T.C.
İSTANBUL MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS TEZİ

DEZENFORMASYONLA MÜCADELEDE KAMU POLİTİKASI: CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI ÖRNEĞİ

ÖMER ÇOLAK

SİYASET BİLİMİ ANABİLİM DALI
SİYASET BİLİMİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üye. Arzu DİLAVEROĞLU

İSTANBUL-2025

T.C.
İSTANBUL MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS TEZİ

DEZENFORMASYONLA MÜCADELEDE KAMU POLİTİKASI: CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI ÖRNEĞİ

ÖMER ÇOLAK

SİYASET BİLİMİ ANABİLİM DALI

SİYASET BİLİMİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üye. Arzu DİLAVEROĞLU

İSTANBUL-2025

ETİK BEYAN

Bu tez çalışmasının tarafıma ait olduğunu, tezin planlamasından başlayarak yazımına kadarki herhangi bir safhada etik dışı sayılabilecek bir davranışım olmadığını, bu tezdeki tüm bilgileri akademik ve etik kurallar dâhilinde elde ettiğimi, doğrudan elde edemediğim bilgi ve yorumları edindiğim kaynaklara atıf yaptığımı ve bu kaynakları kaynakçada gösterdiğimi ayrıca bu tez çalışmasında ve yazım aşamasında patent ve telif haklarını ihlal edici bir davranış içinde bulunmadığımı beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak her türlü yasal sonucu ve sorumluluğu kabullendiğimi bildiririm.

Ömer ÇOLAK

ÖNSÖZ

Öncelikle çalışmamın hazırlanmasında danışmanlık görevini üstlenen ve bu süreçte akademik katkı ve desteklerini esirgemeyen, değerli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Arzu DİLAVEROĞLU'na sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca lisans eğitim yıllarından itibaren hep desteğini gördüğüm, Prof. Dr. Bekir Berat ÖZİPEK'e ve Prof. Dr. Atilla YAYLA'ya en içten şükranlarımı sunarım. Bu uzun ve meşakkatli süreçte desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen sevgili eşime ve aileme minnettarım. Lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca derslerine girmekten büyük mutluluk duyduğum tüm hocalarıma sonsuz teşekkürlerimle.

Ömer ÇOLAK

İstanbul, 2025

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ ii
KISALTMALAR v
ŞEKİLLER LİSTESİ vii
RESİMLER LİSTESİ viii
TABLOLAR LİSTESİ x
ÖZET xi
ABSTRACT xii
GİRİŞ 1
BİRİNCİ BÖLÜM 5
1. ENFORMASYON, DEZENFORMASYON VE ULUSLARARASI ÖRNEKLER 5
1.1. Enformasyon: Kavramsal Çerçeve 5
1.2. Enformasyonla İlişkili Kavramlar: Bilgi ve Veri 7
1.3. Enformasyon Toplumu 13
1.3.1. Sanayi Toplumundan Enformasyon Toplumuna Geçiş 14
1.3.2. İnternet Teknolojisinin Doğuşu ve İlerlemeler 18
1.3.2.1. Web 1.0 Kavramı ve Ortaya Çıkışı 20
1.3.2.2. Web 2.0 Kavramı ve Gelişimi 21
1.3.2.3. Web 3.0: Anlamsal Ağ ve Yeni Nesil Web 23
1.3.2.4. Enformasyon Toplumunun Özellikleri 27
1.4. Dezenformasyon Nedir? 28
1.4.1. Enformasyon Toplumu ve Dezenformasyonla Mücadele 35
1.4.2. Dezenformasyonla Mücadelede Uluslararası Stratejiler: Ülke Örnekleri 37
1.4.2.1. Avrupa Birliği (AB) 38
1.4.2.2. Fransa 41
1.4.2.3. İngiltere 43
1.4.2.4. Almanya 45
1.4.2.5. Belçika 46
1.4.2.6. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) 49

1.5. Türkiye'de Dezenformasyonla Mücadelede Uygulanan Yasal Düzenlemeler 53

İKİNCİ BÖLÜM 60

2. TÜRKİYE'DE DEZENFORMASYONLA MÜCADELEDE UYGULANAN KAMU POLİTİKALARI VE STRATEJİLER 60

2.1. Kamu Politikası Nedir? 60

2.2. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı 62

2.3. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığının Dezenformasyonla Mücadele Stratejileri 68

2.3.1. Kamu Diplomasisi Dairesi Başkanlığı ve Görevleri 68

2.3.2. Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi Başkanlığı ve Görevleri 71

2.4. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı "Dezenformasyonla Mücadele Merkezi" 89

2.5. İletişim Başkanlığı'na Bağlı ve İlişkili Kuruluşlar 95

2.5.1. Anadolu Ajansı 95

2.5.2. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) 101

2.5.3. Dışişleri Bakanlığı 103

2.5.4. Türkiye'de Dezenformasyon ile Mücadeleye Katkıda Bulunan Diğer Kuruluşlar 109

2.6. Kurumların Dezenformasyona Karşı Çabalarının Koordinasyonu 114

2.7. Dünden Bugüne Türkiye'de Dezenformasyon ve Mücadele Örnekleri 117

SONUÇ 143

KAYNAKÇA 150

EKLER 175

EK 1. ETİK KURUL KARARI 175

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AFAD	Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı
AİHM	Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi
Akt.	Aktaran
Bkz.	Bakınız
BYEGM	Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü
BM	Birleşmiş Milletler
CİB	Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı
CSCC	Terörizm ile Mücadelede Stratejik İletişim Merkezi
Çev.	Çeviren
DMM	Dezenformasyonla Mücadele Merkezi
DBS	Dezenformasyon Bildirim Servisi
DİB	Diyanet İşleri Başkanlığı
ENAG	Enflasyon Araştırma Grubu
FETÖ	Fethullahçı Terör Örgütü
HAS	Hızlı Alarm Sistemi
GEC	Küresel Angajman Merkezi
NATO	Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü
NetzDG	İletişim Ağı Yaptırım Yasası
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
SETA	Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı

STK	Sivil Toplum Kuruluşu
TDK	Türk Dil Kurumu
TGC	Türkiye Gazeteciler Cemiyeti
TRT	Türk Radyo Televizyon Kurumu
TİKA	Türkiye İş birliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
RTÜK	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
WWW	World Wide Web

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: İletişim Başkanlığı Logosu (https://www.iletisim.gov.tr/turkce)..... 64

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1. Selden Etkilenen Bölgelerde Devlet Milletinin Yanında Stratejik İletişim Çalışması Örneği 76
Resim 2. T.C. İletişim Başkanlığı Orman Yangını Afeti Stratejik İletişim Çalışması Örneği 76
Resim 3. T.C. İletişim Başkanlığı, *Terör Örgütü PKK'nın Çocuk İstismarı Stratejik İletişim Çalışması Örneği* 78
Resim 4. T.C. İletişim Başkanlığı, Barış Pınarı Harekâtı Stratejik İletişim Çalışması Örneği 79
Resim 5. T.C. İletişim Başkanlığı Göç ve Mülteciler (Suriyeliler) Stratejik İletişim Çalışması Örneği 81
Resim 6. T.C. İletişim Başkanlığı, Terörizmle Mücadele Stratejik İletişim Çalışması Örneği 84
Resim 7. Anadolu Ajansı İnfografik Tartışmaların odağındaki 'Gezi Parkı'nda ne olmuştu? 118
Resim 8. Teyit Platformu Kanyon ve Zorlu AVM'lerin boşaltıldığı iddiası Teyit tarafından yalanlanmıştır. https://x.com/teyitorg/status/817015303603359745 119
Resim 9. Alman Morganpost gazetesinin Türk polisinin eli bağlı kadına tekme attığı iddiası. 120
Resim 10. Teyit Platformu "Kafası kesilmeye çalışılan Türk askeri" iddiası. 123
Resim 11. "Yurtta Sulh Konseyi" yokmuş" iddiası. 123
Resim 12. Türk başkan darbe teşebbüsünden sonra binlerce insanı tutuklattı başlıklı haber 124
Resim 13. "Suriyeliler bayram tatili için Suriye'ye gitmeye başladı" iddiası. 126
Resim 14. "Suriyelilere vergi muafiyeti var. KDV/Emlak Vergisi vermiyorlar" iddiası. 126
Resim 15. "İki Uygur Türkü, sınır dışı edilerek Çin'e gönderilecek" iddiası. 129
Resim 16. "Güvenli bölgenin dışındaki bir noktada Hamas üyeleri hedef alınarak vuruldu" iddiası 130

Resim 17. “Denizli’nin Merkezefendi ilçesinde devam eden orman yangınını gösterdiği” iddiası. 131
Resim 18. “İngiltere, sığınmacı akışına karşı Türkiye ve IKBY ile görüşüyor” iddiası. 132
Resim 19. “Almanya ile Türkiye anlaşmaya vardı. Her hafta Almanya’da yasal ikamet hakkı bulunmayan 500 Türk özel uçak seferleriyle Türkiye’ye gönderilecek” iddiası. 133
Resim 20. “İstanbul’da 1 kişi maymun çiçeği şüphesiyle karantinaya alındı” iddiası. 134
Resim 21. “Türkiye, Akkuyu Nükleer Güç Santrali (NGS) için ihtiyaç duyulacak yakıt hammaddesi olan uranyumun Nijer’den tedarik edilmesine yönelik girişimlerde bulundu” iddiası. 135
Resim 22. “PKK orta menzilli füze ile TSK birliğini vurdu 47 Türk askeri hayatını kaybetti 8 kişi de yaralandı” iddiası. 136
Resim 23. “İran Cumhurbaşkanı Reisi’nin düşen helikopterinin enkazına ait olduğu” iddiası. 137
Resim 24. “Türk Ordusu Zap’tan Çekiliyor” iddiası. 138

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Veri, Enformasyon ve Bilgiyi Karşılaştırma Tablosu 9
Tablo 2: Dezenformasyon ve benzer kavramların sınıflandırılması. (Zou ve Zafrani, 2018, s.3)..... 31
Tablo 4: İletişim Başkanlığı Teşkilat Şeması (https://www.iletisim.gov.tr/turkce/teskilat-semasi) 65

ÖZET

İletişim teknolojilerindeki hızlı değişim ve dönüşümler, dezenformasyon kavramını daha görünür ve dikkat çeken bir kavram haline getirmiştir. Bu değişim ve dönüşümler halk sağlığı, kamu güvenliği, ekonomi gibi alanlardaki dezenformasyon biçimlerini hem niceliksel hem de niteliksel olarak çeşitlendirmektedir. Dolayısıyla dezenformasyonun etkilerini ve sonuçlarını değerlendirirken, bu çeşitliliği ve farklılıkları dikkate almak önemlidir. Bu durum, dezenformasyonla mücadele stratejilerinin belirlenmesi ve toplumun bilinçlendirilmesi açısından da oldukça önemlidir.

Farklı amaçlarla gerçekleştirilen dezenformasyonlar, yapısal olarak çeşitlilik gösterir ve bu da farklı çözüm yöntemlerini gerektirebilir. Diğer taraftan her toplumun kendine özgü yapısı ve öncelikleri bulunduğundan, dezenformasyon türlerini ve bu türlerle mücadelede kullanılan çözüm yöntemlerini etkileyebileceği ifade edilebilir. Dezenformasyonla mücadelede etkili stratejiler geliştirmek ve toplumu bilinçlendirmek için bu farklılıkların ve önceliklerin dikkate alınması önemlidir. Bu bağlamda T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, toplumu doğru bilgilendirme ve dezenformasyonun olumsuz etkilerini azaltma hedefi doğrultusunda geliştirdiği stratejilerle, bilgi kirliliğiyle mücadelede ulusal ve uluslararası düzeyde rol üstlenmektedir.

Bu araştırmanın amacı dezenformasyonla mücadelede uygulanan stratejileri analiz etmek ve mevcut politikaların iyileştirilmesine yönelik öneriler geliştirmektir. Betimsel yöntem kullanılarak gerçekleştirilen çalışmada "Türkiye'de dezenformasyonla mücadelede kamu politikası aracı olarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığının stratejileri nelerdir?" sorusuna cevap aranmıştır. Çalışma kapsamında elde edilen bulgularda Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın stratejik iletişim ve kamu diplomasisi faaliyetleri kapsamında dezenformasyonla mücadeleyi çok katmanlı ve bütüncül bir yaklaşımla ele aldığı görülmüştür. Başkanlık dezenformasyonla mücadeleyi sürdürebilir kılmak adına Dezenformasyonla Mücadele Merkezi aracılığıyla faaliyetlerini kesintisiz şekilde sürdürmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dezenformasyon, Dezenformasyonla Mücadele, Enformasyon, Medya Okuryazarlığı, Türkiye, Uygulamalar.

ABSTRACT

The rapid changes and transformations in communication technologies have made the concept of disinformation more visible and prominent. These changes and transformations have diversified both the quantitative and qualitative forms of disinformation in areas such as public health, public safety, and the economy. Therefore, it is important to consider this diversity and variation when evaluating the effects and consequences of disinformation. This is also highly significant in determining strategies to combat disinformation and raising public awareness.

Disinformation carried out for different purposes varies structurally, which may require different solutions. On the other hand, since every society has its own unique structure and priorities, it can be said that these factors may influence the types of disinformation and the methods used to combat them. In order to develop effective strategies and raise awareness in society, it is essential to take these differences and priorities into account. In this context, the Directorate of Communications of the Presidency of the Republic of Türkiye plays a role at both national and international levels in the fight against information pollution, through the strategies it has developed to accurately inform the public and mitigate the negative effects of disinformation.

The aim of this study is to analyze the strategies implemented in the fight against disinformation and to develop recommendations for improving current policies. Using a descriptive method, the study seeks to answer the question: “What are the strategies of the Directorate of Communications of the Presidency of Türkiye as a public policy tool in the fight against disinformation in Türkiye?” The findings obtained within the scope of the study show that the Directorate addresses the fight against disinformation with a multi-layered and holistic approach within the framework of its strategic communication and public diplomacy activities. In order to sustain the fight against disinformation, the Directorate continues its efforts uninterruptedly through the Center for Combating Disinformation.

Keywords: Applications, Disinformation, Combating Disinformation, Information, Media Literacy, Türkiye.

GİRİŞ

Bilgi iletişim teknolojilerindeki ilerlemelerle birlikte toplumlar, dezenformasyonun daha görünür ve etkili hale gelmesine tanık olmaktadır. Halk sağlığı, kamu güvenliği ve ekonomi gibi çeşitli alanlarda hem nitel hem de nicel olarak dezenformasyonun çeşitli türleri ile karşılaşılmaktadır. Diğer bir ifade ile yaşanan teknolojik değişim sonucu toplumlar dezenformasyonun yeni biçimleri ile karşı karşıya gelmektedir.

Dezenformasyonun ne olduğu, kaynağının ne olduğu, dezenformasyon için seçilen kanalın ne olduğunun belirlenmesi ve duruma uygun stratejilerle sorunun ortadan kaldırılması önem taşımaktadır. Dezenformasyon, güvenlik, sağlık, doğal afet gibi hayati konularda tehdit oluşturabileceği gibi iş dünyasında da olumsuz etkiler yaratarak kullanıcıların ekonomik kararlarını etkileyebilmektedir. Farklı amaçlarla gerçekleştirilen dezenformasyonlar, yapısal olarak çeşitlilik göstermekte ve bu durum farklı çözüm yöntemlerini gerektirmektedir. Ayrıca her toplumun kendine özgü yapısı ve öncelikleri, dezenformasyon türlerini ve bu türlerle mücadelede kullanılan çözüm yöntemlerini çeşitlendirmektedir. Bu nedenle, dezenformasyonla mücadelede etkili stratejiler geliştirmek ve toplumu bilinçlendirmek için bu farklılıkların ve önceliklerin dikkate alınması önemlidir. Batı kültürlerinde nefret söylemiyle mücadeleye odaklanan tanımlar ve çözümler genellikle din, dil, ırk ve cinsiyet gibi faktörleri içerirken, Rusya'da bu ulusal güvenlik ve kamu huzuru gibi konuların öne çıkarılmasıyla gerçekleştirilmektedir. Bu yaklaşımlar ifade özgürlüğü konusunda hararetli tartışmalara yol açmaktadır.[1]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın dezenformasyonla mücadeledeki rolü ve önemi özellikle vurgulanmalıdır. Nitekim İletişim Başkanlığı, toplumun doğru bilgiye ulaşmasını sağlama ve dezenformasyonun etkilerini azaltma amacıyla hem ulusal hem de uluslararası düzeyde dezenformasyonun yayılmasını engellemek adına stratejiler geliştirmekte ve bu sorunun çözümüne yönelik farkındalık oluşturmaya çalışmaktadır.

[1] Şahin, Burcu, Z. (2023). Dezenformasyonla Mücadelede İfade Özgürlüğü: İçeriğin Korunması ve 29. Madde, *Yeni Medya Dergisi*, Sayı Vol., 15, s. 289, https://dergipark.org.tr/tr/pub/yenimedya

Böylece, doğru bilgi akışının sağlanması ve bilgi kirliliğinin azaltılması yönünde adımlar atılmaktadır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın temel amacı, dezenformasyonla mücadelede uygulanan stratejileri analiz etmek ve mevcut politikaların iyileştirilmesine yönelik öneriler geliştirmektir. Dijital çağın giderek artan bir sorunu haline gelen dezenformasyon, yanıltıcı veya yanlış bilgilerin hızlı bir şekilde yayılmasıyla toplumda güvensizlik ve bölünme gibi çeşitli sorunlara yol açabilmektedir. Bu durum, hem bireylerin doğru bilgiye erişimini engellemekte hem de demokratik süreçleri olumsuz yönde etkileyerek kamu düzenini tehdit etmektedir.

