazanımlar edinmesine neden olmuştur. Sosyal medya platformları, kullanıcıların kolayca bilgi paylaşmasına olanak tanırken, aynı zamanda bu bilgilerin doğruluğunu doğrulamadan yayılmasına da zemin hazırlamaktadır (Wardle ve Derakhshan, 2017). Günümüzde, sosyal medya platformları giderek daha fazla insanın haberleri takip ettiği, fikirlerini paylaştığı ve iletişim kurduğu bir araç haline gelmiştir. We Are Social DIGITAL 2024 raporuna göre küresel çapta insanların %66’sından fazlasının internet erişimine sahip olduğu ve yaklaşık olarak 5 milyar insanın sosyal medya kullanıcısı olduğu düşünülmektedir (URL-1).

Sosyal medya kullanıcı sayıları ve küresel çapta bilginin dolaşım hızı göz önünde bulundurulduğunda güvenilir bilgiye ulaşılması başlıca sorun haline gelmektedir (İlgin ve Şahin, 2023). Sosyal Medya platformları aynı zamanda infodemi ve siber güvenlik tehditlerinin yayılması için de oldukça etkili bir zemin sunmaktadırlar. Infodemi, doğru veya yanıltıcı bilgilerin hızlı bir şekilde yayılması olarak tanımlanırken, siber güvenlik ise dijital platformlarda kişisel bilgilerin korunması ve çevrimiçi tehditlere karşı önlemler alınmasıyla bağlantılı kavramlar olarak açıklanmaktadır (Erdoğan, vd,2022; Çeliktaş, 2020). Sosyal medyada dezenformasyonun yayılması, toplumlar üzerinde ciddi etkiler doğurabilir. Yanlış bilgilerin hızla yayılması, kamusal algıyı şekillendirebilir, siyasi tartış-

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Disiplinlerarası Medya ve Kültürel Çalışmalar AD., aykanshn17@gmail.com, ORCID iD: 0000-0002-4512-431X

- Yapay zekâ ve makine öğrenimi, dezenformasyonu tespit etme ve yayılmasını engelleme konusunda güçlü araçlar sunmaktadır. Makine öğrenimi algoritmaları, sosyal medya platformlarında dolaşan içerikleri analiz ederek, yanlış bilgi taşıyan gönderileri belirleyebilir ve bunların yayılmasını sınırlandırıcı içeriklerin geliştirilmesine yönelik çalışmaların yapılması,

Dezenformasyonla mücadelede, sosyal medya platformlarının daha sorumlu ve şeffaf bir yaklaşım benimsemesi gerekmektedir. Algoritmik şeffaflık ve yanlış bilginin tespitine yönelik yapay zekâ tabanlı çözümler, dezenformasyonun yayılmasını önlemede kritik bir rol oynayabilir. Bunun yanı sıra, kullanıcıların dijital okuryazarlık düzeylerinin artırılması, yanlış bilgiye karşı daha dirençli bir toplum oluşturulmasına katkı sağlayacaktır. Yasal düzenlemeler ve uluslararası iş birlikleri de dezenformasyonla mücadelede önemli bir yer tutmaktadır. Sosyal medya platformlarının, kullanıcı verilerini koruma ve doğru bilgi yayma sorumluluğunu yerine getirmeleri, yasal çerçevelerle desteklenmelidir. Uluslararası düzeyde bilgi paylaşımı ve iş birliği, dezenformasyonun sınır ötesi etkilerini azaltmada etkili olabilir. Gelecekteki araştırmalar, dezenformasyonun siber güvenlik üzerindeki etkilerini daha derinlemesine inceleyerek, bu alandaki bilgi boşluklarını doldurabilir. Özellikle yapay zekâ ve makine öğrenimi tekniklerinin dezenformasyonla mücadelede nasıl kullanılabileceği üzerine yapılacak çalışmalar, önemli katkılar sağlayacaktır.

Sonuç olarak, sosyal medya, günümüzde bilgi paylaşımının en yaygın ve etkili araçlarından biri haline gelmiştir. Ancak, bu platformların sunduğu kolay erişim ve hızlı bilgi akışı, yanlış ve yanıltıcı bilgilerin hızla yayılmasına da olanak tanımaktadır. Dezenformasyon, toplumların bilgiye ulaşma süreçlerini olumsuz etkileyerek, bireylerin algılarını, davranışlarını ve kararlarını yanlış yönlendirebilmektedir. Bu durum, özellikle kriz anlarında, kamu düzeninin bozulmasına ve acil müdahale süreçlerinin aksamasına neden olabilmektedir. Sosyal medyada dezenformasyonun önlenmesi ve siber güvenliğin sağlanması için çok yönlü bir yaklaşım gereklidir. Bu bağlamda, yasal düzenlemeler, eğitim programları ve teknolojik çözümler bir arada değerlendirilmelidir. Gelecekteki araştırmaların, dezenformasyon ve siber güvenlik arasındaki ilişkinin daha derinlemesine anlaşılmasına katkıda bulunması beklenmektedir.

KAYNAKLAR

- Al-Zaman, M. (2019). Digital Disinformation and Communalism in Bangladesh. *China Media Research*, 15, 68-76.
- Boyd, D., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Çeliktaş, B. (2020). *Türkiye'de ve Dünyada Siber Güvenlik*. İstanbul: Efe Akademi Yayınevi.
- Dijk, J.V. (2018) *Ağ Toplumu* (Ö, Sakin, Çev.). İstanbul: Epsilon Yayınevi (Orijinal çalışma basım tarihi 1999).
- Efe, A. (2021). Yapay Zeka Odaklı Siber Risk ve Güvenlik Yönetimi. *Uluslararası Yönetim Bilişim Sistemleri ve Bilgisayar Bilimleri Dergisi*, 5(2), 144-165.

- Erdoğan, E., Semerci, P., Kafalı, B., & Çaytaş, Ş. (2022). *İnfodemi ve Bilgi Düzensizlikleri Kavramlar, Nedenler ve Çözümler*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Floridi, L. (2011). *The Philosophy of Information*. London: Oxford University Press.
- İlgin, H. Ö., & Şahin, A., (2023). Toplumsal Farkındalık Oluşturmada Bir Gündem Belirleme Aracı Olarak Reklamlar; Bankalar Üzerine Bir Değerlendirme. 10.International GAP Summit Scientific Research Congress.643-661 Şanlıurfa, Turkey
- İlgin, H.O. (2021). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Halkla İlişkiler İlişkisi, *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 303-322.
- İlgin, H.Ö (2022). *Dijital Dezenformasyon: Etki Alanı ve Mücadele Adımları*. A. Övür (Ed.), Dijital Devrim: (1. baskı) içinde (s. 163-173). İstanbul: Der Yayınları.
- Jack, C. (2017). *Lexicon Of Lies: Terms Form Problematic Information*, New York, Dy: Data& Society Research.
- Kılıç, S., & Alkan, R. M. (2018). Dördüncü Sanayi Devrimi Endüstri 4.0: Dünya ve Türkiye Değerlendirmeleri. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 29-49.
- Kiggins, R. D. (2014). US Leadership in Cyberspace: Transnational Cyber Security
- Köksöy, F. (2020). Avrupa Birliği'nin Siber Güvenlik Politikası: Kurumsalcılık mı Tutarlılık mı?. *Güvenlik Stratejileri Dergisi* 16, sy. 35
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). Beyond Misinformation: Understanding and Coping With The "Post-Truth" era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353-369
- M. Mijwil, M., Sadıkoğlu, E., Cengiz, E., & Candan, H. (2022). Siber Güvenlikte Yapay Zekanın Rolü ve Önemi: Bir Derleme. *Veri Bilimi*, 5(2), 97-105.
- Mutlu, N. (2023). Yanlış Bilgi ve Dezenformasyonla Mücadele: Kavramlar ve Uygulamalar. *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi* 5(13), 464-493.
- Özaydın, A. & Kumral, O. (2021). Dijital Yerlilerin Gözünden Dijital Okuryazarlık. *JRES*, 8(2), 362-377
- Özer, F. (2022). *Dijital Güvenlik: Dijital Ortamlarda Güvenle Var Olmak*. Y.L. Şahin (Ed.). Dijital Güvenlik: Dijital Ortamlarda Güvenle Var Olmak: (1.baskı) içinde (s.1-126). Eskişehir: SODİ-GEM Yayınları.
- Rakhmanova, U. (2018). Siber Uzayın Güvenleştirilmesi: Abd Örneği. *Cyberpolitik Journal*, 3(5), 45-61.
- Singer, P.W. (2018) *Siber Güvenlik ve Siber Savaş* (A, Atav, Çev.). Ankara: Buzdağı Yayınevi. (Orijinal çalışma basım tarihi 2014).
- Sillars, S. (1995) *İletişim* (N, Akın, Çev.). Ankara: Özgün Matbaacılık A.Ş. (Orijinal çalışma basım tarihi 1988).
- Tekke, A., & Lale, A. (2021). Sosyal Medyada Etik, Bilgi Manipülasyonu ve Siber Güvenlik. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 16(2), 44-62.
- Topçu, E., & Çaycı, B. (2022). Sosyal Medyada Dezenformasyon: COVID-19 Pandemisi Örneği. *TAM Akademi Dergisi*, 1(2), 161-191.
- Wardle, C. ve Derakhshan, H. (2017). "Information Disorder: Toward An İnterdisciplinary Framework For Research And Policy Making". Council of Europe report.
- Yankın, F.B. (2019). Dijital Dönüşüm Sürecinde Çalışma Yaşamı. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 7(2), 1-38
- Yıldırım, A., (2024), Türkiye'nin Siber Güvenlik Politikasının Eylem Planları Üzerinden Analizi, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16 (1): 23-47.
- Embel, E. (2016). Kronik: ABD Başkanlık Seçimleri. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 71(4), 1317-1323.
- Kiraz, E. (2019). Sosyal Medya ve Algı Yönetimi: İngiltere'nin Brexit Sürecinde Sosyal Medya Dezenformasyonu. *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 15(1), 1-16.