Dezenformasyonun toplumsal ve siyasi etkilerini azaltmak, bu tehditle etkili bir şekilde mücadele edecek kamu politikalarının geliştirilmesini ve uygulanmasını gerektirmektedir. Bu bağlamda, çalışma kapsamında elde edilen bulgular ışığında, Türkiye'de dezenformasyonla mücadele alanında yapılacak çalışmalara katkı sağlanması hedeflenmektedir. Gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde benimsenen yaklaşımların incelenmesi, bu alandaki eksikliklerin belirlenmesi ve çözüm odaklı politikalar önerilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu tez, dezenformasyonla mücadeleye yönelik stratejilerin kapsamlı bir şekilde ele alınması ve bu alanda sürdürülebilir politikaların geliştirilmesine yönelik rehberlik sağlamayı amaçlamaktadır.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, verilerin çözümlenmesinde betimsel analiz yöntemi tercih edilmiştir. Betimsel analiz, nitel araştırmalarda sıkça kullanılan bir yöntem olup, elde edilen verilerin temalar doğrultusunda düzenlenmesi, yorumlanması ve okuyucuya anlaşılır bir şekilde sunulmasını amaçlamaktadır.[2] Bu yöntemde, araştırma soruları çerçevesinde toplanan veriler sistematik bir şekilde özetlenmekte ve araştırmacının

[2] Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 12. Baskı. sf.239.

bilgi birikimi, deneyimi ve araştırma bağlamına ilişkin yorumlarıyla zenginleştirilmektedir.[3]

Araştırma kapsamında, literatür taraması yapılmış ve ulaşılan makaleler, kitaplar, raporlar, tezler, hukuki düzenlemeler vb. ikincil veri kaynaklarından yararlanılmıştır.

Araştırmada nitel ve nicel veriler kullanılmıştır. Nitel veriler, özellikle Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın dezenformasyonla mücadele politikaları ve stratejilerini belirlemek amacıyla ilgili yayınlar ve politika açıklamalarının incelenmesi yoluyla elde edilmiştir.[4] Nicel veriler ise Türkiye'deki doğruluk kontrol platformlarının etkinliği üzerine yapılan araştırmalar ve istatistikler üzerinden analiz edilmiştir.[5]

Araştırman Sorusu

Araştırma sorusu, **"Türkiye'de dezenformasyonla mücadelede kamu politikası aracı olarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığının stratejileri nelerdir?"** olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın Kapsamı

Bu tez, dezenformasyonla mücadeleye yönelik önemli bir alanı incelemeyi amaçlamakta olup iki bölümden oluşmaktadır. Giriş kısmını izleyen ilk bölümde, konuyla ilgili kavramsal tanımlar ele alınacak ve literatür taraması ışığında, enformasyonun ne olduğu ve çağımızdaki önemi detaylı bir şekilde açıklanacaktır. Bu bağlamda, enformasyonun dijital çağdaki rolü, hızla yayılan bilgi akışları ve buna bağlı olarak ortaya çıkan dezenformasyon sorunları ele alınacaktır. Ayrıca, ülkelerin dezenformasyona karşı geliştirdiği politikalar ve stratejiler, global perspektiften örneklerle desteklenerek açıklanacaktır.

---

[3] Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır? Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(2), 368-388.

[4] Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2022 ve 2023 İdare Faaliyet Raporları
https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/2022faaliyetraporu.pdf
https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/377230.pdf

[5] https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolleri

İkinci bölümde ise Türkiye’nin dezenformasyonla mücadele konusunda benimsemiş olduğu kamu politikaları ve yürürlüğe giren yasalar detaylı şekilde ele alınacaktır. Özellikle Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’nın dezenformasyonla mücadelede üstlendiği rol analiz edilecektir. Ayrıca Türkiye'nin yasal düzenlemeleri ve kurumsal yaklaşımı ile dezenformasyonun önlenmesine yönelik atılan somut adımlar değerlendirilecektir. Elde edilen bulgular ışığında genel bir değerlendirme yapılacak ve dezenformasyonla mücadeleye yönelik çeşitli öneriler sunulacaktır. Bu öneriler, mevcut kamu politikaları ve stratejilerin etkinliğine yönelik eleştiriler ile desteklenecek, ayrıca gelecekte yapılması gereken araştırmalara dair öneriler de dahil edilecektir. Böylece, dezenformasyonla mücadelede daha etkili stratejilerin geliştirilmesine katkı sunulmaya çalışılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. ENFORMASYON, DEZENFORMASYON VE ULUSLARARASI ÖRNEKLER

Bu bölümde, enformasyon kavramı kapsamlı şekilde ele alınacaktır. İlk olarak, enformasyonun ortaya çıkışını şekillendiren toplumsal yapılar değerlendirilecek; bu bağlamda, söz konusu yapıların oluşumunda belirleyici rol oynayan internetin tarihsel gelişim süreci ele alınacaktır. Devamında ise uluslararası düzeyde dezenformasyonla mücadeleye yönelik benimsenen stratejilere ve kurumsal düzenlemelere yer verilecektir.

1.1.Enformasyon: Kavramsal Çerçeve[6]

Sözlüklerde yer alan tanımlamalar incelendiğinde Merriam-Webster Sözlüğü, enformasyonu "sorgulama sonucunda elde edilen bilgi, çalışma veya açıklama" olarak tanımlar ve bu tanıma "fact" (gerçek) ve "data" (veri) kavramlarının eş anlamlı olduğunu belirtir. Ayrıca, enformasyonun fiziksel ya da zihinsel deneyimi veya belirli bir yapıyı temsil eden ve bu yapıdaki değişikliği haklı çıkaran bir öğe olarak da tanımlandığı görülmektedir. Bu öğe, mesaj, deneysel veri ya da görsel ürün gibi çeşitli

[6] Enformasyon ve bilgi kavramları, bilgi toplumu olgusunun ortaya çıkışıyla birlikte ön plana çıkan temel kavramsal unsurlar arasında yer almaktadır. Hem ulusal hem de uluslararası literatürde bu kavramlara ilişkin çok sayıda çalışma kaleme alınmış; içerikleri üzerine çeşitli tartışmalar yürütülmüş ve farklı yaklaşımlar geliştirilmiştir. Ancak, söz konusu kavramların neyi ifade ettiği hususu gerek Türkçe gerekse yabancı literatürde tam anlamıyla açıklığa kavuşturulamamıştır. Bu durumun en belirgin yansımalarından biri, enformasyon ve bilgi kavramlarının çoğu zaman birbirinin yerine kullanılmasıdır. Bu konuda ayrıntılı değerlendirmeler için bkz. *Yılmaz, M. (2009). Enformasyon ve Bilgi Kavramları Bağlamında Enformasyon Yönetimi ve Bilgi Yönetimi. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, 49(1), 95–118; Cansever, B. A. (2016). Bilgi Toplumunda Bir Kavram Kargaşası: Bilgi mi Enformasyon mu.? Sosyoloji Dergisi, (1 özel), 41–50.*

biçimlerde ortaya çıkabilmektedir.[7] Benzer şekilde, Türk Dil Kurumu (TDK), enformasyonu "danışma, tanıtma, haber alma, haber verme ve haberleşme" olarak tanımlar ve bu kavramın Latince "informatio" kelimesinden türediğini belirtir.[8] Ayrıca, bu Latince terimin Antik Roma'da, özellikle felsefi düşünürlerden Çiçero tarafından kullanıldığı da ifade edilmektedir. Bu bağlamda, enformasyonun yalnızca teknik bir terim olmadığı, aynı zamanda tarihsel ve felsefi bir boyuta sahip olduğu anlaşılmaktadır.[9]

Enformasyon en genel anlamıyla bilgi iletimi ve iletişimi bağlamında kullanılan bir kavramdır. Kavram, veri veya bilginin anlamlandırılmış ve düzenlenmiş hali olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda, enformasyon, belirli bir anlam taşıyan ya da belirli bir amaç için kullanılabilen bilgi setlerini ifade etmektedir.[10] Enformasyon, bireyler arasında iletişim kurmak, karar alma süreçlerini desteklemek ve bilginin depolanması veya paylaşılması için kritik bir rol oynamaktadır. Bilgi işleme süreçlerinde veri, enformasyona dönüştürülür ve bu dönüşüm bireylerin ya da sistemlerin bilgiyi anlamasını ve kullanmasını mümkün kılmaktadır.[11]

Kavramın disiplinler arası niteliği, onun farklı alanlarda oynadığı kritik rolleri ortaya koymaktadır. Bilgi bilimi, enformasyonun nasıl toplandığı, işlendiği, depolandığı ve erişildiği gibi süreçleri inceleyerek bu bağlamda enformasyon sistemlerini analiz eder ve geliştirir. İletişim çalışmaları ise enformasyonun iletim süreçleri ve etkileri üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu bağlamda, enformasyon belirli bir bağlamda anlam kazanan ve genellikle bir amaca hizmet eden bir olgu olarak değerlendirilir. Ancak bu anlamlandırma sürecinde enformasyonun doğruluğu, güvenilirliği ve anlaşılabilirliği

[7] Merriam-Webster https://www.merriam-webster.com/

[8] Türk Dil Kurumu https://sozluk.gov.tr/

[9] Lewandowsky, S. vd. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological science in the public interest*, *13*(3), Sf. 106-131.

[10] Yılmaz, M. (2009). Enformasyon ve Bilgi Kavramları Bağlamında Enformasyon Yönetimi ve Bilgi Yönetimi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, *49*(1), Sf.95-118.

[11] Davenport, Thomas H. ve Laurence Prusak. (2001). İş Dünyasında Bilgi Yönetimi: Kuruluşlar Ellerindeki Bilgiyi Nasıl Yönetirler. (Çev. Günhan Günay). İstanbul: Rota Yayınları. Sf.24

kritik bir öneme sahiptir. Yanlış ya da yanıltıcı enformasyonun olumsuz etkileri göz önüne alındığında, enformasyonun dikkatle değerlendirilmesi gerekmektedir.[12]

1.2.Enformasyonla İlişkili Kavramlar: Bilgi ve Veri

İnternet platformları üzerinden bireyin hakikatle olan ilişkisini anlayabilmek için, öncelikle hakikati oluşturan temel kavramlar arasındaki farkları "veri" (data), "enformasyon" (information) ve "bilgi" (knowledge) belirlemek oldukça önemlidir. Bu kavramların doğru biçimde konumlandırılması, hakikatin oluşum sürecinin belirlenmesini sağlayarak, medya araçlarının işlevlerini daha sağlıklı bir çerçevede değerlendirmeye imkân tanıyacaktır.

Karl Kalseth ve Sarah Cummings, "veri" kavramını, "özetleme, düzeltme, hesaplama, sınıflandırma ve içerik işleme yoluyla enformasyona dönüştürülen bir öğe" olarak tanımlamaktadır.[13] Bu açıdan bakıldığında, veri, üzerinde herhangi bir yorum ya da içerik bulunmayan, ham bilgi kümeleri olarak düşünülebilir. Öte yandan, enformasyon, belirli bir bağlamda anlam kazandırılmış veridir. Russell Ackoff ise veri ve enformasyon arasındaki farkın, bunların işlevselliği ve sağladığı faydalarla doğrudan ilişkili olduğunu vurgulamaktadır. Bu bakımdan enformasyon, "ne kadar", "ne zaman", "nerede", "ne" ve "kim" gibi sorulara verilen somut yanıtlar aracılığıyla anlam kazanmaktadır.[14] Bu bağlamda, enformasyon toplumunun merkezine yerleşen bilgi kavramının ne anlama geldiği ve nasıl tanımlandığı, bu dönüşümün anlaşılması açısından da kritik bir öneme sahiptir.[15]

Bilgi, sürekli değişen ve evrilen dünyada bireyler ve toplumlar için temel bir kavram olarak önemli bir rol oynamaktadır. Türk Dil Kurumu, bilgiyi "insan zihninin ulaşabileceği olgular, gerçekler ve ilkeler bütünü; öğrenme, araştırma veya gözlem

---

[12] Olkun, E. O. (2022). Dijitalleşmenin Haber Üzerindeki Olumsuz Etkileri: Sosyal Medyada Yalan/Sahte Haber Sorunu. Dijital İletişim Fırsatlar ve Tehditler, Sf. 151.

[13] Akt. Yılmaz, M. (2009). Enformasyon ve Bilgi Kavramları Bağlamında Enformasyon Yönetimi ve Bilgi Yönetimi. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, 49(1), 95-118.

[14] Akt. Yılmaz, M. (2009). Enformasyon ve Bilgi Kavramları Bağlamında Enformasyon Yönetimi ve Bilgi Yönetimi. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, 49(1), 95-118.

[15] Önen, A. (2023). Hakikat Sonrası Çağda Enformasyon Toplumunun Dezenformasyon Toplumuna Dönüşümü. *Pamukkale Üniversitesi İletişim Bilimleri Dergisi*, *2*(2), 86-100.

yoluyla elde edilen doğru bilgiler; felsefi bir bakış açısıyla düşünce ürünü, sezgi aşamasındaki temel düşünceler" olarak tanımlamaktadır.[16]

Hem yerli hem de yabancı literatürde, "bilgi" ve "enformasyon" kavramlarının bazen birbirinin yerine kullanıldığı gözlemlenmektedir. Yılmaz, bu iki terimin sıkça eşanlamlı olarak kullanıldığını belirtirken, bazı uzmanların (örneğin, Blackler, 1995; Davenport ve Prusak, 1998; Nonaka ve Takeuchi, 1995) bu terimleri ayırdığını ifade etmektedir. Diğer taraftan, Kogut ve Zander (1992) ile Stewart (1997) gibi araştırmacılar, bu kavramları eşanlamlı olarak kabul etmişlerdir. Bu durum, kavramlar arasında bir belirsizlik yaratarak literatürde evrensel bir tanımın eksik olduğunu ortaya koymaktadır.[17]

Kuçuradi, "Bilgi (knowledge), her ne olursa olsun, her zaman bir şeyin bilgisidir" diyerek, bilginin her zaman belirli bir nesneye yönelik olduğunu vurgulamaktadır. Avrupa dillerinde "bilgi" (knowledge) kelimesi hem bir şeyi bilmeyi hem de birinin bir şey hakkında ortaya koyduğu iddia veya önermeyi ifade etmektedir. Dolayısıyla, bilme eylemi kasıtlıdır; yani bilen kişi, özel bir pratik ya da teorik nedenle nesnelleştirdiği özel bir şeyi bilmeye yöneliktir. Daha basit bir ifadeyle, kişi bir şeyin bilgisini doğrudan temas kurarak, onun hakkında bir şeyler öğrenerek veya başka birinin ortaya koyduğu "hakikati" öğrenerek elde etmektedir.[18]

Bilgi kavramı, öncelikli olarak bilginin edinimiyle ilgili unsurların yanı sıra, niteliği ve mahiyeti üzerine yoğunlaşmaktadır. Bilginin araştırma veya çalışma yoluyla kazanılması önemli bir boyut olmakla birlikte, enformasyon kavramı daha çok bilginin ve diğer unsurların depolanması, iletilmesi ve analiz edilmesi süreçleriyle ilişkilidir. Ayrıca, enformasyon yalnızca bilimsel ve felsefi bilgiyi değil, aynı zamanda haberlerin, mesajların, düşünce ve kanaatlerin iletimini de kapsamaktadır. Dolayısıyla, bilgi çağından (daha doğrusu enformasyon çağından) bahsedildiğinde, yalnızca yoğun bilimsel bilgi üretimi ya da bilginin ve diğer enformasyon unsurlarının hızla küresel ölçekte aktarılması değil, her iki sürecin birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir.

---

[16] Türk Dil Kurumu https://sozluk.gov.tr/

[17] a.g.m Sf. 98

[18] Curran, J. (2002). Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme (Çev. S. İrvan). Medya Kültür ve Siyaset. (İkinci Baskı). Ankara: Alp Yayınevi, Sf. (46) 181-261.

Bilgi çağının temelini, bilimsel bilgi üretiminin artışı ve bu bilginin etkin bir şekilde teknolojiye dönüştürülmesi oluşturmaktadır.[19]

Bu çerçevede, bilgi toplumunun temel yapı taşlarını oluşturan *veri, enformasyon* ve *bilgi* kavramları arasındaki farkların kavranması da büyük önem taşımaktadır. Kavramlar arası hiyerarşik ilişki, yalnızca akademik düzeyde değil; aynı zamanda yönetim, iletişim, eğitim ve karar alma süreçlerinde de belirleyici olmaktadır. Aşağıdaki tablo, söz konusu kavramların temel ayırt edici özelliklerini ortaya koyarak, aralarındaki ilişkiyi sistematik biçimde özetlemektedir.

Tablo 1: Veri, Enformasyon ve Bilgiyi Karşılaştırma Tablosu

VERİ	**ENFORMASYON**	**BİLGİ**
Gözlem, ölçüm veya kayıt yoluyla doğrudan elde edilmektedir.	İhtiyacımız olmadan, kendiliğinden gelmektedir.	Ulaşmak için araştırma yapmak gerekmektedir.
Anlamsızdır. İşlenmemiş ve bağlamsızdır.	Karmaşıktır. Yorumlanarak bilgiye dönüşür	Farkındalık ve öğrenme özelliği kazandırmaktadır.
Ham materyal, dağınık parçalar hâlindedir.	Sonuca dayalıdır.	Süreç odaklıdır.
Bağlamdan bağımsız içerik ve girdi sunmaktadır.	Hüküm bildirmektedir.	Düşünce üretmektedir.

Tabloda aktarılan bilgilerin karşılaştırmasına dayanarak *veri*, anlamdan yoksun bir ham madde iken; *enformasyon*, bu verilerin düzenlenip bağlama oturtulmasıyla ortaya çıkan daha anlamlı bir yapı olarak görülmektedir. Ancak *bilgi*, bu enformasyonun birey tarafından yorumlanması, özümsenmesi ve öğrenme süreciyle içselleştirilmesi

[19] Yayla, A. (2014). Liberal Bakışlar: Totaliterizm, Bilgi Çağı, Adalet, İnsan Hakları, Sosyalizm, Liberalizm, Demokrasi. Profil Yayınları. sf.46.

sonucunda oluşmaktadır. Bununla birlikte, enformasyonu sadece "değeri artmış veri" değil, aynı zamanda bilgi üretimine giden yolda geçici ve dönüştürücü bir ara katman olarak görmek gerekmektedir. Özellikle sanayi sonrası bilgi toplumu yapısında, verinin enformasyona, enformasyonun da bilgiye dönüşüm hızı artmış; bu süreç toplumsal yapının temel dinamiklerinden biri hâline gelmiştir.

Enformasyon ve bilgi arasındaki diğer bir fark ise, bireyin bilişsel süreci çerçevesinde belirlenmektedir. Verinin enformasyona dönüşümü belirli işlemler yoluyla gerçekleşirken, enformasyonun bilgiye dönüşmesi bireyin öznel yorumlama sürecini gerektirmektedir. Enformasyon nesnel sistemler tarafından işlenebilir ve düzenlenebilirken, bilginin birey için anlam kazanması, onun birikimleri, deneyimleri ve dünya görüşü doğrultusunda şekillenen bir sürecin sonucudur. Bu nedenle özne, hakikati inşa ederken, edindiği bilgiyi kendi bireysel deneyimleri ve inançları doğrultusunda sınıflandırmaktadır. Bu bağlamda, bilginin hakikate dönüşümü her zaman ideolojik bir çerçeveye sahiptir. Davenport ve Prusak, bilgiyi, "belirli bir düzen içinde deneyimler, değerler, amaca yönelik enformasyon ve uzman görüşlerinin, yeni deneyimler ve enformasyonlarla birleştirilip değerlendirildiği esnek bir birleşim" olarak tanımlamaktadır.[20] Bu doğrultuda, bilginin bireyin zihninde anlam kazanma süreci, aynı zamanda bir ideolojik çerçeve oluşturma mekanizmasını da beraberinde getirmektedir.

Bu kavramsal çerçeve içinde değerlendirildiğinde, internet üzerindeki bilgi akışının "hakikate" dönüşümü, bireyin bilişsel süreçleri aracılığıyla gerçekleşen bir yapı arz etmektedir. Bilginin doğruluğu ve bu bilginin hakikate dönüşme süreci, bireyin kişisel deneyimleri ve ideolojik bakış açısı doğrultusunda şekillenmektedir. Ayrıca eğitimin de hedeflenen "gerçekliği" kurmak için temel araç olarak kullanılması kadim gelenekler tarafından da kullanıldığı bilinen tarihsel bir gerçektir.[21]

Alpay “post-truth” kavramının Türkçe karşılığı olarak “hakikatin önemsizleşmesi” ve/ya “doğruluğun önemsizleşmesi” kavramlarını önermekte olup, kavramsal olarak

[20] Davenport, T. H., Prusak, L., & Günay, G. (2000). İş dünyasında bilgi yönetimi: kuruluşlar ellerindeki bilgiyi nasıl yönetirler? Rota Yayın Yapım Tanıtım. Sf.27.
[21] Yılmaz, A. ve Geylani, D. (2021). Post Truth (Hakikat Sonrası), Global Siyaset ve Türkiye: Metodolojik Bir Yaklaşım. Yılmaz, A. &Bağcı İ. Teoriden Pratiğe Türkiye Siyaseti, 15-51.

“hakikatin önemsizleşmesi” karşılığını kullanmayı tercih etmektedir.[22] Orhan Hançerlioğlu’da Felsefe Sözlüğünde, "gerçek" ve "hakikat" kavramlarını şu şekilde ayırmaktadır: "Gerçek, nesnel dünyaya ait bir olguyu temsil ederken, hakikat, bu nesnel gerçeğin bireyin zihnindeki öznel yansımasını ifade eder".[23] Burada vurgulanan "düşünce ile nesnesi arasındaki uygunluk" ilkesi, epistemolojik tartışmalar açısından kritik bir noktaya işaret etmektedir. Alpay’da bu konuda bireylerin kendi kimliklerine yakın hissettikleri uzmanlara ve siyasilere güvenme yolunu seçtiklerini ifade etmektedir. Aşırı ayrıntının ve karmaşık düzenin olduğu yerde olayların ve bilginin takibi zorlaştığından bireyler düşüncelerini kimlik politikaları çerçevesinde değerlendirme yolunu seçmişlerdir.[24]

Bu bağlamda, post-truth kavramı, bilginin aydınlatıcı ve özgürleştirici işlevine yönelik modernist anlayışın dönüşümünü ele almak açısından önemli bir kavramsal araç sunmaktadır. Tesich’in vurguladığı gibi, günümüz toplumlarında bilgiye yönelik ilgi giderek azalmış ve bireyler, müdahale edemedikleri gerçekleri öğrenmek yerine, kendi inanç sistemleriyle uyumlu anlatıları tercih eder hâle gelmişlerdir.[25] Bu durum, hakikatin, bireyin öznel kabulleri doğrultusunda inşa edilen bir yapıya dönüşmesine neden olmaktadır. Alpay bu noktada sorunu “gerçek ile ona ilişkin yargılar arasındaki uygunluğun ortadan kalkmasının umursanmaması” olarak açıklamaktadır.[26] Post-truth çerçevesinde temel sorun, bireyin enformasyon bombardımanı altında nesnel gerçekliği seçme zorluğundan ziyade, ideolojik olarak inşa edilen anlatılara inanma zorunluluğudur. Çünkü bireyin aidiyet bağı hissettiği bir ortamda yakınları tarafından paylaşılan enformasyona insan olarak inanması tabii bir süreçtir.[27]

İnternetin birey için bir "hakikat inşa etme aracı" olarak işlev görmesi, bilgi akışının algoritmalar tarafından yönlendirilmesiyle daha da belirgin hâle gelmektedir. Günümüzde dijital platformlar, kullanıcıların karşılaştıkları bilgi paketlerini belirli algoritmik yapıların hedeflerine uygun olarak sunmaktadır. Kullanıcıların maruz

[22] Alpay, Y., 2017, Yalanın Siyaseti, Destek Yayınları, İstanbul. Sf.25.27.
[23] Akt. İsi, H. (2015). " Gerçek" ve" Hakikat" Sözcükleri Üzerine Felsefi ve Dilbilimsel İnceleme. Journal Of International Social Research, 8(41).
[24] Alpay, Y. (2020). Hakikat Askıda. Pasajlar Post-Truth Çağı, 2(4), 2020, Sf.13-16.
[25] Tesich, S. (2021). Yalanlar rejimi. Cogito, 104, 23-28.
[26] Alpay, Y., 2017, Yalanın Siyaseti, Destek Yayınları, İstanbul. Sf.28
[27] Atalay, H. S. (2020). Hakikatin önemini yitirmesi ve gündelik hayatın hoyratlaşan dili. Pasajlar Post-Truth Çağı, 2(4), 177-211.

kaldığı sınırsız veri akışı, onların bu durumla başa çıkabilmek için kendi ideolojik eğilimleri doğrultusunda "gerçeklik kategorileri" oluşturmalarına neden olmaktadır. Bu süreç, yalnızca teknolojik belirlenimcilik ile açıklanamayacak toplumsal bir belirlenim ilişkisini ortaya çıkarmaktadır.[28]

Benzer bir durum sosyal medya bağlamında da gözlemlenmektedir. Web 3.0 ve yapay zekâ teknolojisi ve uygulamalarının, "kalabalığın gürültüsünü kitlelerden gelen bilgiye dönüştürme" kapasitesi, sosyal medyanın ürettiği bilgi akışının niteliğini belirleyen önemli bir faktördür.[29] Kişiselleştirme algoritmaları, kitlelerden gelen veri akışını analiz ederek genel kanıyı oluşturmakta ve bunu bir bilgi biçimi olarak sunmaktadır. Buradaki temel sorun, yalnızca yanlış ya da manipülatif haberlerin yayılmasıyla sınırlı değildir. Aynı zamanda, bireyin kendi bilişsel sürecini aşan bir "filtre balonu" ile şekillendirilen bir bilgi ortamı oluşturulmakta ve bu süreç ideolojik bir çerçeve içinde işlemektedir. Sosyal medya şirketleri "beğen tuşuna" basılması karşılığında insanlara kendi kanaatlerini pekiştirecekleri bir zemin hazırlamaktadırlar. Bu durum, hakikatin öneminin azaldığına işaret eden "post-truth" kavramında insanların artık muhakeme ve sınayabilme yeteneğini kaybetmesine neden olmaktadır.

Sonuç olarak, insanın muhakeme süreci ile sosyal medyada deneyimlediği bilgi edinme süreçleri arasında belirgin bir fark bulunmaktadır. Sosyal medya platformları "hakikati" toplumsal ve ideolojik dinamikler çerçevesinde şekillendirerek bireye sunmaktadır. Bu bağlamda, internetin yalnızca bilgi sunan bir araç olmaktan çıkıp, hakikatin inşa edildiği, yönlendirildiği ve sürekli yeniden üretildiği dinamik bir mecra hâline geldiği söylenebilecektir. Bununla birlikte her ne kadar hakikat sonrası siyaset tarzı görece yeni bir olgu olsa da 21. yüzyılın küresel siyaset anlayışını açıklamada güçlü bir kavramsal çerçeve sunması bakımından temel kavramlardan biri olarak öne çıkmaktadır.[30]

---

[28] Demirkol, O. (2022). İnternet ve “post-truth” ilişkisinin sosyal bağlamları: anti-determinist bir yaklaşım. Kültür ve İletişim, 25(50), 292-318.

[29] Kroeker, K. L. (2010). Engineering the web's third decade. Communications of the ACM, 53(3), 16-18.

[30] Yılmaz, A. ve Geylani, D. (2021). Post Truth (Hakikat Sonrası), Global Siyaset ve Türkiye: Metodolojik Bir Yaklaşım. Yılmaz, A. &Bağcı İ. Teoriden Pratiğe Türkiye Siyaseti, 15-51.

1.3.Enformasyon Toplumu

Toplumların tarihsel gelişimi, üretim ilişkileri, bilgi aktarımı ve iletişim biçimlerindeki değişimlerle şekillenmiş; bu süreç içerisinde insanlar farklı toplumsal yapılar içinde yaşamlarını sürdürmüşlerdir. İlkel topluluklardan başlayarak tarım toplumu, sanayi toplumu ve nihayetinde günümüzde bilgi ya da enformasyon toplumuna kadar uzanan bu dönüşüm, insanlık tarihinin üretim biçimleri kadar düşünsel, kültürel ve teknolojik evrimini de yansıtmaktadır. Bilgi toplumunun ortaya çıkışı yalnızca teknolojik ilerlemelerin bir sonucu değil, aynı zamanda toplumların bilgiye, iletişime ve katılıma verdiği önemin yeniden tanımlanması süreci olarak da değerlendirilebilir.[31]

İlkel toplumlar, insanlık tarihinin başlangıcında, bireylerin yalnızca temel yaşamsal gereksinimlerini karşılamaya yönelik olarak örgütlendiği basit sosyal yapılar olarak tanımlanmaktadır. Bu dönemde bilgi, bireysel deneyim ve gözlem yoluyla edinilmekte; sözlü kültür aracılığıyla kuşaktan kuşağa aktarılmaktadır. Eğitim, büyük ölçüde gündelik yaşamda karşılaşılan sorunlara pratik çözümler üretme becerileriyle sınırlı kalmaktadır. Ekonomik etkinlikler değiş-tokuşa dayalı olup üretim, insan gücü ve basit araçlarla sürdürülmektedir. Toplumsal yapı ise akrabalık ilişkileri ve fiziksel güç temelli hiyerarşiler etrafında şekillenmektedir.[32]

Tarım devrimiyle birlikte yerleşik yaşama geçilmiş, üretim faaliyetleri yalnızca tüketim için değil, aynı zamanda birikim ve değişim değeri yaratmak amacıyla da yürütülmeye başlanmıştır. Bu süreç, insanlık tarihindeki ilk büyük toplumsal ve ekonomik dönüşümlerden birini temsil etmektedir. 18. yüzyılda Batı Avrupa'da ortaya çıkan Sanayi Devrimi, üretim ilişkilerini ve toplumsal yapıyı köklü biçimde dönüştürerek sanayi toplumunu doğurmuştur. Bu evreyi izleyen post-endüstriyel dönemde ise bilgi toplumu ön plana çıkmıştır. Bilgi toplumu, üretimin maddi araçlardan ziyade bilgi, enformasyon ve iletişim süreçleri üzerinden şekillendiği yeni bir toplumsal yapıyı ifade etmektedir. Bu yapının ayırt edici özelliği, bilginin yalnızca bir araç değil, aynı zamanda ekonomik üretimin, toplumsal örgütlenmenin ve yönetim

[31] Arklan, Ü. (2008). Bilgi toplumu ve iletişim: bilginin yayılması sürecinde kitle iletişim araçları ve internet. *Selçuk İletişim*, *5*(3), 67-80.

[32] Yurtseven, A. (2021). İlkel Toplumda Sosyo-Ekonomik Hayata Bir Bakış. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, *10*(2), 98-111.

biçimlerinin merkezinde yer almasıdır. Gelişen bilişim ve iletişim teknolojileri sayesinde bilgi, elektronik ortamlar aracılığıyla küresel ölçekte dolaşıma girmiş, zaman ve mekân sınırlarını aşarak yeni bir toplumsal düzenin temelini oluşturmuştur.[33]

Daniel Bell'in tanımladığı gibi bilgi toplumu, klasik sanayi toplumunun sınıf, ideoloji ve hiyerarşi gibi yapılarının anlamını yitirdiği; onun yerine demokrasi, ifade özgürlüğü ve katılım gibi kavramların güç kazandığı yeni bir rasyonaliteye dayanmaktadır. Bilgi, bu toplumda hem ekonomik hem de sosyal alanda belirleyici faktör hâline gelirken; teknolojik gelişmeler bilgiye erişimi kolaylaştırmış ve bireylerin üretim-tüketim süreçlerine aktif katılımını mümkün kılmıştır.[34] Özellikle internet, bireylerin bilgiye ulaşımını kolaylaştırmış; bilgi üretimi ve paylaşımında merkeziyetçiliğin kırılmasını sağlamıştır. İlkel toplumdan enformasyon toplumuna uzanan bu süreçte bilginin konumu her geçen evrede daha da merkezi hale gelmiştir. Bu bakımdan enformasyon toplumunun geleceği, teknolojik gelişmeler kadar bilginin etik, demokratik ve eşitlikçi biçimde nasıl kullanıldığına bağlı olarak şekillenecektir.[35]

1.3.1. Sanayi Toplumundan Enformasyon Toplumuna Geçiş

İnsanlık tarihi boyunca toplumsal yapılar, üretim ilişkileri ve bilgiye atfedilen değer büyük dönüşümler geçirmiştir. Bu dönüşümlerin en temel belirleyicisi, üretim biçimlerindeki köklü değişiklikler olmuştur. İlkel toplum döneminde doğayla kurulan ilişki, büyük oranda avcılık ve toplayıcılıkla sınırlı kalmışken, yerleşik yaşama geçilmesiyle birlikte tarım toplumu ortaya çıkmış, bu süreçte üretim toprağa bağlı olarak şekillenmiştir. Tarım toplumu, bireylerin geçimlerini sağladığı üretime dayalı faaliyetler yürüttüğü; çiftçilik, balıkçılık, ormancılık ve madencilik gibi doğal kaynak temelli ekonomik etkinliklerin merkezde yer aldığı bir yapıya sahiptir. Ekonomik ve toplumsal düzen, büyük ölçüde toprağın mülkiyeti üzerinden şekillenmiş, bu durum zamanla sınıf farklılaşmalarını da beraberinde getirmiştir. Lonca örgütlenmeleri gibi

[33] Ünal, Y. (2009). Bilgi toplumunun tarihçesi. *Tarih Okulu Dergisi*, *2009*(V).

[34] Akt. Önen, A. (2023). Hakikat Sonrası Çağda Enformasyon Toplumunun Dezenformasyon Toplumuna Dönüşümü. *Pamukkale Üniversitesi İletişim Bilimleri Dergisi*, *2*(2), 86-100.