İNTERNET KAYNAKLARI

- URL-1: We Are Social DIGITAL 2024, <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/> Erişim Tarihi (25.04.2024).
- URL-2: Türkiye Cumhuriyeti Dijital Dönüşüm Ofisi, Dijital Dönüşüm, <https://cbddo.gov.tr/dijital-donusum/>, Erişim Tarihi (27.04.2024).
- URL- 3: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu. (2022) Türkiye’de Dijital Dönüşüm ve Dijital Okuryazarlık, <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/arastirma-raporlari/tu-rkiyede-dijital-do-nu-s-u-m-ve-dijital-okuryazarlik.pdf>, (28.04.2024).
- URL- 4: Ulusal Siber Güvenlik Stratejisi ve Eylem Planı (2020-2023) Hakkında Kanun. (2020, 29 Aralık). Resmî Gazete (Sayı: 31349) <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/12/20201229-9.pdf> Erişim Tarihi (27.04.2024).
- URL-5: We Are Social DIGITAL 2024 <https://wearesocial.com/us/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/> Erişim Tarihi (28.04.2024).
- URL-6: World Economic Forum The Global Risks Report 2024. https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2024.pdf Erişim Tarihi (29.04.2024).
- URL-7: Social Media ‘Bots’ Used To Boost Political Messages During Brexit Referendum, <https://www.city.ac.uk/research/impact/case-studies/social-media-bots-used-to-boost-political-messages-during-brexit-referendum> Erişim Tarihi (29.04.2024)
- URL-8: Dezenformasyonla Mücadele Merkezi Ne Yapar. <https://www.dmm.gov.tr/>, Erişim Tarihi (29.04.2024).
- URL-9: USOM Hakkında. <https://www.usom.gov.tr/hakkimizda> Erişim Tarihi (29.04.2024).
- URL-10: Ulusal Siber Güvenlik Stratejisi ve Eylem Planı. <https://cbddo.gov.tr/siber-guvenlik-stratejisi/> Erişim Tarihi (30.04.2024).
- URL-11: Ebeveyn Kontrolü. <https://siberay.com/ebeveyn-kontrolu> Erişim Tarihi (01.05.2024).
- URL-12: Dünyada ve Türkiye’de Siber Güvenlik Gerçekleri-1: İstatistikler, Analizler, Öngörüler Erişim Tarihi (03.05.2024)
- URL-13: 2024 Dijital Dünyada Güven Araştırması. <https://www.pwc.com.tr/tr/hizmetlerimiz/dijital-hizmetler/siber-guvenlik-danismanlik-hizmetleri/yayinlar/dijital-dunyada-guven-arastirmasi-2024.html> Erişim Tarihi (07.05.2024).

SOSYAL MEDYADA DEZENFORMASYON VE AFET

Nursena KARAARSLAN¹

GİRİŞ

Doğal afetler, dünya var olduğu andan itibaren tekrar eden ve toplumlarda endişe, kaygı, korku vb. duygulara sebep olan, insanlar üzerinde maddi ve manevi açıdan yıkıcı etkileri olan, doğal veya insan kaynaklı olaylardır. AFAD (Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı) ise açıklamalı afet yönetimi terimler sözlüğünde afeti, “toplumun tamamı veya belli kesimleri için fiziksel, ekonomik ve sosyal kayıplar doğuran, normal hayatı ve insan faaliyetlerini durduran veya kesintiye uğratan, etkilenen toplumun baş etme kapasitesinin yeterli olmadığı doğa, teknoloji veya insan kaynaklı olay” olarak tanımlanmaktadır (URL-1). Doğal afetler kendisinden daha çok sebep olduğu sosyal, ekonomik, psikolojik ve fiziksel zararları ile dikkat çekmektedir (Şahin & Zengin Demirebilek, 2023). Bu denli büyük ve yıpratıcı etkileri olan doğal afetlerin tamamen önlenmesinin imkansız olduğu bir dünyada afetlerin etkilerini azaltmak amacıyla bütünlük afet yönetiminin bir parçası olan risk yönetimi ve kriz yönetimi çalışmalarının yapılması bir hayli önem kazanmaktadır.

Bütünlük afet yönetimiyle beraber önem arz eden başka bir konu ise afet iletişimidir. Afet iletişiminde en büyük görev ve sorumluluk medyaya düşmektedir. Afetin bir sonucu olarak telefon hatlarının zarar görmesi veya endişe durumunda telefonlar ile bireyler arasında eş zamanlı aramalar gerçekleşmesi nedeniyle hatlarda çökmeler meydana gelebilmektedir. Bu aşamada medya en önemli bilgi kaynağı olarak kullanılmaktadır. Çünkü medyanın toplumu bilgilendirici ve gerektiğinde eğitici rolü vardır. Geleneksel medya ve sosyal medya aracılığıyla afet bölgesinden tek yönlü iletişimle veya çift yönlü iletişimle bilgi akışı sağlanmaktadır. Bu aşamada aktarılan bilgilerin doğruluğu, gerçeği ne kadar yansıttığı ve tarafsız olması önemlidir. Maalesef doğruluk payı olmayan, hatalı ilişkilendirilen veya çarpıtılan haberler gündemi gereksiz yere meşgul etmektedir. Bu haberler dezenformasyon kavramıyla açıklanabilir. Ilgın (2021), dezenformasyonu, yanlış bilgilerin

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Disiplinlerarası Kadın ve Aile Çalışmaları AD., nursenakaraarslan0110@gmail.com, ORCID ID: 0009-0003-9333-7162

Afet okuryazarlığı bilincinin artırılması ve geliştirilmesi, afetler konusundaki sıkıntılarının çözülebilmesi için nasıl bir Afet ve Acil Durum Bakanlığı gibi bir bakanlık kurulması gerekiyorsa dezenformasyon bilgi ve haberlere yönelik de böyle bir bakanlık ya da birim kurularak dezenformasyon bültenlerinin bu birimlerce yayınlanması ve toplumun tüm kesimlerine açık, anlaşılır bir dille iletilmesi sağlanmalıdır. Ayrıca dezenformasyon haberler sosyal medya okuryazarlığı ya da dijital medya okuryazarlığı da diyebileceğimiz farkındalık oluşturma ve bilinç geliştirme çalışmalarının aslında ne kadar önemli olduğuna, bunlarında eğitim sayesinde istenilen seviyelere getirilebileceğine dikkat çekmiştir. Anaokulu ve ilkokuldan itibaren çocukların kişisel gelişimlerine ve yaşlarına uygun şekilde hazırlanmış içeriklerle beraber zorunlu afet okuryazarlığı eğitimlerinin yanı sıra dijital medya okuryazarlığı eğitimlerinin de verilmesi, özellikle bu konuda gelecek nesilleri yetiştirecek olan öğretmenlerin ve öğretmen adaylarının farkındalıklarının artırılması önemlidir. Nasıl ki her şeyin başı sağlıksa aynı zamanda da her şeyin başı eğitimidir.