[35] Çalık, D., & Çınar, Ö. P. (2009). Geçmişten günümüze bilgi yaklaşımları bilgi toplumu ve internet. *XIV. Türkiye'de İnternet Konferansı*, *12*, 13.

yeniliğe kapalı, korumacı yapılar üretim biçimlerinin sürekliliğini sağlarken aynı zamanda yaratıcılığın ve bireysel üretkenliğin önünde de engel oluşturmuştur.[36] Ancak artan nüfus, kaynakların sınırlılığı ve azalan verimler kanunu gibi ekonomik dinamikler, bu üretim tarzının sürdürülebilirliğini giderek azaltmıştır. Özellikle tarımsal üretimdeki mekanizasyon, yeni kıtaların keşfi ve sömürgecilikle birlikte gelen pazar genişlemesi; artan sermaye birikimiyle birleşerek sanayi toplumuna geçişin zeminini hazırlamıştır. 18. yüzyılın ortalarında İngiltere'de başlayarak tüm Avrupa'ya ve Amerika'ya yayılan Sanayi Devrimi, yalnızca üretim biçimlerini değil, aynı zamanda toplumsal örgütlenmeyi, işgücü yapısını ve bireyin toplum içindeki konumunu kökten değiştirmiştir. El emeğine dayalı üretimden makineleşmiş üretime geçilmesiyle birlikte, fabrikalar kentsel alanlarda yoğunlaşmış, bu durum hızlı şehirleşmeyi beraberinde getirmiştir. Sanayi toplumunda temel hedef, üretimin sürekliliği ve kâr maksimizasyonu olurken, iş gücü ise disiplinli ve standardize edilmiş üretim süreçlerinin bir parçası haline gelmiştir. Bu yeni düzen, uzmanlaşmayı teşvik etmiş ancak aynı zamanda bireysel yaratıcılığı arka plana itmiştir.[37]

Sanayi toplumunun gelişimiyle birlikte, siyasal ve toplumsal alanda da dönüşümler yaşanmıştır.[38] Rönesans ve Reform hareketlerinin etkisiyle birey hak ve özgürlüklerinin gelişmesi, Fransız Devrimi ile politik eşitlik ve yurttaşlık ilkelerinin benimsenmesi, sanayileşmenin yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda ideolojik ve kültürel bir devrim olduğuna işaret etmektedir. Sanayi toplumunun karakteristik özellikleri arasında kentleşme, merkezileşme, rasyonelleşme, bürokratikleşme, laikleşme ve toplumsal süreçlerde uzmanlaşmanın artması gibi unsurlar öne çıkmaktadır.[39]

Sanayi toplumunun temel özellikleri, üretim ilişkilerinin makineleşme ve fabrikalaşma ekseninde yeniden örgütlenmesi, emek sürecinin standartlaşması ve iş bölümünün ileri düzeyde uzmanlaşmaya dayalı biçimde derinleşmesi olarak öne çıkmaktadır. Bu

[36] Sencer, M. (1987). Toplumların evrimi. *Amme İdaresi Dergisi*, *20*(1), 33-58.

[37] Çirasun, E. (2011). *Enformasyon Toplumu ve Bilgi Çağında Türkiye'nin Gelişim Süreci* (Master's thesis, Marmara Universitesi (Turkey)).

[38] Varol, A. S. L. I. (2010). Bilgi toplumunda kamusal alan. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 121-129.

[39] Van Dijk, J. (2016). *Ağ toplumu*. Epsilon Yayıncılık Ltd. Sti.

toplum yapısında ekonomi, sanayi üretimi ekseninde örgütlenmiş; bu durum sınıfsal farklılaşmaları belirginleştirmiştir. Zaman kavramı, üretim süreçlerine entegre edilerek disiplinli, dakik ve ölçülebilir bir çalışma düzeni yaratılmıştır. Toplumsal yapı büyük ölçüde kentleşme olgusu etrafında şekillenmiş, kırsaldan kentlere yönelen nüfus hareketliliği, yeni sosyolojik dinamiklerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Eğitim, askerlik ve bürokrasi gibi kurumlar aracılığıyla birey, rasyonel kurallar bütününe tâbi kılınmış; böylece merkeziyetçi, hiyerarşik ve kurumsallaşmış bir toplumsal organizasyon biçimi ortaya çıkmıştır. Bilgi üretimi daha çok teknik ve uygulamalı alanlarda yoğunlaşmış; bilim, sanayiye hizmet eden araçsal bir değer kazanmıştır. Bu dönemde ekonomik büyüme, teknoloji odaklı ilerleme ve ulus-devlet yapılarının güçlenmesi, modernleşme söyleminin temel parametreleri haline gelmiştir.[40]

Bununla birlikte 20. yüzyılın ortalarından itibaren bilgi üretimi, yönetimi ve iletimi, üretim süreçlerinin merkezine yerleşmeye başlamış ve böylece yeni bir toplumsal yapı olan enformasyon toplumunun doğuşuna tanıklık edilmiştir. Endüstriyel üretim süreçlerinin bilgiye bağımlılığının artması, teknolojik yeniliklerin hız kazanması ve iletişim ağlarının küreselleşmesiyle birlikte üretimin niteliği değişmiş; maddi üretimden çok, bilgi ve hizmet üretimi ön plana çıkmıştır. Bilgi hem ekonomik değer hem de toplumsal güç unsuru haline gelmiştir. Bu yeni toplum biçiminde enformasyon, stratejik bir kaynak haline gelirken; dijitalleşme, otomasyon, yapay zekâ ve iletişim teknolojileri gibi gelişmeler bilgi tabanlı bir ekonominin inşasına olanak tanımıştır. Elbette bu dönüşüm sürecinde, enformasyon toplumunun kurumsallaşmasında belirleyici olan temel dinamik, internetin yaygınlaşmasıyla birlikte bilginin üretim, dağıtım ve erişim süreçlerinde meydana gelen yapısal dönüşüm olmuştur.[41]

Tarım toplumundan sanayi toplumuna, oradan da enformasyon toplumuna uzanan bu tarihsel süreç, yalnızca üretim biçimlerinde değil; aynı zamanda toplumsal yapıda, siyasal örgütlenmede, birey ve devlet ilişkilerinde ve bilgiye verilen değerde de derin

[40] Çirasun, E. (2011). *Enformasyon Toplumu ve Bilgi Çağında Türkiye'nin Gelişim Süreci* (Master's thesis, Marmara Universitesi (Turkey)).

[41] Şener, G. (2006). İnternet ve demokrasi ilişkisine dair eleştirel bir yaklaşım. *İnet-Tr-XI "Türkiye'de İnternet" Konferansı, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi*, 21-23.

dönüşümlere yol açmıştır. Enformasyon toplumu olarak adlandırılan bu yeni yapı, maddi üretimden çok bilgi ve hizmet üretimine odaklanmıştır. Enformasyon toplumunda birey, yalnızca üretim gücü değil; aynı zamanda bilgiye erişen, işleyen ve paylaşan bir özne haline gelmiştir.

Enformasyon alanındaki hızlı ilerlemeler, sadece ekonomik etkiler yaratmakla kalmamakta, aynı zamanda sosyal, siyasal ve kültürel alanlarda da derin dönüşümlere neden olmaktadır. Enformasyon toplumundaki ilerlemeler, bireylerin ve toplumların verimliliğini artırmakta, ekonomik büyümeyi hızlandırmakta, bilimsel ve teknolojik yeniliklerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bilgi toplumu daha çok gelişmiş ülkelerin ulaştığı bir aşama olmakla birlikte, gelişmekte olan ülkeler açısından da kalkınma ve küreselleşme süreçlerine entegrasyon açısından ulaşılması gereken kritik bir hedeftir. Bu kritik evrede bilgi stratejik bir kaynak durumundadır. Bu dönem içerisinde bilgiyi üreten toplum ya da devlet olmadığınız müddetçe büyük harcamalar neticesinde elde edilen ürünler kısa süre içerisinde demode olma tehlikesi ve piyasada yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalacaktır.[42]

Bu süreç, yalnızca teknolojik neden-sonuç ilişkisi bağlamında ele alındığında, endüstri toplumunun sona ermesiyle ortaya çıkan bir kopuştan ziyade, toplumsal yapıda zaten var olan eğilimlerin teknolojik gelişmeler doğrultusunda dönüştüğünü göstermektedir. Ağ toplumlarında ise bu dönüşüm, kamu alanlarının tamamına yayılan bir entegrasyon süreci olarak karşımıza çıkmaktadır.[43]

Ağ temelli bir dünya, geleneksel alan ve güç kavramlarını yeniden sorgulamayı gerektirmektedir. Erken dönem piyasa ekonomileri, şehir yaşamının zamansal ve mekânsal düzenlemeleri çerçevesinde gelişirken, günümüzde elektronik iletişim, mantıksal düğümler ve merkezi işlem noktaları aracılığıyla yeni bir coğrafya oluşturmaktadır. 19. yüzyılın demiryolları, kanalları ve yolları gibi fiziksel altyapılar, günümüzde bilgisayar ağları, kablolar ve radyo bağlantıları ile yer değiştirmiştir. Bu dijital altyapı, işlemlerin nasıl yürütüldüğünü, ödemelerin nasıl gerçekleştirildiğini ve

[42] Bozkurt, V. (2000). Enformasyon Toplumu ve Türkiye (Ankara: Sistem Yayıncılık, 3. Baskı). Sf. 27-41.
[43] Akt. Çalık, D., & Çınar, Ö. P. (2009). Geçmişten günümüze bilgi yaklaşımları bilgi toplumu ve internet. XIV. Türkiye'de İnternet Konferansı, 12, 13.

bilgiye erişimin nasıl sağlandığını şekillendiren temel unsurlardan biri haline gelmiştir.[44]

Elektronik haberleşme sistemleri, ağların amaçlarını ve karar alma süreçlerini koordine ederken, görevlerin yerine getirilmesini ve işlem kapasitesini artırmaktadır. Bu bağlamda, esneklik sağlanırken performanstan ödün verilmemektedir. Üstün işlem kapasitesi sayesinde ağlar, rekabet mekanizmaları yoluyla belirli faaliyet alanlarındaki merkezi ve hiyerarşik örgütlenme biçimlerini kademeli olarak ortadan kaldırmaktadır.[45]

Sanayi toplumunun mekanik (inorganik) güce dayalı teknolojisi, fabrikalarda makineler aracılığıyla üretim süreçlerini büyük ölçüde hızlandırmış ve sanayi mallarının seri üretimini mümkün kılmıştır. Bu teknoloji, iş bölümünü ve uzmanlaşmayı teşvik ederek verimliliği artırmış, toplumsal yapı üzerinde derin etkiler yaratmıştır. Özellikle aristokrasi dışındaki burjuvazinin yükselişine ve sanayi işçisinin toplumsal sahnede önemli bir yer edinmesine katkıda bulunmuştur. Aynı zamanda, üretim süreçlerindeki değişimler köleliğin azalmasına ve özgür emek sistemine geçişe zemin hazırlamıştır. Sanayi toplumundaki bu dönüşümlere paralel olarak, politik alanda farklı inanç, ideoloji, değer ve davranışların şekillenmesine olanak tanıyan daha çeşitlenmiş bir kültürel yapı ortaya çıkmıştır. Benzer bir dönüşüm süreci, günümüzde bilişim teknolojilerinin etkisiyle bilgi toplumunda da gözlemlenmektedir.[46]

Toplumsal dönüşümün temel dinamiklerinden biri internet teknolojisinin doğuşu ve ilerlemesidir. Çalışmanın bundan sonraki bölümünde bu konu ele alınacaktır.

1.3.2. İnternet Teknolojisinin Doğuşu ve İlerlemeler

İnternet kavramı, Web teknolojilerinden çok daha önce ortaya çıkmıştır. 1962 yılında Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'nden (MIT) J.C.R. Licklider, ağlar üzerinden sosyal etkileşimi mümkün kılacak bir sistemi ilk kez kavramsal olarak tanımlamıştır. Licklider, "Galactic Network" adını verdiği fikrinde, bireylerin dünya üzerindeki

[44] Akt. Varol, A. S. L. I. (2010). Bilgi toplumunda kamusal alan. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 121-129.
[45] Bingöl, Y., & Tanrıver, N. (2011). Bilgi çağında değişen sosyal hareketler: Sanal eylemler. Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, 6(1).
[46] Arklan, Ü. (2008). Bilgi toplumu ve iletişim: bilginin yayılması sürecinde kitle iletişim araçları ve internet. *Selçuk İletişim*, *5*(3), 67-80.

herhangi bir yerden veri ve programlara kolayca erişebileceği, birbirine bağlı küresel bir bilgisayar ağı tasavvur etmiştir.[47] Bu vizyon, günümüz internet'inin temel prensipleriyle büyük ölçüde örtüşmektedir. Yine MIT'den Leonard Kleinrock, bilgisayarlar arası iletişimi sağlayan paket anahtarlama teorisi üzerine 1961 yılında ilk akademik makalesini yayımlamış, 1964 yılında ise bu konuyu detaylandıran bir kitap kaleme almıştır.[48] Kleinrock'un bu teorisi, 1969 yılında ARPA'nın (Advanced Research Projects Agency) kurulmasıyla somut bir uygulama alanı bulmuş ve bu yapı, internet'in öncüsü olarak kabul edilmiştir. ARPA'nın temel amacı, ABD'nin farklı bölgelerinde görev yapan askeri araştırmacıları birbirine bağlamak ve pahalı ekipmanların ortak kullanımını sağlamaktır.[49]

Öte yandan, Web kavramı ARPA araştırma topluluğunun bir ürünü olarak doğmamıştır. Web'in gelişimi, CERN'deki bilgisayar bilimcileri, NSF süper bilgisayar merkezi ekibi gibi çeşitli aktörlerin ve Web sunucuları, tarayıcıları ile içerik üretimine odaklanan yeni bir yazılım endüstrisinin katkılarıyla gerçekleşmiştir.[50] internet'in evrimini köklü biçimde değiştiren unsur ise World Wide Web'in (www) ortaya çıkışı olmuştur.[51] www, belge paylaşımı ve değişimi için kullanılan bir iletişim ağı olup, metin, ses dosyaları, video, yazılım programları gibi dijital ortamda saklanabilen tüm içerikleri barındırabilmektedir.[52]

Tim Berners-Lee, 1989 yılında CERN'de HTML programlama dilini geliştirerek World Wide Web adı verilen bilgi paylaşım sisteminin temelini atmıştır. Ardından, 6 Ağustos 1991 tarihinde ilk web sitesini yayınlayarak www'yi herkesin kullanımına sunmuştur.[53] Web'in gelişimi, insanların internet algısını değiştirmiş; ağ yalnızca bir araştırma veya mesajlaşma aracı olmaktan çıkarak, eğlence, ticaret ve bireysel kimlik

[47] Scholz, W. Presentation of the Research Group of J Fidler on the World Wide Web. Sf.2.
[48] Leiner, B. M., Cerf, V. G., Clark, D. D., Kahn, R. E., Kleinrock, L., Lynch, D. C., ... & Wolff, S. (2009). A brief history of the Internet. ACM SIGCOMM computer communication review, 39(5), 22-31.
[49] Giddens, A. (2008). Sosyoloji, (Çev: Cemal Güzel). Kırmızı Yayınları, İstanbul. Sf.640
[50] Başlar, G. (2013). Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm. Akademik Bilişim, 4(11), 2019.
[51] Çetinkaya, Ö. A. (2022). Medya ve Tüketimin Dijital Dönüşümü. Medya ve Tüketim I, Sf.51-54.
[52] Castells, M. (2016). İletişimin Gücü, Çev. Ebru Kılıç, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.Sf.100.
[53] Ege, B. (2017). İnternet Nasıl Çalışıyor? Bilim ve Teknik, Sf. 66-70.

sunumu gibi yeni işlevler kazanmıştır.[54] Kullanıcılar, internette bilgi arama, belirli web sitelerine erişim sağlama ve daha sonra başvurmak üzere sayfaları işaretleme işlemlerini, internet tarayıcıları yardımıyla gerçekleştirmektedir.[55] Web'in hiper metin ve çoklu ortam olanaklarını kullanması, İnternet kullanım deneyimini hem görsel hem de işitsel olarak köklü bir biçimde değiştirmiştir.[56]

1.3.2.1.Web 1.0 Kavramı ve Ortaya Çıkışı

Literatürde Web 1.0 olarak anılan World Wide Web'in ilk evresinde, web siteleri genellikle statikti. Bu dönemde siteler çoğunlukla yalnızca okunabilir içerikler sunmakta ve içerik güncellemeleri oldukça seyrek gerçekleşmiştir.[57] İçerik üreticilerinin sayısı oldukça sınırlı olup, geniş bir kullanıcı kitlesine diğer bir deyişle okuyuculara ve izleyicilere hitap etmektedir. Bu bağlamda, Web 1.0 dönemi web siteleri, temel olarak çevrimiçi katalog işlevi görmektedir. Web sitesi sahibi olan bireyler ya da kurumlar, öncelikli olarak bilgi paylaşımı, çevrimiçi varlık oluşturma ve ürün ya da hizmet tanıtımı yapma amacı taşımaktadır.[58]

Bu erken dönemde, internet kullanıcılarının kendi içeriklerini üretebilecekleri veya mevcut içeriklere katkı sağlayabilecekleri platformlar henüz gelişmemiştir. Kullanıcılar, web siteleriyle etkileşime geçme noktasında oldukça sınırlı imkanlara sahipti; elektronik ortamda site yayıncılarıyla iletişime geçmenin tek yolu, ilgili sayfalarda yer alması durumunda, iletişim formları aracılığıyla gerçekleşmekteydi. Kullanıcılar, web sitelerini temel olarak bilgi edinme amacıyla ziyaret eder, ihtiyaç duydukları içeriğe ulaştıktan sonra siteyle herhangi bir etkileşime girmeksizin oturumu sonlandırmaktadır. Dolayısıyla, gerçek zamanlı geri bildirimde bulunma, içerik

[54] Crowley, D., & Heyer, P. (2010). İletişim Tarihi: Teknoloji, Kültür, Toplum (çev. Berkay Ersöz). Ankara: Phoenix Yayınevi. (Eserin orijinali 2007 yılında yayımlandı), Sf.476.
[55] Giddens, A. (2008). Sosyoloji, (Çev: Cemal Güzel). Kırmızı Yayınları, İstanbul. Sf.641
[56] Crowley, D., & Heyer, P. (2010). İletişim Tarihi: Teknoloji, Kültür, Toplum (çev. Berkay Ersöz). Ankara: Phoenix Yayınevi. (Eserin orijinali 2007 yılında yayımlandı), Sf.476.
[57] Çoşan, B. (2022). Web 1.0'dan Web 3.0'a mahremiyetin dönüşümü ve dezavantajlı gruplar açısından muhtemel sonuçları. Çalışma ve Toplum, 5(75), 2639-2662.
[58] Brin, S. (1998, March). Extracting patterns and relations from the world wide web. In International workshop on the world wide web and databases (pp. 172-183). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

paylaşımı yapma ve diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunma gibi olanaklar bu dönemde mevcut değildir.[59]