KAYNAKLAR

- Aryal, K. (2015). Hint haber kanalları için dersler: Nepal deprem raporlaması. *Kitle İletişim Araçları*, 4-10.
- Aydın, AF (2020). Post-Gerçek Dönemde Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Pandemi Süreci. *Asya Çalışmaları*, 4(12), 76-90. <https://doi.org/10.31455/asya.740420>
- Çakır, C. (2017). Sosyal Medyada Kişilik Hakları İhlalleri ve Koruma Yolları. *Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 7(2), 155-193.
- Dursun, Z. (2024). Afet Döneminde Medya Söylemleri. *EKEV Akademi Dergisi* (97), 305-319. <https://doi.org/10.17753/sosekev.1391142>
- Genç, F. (2008). Kriz İletişimi: Marmara Depremi Örneği. *Selçuk İletişim*, 5(3), 161-175.
- Gevrek, O. (2023). Sosyal Medyadaki Dezenformasyon: Covid-19 Aşısı Türkiye Örneği. *İletişim Ve Diploması* (11), 27-55. <https://doi.org/10.54722/iletisimvediplomasi.1358371>
- İlgin, H. Ö. (2021). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Halkla İlişkiler İlişkisi. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 303-322.
- İlgin, H. Ö., & Karagül, K., (2023). Kamu Hizmet Aracı Olarak Web Siteleri; Büyükşehir Belediyelerinin Afet Hizmetlerinin Değerlendirilmesi. *New Media Ankara Hacı Bayram Veli University Faculty of Communication* , no.14, 76-95.
- Kobak, K., & Soğukdere, Ş. (2021). Sosyal Medyadaki Dezenformasyon: 2021 Türkiye Orman Yangınları Örneği. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 4(2), 167-189. <https://doi.org/10.33464/mediaj.990600>
- Maddock, J., Starbird, K., Al-Hassani, H. J., Sandoval, D. E., Orand, M., & Mason, R. M. (2015). Characterizing online rumoring behavior using multi-dimensional signatures. In Proceedings of the 18th ACM conference on computer supported cooperative work & social computing (pp. 228-241).
- Nazlı Sine, R., & Soylu, B. (2023). Doğal Afet Haberlerinin Medyada Sunumu:6 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremleri Örneği. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 44-57.
- Özmen, S., & Aksoy, N. (2022, 6 30). Covid-19 Aşısı Okuryazarlığı ve Aşısı Tereddütü Düzeylerinin İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Uygulama Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 11(2), 550-558.
- Porsuk, A. Ö., & Cerit, Ç. (2021, 6 23). Sosyal Medyada Covid-19 Aşısı Tartışmaları: Ekşi Sözlük Örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 24(2), 347-360.

- Sayimer, İ. (2008). Sanal Ortamda Halkla İlişkiler. İstanbul: Beta Yayınları.
- Şahin, D. ve Zengin Demirbilek, E. (2023). Doğal Afet ve Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın Etkisi: Kahramanmaraş Merkezli Deprem Felaketi Üzerine Bir İnceleme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (51), 322-333. <https://doi.org/10.52642/susbed.1289335>
- Şahin, H. (2022). Türkiye’de COVID-19 Aşısı Karşıtlığının Nedenleri: Twitter Örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 579-593.
- Taşdemir, E., & Karadeniz, B. (2021, 12 31). Covid-19 Pandemisi Hakkında Sosyal Medyada Üretilen Yalan Haberleri Doğrulama Platformları Üzerinden Okumak: Teyit.Org Örneği. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 59-83.
- Topçu, E., & Çaycı, B. (2022, 11 1). Sosyal Medyada Dezenformasyon: COVID-19 Pandemisi Örneği. *TAM Akademi Dergisi*, 1(2), s. 161-191.
- Tran, T., Valecha, R., Rad, P., & Rao, H. R. (2020). An Investigation Of Misinformation Harms Related To Social Media During Humanitarian Crises. In *Secure Knowledge Management In Artificial Intelligence Era: 8th International Conference, SKM 2019, Goa, India, December 21–22, 2019, Proceedings 8* (Pp. 167-181). Springer Singapore.
- Usta, E. (2021). Afetlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Etik İkilemler: İzmir Seferihisar Depremi. *Afet ve Risk Dergisi*, 249-269.
- Ünal, R., ve Taylan A., (2017). Sağlık İletişiminde Yalan Haber – Yanlış Enformasyon Sorunu ve Doğrulama Platformları. *Atatürk İletişim Dergisi*, (14), 81-100.
- Zincir, O. (2013). Kriz Yönetimi ve Afetlerde Sosyal Medya Kullanımı. *İ.Ü. Siyasi Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 65-82.

İNTERNET KAYNAKLARI

- URL-1: <https://www.afad.gov.tr/aciklamali-afet-yonetimi-terimleri-sozlugu> (Son Erişim: 08.05.2024)
- URL-2: Anadolu Ajansı. (2023). Dezenformasyon afet bölgesini nasıl etkiledi? 14 Mayıs 2024 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/blog/dezenformasyon-afet-bolgesini-nasil-etkiledi/1815503> adresinden erişilmiştir.
- URL-3: <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/aktuel/usakta-100-liralik-battaniyelerin-fiyati-250-liraya-firladi-iddiasi/1815313>
- URL-4: T.C. Sağlık Bakanlığı. (2020). <https://covid19.saglik.gov.tr>: <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66494/pandemi.html>. Erişim. T. 22.05.2024.
- URL-5: Tr. Euronews (2023). <https://tr.euronews.com/2020/11/26/turkiye-covid-19-a-kars-50-milyon-doz-sinovac-as-s-icin-cin-ile-anlast> Erişim T. 22.05.2024.

SOSYAL MEDYADA DEZENFORMASYON VE SAVAŞ

Mislina SÖZER¹
Ezgi DEVLETLİ²

GİRİŞ

İnsanlık tarihinin başladığı andan itibaren var olan iletişim ilk olarak M.Ö. 384-322 yılları arasında yaşamış olan filozof Aristoteles tarafından incelenmiş ve modellenmiştir. Aristoteles'e göre iletişim doğrusal ve tek yönlüdür, karşıdaki alıcıyı etkileme amacı vardır. Aristoteles'in yapmış olduğu çalışma temelinde de baktığımızda iletişimin oluşum ve biçimi merak söz konusu olmuştur. Yıllar boyunca iletişim farklı sosyolog, filozof, psikolog vb. tarafından araştırılmıştır. 21. yüzyıla geldiğimizde ise iletişimin kanalları ve etki biçiminin farklı yönlerinin olduğunu görürüz. Latince kökenli olan "medium" kelimesi medya kelimesinin kökenini oluşturmaktadır. Medya kavramına kitle iletişim araçları ismi de verilmektedir. Medya uzun yıllar boyunca devletlerin ideolojilerini yayma aracı olarak kullanılsa da günümüzde medya daha geniş kitlelerin ulaşabildiği ve kendi iletişim alanlarını oluşturduğu mecralar olarak karşımıza çıkmaktadır. Yengin ve Bayrak'a (2023) göre medyayı şu şekilde tanımlayabiliriz: "iletinin aktarıldığı ya da kodlandığı alanları iletişim ortamı ya da aracı olarak nitelendirebiliriz. İletişim ortamı olarak tanımlanan medya; iletişim sürecinde iletilerin iletilmesini sağlayan araç ya da kanaldır" der. Sosyal medyanın aktif olarak kullanıldığı yeni medya döneminde bireylerin bilgiye ulaşım yolu gün geçtikçe artmaktadır. Bu durumun karşısında bireylerin sosyal medya mecraları üzerinden aktif içerik üreticileri konumuna gelmeleri ile bilgiler anlık olarak bireysel yollarla erişim ağına girmektedir. Son dönemde artış gösteren bireysel içerik ve haber üreticiliği ile bilginin doğruluğu sınanır bir hale gelmektedir. Nazife Güngör İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar kitabında sosyal medyanın tanımını şu şekilde yapmaktadır: "Yeni medya ya da sosyal medya internetin kullanıma girmesinin ardından gelişmeye başladı. Önceleri elektronik pos-

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yeni Medya ve İletişim AD., sozermislina09@gmail.com, ORCID iD: 0000-0002-3101-5622

² Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yeni Medya ve İletişim AD., devletliezgi@gmail.com, ORCID iD: 0009-0009-8951-5097