Manovich, Soğuk Savaş'ın sona ermesi ile Web tasarımının aynı döneme denk gelmesinin rastlantısal olmadığı görüşünü savunmaktadır. Bu paralelliği iki temel unsur üzerinden açıklamaktadır. İlk olarak, Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle birlikte dünyanın iki kutuplu yapısının ortadan kalkarak tek bir küresel sistemin oluştuğunu ifade etmektedir. İkinci olarak ise, Web'in, dünyadaki tüm bilgisayarları tek bir ağ üzerinden birbirine bağlayan bir yapı inşa ettiğini belirtmektedir. Bunun yanı sıra Manovich, ticari amaçlarla kullanılmaya başlanmadan önceki erken dönem Web'in hiyerarşik olmayan ve yatay bir toplumsal model sunduğunu vurgulamaktadır. Bu dönemde, herhangi bir düşüncenin, ideolojinin veya değerler sisteminin baskın olmadığı, eşitlikçi bir yapı söz konusudur. Manovich'e göre bu durum, Soğuk Savaş sonrası dünyayı temsil eden ideal bir metafor niteliği taşımaktadır.[60]

1.3.2.2.Web 2.0 Kavramı ve Gelişimi

Web 2.0 terimi, ilk defa Darcy DiNucci'nin 1999 yılında yayımlanan "*Fragmented Future"* "Parçalanmış Gelecek" adlı makalesinde ortaya atılmıştır. DiNucci, Web'in geleceğine dair öngörülerinde, Web'in günümüzde tanımlandığı şeklin yalnızca başlangıç aşamasında olduğunu ve gelecekte çok daha etkileşimli bir yapıya dönüşeceğini belirtmiştir. Bu bağlamda, günümüzde statik ekranlar aracılığıyla algılanan Web'in, aslında gelişiminin henüz embriyonik aşamasında bulunduğunu ifade etmektedir. DiNucci'ye göre Web, gelecekte yalnızca metin ve grafik içeren bir yapı olmaktan çıkıp etkileşim mekanizmalarının temel alındığı bir alan olarak anlaşılacaktır.[61]

Web 2.0 kavramının geniş kitlelerce benimsenmesi ve popülerleşmesi ise Tim O'Reilly tarafından sağlanmıştır. 2004 yılında, O'Reilly Media ve MediaLive International tarafından düzenlenen Web 2.0 Konferansı'nda, O'Reilly, World Wide

[59] Koçyiğit, M., & Koçyiğit, A. (2018). Değişen ve Gelişen Dijital İletişim: Yazılabilir Web Teknolojisi (Web 2.0). Editörler: Çakmak, V. Ve Çavuş, S.), Dijital Kültür ve İletişim. İstanbul: Literatürk Yayınları.

[60] Manovich, L. (2014). HTML'den Borges'e Yeni Medya. Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar. Mukadder Çakır (der.) içinde. İstanbul: Doğu Kitabevi, 157, 182.

[61] Dinucci, D. (1999). Design & New Media: Fragmented Future-Web Development Faces A Process Of Mitosis, Mutation, And Natural Selection. *PRINT-NEW YORK-*, *53*, 32-35.

Web'in geçirdiği dönüşümü tanımlamak için "Web 2.0" terimini kullanmıştır. O'Reilly'nin bu tanımı, Web'in yalnızca teknik bir güncellemeyle değişmediğini, kullanıcı deneyimi ve içerik üretim süreçlerinde köklü dönüşümler yaşandığını vurgulamaktadır.[62]

Öte yandan, Web'in mucidi olarak kabul edilen Tim Berners-Lee, Web 2.0 kavramına yönelik eleştirel bir yaklaşım sergilemiştir. 2006 yılında programcı ve yazar Paul Graham ile gerçekleştirdiği röportajda, Web 2.0'ın gerçek bir olgu veya uygun bir terim olup olmadığına dair kendisine yöneltilen soruya, kavramın başlangıçta yalnızca bir konferansın ismi olarak ortaya çıktığını, ancak bu konferansı düzenleyenlerin bile terimin içeriğine dair net bir anlayışa sahip olmadıklarını belirtmiştir.[63] Aynı yıl başka bir açıklamasında, eğer Web 2.0 yalnızca bloglar ve vikilerle tanımlanıyorsa, bunun Web'in başlangıcından itibaren öngörülen bir özellik olduğunu vurgulamış, Web'in temel amacının başından beri insanları birbirine bağlamak olduğunu ifade etmiştir.[64]

Web 2.0, Web'in teknik altyapısında gerçekleşen belirli bir güncellemeyi değil, web sayfalarında kullanılan tasarım, yazılım ve kullanıcı etkileşimi biçimlerindeki dönüşümü tanımlamaktadır. Bu doğrultuda, Web 2.0'ın önceki sürümüne kıyasla yenilenmiş veya üst bir versiyon olduğu yönünde bir iddiası bulunmamaktadır. Web 2.0, bireysel içerik üretiminin yerini kolektif ve katılımcı içerik oluşturma süreçlerine bıraktığı bir platform olarak ortaya çıkmıştır.[65] 2004 sonrası web ortamı, kullanıcıların bireysel ve ortaklaşa içerik üretimini teşvik eden, etkileşimi ön planda tutan bir yapıya evrilmiştir.[66] Bu süreçle birlikte sosyal ağlar, bloglar, vikiler, yorum sistemleri, beğeni mekanizmaları ve sosyal topluluklar Web ekosisteminde yaygın hale gelmiştir.[67]

---

[62] Genç, Z. (2010). Web 2.0 Yeniliklerinin Eğitimde Kullanımı: Bir Facebook Eğitim Uygulama Örneği. Akademik Bilişim, 10, 10-12.

[63] "Interview About Web 2.0" https://paulgraham.com/web20interview.html Erişim Tarihi: 02.02.2025

[64] "Tim Berners-Lee on Web 2.0: nobody even knows what it means" https://arstechnica.com/information-technology/2006/09/7650/ Erişim Tarihi: 02.02.2025

[65] Koçyiğit, M., & Koçyiğit, A. (2018). Değişen ve Gelişen Dijital İletişim: Yazılabilir Web Teknolojisi (Web 2.0). Editörler: Çakmak, V. Ve Çavuş, S.), Dijital Kültür ve İletişim. İstanbul: Literatürk Yayınları.

[66] WEB 1.0, 2.0, 3.0 ve 4.0'ın Tarihi. Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2022, 8.2: 351-359.

[67] Işıklar, G. (2017). Yeni Medya ve İnternet Dolayımlı Sosyal Yaşam. *Yeni Medya Analizleri, 99*. Sf.104-107.

Web 2.0'ın temel ayırt edici özellikleri arasında basit kullanım, sosyal etkileşimi kolaylaştırma ve özgür içerik üretimi yer almaktadır. Ersöz'e göre, Web 2.0, kullanıcıların içeriklerini istedikleri formatta metin, görsel veya video şeklinde paylaşmalarına olanak tanımaktadır.[68] Bu bağlamda, kullanıcılar yalnızca pasif içerik tüketicileri olmaktan çıkmış, aynı zamanda aktif içerik üreticileri haline gelerek Web'in ilk dönemlerindeki sınırlı etkileşim yapısını geride bırakmışlardır. Bu dönüşüm, dijital ortamda bireylerin katılımcılığını artırarak Web'i daha dinamik, interaktif ve kolektif bir platform haline getirmiştir.[69]

1.3.2.3.Web 3.0: Anlamsal Ağ ve Yeni Nesil Web

Tim Berners-Lee, James Hendler ve Ora Lassila tarafından 2001 yılında yayımlanan *The Semantic Web*[70] adlı çalışmada, Web üzerinde yer alan içeriklerin kullanıcılar tarafından okunup anlaşılabilir olduğu, ancak bilgisayar programları açısından anlamlandırılmasının mümkün olmadığı belirtilmiştir. Çalışmada, **anlamsal ağ** (semantic web) kavramı ortaya konularak, web sayfalarının daha anlamlı bir içerik yapısına kavuşacağı ve yazılım programlarının sayfalar arasında dolaşarak kullanıcılar için karmaşık görevleri kolaylıkla gerçekleştirebileceği bir sistemin inşa edileceği öngörülmüştür.[71]

Web 3.0 terimi, ilk kez 2006 yılında gazeteci John Markoff tarafından *The New York Times* gazetesinde yayımlanan *Entrepreneurs See a Web Guided by Common Sense* adlı makalede kullanılmıştır.[72] Markoff, Web 3.0'ı yeni nesil internet olarak tanımlamış ve yapay zekâ teknolojilerinin cihazların daha akıllı işlevler sergileyebileceği bir döneme yol açacağını belirtmiştir.[73]

Web'in gelişiminin üçüncü on yılına denk gelen 2010 sonrası dönem, Web 3.0 çağının başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Bu yeni evrede, anlamsal bir Web altyapısının

---

[68] Ersöz, B. (2020). Yeni nesil web paradigması-web 4.0. Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi, 1(2), 58-65.
[69] CEFRIO, (2011). Livre Blanc sur Les Nouveaux Usages du Web 2.0 Pour Les Organisations. Le CEFRIO, http://www.cefrio.qc.ca/projet/web_2_0.html projet de CEFRIO.
[70] Lassila, O., Hendler, J. ve Berners-Lee, T. (2001). Anlamsal ağ. *Scientific american , 284* (5), 34-43.
[71] Emiroğlu, B. G. (2009). Semantic Web (Anlamsal Ağ) Yapıları ve Yansımaları. Akademik Bilişim, 9, 151-155.
[72] Entrepreneurs See a Web Guided by Common Sense (Girişimciler Sağduyuyla Yönetilen Bir Web Görüyor) https://www.nytimes.com/2006/11/12/business/12web.html Erişim Tarihi:02.02.2025
[73] Kabaklarlı, E. (2016). Endüstri 4.0 ve Dijital Ekonomi-Dünya ve Türkiye Ekonomisi İçin Fırsatlar, Etkiler Ve Tehditler. Nobel Akademik Yayıncılık.Sf.88.

oluşturulması temel hedeflerden biri olarak vurgulanmaktadır. Bu nedenle, Web 3.0, literatürde sıklıkla anlamsal ağ olarak da adlandırılmaktadır. Web'in gelişim aşamaları incelendiğinde, Web 1.0 yalnızca *"okuma",* Web 2.0 *"okuma ve yazma",* Web 3.0 ise *"düşünme ve yanıt verme"* işlevleriyle tanımlanmaktadır.[74] Web 2.0'ın en büyük sınırlamalarından biri olan yazılımların içerikleri anlamlandıramaması ve yeni çıkarımlarda bulunamaması sorunu, Web 3.0'ın temel özellikleri arasında yer alan anlamsal analiz, yapay zekâ destekli bilgi işleme ve insan-bilgisayar etkileşimi gibi teknolojilerle aşılmaya çalışılmaktadır.[75]

Web 3.0, verilerin toplanıp birleştirildiği bir çağ olarak tanımlanırken, anlamsal web teknolojileri sayesinde toplanan veriler, kullanıcıların erişimine sunulmakta ve aynı zamanda bilgisayarlar tarafından anlaşılabilir hale getirilmektedir. Bu gelişme, internetin sadece bilgi depolama ve sunma işlevini aşarak, bilginin anlamını kavrayan, aktaran ve bağlamsal ilişkiler kurabilen sistemlerin ortaya çıkmasına olanak tanımaktadır. Böylece, Web 3.0, bilgisayarları yalnızca robotik ve mekanik yapılar olmaktan çıkararak, insana daha yakın ve daha akıllı sistemlere dönüştürmektedir.

Günümüzde bu dönüşüm, yapay zekânın anlam üretme sürecinde aktif bir rol üstlenmesi ile gerçekleşmektedir. Kullanıcı deneyimini merkeze alan, bireysel tercihleri analiz eden ve çevrimiçi davranışları izleyerek kişiselleştirilmiş içerikler sunan yapay zekâ sistemleri, Web 3.0'ın en önemli bileşenlerinden birisi haline gelmiştir. Kullanıcının Web üzerindeki etkileşimi arttıkça, yapay zekâ algoritmalarının onu tanıması ve kişiselleştirme sürecini daha verimli hale getirmesi mümkün olmaktadır. Böylece Web 3.0, daha akıllı, kullanıcı odaklı ve kişiselleştirilmiş bir dijital ekosistem sunmayı hedeflemektedir. Geçmişte sadece seçkin azınlık bir zümrenin tekelinde kalan internet teknolojisi ve bilgi (enformasyon) artık daha geniş kitlelere yayılmış durumdadır. Yaşanan bu dönüşüm insanların

[74] Akt. Uluk, M. (2018). Yeni Medyada "Yalan Haber" Ve Hakikat Sonrası Çağ: Doğrulama Platformu Olarak Teyit. Org Örneği Üzerine Bir İnceleme. İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul. Sf.20.

[75] Yağcı, Y. (2011). WEB Teknolojisinde Yeni Bilgi Fırtınası: WEB 3.0, Bilgi Çağında Varoluş:"Fırsatlar ve Tehditler" Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Ed. *Yıldızeli Aytaç, Arıkan Aykut ve Çakmak Tolga, Yeditepe Üniversitesi Yayınları, İstanbul*. Sf.143-146.

düşünme şekillerinden, topluluk şekilleri oluşturmasına, kimlik değişimlerine kadar her şeyi değiştirmektedir.[76]

İnternet, tarihsel gelişimi itibarıyla bilgiye erişimi kolaylaştıran, iletişim olanaklarını genişleten ve bireylerin küresel ölçekte etkileşim kurmasına imkân tanıyan devrimsel bir teknolojik araç olarak kabul edilmektedir. 1960'lı yıllarda askeri ve akademik amaçlarla başlatılan ağ çalışmaları, zamanla daha geniş topluluklara hitap eden dijital bir altyapının temelini oluşturmuştur. Web teknolojilerinin gelişimiyle birlikte bu altyapı yalnızca bilgi aktarımı amacı taşımaktan çıkarak, kültürel, ekonomik ve siyasal pratikleri dönüştüren bir toplumsal mecra haline gelmiştir.

Web 1.0'dan Web 3.0'a kadar geçen süreçte internet, kullanıcıların yalnızca bilgi tüketicisi olmaktan çıkarak içerik üreticisine dönüşmesini sağlamış; böylece enformasyon üretimi ve dolaşımı merkezi yapıların tekelinden çıkıp daha yatay ve demokratik bir niteliğe kavuşmuştur. Bu durum, özellikle Web 2.0 sonrası dönemde sosyal medyanın ve katılımcı platformların yaygınlaşmasıyla belirginleşmiştir. Bireylerin dijital ortamlarda görüşlerini ifade etmesi, bilgi paylaşması ve topluluk oluşturması, iletişimde yeni bir paradigmayı beraberinde getirmiştir. Enformasyon, yalnızca belirli kurumların değil; her bireyin katkıda bulunabileceği, şekillendirebileceği bir toplumsal malzemeye dönüşmüştür.

Ancak bu dijital demokratikleşme süreci, aynı zamanda yeni riskleri de beraberinde getirmiştir. Bilgi üretim ve paylaşım süreçlerinin denetimden uzaklaşması, internetin dezenformasyonun en yaygın mecrası haline gelmesine neden olmuştur. Web 2.0 ile birlikte herkesin içerik üreticisi haline gelmesi, doğruluğu teyit edilmemiş, manipülatif ya da kasıtlı olarak yanıltıcı bilgilerin büyük bir hızla yayılmasına olanak tanımıştır. Sosyal medya platformları üzerinden dolaşıma sokulan dezenformasyon, bireylerin algılarını, karar alma süreçlerini ve hatta toplumsal barışı doğrudan etkileme potansiyeli taşımaktadır.

Web 3.0'ın sağladığı kişiselleştirilmiş içerik üretimi ve yapay zekâ destekli algoritmalar, bir yandan kullanıcı deneyimini iyileştirirken, diğer yandan "filtre

[76] Bozkurt, V. (2000). Enformasyon Toplumu ve Türkiye (Ankara: Sistem Yayıncılık, 3. Baskı). Sf.30-32.

balonları"[77] ve "algoritmik yankı odaları"[78] gibi yeni sorunları doğurmuştur. Bireylerin yalnızca kendi görüşlerine paralel içeriklere maruz kalması, toplumsal kutuplaşmayı derinleştirmekte; doğrulukla çelişen bilgiler ise daha fazla görünürlük kazanabilmektedir. Bu bağlamda, internet teknolojisi, bir yandan bilgiye erişimi kolaylaştırırken, diğer yandan gerçeklik ile kurgu arasındaki sınırları bulanıklaştıran bir mecra işlevi de görmektedir.

İnternetin çift yönlü bu doğası, onu hem demokratikleşmenin hem de manipülasyonun bir aracı haline getirmiştir. Bilginin yayılma hızındaki artış, toplumsal farkındalık ve kolektif bilinçlenmeyi artırabilecek bir potansiyele sahipken; aynı hız, dezenformasyonun da toplumun tüm katmanlarına kısa sürede sirayet etmesine neden olmaktadır. Bu bağlamda, internet ve Web teknolojilerinin sunduğu olanaklar yalnızca teknik değil; aynı zamanda etik, siyasal ve toplumsal boyutlarıyla da değerlendirilmelidir.

Sonuç olarak, internetin gelişimiyle birlikte bilginin üretimi, paylaşımı ve tüketimi yeniden tanımlanmıştır. Bu dönüşüm, bireylere daha önce hiç sahip olmadıkları güçleri kazandırırken, aynı zamanda bu gücün sorumluluklarını da beraberinde getirmiştir. Dolayısıyla dijital okuryazarlığın, eleştirel düşünmenin ve medya etiği bilincinin yaygınlaştırılması, internetin dezenformasyon üretiminden çok, toplumsal fayda için kullanılmasını sağlayacak en temel stratejilerden biri olarak görülmelidir.