KAYNAKLAR

- Ataş, D. (2019). Psikolojik Savaş: Propaganda Ve Meşrulaştırma Stratejileri. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. İzmir.
- Aykutalp, A. (2017). Hız Siyaseti: Paul Virilio'nun Dromoloji Kuramı. *The Journal of Academic Social Science Studies*, (61), 429-440.
- Cengiz, G. (2021). Siber Suçlar, Sosyal Medya ve Siber Etik. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(3), 407-424.
- Çalışkan, S. (2019). Sosyal Medya Üzerinden Algı Savaşları: Zeytin Dalı Harekâtı Örneği. Milli Savunma Üniversitesi, Alparslan Savunma Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Güngör, N. (2013). *İletişim Kuramları ve Yaklaşımları*. Siyasal Kitabevi. Ankara.
- Huckin, T. (2016). Propaganda Defined. G. L. Henderson, & M. J. Braun içinde, *Propaganda and Rhetoric in Democracy: History, Theory, Analysis*
- İlgin, H. Ö., & Damla, K., (2023). Afet İletişimi ve Sosyal Medyada Dezenformasyon. Yeni Medya Araştırmaları Dil, imaj, fenomenler, teknoloji, dezenformasyon (pp.61-90), Gaziantep: Özgür Yayınevi.
- İlgin, H.Ö. (2021). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Halkla İlişkiler İlişkisi. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 303-322
- Canan-Sokullu, E. (2019). Savaş türleri. Güvenlik Yazıları Serisi, 22. doi: 10.13140/RG.2.2.31310.41283.
- Varlık, A. B. (2013). Savaşı Tanımlamak: Terminolojik Bir Yaklaşım. *Avrasya Terim Dergisi*, 1(2), 114-129.
- Virilio, P. (1998). *Hız ve Politika*. Metis Yayınları. İstanbul.
- Yayla, M. (2013). Hukuki Bir Terim Olarak "Siber Savaş". *TBB Dergisi*, 178-202.
- Yengin, D., & Bayrak, T. (2023). *Yeni Medya Kuramı ve Yaklaşımları 101*. Der Yayınları. İstanbul.
- Yoloğlu, N. (2021). Aktüel Enformasyonun Yeni Yol Haritası: Dezenformasyon. S. S. Akyüz içinde, *Dezenformasyon Çağı*. Eğitim Yayınevi. Konya.

İNTERNET KAYNAKLARI

- URL-1: <https://dcnglobal.net/war-in-the-digital-age>
- URL-2: <https://www.dogrula.org/dogrulamalar/fotograf-zara-tarafindan-uretilen-davud-yildizi-baskili-urunu-mu-gosteriyor/>
- URL-3: <https://teyit.org/analiz/zaranin-israil-bayragi-temali-sweatshirt-urettigi-iddiasi>
- URL-4: <https://x.com/CheckZOfficial/status/1781336015929536539>
- URL-5: <https://teyit.org/analiz/gorsel-siber-saldirilarin-ardindan-karanliga-gomulen-tel-avi-vi-mi-gosteriyor>
- URL-6: <https://teyit.org/analiz/goruntulerin-2018de-bir-gaz-patlamasindan-kurtulan-kadina-a-it-oldugu-iddiasi>
- URL-7: <https://teyit.org/analiz/goruntulerin-2018de-bir-gaz-patlamasindan-kurtulan-kadina-a-it-oldugu-iddiasi>
- URL-8: <https://www.trthaber.com/haber/dunya/fotografiyla-rusya-ukrayna-savasinin-simgesi-olan-olena-kurilo-savasin-ikinci-yilinda-evine-dondu-839830.html>

SOSYAL MEDYADA DEZENFORMASYON VE ŞİDDET

Gözde ÖNİER ¹

GİRİŞ

Teknolojinin bir an bile yerinde saymadığı, gelişim ataklarının ardı sıra birbirini takip ettiği dijital çağ olarak da adlandırılan bir zaman dilimi içinde yaşamaktayız. Bu çağ dijitalleşme sürecini hemen her yönümüzde hissettirmesinin yanında birçok günlük akışımızı da revize ederek yeniden şekillendirmektedir. Zaman ve mekan sınırlamasının yok olup küresel bağlantıların kurulması, çalışma yaşamının ağ bağlantıları içinde sürdürülmesi, kültürel alışverişin genişlemesi gibi değişimlerin yanında belki de en önemlisi kişilerarası iletişim nezdinde gerçekleşmiştir. Sosyal, kültürel, ekonomik anlamlarda farklı şekilleriyle yeniden inşa edilen kişilerarası iletişim, yaşanan teknolojik gelişimlerle bireylere birbirinden farklı platformlarda iletişim kurma fırsatı sunmuştur. Söz konusu platformların en kapsamlısı şüphesizdir ki sosyal medya olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya, ağ bağlantısı üzerinde insanların iletişim kurduğu, bilgi alışverişi yaptığı, içerik paylaştığı ve etkileşimde bulunduğu çeşitli platformları kapsayan geniş bir kavramdır. Her geçen gün kullanıcı sayısı ve etkisi artarak devam eden sosyal medyayı kavram olarak açıklamak gerekirse 'Kullanıcıların internet teknolojileri vasıtasıyla iletişim ve etkileşimini sağlamaya yarayan araç, servis ve uygulamalar bütünü' şeklinde ifade edilebilir (Shin ve Lwin, 2022). Bu platformlar arasında Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok gibi birçok popüler site sayılabilmektedir. Kullanıcılar iletişim kurma, eğlence ve vakit geçirme gibi amaçlarla kullanım sağladığı gibi haber alma-yayma gibi amaçlarla da kullanım sağlamaktadır. Kullanıcıların birden çok ihtiyacına aynı anda cevap verme potansiyeli barındıran sosyal medya platformları söz konusu özellikleri sayesinde inanılmaz bir kullanım evrenine ulaşmıştır. Kullanıcı sayısını ve aktif zaman geçirme sürelerini her geçen gün arttırmaya devam eden sosyal medya platformları, bilgilerin ve haberlerin aktarıldığı yer olarak algılanmakta bu bağlamda da haber kaynağı olarak görülmektedir. Bilgi yayılım

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Disiplinlerarası Yeni Medya ve İletişim AD., xxgozdeonier@hotmail.com, ORCID iD: 0009-0005-5730-638X

GÖRÜŞLER VE ÖNERİLER

Teknolojik gelişmelerin sonucunda hayatımıza katılan birçok değişkenden biri de sosyal medya platformlarıdır. Sosyal ağlar yalnızca günlük akış rutinlerimizi, iş yapış şekillerimizi, sosyalleşme düzeylerimizi değiştirmekle kalmayıp bilgi ve haber edinme yöntemlerimizi de revize etmiştir. Sosyal medya platformlarında bulunan bu devasa bilgi ve haber havuzu her ne kadar akış hızını arttırmış olsa da kullanıcılarının özgürlükçü paylaşım ilkeleri akabinde denetimsizliği ve dezenformasyonu beraberinde getirmektedir. Paylaşılan yanlış bilgi ve haberlerin manipülasyon ve propaganda etkisi etkileşimde bulunan tüm kullanıcıları radarına alabilmektedir. Bu noktada paylaşım içeriklerinde bulunan şiddet olgusu da ortaya çıkan dezenformasyon durumunu daha da vahimleştirebilmekte, kullanıcı skalasında bulunan tüm bireylerin algılarında etki yaratabilmektedir. Bu durum karşısında öncelikle dijital okuryazarlığın artırılması ile kullanıcıların yanıltıcı içerikleri nasıl tanıyacaklarını ve doğruluklarını nasıl kontrol edecekleri noktasında farkındalık kazandırılmalıdır. Sosyal medyanın algoritma tabanlı bir yapıya sahip olması nedeniyle kullanıcılarını ilgilendiği içerik çerçevesinde konumlandırmaktadır. Fakat söz konusu içeriklerin kaynak doğruluğu tespit edemediği gibi kullanıcılar yanıltıcı içeriklere defalarca maruz kalabilmektedir. Bu noktada sosyal ağ platformlarına sorumluluk yüklemek doğru bir hamle olabilmektedir. Bu noktada kamu kurumlarının katılımı ile medya ve sivil toplum kuruluşları arasında iş birliği ve ortak standartlar oluşturularak dezenformasyonla mücadelede daha etkili bir hal alabilmektedir.

Sosyal medya dezenformasyonu ve şiddet, karmaşık ve çok boyutlu bir sorundur. Bu sorunları çözmek için platformlar, kullanıcılar, hükümetler, medya ve sivil toplum kuruluşları arasında iş birliği ve ortak çaba gerekmektedir. Ayrıca, şeffaflık, hesap verebilirlik ve kullanıcı güvenliği konularına odaklanarak daha etkili çözümler geliştirilebilir.

KAYNAKLAR

- Aşan, H. (2024). 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremi Sonrası Afet Yönetimi Açısından Sosyal Medya Hesaplarının Güvenirlik Analizi ve Değerlendirilmesi. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 15(1 -Deprem Özel Sayısı-), 411-429. <https://doi.org/10.54688/ayd.1412907>.
- Baran Görgün, A., Sarıtaş, C. T., ve Kütük Şahin, B. (2017). Medyada kadına yönelik şiddet haberlerinin içerik ve sunum açısından analizi: Beyazgazete.com örneği, *Sosyoloji Konferansları*, 55(1), 107-132.
- Çalışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi* (50), 254-277.
- Çömlekçi, M. F. (2019). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Haber Doğrulama Platformlarının Pratikleri. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(3), 1549-1563. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.583825>.
- Cebecioğlu, G., & Altıparmak, İ. B. (2017). Digital Violence: A Research on Social Networks. *Sakarya University Journal of Education*, 7(2), 423-431. <https://doi.org/10.19126/suje.305282>.
- Çelik, F. (2024). Medya ve Şiddet: Bir Bibliyometrik Analiz. *TRT Akademi*, 9(20), 34-54. <https://doi.org/10.37679/trta.1395640>.
- Çınar, Ö. (2021). Sosyal Medyada Şiddet. *Journal of Management Theory and Practices Research*, 2(1), 37-44.

- Ertem, Y. (2019), *Sosyal Medyada Dezenformasyon*, Marmara Üniversitesi RTS Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Gönenli, G., & Hürmeriç, P. (2012), *Sosyal Medya: Bir Alan Çalışması Olarak Facebook Kullanımı*, Tolga Kara ve Ebru Özgen (Ed.), Sosyal Medya Akademisi içinde, Beta Yayıncılık: İstanbul.
- Güngör, N. (2022). *İletişim, Kuramlar, Yaklaşımlar*, 6. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (32): 151-175.
- İlgin, H.O. (2021). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Halkla İlişkiler İlişkisi, *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 303-322.
- İlgin, H.Ö (2022). *Dijital Dezenformasyon: Etki Alanı ve Mücadele Adımları*. A. Övür (Ed.), Dijital Devrim: (1. baskı) içinde (s. 163-173). İstanbul: Der Yayınları.
- Kehya, R. Ö. (2018). *Çevrimiçi Medya ve Suskunluk Sarmalı*. SDÜ İfade, 1(1), 42-61.
- Keskinkaya, E. (2021). Gerçekliğin Yeniden İnşasında Sosyal Medya Ve Hakikat Ötesi Düşüncenin Simbiyotik İlişkisi. *Yeni Medya*, (11), 1-17.
- Kobak, K., & Soğukdere, Ş. (2021). Sosyal Medyadaki Dezenformasyon: 2021 Türkiye Orman Yangınları Örneği. *Uluslararası Medya Ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 4(2), 167-189. <https://doi.org/10.33464/mediaj.990600>.
- Kırtış, K. A., & Karahan, F. (2011). *To be or not to be in social media arena as the most cost-efficient marketing strategy after the global recession*. Procedia Social and Behavioral Sciences. 4 (2011), pp. 260-268.
- Furat, M. (2023), *Medyada Kadına Yönelik Şiddetin Temsiliyetine İlişkin Bir Değerlendirme*, Dosya Beşeri ve Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar XXVI, Eğitim Yayınevi (1. Baskı).
- Özdemir, S. S., Özdemir, M., Polat, E., Aksoy, R. (2014). Sosyal Medya Kavramı Ve Sosyal Ağ Sitelerinde Yer Alan Online Reklam Uygulamalarının İncelenmesi. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(4), 58-64. <https://doi.org/10.17339/ejovoc.96993>.
- Özer, Ö. (2017). Medyada Şiddet Kullanımı: Şiddet Ekonomisi, Medyanın İdeolojik Şiddeti ve Yetiştirme Kuramı Açısından Bir Değerlendirme. *Marmara İletişim Dergisi* (27), 1-19.
- Özer, Ö. (2024). Medyada Şiddetin Temsili. *TRT Akademi*, 09(20), 5-33. <https://doi.org/10.37679/trta.1428964>.
- Şahin, Z. B. (2023). Dezenformasyonla Mücadelede İfade Özgürlüğü: İçeriğin Korunması ve 29. Madde. *Yeni Medya* (15), 282-299. <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1339504>.
- Seçgin, L., & Tari Selçuk, K. (2023). Sanal Ağların Distopyası: Kadına Yönelik Dijital Şiddet. *Dünya İnsan Bilimleri Dergisi*, 2023(1), 203-217. <https://doi.org/10.55543/insan.111095>.
- Serin, E., & Ünlü, S. (2024). Sosyal Medya Çağının Salgını Bilgi Dezenformasyonu: Twitter Üzerinden 6 Şubat Kahramanmaraş Depremi Hakkında Bir Değerlendirme. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 1-16. <https://doi.org/10.59534/jcss.1333439>.
- Shin, W. & Lwin, MO (2022). Dijital nüfuzun yüksek olduğu ülkelerde çocukların dijital medya kullanımına ilişkin ebeveyn aracılığı: Singapur ve Avustralya'dan bakış açıları. *Asya İletişim Dergisi*, 32 (4), <https://doi.org/10.1080/01292986.2022.2026992>.
- Soğukdere, Ş., & Öztunç, M. (2020). Sosyal Medyada Koronavirüs Dezenformasyonu. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi* (5), 59-85.
- Sungar, A. İ. (2024). *Devlet Kurumlarının Kriz Dönemlerinde Dezenformasyonla Mücadele Örneği: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığının Deprem Bültenleri Analizi*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Tunçer, Ç. (2020). Sosyal Medya ve Şiddet: Ekşi Sözlük'te Çinli Algısı. *İnsan ve İnsan*, 7(25), 65-84. <https://doi.org/10.29224/insanveinsan.745785>.
- Yaşın, C., & Cengiz, C. (2020, Nisan 21). *George Gerbner'in Yetiştirme Kuramı*. İletişim Ansiklopedisi: <http://yenimedya.info/2020/04/24/cultivation/> adresinden alındı.
- Yengin, D. ve Bayrak, T. (2023). *Yeni Medya Kuram ve Yaklaşımlar 101*. Der Yayınları.

İNTERNET KAYNAKLARI

URL-1: <https://webrazzi.com/2012/10/22/sosyal-medyanin-kisa-tarihi-infografik/>

URL- 2: <https://www.iienstitu.com/blog/dezenformasyon-ne-demek>

URL-3: <https://twitter.com/iletisim/status/1624093392778022913>

URL-4: <https://kadem.org.tr/medyada-siddet-gorunurlugune-iliskin-kamuoyu-aciklamasi/>

URL-5: <https://medyabar.com/makale/11324519/zulfikar-ozcelik/ne-izlersen-o-olursun>

SOSYAL MEDYADA DEZENFORMASYON VE KADIN

Damla KARAGÜL¹

GİRİŞ

Hızla büyüyen çevrimiçi sosyal ağlar, milyonlarca kullanıcı için her türlü bölgesel ve küresel haberlerin önemli bir kaynağı haline gelmektedir. Fakat ucuz, sınırsız ve kolay iletişim, anlık haber ve bilgi edinme gibi avantajlarının yanında sosyal medya birçok dezavantajı da bünyesinde barındırmaktadır (Aïmeur, Amri ve Brassard, 2023). Özellikle “kasıtlı yayılan yanlış bilgi” olarak tanımlanan dezenformasyon, sosyal medyanın dezavantajları noktasında önemli bir konudur (Ozao ve Takashima, 2023). I. Dünya Savaşı sırasında İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri ve II. Dünya Savaşı sırasında Nazi Almanya’sı tarafından kamuoyunu manipüle etmek için bir propaganda aracı olarak yayılan dezenformasyon, sosyal medya aracılığıyla dünya çapında bir etkiye sebep olarak kamuoyunu daha büyük ölçekte manipüle etme imkanı bulmaktadır (Posetti ve Matthews, 2018; Mimizuka, 2020). Avrupa Komisyonu’na (2018) göre dezenformasyon olgusu, “kamuya zarar vermek veya kâr sağlamak amacıyla kasıtlı olarak tasarlanmış, sunulan ve tanıtılan yanlış veya yanıltıcı bilgi” olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde sosyal medya aracılığıyla dezenformasyon konusu ciddiyetini artırmakta hem bireyler özelinde hem de toplum genelinde karmaşık ve çözülmemiş bir sorun olarak risk barındırmaktadır.