---

[77] Filtre balonu, dijital medya ortamlarında kişiselleştirilmiş içerik algoritmalarının bir sonucu olarak kullanıcıların dar bir bilgi alanına sıkışmasına ve bu alan içerisinde çoğunlukla taraflı, doğruluk değeri düşük ya da objektiflikten uzak içeriklerle karşılaşmasına neden olan bir olgudur. Bu durum, farklı bakış açılarına erişimi kısıtlayarak homojen görüşlerin güçlenmesine ve kamusal tartışma ortamının zayıflamasına yol açtığı için eleştirilmekte; özellikle dezenformasyonun yayılmasını kolaylaştıran bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz. Uluışık, M. (2024). Batı siyasetinde aşırı sağın yükselişi ve hakikat sonrasının araçsallaştırılması, sf. 9-13.

[78] Algoritmik yankı odası, kullanıcıların çevrimiçi ortamda farklı bakış açılarına maruz kalmadan, sadece daha önceki tercihleri, beğenileri ve etkileşimleri doğrultusunda sunulan içeriklerle beslendikleri bir bilgi evreni olarak tanımlanmaktadır. Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz. Hartmann, D., Wang, S. M., Pohlmann, L., & Berendt, B. (2025). A systematic review of echo chamber research: comparative analysis of conceptualizations, operationalizations, and varying outcomes. *Journal of Computational Social Science*, *8*(2), 52.

1.3.2.4.Enformasyon Toplumunun Özellikleri

Enformasyon toplumu, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemelerin ve dijitalleşmenin damgasını vurduğu bir dönemi ifade etmektedir. Bu çağda, bilginin üretimi, depolanması, işlenmesi, iletilmesi ve erişimi büyük ölçüde dijital teknolojiler aracılığıyla gerçekleşmektedir. [79] Enformasyon toplumunun belirgin özellikleri arasında dijitalleşme, hızlı bilgi erişimi, küreselleşme, veri artışı, bilgi paylaşımı ve iş birliği ile teknolojik gelişmelerin hızlanması bulunmaktadır.

- *Dijitalleşme:* Fiziksel medyanın (kitaplar, gazeteler vb.) yerini dijital medyanın (internet, e-kitaplar, dijital dergiler vb.) alması, bilginin dijital ortamlarda depolanmasını, işlenmesini ve iletilmesini sağlamaktadır. Bu dönüşüm, bilgiye erişimi kolaylaştırırken, depolama ve iletim maliyetlerini de azaltmaktadır.[80]
- *Hızlı Bilgi Erişimi:* İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte, arama motorları ve çevrimiçi kaynaklar sayesinde bilgiye anında erişim mümkün hale gelmiştir. Bu durum, bireylerin ve kurumların bilgiye ulaşımını hızlandırarak karar alma süreçlerini olumlu yönde etkilemektedir.[81]
- *Küreselleşme:* Enformasyon toplumu, dünya genelinde iletişim ve bilgi paylaşımını kolaylaştırarak farklı kültürler ve coğrafyalar arasındaki etkileşimi artırmıştır. Bu sayede, küresel bir iletişim ağı oluşmuş ve bilgi akışı hızlanmıştır.[82]

[79] Castells, M. (2005). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Birinci Cilt Ağ Toplumunun Yükselişi 1. Çev: Kılıç, E.) İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. Sf. 21.

[80] Yılmaz, M. (2009). Enformasyon ve Bilgi Kavramları Bağlamında Enformasyon Yönetimi ve Bilgi Yönetimi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, *49*(1), Sf. (96) 95-118.

[81] Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of computer-mediated Communication, 13(1), Sf. (211) 210-230.

[82] Castells, M. (2005). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Birinci Cilt Ağ Toplumunun Yükselişi 1. Çev: Kılıç, E.) İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. Sf. 45.

- *Veri Artışı:* Dijital cihazlar ve sensörler aracılığıyla üretilen veri miktarı hızla artmaktadır. Bu büyük veri yığınları, çeşitli analizler ve uygulamalar için kullanılmakta, yeni bilgi ve içgörülerin elde edilmesine olanak tanımaktadır.[83]
- *Bilgi Paylaşımı ve İş Birliği:* İnternet platformları, sosyal medya ve iş birliği araçları sayesinde, insanlar bilgi ve deneyimlerini kolayca paylaşabilmekte ve birlikte çalışabilmektedir. Bu durum, kolektif bilgi üretimini ve yenilikçiliği teşvik etmektedir.[84]
- *Teknolojik Gelişmelerin Hızı:* Bilgisayarlar, internet, yapay zekâ ve büyük veri analitiği gibi teknolojiler hızla gelişmekte ve bu ilerlemeler bilgi ve iletişim alanında önemli değişikliklere yol açmaktadır. Bu hızlı gelişim, toplumların adaptasyon becerilerini de sınamaktadır.[85]

Enformasyon toplumunda bilgiye erişim kolaylaşırken, bilgiyi değerlendirme ve doğru bilgiyi ayırt etme becerileri de önem kazanmaktadır. Bu nedenle, bilgi okuryazarlığı ve dijital becerilerin geliştirilmesi kritik bir gereklilik haline gelmiştir.[86]

1.4.Dezenformasyon Nedir?

Dezenformasyon kavramı, ilk kez Sovyetler Birliği döneminde, rakipleri aldatmaya yönelik faaliyetleri tanımlayan "dezenformatsiya" terimiyle ortaya çıkmıştır.[87] Ancak zamanla, dezenformasyonun tanımı, kapsamı ve uygulandığı mecra ile yöntemlerde meydana gelen değişiklikler, bu kavrama yönelik akademik ilginin artmasına neden olmuştur. İnternet platformlarının ve sosyal medyanın hızla gelişmesi, dezenformasyonun dijital ortamlarda düzenli bir şekilde yayılmasına olanak tanımış ve bu durum, konuya ilişkin literatürde yoğun bir şekilde tartışmalara yol açmıştır. Bu bağlamda, dezenformasyon olgusu, yalnızca siyaset bilimi değil, aynı zamanda

[83] Göker, A. (2001). Bilim ve Teknoloji Politikalarına Giriş İçin 'Enformasyon Toplumu' üzerine Kavramsal Bir Yaklaşım Denemesi. *Mülkiye Dergisi, 25*(230), Sf. (53) 27-66.

[84] Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of computer-mediated Communication, 13(1), Sf. (213) 210-230.

[85] Castells, M. (2005). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Birinci Cilt Ağ Toplumunun Yükselişi 1. Çev: Kılıç, E.) İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. Sf. 67.

[86] Yılmaz, M. (2009). Enformasyon ve Bilgi Kavramları Bağlamında Enformasyon Yönetimi ve Bilgi Yönetimi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, 49*(1), Sf. (103) 95-118.

[87] Kux, D. (1985). Soviet active measures and disinformation: overview and assessment. The US Army War College Quarterly: Parameters, 15(1), 19-28.

iletişim bilimleri, davranış bilimleri ve bilgisayar mühendisliği gibi çeşitli disiplinlerde de kapsamlı bir şekilde incelenmektedir.[88]

Türk Dil Kurumu'nun tanımlamasına göre dezenformasyon, bilgi çarpıtma anlamına gelmektedir.[89] Diğer taraftan Cambridge Dictionary'e göre ise dezenformasyon insanları kandırmak için yayılan yanlış bilgi anlamına gelmektedir.[90] Dolayısıyla bilinçli olarak çarpıtılan, değiştirilen ve belli bir amaca yönelik servis edilen bilgilerin dezenformasyon olduğu ifade edilebilmektedir. Dezenformasyon genellikle kara propaganda olarak kabul edilir, çünkü gerçek dışı bilgilerle manipülasyon amacı taşımaktadır. Bu yanlış bilgi bilinçli bir şekilde algıları yönlendirmek için kullanılabilmektedir.[91]

Propagandanın öncül uygulamalarının Roma Kilisesi zamanında kullanıldığı iddia edilmektedir. Kilisenin kurduğu İnancı Yayma Cemiyeti, Katolik inancını güçlendirme ve yaygınlaştırma amacı taşımaktadır. Propaganda kelimesinin yazılı metinlerde ilk kez "Papa XV. Gregory Papalik Propaganda Ofisi"nin kurulmasıyla kullanıldığı bilinmektedir.[92]

Britannica propagandayı "kamuoyunu etkilemek için gerçekler, argümanlar, söylentiler, yarı gerçekler veya yalanlar gibi bilgilerin yayılması" olarak tanımlamaktadır. Propagandacıların belirli bir amacı veya hedefleri vardır. Bunları başarmak için, kasıtlı olarak gerçekleri, argümanları ve sembollerin gösterimini seçerler ve bunları en fazla etkiye sahip olacağını düşündükleri şekillerde sunarlar. Etkiyi en üst düzeye çıkarmak için, ilgili gerçekleri atlayabilir veya çarpıtabilirler ya da sadece yalan söyleyebilirler.[93] Yayla da özellikle dezenformasyonun, "totaliter rejimlerde iktidarın meşruiyetini güçlendirmek ve bireylerin alternatif bilgilere

---

[88] Akt. Ateş, A. (2022). Dezenformasyonla Mücadele: Kavramlar ve Kurumlar. *Gaziantep University Journal of Social Sciences, 21*(3), 1574-1586.
[89] *Türk Dil Kurumu* (TDK), https://sozluk.gov.tr/
[90] *Cambridge Dictionary*, https://dictionary.cambridge.org/spellcheck/english-turkish/?q=+dezenformasyon+
[91] Erkan, G., & Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.org. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 29 (Özel Sayı), 206.
[92] Gönenç, Ö. (2018). *Medyada Algı Yönetimi* (s. 49). İstanbul: Der Yayınları.
[93] Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2020, May 18). Society for the Propagation of the Faith. Encyclopedia Britannica. https://www.britannica.com/topic/Society-for-the-Propagation-of-the-Faith

erişimini engellemek amacıyla sistematik bir araç" olarak kullanıldığını ifade etmektedir."[94]

İnceoğlu ve Akıner dezenformasyon kavramını tanımlarken, özellikle kavramın temelinde yatan "kasıt" unsuruna dikkat çekmişlerdir. Onların yaklaşımına göre, dezenformasyon; eksik, yanlış veya inandırıcılıktan uzak bilgilerin, toplum ya da belirli bir kitlenin gerçekler hakkında yanıltılması amacıyla yayılmasıdır. Bu tanımda özellikle "yanıltmak amacıyla" ifadesi üzerinde durulması önemlidir. Bu bağlamda, dezenformasyonun kasıtlı olarak yanlış bilgilendirme ve yanıltma amacı taşıdığı vurgulanmaktadır.[95]

Radu ve Tonea, dezenformasyonun medya ve iletişim kanalları aracılığıyla hem ulusal hem de uluslararası düzeydeki yönlendirici rolüne vurgu yapmışlardır. Yazarlar, dezenformasyonu bir "savaş taktiği" olarak ele alarak, bu kavramın savaş alanındaki stratejik önemini incelemişlerdir. Onlara göre, dezenformasyon, savaş zamanlarında düşmanları aldatmak amacıyla bir silah olarak kullanılırken, toplumlar üzerinde ise psikolojik ve ideolojik bir araç olarak işlev görmektedir.[96]

Fetzer, dezenformasyonu açıklarken, bu terimi "misenformasyon" kavramıyla birlikte ele almış ve iki kavramın birbirine karıştırılmaması gerektiğini belirtmiştir. Misenformasyonu, genel olarak "yanlış, yanıltıcı ve yanlış yönlendirici bilgi" olarak tanımlarken, dezenformasyonu ise "yanlış, yanıltıcı ve yanıltıcı bilginin kasıtlı bir şekilde ve bilinçli olarak yayılması" olarak ifade etmiştir.[97] Bu tanım, İnceoğlu ve Akıner'in üzerinde durduğu kasıt unsuru konusunu daha belirgin hale getirmektedir.

Dezenformasyonu kontrol etmek ve yönetmek son derece zorlu bir süreçtir. Ancak, dezenformasyonun azaltılması için sadece merkezi bir yaklaşımın yeterli olacağı görüşü yanlıştır. Kamu kurumları ve özel sektör, dezenformasyonla mücadelede kendi iç denetim sistemlerini oluşturmalıdır. Örneğin, bir kurumda çalışanların sosyal medya

---

[94] Yayla, A. (2020). Totaliterizm ve dezenformasyon. Liberal Düşünce.
[95] İnceoğlu, Y., & AKINER, N. (2005). Dezenformasyonda Süreklilik: Irak Üzerine Savaştan Örneklerle. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 21(1).
[96] Akt. Göçoğlu, V. (2014). Kamu Politikası ve Sosyal Medya İlişkisi (Master's Thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü). Sf. 80-82.
[97] Fetzer, J. H. (2004). "Disinformation: The Use of False Information", Minds and Machines, 14: 231–240.

üzerinden yaptıkları paylaşımlar, diğer çalışanlar tarafından izlenebilir. Böyle bir durumda, bireyler, kişisel güvenilirliklerini korumak amacıyla paylaşımlarında daha dikkatli olacak ve doğru bilgi sunmaya özen göstereceklerdir.

Dezenformasyon (disinformation), bilginin kasten çarpıtılması anlamına gelmektedir. Bu durumda kişi gerçeği kasıtlı olarak yanıltır. Mezenformasyon (misinformation) ise gerçek olmayan veya yanlış bilgiyi ifade etmektedir. Kanıtlandığı gibi, dezenformasyonun amacı bilgiyi hem kandırmak hem de yaymaktır, ancak mezenformasyonun amacı yalnızca bilgiyi yaymaktır.[98] Bu nedenle, dezenformasyon yanlış bilgiyi kasıtlı olarak yayarak zarar verme amacını taşırken, mezenformasyon zarar verme niyeti olmasa da bilgiyi kasten yanlış bir şekilde yayma anlamına gelmektedir.[99]

Bu konuda Zou ve Zafrani, dezenformasyonun kavramsal çerçevesi ve sınıflandırılması konusunda önemli bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışma, dezenformasyon ve benzer kavramları iki temel boyut çerçevesinde incelemiştir; *özgünlük (orjinallik) ve niyet*. Özgünlük, bilginin kaynağının gerçek olup olmadığını ifade ederken, niyet, bu bilginin kasıtlı olarak yanlış yönlendirme amacı taşıyıp taşımadığını değerlendirmektedir.[100]

Tablo 2: Dezenformasyon ve benzer kavramların sınıflandırılması. (Zou ve Zafrani, 2018, s.3)[101]

Bilgi Türü	**Özgünlük (Orjinallik)**	**Niyet**
Dezenformasyon	Yanlış	Kötü
Mezenformasyon	Yanlış	Bilinmiyor
Malenformasyon	Doğru	Kötü

[98] Kent, Bülent, Kulular, İbrahim, Merve Ayşegül: *Sosyal Medya Hukuku ve Yalan Haber*, Ankara, s. 85.
[99] S. Kontoğlu, "Avrupa Birliği Hukukunda Dezenformasyonla Mücadele ve Öz Regülasyon Modeli", (Ed.) Kent, Bülent / Kulular İbrahim, Merve Ayşegül: Sosyal Medya Hukuku ve Yalan Haber, Adalet Yayınevi, Ankara, Sf. 128
[100] Akt. Ateş, A. (2022). Dezenformasyonla Mücadele: Kavramlar ve Kurumlar. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 21(3), 1574-1586.
[101] Ateş, a.g.m. sf.1577.

Zou ve Zafrani'nin sınıflandırması, dezenformasyonu diğer bilgi türlerinden ayırarak hem bireylerin hem de kurumların bu tür içerikleri tanımlayıp anlamalarını kolaylaştırmayı hedeflemektedir. Bu tablo, dezenformasyonu, yanlış bilgi (misenformasyon) ve diğer bilgi türleri ile karşılaştırmalı olarak ele alarak, her bir bilgi türünün niyet ve özgünlük açısından nerede konumlandığını açıkça göstermektedir.

Malenformasyon, temelde doğru olan bilgilerin, bir kişi ya da kuruma zarar vermek amacıyla kasıtlı olarak paylaşılması durumudur. Örneğin, gizli ya da mahrem kalması gereken bilgilerin kamuoyuyla paylaşılması bu tür bilgi bozulmasına örnek teşkil etmektedir.[102]

Dezenformasyonda kasıtlı olarak yanlış bilgi üreten, kurgulayan ve bu bilgiyi yaymayı hedefleyen bir aktör bulunmaktadır. James ve Fetzer dezenformasyonu iki farklı şekilde sınıflandırmaktadır: Açık ve kapalı dezenformasyon. Açık dezenformasyon, kitlenin söz konusu bilginin yanlış olduğuna dair bilgilendirildiği durumları ifade ederken, kapalı dezenformasyon ise bilgilerin kaynağına dair hiçbir kimlik bilgisinin verilmediği ve yanlış bir kaynak gösterildiği durumlardır. Yazarlar, dezenformasyonun miktarını ve niteliğini değerlendirmenin zor olduğunu vurgulamış ve bu kavramı, "politik hedeflere ulaşmak için kullanılan bilinçli bir yalan söyleme hareketi" olarak tanımlamışlardır.[103]

UNESCO da bu terimleri tartışırken "dezenformasyon" ile "yanlış bilgi" arasında ayrım yapmaktadır: Bir gruba, kuruluşa veya ülkeye zarar vermeyi amaçlayan bilgiye dezenformasyon, gerçekte doğru olan bilgiye ise yanlış bilgi adı verilmektedir.[104] Konuya ilişkin Avrupa Komisyonu Raporu, hakaret, nefret suçları, şiddet içeren ifadeler ve hiciv gibi tartışmalı içeriklerin yanı sıra yasa dışı içeriklerin üretilmesi ve

[102] Erdoğan, E., Uyan Semerci, P., Eyolcu Kafalı, B., & Çaytaş, Ş. (2022). İnfodemi ve bilgi düzensizlikleri: Kavramlar, nedenler ve çözümler.