Sosyal medyada dezenformasyon çoğunlukla siyaset, ekonomi, sağlık, ulusal ve uluslararası politikada tartışma konusu olsa da olgunun çarpıcı bir toplumsal cinsiyet boyutu da bulunmaktadır (Esposito, 2023). Toplumun önemli bir parçası olan kadın, dezenformasyonun yarattığı baskılara maruz kalmakta, çevrimiçi ortamda saldırıyla karşılaşmaktadır. Bu baskı ve saldırılar genel itibarıyla siyasi alan ve toplumdaki kadın düşmanlığı olmak üzere iki şekilde kendisini göstermektedir (Ouyang vd., 2021). Toplumdaki kadın düşmanlığını yansıtan dezenformasyonlar ise cinsiyete dayalı dezenformasyon, cinsiyete dayalı şiddet ve tacizi tetikleyici dezenformasyon, üreme hakları gibi sağlıkta yanlış bilgi-

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Disiplinlerarası Kadın ve Aile Çalışmaları AD., damlakaragül1@gmail.com, ORCID iD: 0003-2947-7032

formasyondan nasıl etkilendiğine yönelik bilinçlendirilmesi, farkındalık oluşturulması gerekmektedir. Toplumsal cinsiyet stereotiplerine dayalı yanlış bilgilerin kasıtlı ve kötü niyetli şekilde yayılması, kadınları toplum nezdinde küçük düşürücü, dışlayıcı söylemlerin kullanılması bir tür kadına yönelik çevrimiçi şiddet olarak değerlendirilmektedir. Kadına yönelik çevrimiçi şiddet kapsamına giren, kadını hedef alan sosyal medya dezenformasyonu önlenmesi gereken bir durumdur. Bu nedenle özellikle sosyal medya platformlarının yöneticileri ve blog yazarları bu konuda hassaslaşmalı; Devlet Organları, STK'lar ve Üniversiteler gibi kamu kurum ve kuruluşları iş birliğinde bulunarak dezenformasyonu önleyici çalışmalar gerçekleştirmelidir. Kadınların çevrimiçi ortamda sesini duyurabilmesi, güvende ve özgür hissetmesi sağlanmalı; dezenformasyonun mağduru değil, önleyicisi konumunda olmaları için çalışmalar gerçekleştirilmelidir.

KAYNAKLAR

- Aimeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Social Network Analysis and Mining*, 13(1), 30.
- Algül, A., & Sütcü, C. S. (2015). Değişen haber algısı: Kullanıcılar sosyal medyada haberleri nasıl değerlendiriyorlar. *Global Media Journal TR Edition*, 6(11), 18-34.
- Almenar, E., Aran-Ramspott, S., Suau, J., & Masip, P. (2021). Gender differences in tackling fake news: Different degrees of concern, but same problems. *Media and Communication*, 9(1), 229-238.
- Al-Zaman, M. S. (2021). COVID-19-related social media fake news in India. *Journalism and Media*, 2(1), 100-114.
- Arun, C. (2019). On WhatsApp, Rumours, and Lynchings. *Economic and Political Weekly* 54: 30-36
- Avaaz. (2021). *Avaaz'dan Almanya federal seçimleri öncesinde dezenformasyon ve sosyal medyaya dair bir analiz*. Deutschlands Desinformations-Dilemma 2021. 15.04.2024 tarihinde https://secure.avaaz.org/campaign/de/bundestagswahl_2021/ adresinden erişilmiştir.
- Avrupa Komisyonu. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation.
- Barney, N. & Wigmore, I. (2023). Deepfake AI. Redrieved from. 03.04.2024 tarihinde <https://www.techtarget.com/whatis/definition/deepfake> adresinden erişilmiştir.
- Buchanan, T. (2020). Why do people spread false information online? The effects of message and viewer characteristics on self-reported likelihood of sharing social media disinformation. *Plos one*, 15(10), e0239666.
- Desai, A. N., Ruidera, D., Steinbrink, J. M., Granwehr, B., & Lee, D. H. (2022). Misinformation and disinformation: the potential disadvantages of social media in infectious disease and how to combat them. *Clinical Infectious Diseases*, 74(Supplement_3), 34-39.
- Eldeniz, L. (2010). *İkinci medya çağında internet*. İstanbul: Alfa.
- Esposito, E. (2023). Conceptualizing online gendered and sexualised disinformation. The Routledge Handbook of Discourse and Disinformation.
- Floridi, L. (2013). *The philosophy of information*. OUP Oxford.
- Göksel, A. G., & Akgül, A. (2021). Üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya güven düzeylerinin incelenmesi. *Sportre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 19(4), 241-256.
- Harper, R. A. (2010). The social media revolution: exploring the impact on journalism and news media organizations. *Inquiries Journal/Student Pulse*. Erişim Adresi (05.04.2024): <http://www.inquiriesjournal.com/a?id=202>

- Herrero-Diz, P., Pérez-Escobar, M., & Sánchez, J. F. P. (2020). Gender disinformation: analysing hoaxes on Maldito Feminismo. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 18(2), 188-215.
- Hilary, I. O., & Dumebi, O. O. (2021). Social media as a tool for misinformation and disinformation management. *Linguistics and Culture Review*, 5(S1), 496-505.
- Ile, C. M. & Okoye, R. O. (2017). Utilization of social media by online entrepreneurs for successful customer awareness in anambra state, Nigeria. *Online Journal Of Arts, Management & Social Sciences*, 2(1):164-172.
- Ilgin, H.O. (2021). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Halkla İlişkiler İlişkisi, *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 303-322.
- Ilgin, H. Ö. (2022). *Dijital dezenformasyon; etki alanı ve mücadele adımları*. Dijital Devrim (pp.163-173), İstanbul: Der Yayınevi.
- Institute for the Future (2018). State-sponsored trolling how governments are deploying disinformation as part of broader digital harassment campaigns.
- İnce, M., & Koçak, M. C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 736-749.
- Johnson, T. J., Bichard, S. L., & Zhang, W. (2009). Communication communities or “cyberghettos?": A path analysis model examining factors that explain selective exposure to blogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(1), 60-82.
- Jones, M. O. (2021). State-aligned misogynistic disinformation on Arabic Twitter: The attempted silencing of an Al Jazeera journalist. *Open Information Science*, 5(1), 278-297.
- Judson, E., Atay, A., Krasodonski-Jones, A., Lasko-Skinner, R., & Smith, J. (2020). Engendering hate: The contours of state-aligned gendered disinformation online.
- Kanozia, R., Arya, R., Singh, S., Narula, S., & Ganghariya, G. (2021). A study on fake news subject matter, presentation elements, tools of detection, and social media platforms in India. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 9(1), 48-82.
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, *Business Horizons*, 53(1): 59-68
- Keser, Ç. (2019). Sağlık yayıncılığında Dezenformasyon: Zahide Yetiş'le programı örneği (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey)).
- Mimizuka, K. (2020). フェイクニュース」時代におけるメディアリテラシー教育のあり方. *社会情報学. Rethinking Media Literacy in The Age of Online Disinformation: A Review of Global Discourse and Challenges*, *New York University* 8(3), 29-45.
- Muigai, J. W. W. (2019). Understanding fake news. *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)* 9: 29–38.
- Mukherjee, R. (2020). Mobile witnessing on WhatsApp: Vigilante virality and the anatomy of mob lynching. *South Asian Popular Culture* 18: 79–101
- Notley, T., Dezuanni, M., Zhong, H. F., & Howden, S. (2017). News and Australian children: How young people access, perceive and are affected by the news.
- Oates, S., Gurevich, O., Walker, C., & Di Meco, L. (2019). Running While Female: Using AI to Track how Twitter Commentary Disadvantages Women in the 2020 U.S. Primaries (SSRN Scholarly Paper ID 3444200). Social Science Research Network. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3444200>
- Otieno, M. A. (2024). Gendered Disinformation of Female Politicians on Social Media in Kenya: A Case of Migori Republican Council Facebook Page.
- Ouyang, X., Zhu, Y., Luo, S., & Huang, C. (2021). Disinformation Reinforces Female Political Inequality and Social Misogyny. In 2021 International Conference on Public Relations and Social Sciences (ICPRSS 2021) (pp. 247-252). Atlantis Press.
- Ozao, R. & Takashima, A. (2023). フェイクニュース—誤情報/偽情報と。 Mis-information, Dis-information, and Mal-information – Why Information Literacy Matters. Shohoku College.

- Mal-information.
- Öztürk, M. F. & Talas, M. (2015). Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.
- Pardy, N. (2018). How The Fake News Industry Weaponizes Women. Refinery29.
- Pew Araştırma Merkezi. (2021). *2021'de Sosyal Medya Kullanımı*. 2021. Erişim Adresi (05.04.2024): https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2021/04/PI_2021.04.07_Social-Media-Use_FINAL.pdf
- Posetti, J. & Matthews, A.(2018). A Short Guide to the History of 'Fake News' and Disinformation. International Center For Journalists, 2018-07
- Sessa, S. M. G. (2020). Misogyny and Misinformation: An analysis of gendered disinformation tactics during the COVID-19pandemic. EU DisinfoLab. 09.04.2024 tarihinde <https://www.disinfo.eu/publications/misogyny-and-misinformation:-an-analysis-of-gendered-disinformation-tactics-during-the-covid-19-pandemic/> adresinden erişilmiştir.
- Shin, J., Jian, L., Driscoll, K., & Bar, F. (2018). The diffusion of misinformation on social media: Temporal pattern, message, and source. *Computers in Human Behavior*, 83, 278-287.
- Sobieraj, S. (2017). Bitch, slut, skank, cunt: Patterned resistance to women's visibility in digital publics. *Information, Communication & Society*, 21(11), 1700-1714. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2017.1348535>
- Swire-Thompson, B., & Lazer, D. (2020). Public health and online misinformation: challenges and recommendations. *Annu Rev Public Health*, 41(1), 433-451.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "fake news" A typology of scholarly definitions. *Digital journalism*, 6(2), 137-153.
- Thakur, D., & Hankerson, D. L. (2021). Facts and their discontents: A research agenda for online disinformation, race, and gender.
- The Washington Post. (2020). *How sexist, racist attacks on Kamala Harris have spread online — a case study*. 15.04.2024 tarihinde <https://www.washingtonpost.com/opinions/2020/10/07/kamala-harris-sexist-racist-attacks-spread-online/?arc404=true> adresinden erişilmiştir.
- Wang, Y., McKee, M., Torbica, A., & Stuckler, D. (2019). Systematic literature review on the spread of health-related misinformation on social media. *Social science & medicine*, 240, 112552.
- Wilfore, K. (2020) Disinformation and women's leadership. Presentation at the Center for Democracy & Technology Research Workshop on Disinformation: Understanding the Impacts in Terms of Race and Gender.

SOSYAL MEDYADA DEZENFORMASYON VE AİLE

*Aslı BAŞ¹
Çiğdem EGEMEN²
Seçil ŞİRİNKAYA³*

GİRİŞ

Aile, ilk ilişki anlamına gelen Arapça kökenli bir sözcüktür, Türkçeye Arapçadan geçmiştir. Türkçede aile; ev, yuva gibi kavramla ile ifade edilmektedir. Türk Dil Kurumuna göre aile bizim kullanacağımız şekliyle; evlilik ve kan bağıyla sağlanan eşler, çocuklar ve kardeşler arasındaki ilişkileri oluşturan toplum içerisindeki en küçük birim olarak tanımlanmaktadır (Acar ve Koçak, 2023). Aile geçmişte ve günümüzde en önemli toplumsal kurumlardan biridir. Dünya nüfusunun büyük bir kısmı aile kurumuyla varoluşunu devam ettirmektedir. Aile kurumu, insanlığın başından beri önemli değişimler yaşanmasına rağmen varlığını sürdürmeye devam etmiştir. Tarih boyunca tüm medeniyetlerde aile kurumu birlik ve beraberliği sağlamada önemli bir görev üstlenmiştir. Tüm toplum tarihlerinde, hukuk sistemlerinde ve dinlerinde aile çok fazla önemsenmektedir.

Topluluklar insanlardan oluşmaktadır. İnsanlar da çoğunlukla bireysel değil aileler şeklinde yaşam sürmektedirler. Aileler ise kadının ve erkeğin nikah akdi ile birleşmesi sonucu oluşmaktadır ve bu beraberliğin tamamlayıcısıysa çocuktur. Buradan bakılırsa toplumun en küçük birimi aile olmaktadır. Aile içerisindeki tüm bireylerin sorumlulukları vardır ve belirli iş bölümüyle bu sorumluluklar paylaşılmaktadır. Bu yönüyle aile; toplumsal, kültürel, ekonomik bir birlik olarak görülmektedir. Aile, kişi ve toplum arasında köprü görevi görerek sosyal düzenin sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bütün topluluklarda olduğu gibi Türk toplumunda da aile önemli bir sosyal kurumdur. Aile ku-

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Disiplinlerarası Kadın ve Aile Çalışmaları AD., aslibas13@gmail.com, ORCID iD: 0009-0001-7250-8343

² Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Disiplinlerarası Kadın ve Aile Çalışmaları AD., goksu_2005@hotmail.com, ORCID iD: 0009-0000-1537-1312

³ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Disiplinlerarası Kadın ve Aile Çalışmaları AD., sirinkayasecil@gmail.com, ORCID iD: 0009-0009-6710-2101

Çiftler evlenmeden önce sosyal medyanın kendileri için ne ifade ettiğini aralarında konuşabilmeli ve istenmeyen davranışları birbirleriyle paylaşabilmelidir. Bazı kişilerin sosyal medyada gerçekleştirdikleri konuşmaları aldatma olarak düşünmedikleri fakat eşleri için aldatma sayıldığı ve güven sarstığı görülmektedir.

İnternet kullanımını içerisinde büyüyen çocuklar, sosyal medyayı kendi hayatlarının normal haline getirmişlerdir. Oysaki çocukların fizyolojik, psikolojik ve sosyal gelişimini olumsuz etkileme ihtimali yüksektir. Sosyal medyanın bilgiyi çarpıtma ve gerçekten uzaklaştırma olasılığının olduğu ve dezenformasyon ile karşılaşılabilceği sürekli göz önünde bulundurulmalı ve özellikle çocuk ve gençlerin sosyal medyayı faydalı, bilinçli ve sınırlı kullanması sağlıkları açısından önem arz ettiği bilinmelidir. Diğer bi bakış açısıyla yoğun sosyal medya kullanımı sonucunda gerçekleşen bağımlılıklara karşı uzman desteği alınmalıdır. Bağımlılıktan koruyan bir diğer unsur çocukların sorumluluk ve emek sayesinde elde ettikleri haz duygusunu çoğaltmaktır. Sosyal medyada beğenilmek kişiler için hızlı bir haz kaynağı olsa bile beden algıları ve ruh sağlığı üzerinde meydana getirdiği olumsuz etkiler sebebiyle gelişimleri gerçek hayatta kurdukları sosyal ilişkiler, aileden göreceği koşulsuz sevgi ve becerilerini geliştirecek etkinliklerle desteklenmelidir. Anne baba çocuk için en yakın rol modeldir. Ebeveynlerin sürekli sosyal medyada olmasının ve aile bireylerinin dijital medya okuryazarlık düzeylerinin düşük olmasının sonuçlarını yanıltıcı içerikler ile gerçekler arasındaki sınırın ayırt edilmemesi sonucu bütün ailenin zarar görebileceği unutulmamalıdır.

KAYNAKLAR

- Acar, Ö. ve Koçak, H. (2023). Etkileşimlerin ve Görünürlüklerin Arttığı Sosyal Medyanın Aile İşleyişine Etkisi. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 9(67), 2723-2732.
- Apalı, Y. (2016). Toplumsal Değişme Bağlamında Bilginin Değişimi ve Dönüşümü. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(17), 395-405.
- Dilber F. (2019). Aile İçi İletişimde Sosyal Medya: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Adıyaman Üniversitesi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2019, 12 (33).
- Erol, V. (2022). Sosyal Medyanın Türk Aile Yapısına Etkisi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 24(43), 1127-1139.
- Güleç V. (2018). Aile İlişkilerinin Sosyal Medya İle Çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, p.1-105-120.
- Gülınar, B. ve Öztat, F. (2020). Aile İçi Yüz Yüze İletişim, İnternet ve Sosyal Medya Kullanım İlişkisi. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 28(1), 28-39.
- İlgin, H.O. (2021). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Halkla İlişkiler İlişkisi, *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 303-322.
- İlgin, H.Ö (2022). *Dijital Dezenformasyon: Etki Alanı ve Mücadele Adımları*. A. Övür (Ed.), Dijital Devrim: (1. baskı) içinde (s. 163-173). İstanbul: Der Yayınları.
- Kınıklı, E., N., 2021. *Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığının Aile Bütünlük Duygusu ve Saldırganlık Davranışı ile İlişkisinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Gelişim Üniversitesi-2021.1-62: s 8
- Kır Elitaş, S. (2020). Sosyal Medyanın Toplumsal Dönüştürücülüğü: Sosyal Medya Kullanan Ergen-