[103] Akt. Çandır, B. (2022) Türkiye'de Basının Dezenformasyon Haritası: Toplumsal Sorunlar Üzerine Bir Çözümleme (Master's Thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü). Sf.12-21

[104] UNESCO: Journalism, 'Fake News' and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training, (2018). https://en.unesco.org/fightfakenews

yayılmasını da içeren çeşitli anlaşmazlıklara dikkat çekmektedir[105] Raporda, amacı çarpıtma olan ancak tanımsal olarak yeterli açıklık ve kesinlikten yoksun bazı bilgi türlerinin dezenformasyon kapsamı dışında bırakıldığı görülmektedir.[106] Dezenformasyonun tanımı konusunda farklı yaklaşımlar bulunsa da, ortak görüş, bu tür içeriklerin kamu düzeni açısından tehdit oluşturabileceği yönündedir.[107] Dezenformasyon, bilerek gerçeğe aykırı bilgilerin kamuoyunu yanıltma ve belirli kişi ya da gruplara zarar verme amacıyla yayılmasıdır.[108]

Bu bakımdan yalan haber terimi, dezenformasyon kavramını tam olarak ifade etmemektedir. Dezenformasyon, yalnızca yalan olmayan, gerçek ve yanıltıcı içeriklerin karışımını ve bunların zarar verme amacıyla paylaşılmasını içermektedir. Yalan haberler, çevrimiçi iletişim platformları üzerinden hızla yayılarak etki alanını genişletmektedir. Bu durum, çevrimiçi iletişim araçları aracılığıyla yayılan yanlış bilgilerin tehlikeli ve korkutucu doğasını göstermektedir. Özellikle sahte haberlerle mücadele kapsamında çevrimiçi platformlar tarafından oluşturulan iletişim kuralları, "sahte haberin" ne olduğuna dair tanım ve ölçütlerin nasıl belirleneceği yönündeki tartışmaları derinleştirmiştir. Bu süreçte, basın ve ifade özgürlüğünün sınırlandırılabileceği yönünde kaygılar gündeme gelmiş; iletişim amacıyla kullanılan platformlarda içeriklerin engellenmesi veya kaldırılmasına ilişkin uygulamalar eleştirilmiştir. Bu bağlamda, çevrimiçi iletişim platformlarının içeriklere erişimin kısıtlanması ve içeriklerin kaldırılması gibi konularda şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerine uygun hareket etmeleri gerektiği vurgulanmıştır.[109]

---

[105] European Commission (2018), *A Multi-dimensional Approach to Disinformation-Report of the Independent High Level Group on Fake News and Online Disinformation*. Retrieved from https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation.

[106] Tatar, S. (2022). Amerikan Sosyal Medya Hukuku ve Yalan Haber. In B. Kent & İ. Kulular & M. Ayşegül (Eds.), *Sosyal Medya Hukuku ve Yalan Haber* (p. 107). Adalet Yayınevi.

[107] Tatar, a.g.m., s. 107.

[108] European Commission: A Multi-dimensional Approach to Disinformation-Report of the Independent High Level Group on Fake News and Online Disinformation, 2018, s. 10.

[109] Y. Söyler, (2022). "Fransa'nın Seçim Manipülasyonlarıyla Hukuki Mücadelesi ve Türkiye İçin Öneriler", (Ed.) Kent, Bülent, Kulular, İbrahim, Merve Ayşegül: *Sosyal Medya Hukuku ve Yalan Haber*, Adalet Yayınevi, Ankara, s. 54.

Dezenformasyonun temel amacı, hedeflenen kitleyi yanıltarak onların algılarını etkilemek veya belirli bir davranışı teşvik etmektir. Dezenformasyonun bazı yaygın örneklerini açıklamak gerekirse şu şekilde listelemek mümkündür;[110]

- *Sahte Haberler:* Gerçek dışı veya çarpıtılmış haberlerin yayılması.
- *Manipüle Edilmiş Görseller:* Fotoğrafların veya videoların düzenlenerek gerçeği yansıtmayan şekilde sunulması.
- *Propaganda:* Belirli bir siyasi görüşü, ideolojiyi veya hedefi desteklemek için bilinçli olarak yapılan yanıltıcı kampanyalar.
- *Spekülasyon:* Doğruluğu kanıtlanmamış iddiaların bilgi gibi sunulması.
- *Yanlış Bilgiyi Yayma:* Gerçeği yansıtmayan veya yanlış yorumlanmış istatistikler, veriler veya bilimsel çalışmaların kullanılması.

Dezenformasyon, bireylerin veya toplumun algısını manipüle etmek, kararlarını etkilemek veya belirli bir davranışı teşvik etmek için kullanılabilir. Bu nedenle, dezenformasyonla mücadele, doğru bilgiye erişimi teşvik etmek, bilgi doğrulama becerilerini geliştirmek ve yanlış bilgilerin yayılmasını engellemek için önemlidir. Dezenformasyonun tanımlanması ve anlaşılması, etkili bir mücadele stratejisi geliştirmek için ilk adımdır. Bu nedenle, dezenformasyonun ne olduğunu ve nasıl yayıldığını anlamak, bu tür manipülasyonların etkilerini azaltmak için kritik öneme sahiptir. Kötü niyetli bireyler, toplumun siyasi, ekonomik veya ticari alanlarda değişimini sağlamak amacıyla yanıltıcı ya da yanlış bilgiler üretebilir ve yayabilirler. Bu tür durumlarda, tamamen hayal ürünü ve gerçek dışı olayların gerçeğe benzer şekilde sunulması, abartılarak ya da gerçeklerden saparak yanıltıcı bir izlenim yaratılabilir.[111]

[110]M. Bostancı (2019). Sosyal Medyada Asılsız Haberle Mücadele Facebook Örneği, *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Uluslararası İletişi Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu*, s.105-106

[111] B. Kent, (2022). "Alman Hukukunda Sosyal Ağlarda Yalan Haber ile Mücadele", (Ed.) Kent, Bülent, Kulular, İbrahim, Merve Ayşegül: *Sosyal Medya Hukuku ve Yalan Haber*, Adalet Yayınevi, Ankara, s. 12.

1.4.1. Enformasyon Toplumu ve Dezenformasyonla Mücadele

Enformasyon toplumu, teknolojik ilerlemelerin hız kazanmasıyla birlikte bilginin üretimi, dağıtımı ve erişiminin kolaylaştığı bir dönemi ifade etmektedir. İnternetin ve dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte, bilgiye ulaşmak ve bunu paylaşmak çok daha hızlı ve kolay hale gelmiştir. Ancak bu dönemde, dezenformasyon ve yanlış bilgi gibi sorunlar da artmıştır. Dezenformasyonla mücadele, enformasyon çağında özellikle önemli bir konudur. İnternet ve sosyal medya gibi platformlar, yanlış bilgilerin hızla yayılmasına olanak tanırken, doğrulanmamış veya manipüle edilmiş bilgilerin geniş kitlelere ulaşmasına imkân sağlamaktadır. Bu durum, toplumun bilgiye erişimini kolaylaştırdığı gibi, aynı zamanda yanlış bilgilerin etkisini artırabilmektedir.[112]

Dezenformasyonla mücadelede, bilinçlendirme, eğitim, doğrulama, platform politikalarının güncellenmesi, iş birliği ve yasal düzenlemeler gibi çeşitli stratejiler kullanılmaktadır. Bilinçlendirme ve eğitim çalışmaları, insanların bilgiyi sorgulama ve doğrulama becerilerini geliştirmelerine yardımcı olurken, platform politikaları ve yasal düzenlemeler de yanlış bilgilerin yayılmasını engellemek için önlemler içermektedir. Enformasyon toplumunda dezenformasyonla mücadele, sürekli olarak yenilenen ve geliştirilen bir alan olarak önemini korumaktadır. Teknolojik ilerlemelerle birlikte, dezenformasyonla mücadele stratejilerinin de sürekli olarak güncellenmesi ve adapte edilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede, toplumun bilgiye ulaşımını kolaylaştırırken, yanlış bilgilerin yayılmasını önlemeye yönelik çabalar da devam etmektedir. Bilginin enformasyonla, enformasyonun da veriler aracılığıyla oluştuğu belirtilmektedir. Bu durumda oluşan bilginin "gerçeklik" bir diğer ifade ile "hakikat" kapsamında nasıl değerlendirilmesi gerektiği önemli bir sorudur. Bilgi toplumunun en önemli özelliği enformasyona kolay ve hızlı bir şekilde sürekli olarak ulaşabilmesidir. Sürekli maruz kalınan enformasyon ise algıların şekillenmesinde etkilidir.[113]

---

[112] M. Koçyiğit, (2015). Sosyal Ağ Pazarlaması: Marka Bağlılığı Oluşturmada Yeni Bir Pazarlama Stratejisi. Konya: Eğitim Yayınevi, s.35.

[113] M. Koçyiğit, ve A., Koçyiğit, (2023), Dijital Çağda Sosyal Medyada Dezenformasyonla Mücadele, Paradigma Akademi Basın, Çanakkale, s.189-190.

Tarih boyunca dünyada farklı amaçlarla farklı şekillerde biçimlenen savaşlar yaşanmıştır. Devletlerin birbirine karşı savaşı, dönemin "silahları" ile şekillenmiştir. Bilgi toplumunun silahının ise *bilgi* olduğu iddia edilebilmektedir. Bu doğrultuda artık devletler veya devlet dışı aktörler de bilgi silahını birbirine karşı kullanmaktadır. Birinci Dünya Savaşı ve İkinci Dünya Savaşı dönemlerinde maddi ve manevi anlamda büyük yıkımlar tecrübe edinilmiştir. Söz konusu çatışma ortamlarında sadece hedef alınan devlet ya da toplumlar değil aynı zamanda, hedef alan ülkenin toprakları ve vatandaşları da sosyo-ekonomik anlamda zorluklar yaşamıştır. Yıkıcı konvansiyonel ve nükleer silahların kullanımının önüne geçmek üzere anlaşmalar gerçekleştirilmiş ve dünya genelinde barışın sürdürülebilir kılınması için çeşitli kurum ve kuruluşlar aracılığıyla caydırıcılık sağlanmaya çalışılmıştır. Bilgi toplumunun en önemli bir diğer özelliği ise sınırları net olarak çizilen ve coğrafi kısıtlaması bulunmayan bir alanda yaşıyor olmasıdır. Dünya genelinde internet erişiminin olduğu herhangi bir yer ile bağlantı kurulabilmektedir. Dolayısıyla sınırları olmayan bir topluluğa karşı savaş olgusunun da değişmiş olduğu değerlendirilebilir. Bu anlamda bilgi toplumuna karşı yürütülen operasyonlarda karşımıza çıkan en önemli aktörlerden biri dezenformasyondur.

Dezenformasyonun gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla daha da yaygınlaşıp sadece belli bir kesim tarafından değil, herkes tarafından belli amaçlarla kullanılabildiği görülmektedir. Yeni bilgi teknolojileri, insanların yanlış ve yanıltıcı bilgi üretmesini ve bunu yaygınlaştırmasını kolaylaştırmaktadır. Avrupa Komisyonu'nun raporuna göre, dezenformasyon; kasıtlı olarak oluşturulmuş yanlış bilgilerle bir kişiye, bir gruba, bir kuruluşa veya bir ülkeye zarar verme amacını taşımaktadır. Dolayısıyla tanımlamalarda ve uygulamalarda görüldüğü üzere dezenformasyon bilgi toplumu karşısındaki en önemli silahlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Zira dezenformasyonla ilgili tüm açıklamaların ortak paydası "gerçek dışı bilginin kasıtlı olarak insanların algısını ve bilinçaltını etkilemek üzere yayılması eylemi" olduğu üzerinedir.[114]

[114] C.Turan, (2015), *Açıklığın Yanılsaması: Dezenformasyon Çağımızın Kitle İmha Silahı mı?*, Akademik Bilişim Konferansı, Yayın No: 4286280, s.109.

İlgili literatür çalışmalarında dezenformasyonun en çok algı yönetimi ifadesi ile birlikte kullanıldığı görülmektedir. Amaçlı olarak çarpıtılan ve yanlış bilgi ile hedef alınan kitleye yönelik bir algı yönetimi operasyonu gerçekleştirilmektedir. Algı yönetimi, en temel anlamıyla, hedef kitleye veya kamuoyuna iletilecek mesajların belirlenen amaçlara uygun şekilde oluşturulması, yeniden şekillendirilmesi ve yönetilmesi süreci olarak tanımlanabilir.[115]

1.4.2. Dezenformasyonla Mücadelede Uluslararası Stratejiler: Ülke Örnekleri

Dezenformasyonla mücadele kapsamında birçok ülke çeşitli hukuki düzenlemeler ve önlemler almıştır. Bu önlemler, ülkelerin demokratik yapılarına ve siyasi atmosferlerine göre farklılık göstermektedir.

Avrupa Birliği, Fransa, İngiltere, Almanya, Belçika ve Amerika Birleşik Devletleri gibi demokratik ülkeler, dezenformasyonla mücadelede izledikleri stratejiler açısından analiz edilmiştir.

Demokratik yönetimler, vatandaşlarının bilgi edinme hakkını ve ifade özgürlüğünü muhafaza ederken, kamuoyunun yanıltıcı ve manipülatif bilgilere karşı korunması yönünde de sorumluluk taşımaktadır. Bu bağlamda, çalışmada ele alınan ülkeler, yasal düzenlemeler, medya okuryazarlığı programları ve uluslararası iş birlikleri gibi çok boyutlu stratejiler geliştirmiştir. Bu politikalar, dezenformasyonun yayılmasını önlemek ve toplumun bilgiye dayalı kararlar almasını sağlamak amacıyla tasarlanmıştır.

Araştırma içerisinde ülke örnekleri seçimlerinde otoriter rejimler incelemeye dâhil edilmemiştir. Bu tercihin temelinde, bu ülkelerde dezenformasyonun çoğunlukla devlet eliyle bir propaganda aracı olarak kullanılması ve bağımsız medya ile sivil toplum kuruluşlarının etkin biçimde faaliyet göstermesinin engellenmesi yatmaktadır. Otoriter rejimlerde ifade özgürlüğünün ciddi şekilde kısıtlanması nedeniyle dezenformasyonla mücadelede şeffaf ve hesap verebilir politikaların geliştirilmesi mümkün olmamaktadır. Ayrıca, bu rejimlerde dezenformasyon, iç ve dış politikada

[115] Gönenç, *a.g.e.,* s.13.

manipülasyon amacıyla sıklıkla başvurulan bir yöntemdir. Dolayısıyla, bu tür uygulamalar çalışmanın amacı ve kapsamı ile örtüşmemektedir.

Sonuç olarak, çalışmada incelenen ülkeler, demokratik değerleri koruma ve güçlendirme amacıyla dezenformasyonla mücadelede geliştirilen örnek uygulamaları temsil etmeleri nedeniyle araştırmaya dâhil edilmiştir. Bu minvalde Poynter raporu ve literatür taramasına dayanarak adı geçen ülkelerde alınan önlemlere ilişkin bilgiler analiz edilmiştir.

1.4.2.1.Avrupa Birliği (AB)

Avrupa Birliği (AB), dezenformasyonla mücadeleye yönelik kapsamlı bir yaklaşım benimseyerek bu alandaki faaliyetlerini Avrupa Dış Eylem Servisi (EEAS) ve Avrupa Komisyonu tarafından koordine edilen çeşitli önlemler çerçevesinde yürütmektedir. Bu strateji, AB üyesi ülkeler arasında iş birliğini teşvik etmenin yanı sıra, toplum genelinde farkındalığı artırmaya ve medya okuryazarlığını geliştirmeye yönelik eğitim kampanyalarını da içermektedir.[116]

Dezenformasyon, bilginin kasıtlı olarak yanıltıcı bir şekilde kullanılmasıyla karakterize edilen, çok boyutlu bir olgudur. Dezenformasyonun yaygınlaşması, ekonomik, teknolojik, siyasi ve ideolojik motivasyonların birbiriyle kesiştiği dinamik bir süreçle ilişkilendirilmektedir. Bu olgu, özellikle hızlı toplumsal değişimlerin yaşandığı dönemlerde daha belirgin hale gelmekte ve toplumların sosyal, ekonomik ve siyasal dokularını etkileyen sonuçlar doğurmaktadır.[117]

AB'nin bu alandaki çabaları, yalnızca dezenformasyonun yayılımını engellemekle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda dijital çağda bilgiye erişim ve ifade özgürlüğü gibi temel hakları koruma hedefini de gözetmektedir. Bu kapsamda AB'nin stratejisi,

[116] European Commission https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/protecting-democracy/strengthened-eu-code-practice-disinformation_en

[117] Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* (Vol. 27, pp. 1-107). Strasbourg: Council of Europe.

dezenformasyona karşı çok paydaşlı bir yaklaşımı benimsemeyi ve bu sorunun çözümüne yönelik yenilikçi araçlar geliştirmeyi içermektedir.[118]

Ekonomik güvensizlik, artan aşırıcılık ve kültürel değişimler, kaygı üreterek dezenformasyon kampanyalarının toplumsal gerilimleri, kutuplaşmaları ve güvensizliği teşvik etmesine davetiye çıkarmaktadır. Nüfuza sahip kuruluşlar ve ajanslar, dezenformasyonu, politikaları ve toplumsal tartışmaları manipüle etmek için kullanabilmektedirler. Dezenformasyon ve algı yönetiminin etkinliği bir toplumdan diğerine, eğitim seviyesine, demokratik kültüre, kurumlara güvene, seçim sistemlerinin kapsayıcılığına, siyasi süreçlerde paranın rolüne ve sosyal ve ekonomik eşitsizliklere bağlı olmak üzere değişim göstermektedir.