- lerin Aile İçi İletişim Süreçlerine Katılım Düzeyleri Üzerine Nicel Bir Araştırma. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30), 2616-2632.
- Sağlam, M. ve Aral, N.(2016). Tarihsel Süreç İçerisinde Çocuk ve Çocukluk Kavramları. *Çocuk ve Medeniyet Dergisi*. 1 (2), 43-56.
- Semerci, M., Bayram, M.N. ve Koçak, O. (2023). Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinde Yalnızlığın Aracı Rolü. *Sosyolojik Bağlam Dergisi*, 4(3), 273-288. Doi: 10.52108/2757-5942.4.3.4
- Tokuç, H., Duyan, V. (2021). Sosyal Medya, Aile ve Çocuk Etkileşiminin Çocuk Hakları Bağlamında İncelenmesi. *Disiplinlerarası Çocuk Hakları Araştırması Dergisi*, 2021, 1 (1): 46-66.
- Tuncer, M. "Ağ Toplumunun Çocukları: Z Kuşağının Kişilerarası İletişim Becerilerinin Çok Boyutlu Analizi" *Atatürk İletişim Dergisi Sayı 10 / Ocak 2016*.
- Yakut İpekoğlu, H. (2015). Aile ve Akrabalık Konularındaki Sosyal Medya Paylaşımları Üzerine Bir Değerlendirme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (1), 241-249.
- Yeşilay, *Teknoloji Bağımlılığı*, İstanbul, 2. Baskı, 2023.
- Yıldırım, İ. (2021). Sosyal Medya, Dijital Bağımlılık ve Siber Zorbalık Ekseninde Değişen Aile İlişkileri Üzerine Bir Değerlendirme. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2021 9(5) 1237-1258.

İNTERNET KAYNAKLARI

- URL 1: <https://www.guvenliweb.org.tr> adresinden "Dijital 2023 Türkiye" raporu (Erişim Tarihi: 10.05.2024)
- URL 2: <https://wifitalents.com/statistic/social-media-and-divorce/> (Erişim Tarihi: 10.05.2024)
- URL 3: https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/aile-iliskilerinde-sanal-tehdit/1425616#_ (Erişim Tarihi: 10.05.2024)
- URL 4: <https://afyonmansethaber.com/haber/aile-yapisinda-degisim-ve-sosyal-medya-tehdi-di-47471.html> (Erişim Tarihi: 10.05.2024)
- URL 5: <https://www.rudaw.net/turkish/middleeast/turkey/090420243> (Erişim Tarihi: 10.05.2024)
- URL 6: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-43031191> (Erişim Tarihi: 10.05.2024)
- URL 7: <https://www.cumhuriyet.com.tr/saglik/uzmani-acikladi-sosyal-medya-anoreksiya-olmaniza-sebep-olabilir-2114369> (Erişim Tarihi: 10.05.2024)

SOSYAL MEDYADA DEZENFORMASYAN VE ÇOCUK

Elif USLU¹

GİRİŞ

İnsanoğlu, bugün olduğu gibi geçmişte de hayatta kalabilmek, bir arada yaşayabilmek için etrafındaki kişiler veya gruplarla iletişim kurmak zorundaydı. İletişim kurabilmenin birçok yolu vardır. Tarihsel dönemlerde iletişimin araçları farklı formlarla karşımıza çıkmaktadır. Mağara duvarlarına çizilen resimlerle başlayan iletişim ağı günümüzde gelinen noktada sosyal medya aygıtlarıyla farklı bir görünüm kazanmıştır.

20. yüzyılın sonuna doğru ortaya çıkan ve hayatımızın odak noktalarından biri haline gelen internet, teknolojinin yeni boyutu olarak karşımıza çıkmıştır. Bu durum iletişimde farklı bir pencere açmıştır. Sosyal medya en başat dinamiklerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Güzel, 2020). Dijitalleşme şu an her alanda karşımıza çıkmaktadır, teknolojide görülen bu değişimler bireylerin ihtiyaçlarında ve beklentilerinde de farklılıklara neden olmuştur. Sosyal medyanın kesin bir tanımını yapmak zordur fakat en basit haliyle sosyal medya; internet kullanıcılarının birbirleriyle çevrimiçi etkileşim kurmalarına yardımcı olan, paylaşımlar, kişisel yorumlar gibi aktivitelere dayalı sosyal ağ siteleri şeklinde açıklanabilir (Güzel, 2020). Günümüzde insanlar sosyal medya sayesinde günlük hayatlarını başkalarıyla rahatça paylaşmanın yanı sıra haber almanın ve bir konu hakkında rahatlıkla görüşünü ifade edilebildiği platformalar haline gelmiştir.

İletişimin farklı bir boyutu olan sosyal medya sanal bir ortamda dünyanın her yerinden insanlarla rahatlıkla iletişim kurulduğu alanların başında gelmektedir. İnsanlar zamanlarının çoğunu üzerinde geçirdiği sosyal medya, aynı zamanda insanlar üzerinde kontrol mekanizması görevi üstlenmektedir. Eskiden insanlar üzerinde kontrol kurabilen aile, din ya da mahalle baskısı diyebileceğimiz mekanizmalar yerini sosyal medyaya bırakmıştır. Teknolojinin hızla geliştiği bu zamanda değişime ayak uyduramayan toplumlarda bu sürece uyum sancılı sonuçlar doğurmaktadır. Teknoloji ve teknoloji kullanımı

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Disiplinlerarası Medya ve Kültürel Çalışmalar AD., elif.adsay34@gmail.com, ORCID iD: 0009-0005-8785-1303

KAYNAKLAR

- Aydın, A. F. (2023). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Manipülasyon: 2023 Kahramanmaraş Depremi Örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 12(5), 2603-2624. <https://doi.org/10.15869/itobiad.1283358>
- Çimke, S., Yıldırım Gürkan, D., & Polat, S. (2018). Sosyal Medyada Çocuk Hakkı İhlali: Sharenting. *Güncel Pediatri*, 16(2), 261-267.
- Çit, D., & Yavuzdemir, M. (2021). COVID-19 Salgınının Medya ve Bilgi Okuryazarlığı İzdüşümü: İnfodemi. *Library Archive and Museum Research Journal*, 2(1), 36-46. <https://doi.org/10.29228/lamre.49087>.
- Durmus, K., & Övür, A. (2021). Medya Etkileri Bağlamında Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Yeni Medya Kullanımının Analizi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 5(2), 136-155.
- Gençer, R. (2018). Medya ve Çocuk İlişkisi Bağlamında Mevcut Duruma İlişkin Çalışma Sonuçlarının Değerlendirilmesi. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- İlgin, H.O. (2021). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Halkla İlişkiler İlişkisi. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 303-322.
- İlgin, H.Ö. (2022). *Dijital Dezenformasyon: Etki Alanı ve Mücadele Adımları*. A. Övür (Ed.), Dijital Devrim: (1. baskı) içinde (s. 163-173). İstanbul: Der Yayınları.
- Kırık, A. M., (2014). Aile Ve Çocuk İlişkisinde İnternetin Yeri Nitel Bir Araştırma. *Journal of Research in Education and Teaching*, (3), 337-347.
- Konuk, N., & Güntaş, S. (2019). Sosyal Medya Kullanımı Eğitimi Ve Bir Eğitim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı. *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, 3(4), 1-25.
- Sarman, A., Tuncay, S., & Sarman, E. (2020). COVID-19 Pandemi Sürecinde Medyanın 3-18 Yaş Arasındaki Çocuklar Üzerindeki Olumsuz Psikolojik Etkisinin Önlenmesi. *Van Sağlık Bilimleri Dergisi*, 13(COVID-19 Özel Sayı), 69-75.
- Sezgin A. A. & Ünal, S. (2022). Sosyal Medya Okuryazarlığı Çerçevesindeki Yeni Kavramlar Üzerine Bir Haritalandırma Çalışması, *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, Dijitalleşme Özel Sayısı. 93-107.
- Şener, S. (2021). Sosyal Medyanın Gençlerin Düşünce Ve Değerlerine Etkisi. *Akademik Platform İslami Araştırmalar Dergisi*, 5(3), 529-553. <https://doi.org/10.52115/apjir.979579>.
- Tüzün, Ü. (2002). Gelişen İletişim Araçlarının Çocuk ve Gençlerin Etkileşimi Üzerine Etkisi, *Dusunen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences* 15, 46-50.
- Ulusoy, A., & Bostancı, M. (2014). Çocuklarda Sosyal Medya Kullanımı ve Ebeveyn Rolü. *The Journal of Academic Social Science Studies*, (28), 559-572.