Dezenformasyonun yükselişe geçmesi ve tehdidin ciddi bir boyuta evirilmesi hem AB üye devletlerinde hem de uluslararası bağlamda sivil toplumda bilincin ve endişenin artmasını tetiklemektedir. Bu endişenin yalnızca insanlar tarafından değil otomasyon ve yapay zekâ destekli sistemler tarafından yaratılması sebebiyle özellikle siyasi düzene karşı oluşabilecek sınamaların engellenebilmesi için kurumsal tedbirlerin alınması gerekmektedir. Mart 2015'te Avrupa Konseyi, Rusya'nın devam etmekte olan dezenformasyon kampanyalarına karşı bir eylem planı geliştirilmesi için AB Yüksek Temsilcisini göreve davet etmiş, neticesinde ise Ekim 2015 itibarıyla etkinleştirilecek olan "Doğu Stratcom Görev Gücü" (Doğu Stratejik İletişim Görev Gücü) kurulmuştur. Haziran 2017'de alınan kararda Avrupa Parlamentosu, Komisyona "yanlış haberlere ilişkin mevcut durumu ve yasal çerçeveyi kapsamlı bir şekilde incelemesi ve yanlış içeriğin dağıtımı ve yayılımını sınırlamaya yönelik yasama müdahalesinde bulunması" hususunda çağrıda bulunmuştur. Konsey, Mart 2018'de ise "sosyal ağ ve dijital platformların şeffaf bir şekilde çalışmasının ve vatandaşların mahremiyetinin ve kişisel verilerinin tam korunmasının teminat altına alınması gerektiğini" duyurmuştur. 2017'de uluslararası kuruluşlar tarafından görevlendirilen Özel Raportörler tarafından kabul edilen "İfade Özgürlüğü ve Yanlış

[118] Bayraklı, E., & Filiz, Ş. Avrupa Birliği'nin Yalan Haber ve Dezenformasyonla Mücadele Stratejisi. *SETA*, 2020, *Sayı: 327*, Sf. 5-20.

Haber, Dezenformasyon ve Propaganda Ortak Eylem Planı", uluslararası insan hakları standartlarının uygulanmasına yönelik iyileştirme çalışmaları gerçekleştirmektedir.[119]

Hızlı Alarm Sistemi (HAS), AB'nin dezenformasyonla mücadele yaklaşımında önemli bir unsuru teşkil etmekte olup Aralık 2018'de AB Devlet ve Hükümet Başkanları tarafından kabul edilen Dezenformasyonla Mücadele Eylem Planı'nın temel sütunlarından birisidir. Sistem, AB kurumları ve üye devletlerin dezenformasyon çalışmalarını ve dezenformasyona karşı yanıtlarını koordine etmek için kurulmuştur. HAS, açık kaynak verilerini temel almakta ve akademik çevrelerin, teyit edici kaynakların, çevrim içi platformların ve uluslararası paydaşların görüşlerinden yararlanmaktadır. HAS'ın kurulma amacı temel olarak dezenformasyona karşı mücadele örneklerinin, tecrübelerin ve örnek uygulamaların paylaşılması, dezenformasyon faaliyetlerine karşı yanıtların eşgüdüm ile verilmesi zaman ve kaynak verimliliğinin tesis edilmesidir. Bu minvalde halkla ilişkiler faaliyetlerinin güçlendirilmesi ve farkındalık yaratılması, teyit sağlayıcı platformlara ve araştırmacılara destek verilmesi ve üye devletler arasında müşterek çalışmaların yapılması hedeflenmektedir. HAS sayesinde Avrupa'daki diğer ülkelerle, G7 ve NATO üyeleriyle de ortak iş birliğinin yapılması planlanmaktadır.[120]

Avrupa Komisyonu HAS'ın özellikle Covid-19 pandemisi sonrasında kullanıma sunulduğunu duyurmuştur. Özellikle enformasyon/veri alışverişinin kolaylaştırılması amacıyla her üye ülkede bir ulusal irtibat noktası belirlenmiştir. 2019 yılında Komisyon; Facebook, Google ve X (Twitter) gibi dijital platformlarda yanlış haberlerin yayılmasını engellemek için bir uygulama esası yayımlamıştır. Şubat 2020 itibarıyla Twitter, ülkelere özel olarak bir dizi ortak projeler başlatmıştır. Bu bağlamda kullanıcılara güvenilir sağlık enformasyonu sunmak amacıyla geliştirilmiş bir yanıt botu kurulmuştur. Twitter'ın bu projesi Belçika Sağlık Bakanlığı tarafından takdirle karşılanmıştır.[121]

---

[119] Akt. Güner, Oğuz. (2021). Algı Yönetimi, "Avrupa Birliği'nin Dijital Platformlarda Dezenformasyon ve Algı Yönetimiyle Mücadele Politikaları", *Siyasal ve Dijital İletişim, Sosyal Medya ve Kitle İletişimi*, Literatürk Academia Yayınları, Konya, 140-145.
[120] Akt. Güner, *a.g.e.,* 147-148.
[121] Akt. Güner, *a.g.e.,* 148.

1.4.2.2.Fransa

Fransa, dezenformasyonla mücadelede özellikle seçim dönemlerinde aktif ve sistematik bir yaklaşım benimsemiş; devlet kurumları, medya kuruluşları ve sivil toplum örgütleri doğruluk kontrolü (fact-checking) ve farkındalık kampanyaları yoluyla kamuoyunun yanlış bilgiye karşı direncini artırmayı amaçlamıştır.[122] Bu politikalar hem hukuki düzenlemeler hem de toplumsal bilinçlendirme girişimleriyle desteklenmekte, böylece demokratik değerlerin korunması ile bilgi güvenliği arasında hassas bir denge kurulmaya çalışılmaktadır.

Fransa, dezenformasyonla mücadele amacıyla 22 Aralık 2018 tarihinde "Bilgi Manipülasyonuyla Mücadele Yasası" nı (Loi relative à la lutte contre la manipulation de l'information) yürürlüğe koymuştur. Bu yasa, özellikle seçim dönemlerinde kamuoyunun bilgi manipülasyonundan korunmasını hedeflemekte ve aşağıdaki mekanizmaları öngörmektedir.

- *Acil Müdahale Mekanizması:* Seçim dönemlerinde adaylar ve siyasi partiler, yanlış bilgi içeren içeriklerin yayılmasını önlemek amacıyla doğrudan mahkemelere başvurabilmektedir. Mahkemeler, içeriklerin "yapay" veya "otomatik" yöntemlerle geniş ölçekte yayılıp yayılmadığını 48 saat içinde değerlendirmekle yükümlüdür.[123]

- *Dijital Platformların Yükümlülükleri:* Belirli bir kullanıcı eşiğinin üzerindeki sosyal medya platformları, sponsorlu içeriklerin finansman kaynaklarını, ödenen miktarları ve veri kullanımıyla ilgili bilgileri çevrimiçi bir sicile kaydetmek zorundadır.

- *Medya Düzenleyici Kurumun Yetkileri:* Fransa'nın medya düzenleyici kurumu Arcom, yabancı bir devlet tarafından kontrol edilen ve ulusal çıkarları tehdit

[122] Agence France-Presse (AFP) https://factcheck.afp.com/about-afp
[123] "Bilgi Manipülasyonuyla Mücadele Yasası" Loi n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information. Retrieved from https://www.vie-publique.fr/loi/21026-loi-manipulation-de-linformation-loi-fake-news

eden medya hizmetlerini durdurma, askıya alma veya yayınlarını sonlandırma yetkisine sahiptir.[124]

Bu yasa, temel olarak yabancı devletlerin seçim süreçlerine müdahalesini engellemeyi hedeflemekte, ancak bireyler arasındaki sosyal ağ etkileşimleri yoluyla yayılan dezenformasyonu doğrudan ele almaması nedeniyle eleştirilmiştir.[125]

Ayrıca, 20 Mart 2019'da Fransa Parlamentosu'na sunulan ve "Avia Yasası" olarak bilinen düzenleme, çevrimiçi platformların ve arama motorlarının nefret söylemi, ırkçılık ve dini ayrımcılık içeren içerikleri 24 saat içinde kaldırmasını zorunlu kılmıştır. Ancak bu yasa dezenformasyonun doğrudan düzenlenmesini içermemektedir.[126]

Anayasa Konseyi, 18 Haziran 2020 tarihli kararıyla bazı hükümleri ifade özgürlüğüne aykırı bularak iptal etmiş; yasa, değişikliklerle 24 Haziran 2020'de son hâlini almıştır.[127] Fransa bunun yanında Avrupa Birliği'nin "Code of Practice on Disinformation" girişimlerini destekleyerek dijital hizmet sağlayıcılarının gönüllü taahhütlerini teşvik etmiştir.[128]

Bununla birlikte Fransa, dezenformasyonla mücadelede yalnızca yasal düzenlemelerle değil, aynı zamanda dijital okuryazarlık ve toplumun eleştirel düşünme kapasitesini artırmaya yönelik girişimler de önemli rol oynamaktadır. Bu girişimlerden bazıları;

- *Seriously Platformu:* Renaissance Numérique düşünce kuruluşu tarafından desteklenen Seriously platformu, çevrimiçi tartışmalarda nefret söylemini azaltmayı ve yapıcı iletişimi teşvik etmeyi hedeflemektedir. Kullanıcılara,

[124] Arcom, Yüksek Ses ve Görüntü Yayıncılığı Kurumu (CSA) ile Eser ve Sanat Yayıncılığı Yüksek Kurumu https://www.csa.fr/

[125] "Bilgi manipülasyonu'na ilişkin gelecekteki yasa: Yanlış bir iyi fikir mi?" "Future loi sur la 'manipulation de l'information': une fausse bonne idée?" (n.d.). Retrieved from https://information.tv5monde.com/international/future-loi-sur-la-manipulation-de-linformation-une-fausse-bonne-idee-29323

[126] Ekinci, A. (2022, 28 Aralık). *Dezenformasyon Yasasının Türkiye Macerası ve Avrupa Ülkeleri*. MLSA Turkey. https://www.mlsaturkey.com/tr/dezenformasyon-yasasinin-turkiye-macerasi-ve-avrupa-ulkeleri/

[127] Fransa Cumhuriyeti Resmî Gazetesi https://www.legifrance.gouv.fr/

[128] "European Commission 2022", https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation "Dezenformasyon Uygulama Kuralları"

olgusal bilgilerle (veriler, grafikler vb.) desteklenen tartışma yöntemleri ve stratejiler sunulmaktadır.[129]

- *Repondreauxprejuges:* Bu platform sayesinde bireylerin önyargılarla mücadele edebilmesi için bilgi ve stratejiler sunulmakta, böylece çevrimiçi etkileşimlerde daha bilinçli bir tutum geliştirilmesi desteklenmektedir.[130]

Atılan bu adımlar özellikle bireylerin dezenformasyona karşı "zihinsel bağışıklık" geliştirmesine katkıda bulunmaktadır. Akademik literatürde bu yöntemler "zihinsel aşılama teorisi" çerçevesinde de değerlendirilmektedir.[131]

Fransa dezenformasyonla mücadele girişimlerinin yanında yoğun eleştirilere de maruz kalmıştır. Özellikle yasaların devlete yanlış bilgi tanımlama yetkisi vermesi, ifade özgürlüğü ve basın özgürlüğü açısından riskli bulunmuştur.[132] Ayrıca mahkemelerin 48 saat içinde karar vermek zorunda olması, adil yargılanma hakkı açısından kaygılara yol açmıştır. Toplum ve basın tarafından yapılan bu eleştiriler, demokratik toplumlarda dezenformasyonla mücadelede temel hak ve özgürlükler ile bilgi güvenliğinin dengelenmesinin önemini göstermektedir.

Fransa'nın dezenformasyonla mücadele politikaları, bilgi güvenliği ve ifade özgürlüğü arasında hassas bir denge kurmaya çalıştığını göstermektedir. Yasal düzenlemeler ve toplumsal bilinçlendirme girişimleri sayesinde demokratik toplumların dezenformasyon karşısındaki direnci artırılmaya çalışılmaktadır.

1.4.2.3.İngiltere

İngiltere, dezenformasyonla mücadelede özellikle sosyal medya platformlarının düzenlenmesi ve haber doğrulama hizmetlerinin desteklenmesi konusunda önemli

[129] Renaissance Numérique Web Sitesi https://www.renaissancenumerique.org/
[130] Repondreauxprejuges Web Sitesi https://www.repondreauxprejuges.com/
[131] Mutlu, N. (2023). Yanlış Bilgi ve Dezenformasyonla Mücadele: Kavramlar ve Uygulamalar. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, (13), 464-493.
[132] "Emmanuel Macron seçimler sırasında sahte haberlerin yasaklanacağına söz verdi." https://www.theguardian.com/world/2018/jan/03/emmanuel-macron-ban-fake-news-french-president

adımlar atmıştır. Bu kapsamda, dijital platformların içerik yönetimi konusunda daha şeffaf ve sorumlu hale getirilmesi hedeflenmiştir.[133]

Dezenformasyon ve yanlış bilgilendirmeye ilişkin mücadelenin ilk büyük adımlarından biri, Birleşik Krallık Parlamentosu'nun 2017-2019 yılları arasında yürüttüğü ve 18 ay süren soruşturmayla atılmıştır. Soruşturmanın sonuçları iki ayrı belge halinde yayımlanmıştır.[134] İlk rapor, seçim dönemlerinde siyasi partilerin reklamlarına ilişkin kuralların çıkarılması ve bu kuralların Seçim Komisyonu gibi bağımsız kuruluşlar tarafından uygulanması gerektiğini önermiştir. Ayrıca raporda, sosyal medya platformlarının yalnızca içerik barındıran pasif ortamlar olarak değil, içeriklerin yayılmasında aktif rol oynayan yapılar olarak tanımlanması gerektiği savunulmuştur. Böylece yalnızca içerik kaldırmaya değil, aynı zamanda içerikleri sürekli izleyip önlemeye yönelik yeni bir yasal çerçeve oluşturulması gerektiği ifade edilmiştir.

2 Mayıs 2021 tarihinde, İngiltere hükümeti tarafından "*Çevrimiçi Güvenlik Yasası*" (Online Safety Bill Draft) yayımlanmıştır. Bu taslak, sosyal medya platformları ve arama motorları gibi dijital hizmet sağlayıcılarının, kullanıcılarını çevrimiçi zararlardan koruma yükümlülüğünü yasal bir zorunluluk haline getirmeyi amaçlamıştır.[135]

Mart 2022'de, taslak üzerinde yapılan değişiklikler sonucunda daha kapsamlı bir mevzuat yürürlüğe girmiştir. Yeni mevzuat kapsamında, dezenformasyon olarak kabul edilen içeriklerin kaldırılması doğrudan sosyal medya platformlarının sorumluluğuna

---

[133] Çevrimiçi Güvenlik Yasa Tasarısı https://www.gov.uk/government/publications/online-safety-bill-supporting-documents

[134] House of Commons. (2019). *Disinformation and "Fake News": Final Report*. London: House of Commons. Retrieved from https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcumeds/1791/1791.pdf

[135] Akt. Oymak, H. (2022). Kamuoyunda Dezenformasyon Yasası Olarak Bilinen, 7418 sayılı "Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun"un Getirdikleri. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Güz (13), 509.

verilmiştir. Platformların, yalnızca şikâyet üzerine değil, aktif olarak zararlı içerikleri tespit edip kaldırmaları beklenmektedir.[136]

Bu düzenlemeler, şeffaflık ve platform sorumluluğunu teşvik etmekle birlikte, ifade özgürlüğü ve kullanıcı hakları açısından çeşitli tartışmaları da beraberinde getirmiştir. İnsan hakları kuruluşları, yasanın uygulanmasının sansüre ve bilgiye erişimin kısıtlanmasına yol açabileceği konusunda eleştirilerde bulunmuştur.[137]

Sonuç olarak, Birleşik Krallık, dezenformasyonla mücadelede aşamalı ve çok boyutlu bir yaklaşım benimsemiş; hem platformlara daha fazla yasal sorumluluk yüklemiş hem de medya okuryazarlığı gibi toplumsal bilinçlendirme alanlarına yatırım yapmıştır. Ancak bu süreçte, yasal düzenlemelerin ifade özgürlüğü üzerindeki etkilerinin dikkatle izlenmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

1.4.2.4.Almanya

Almanya'da 1 Ekim 2017 tarihinde yürürlüğe giren Sosyal Ağların Düzenlenmesi Hakkında Kanun (Netzwerkdurchsetzungsgesetz-NetzDG), sosyal medya platformlarına yönelik getirilen ilk yasal düzenlemelerden biri olarak kabul edilmektedir. Temel amacı çevrimiçi nefret söylemini düzenlemek olan bu yasa, kullanıcı sayısı 2 milyonu aşan platformları kapsamaktadır. Bu platformlara, nefret söylemiyle mücadelede aktif sorumluluklar yüklenmiştir. Kanun, yeni bir suç kategorisi oluşturmamakta, bunun yerine sosyal ağlara, Alman Ceza Kanunu'nda zaten yer alan 22 farklı yasal düzenlemenin uygulanmasını ve denetimini sağlama yükümlülüğü getirmektedir.[138]

Bununla birlikte Almanya'da 2018'de yürürlüğe giren İletişim Ağı Yaptırım Yasası (NetzDG), çevrimiçi platformların belirgin şekilde yasa dışı içerikleri ve nefret

---

[136] https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2023/50/enacted

[137] https://news.sky.com/story/what-is-the-online-safety-bill-who-is-in-favour-who-opposes-it-and-how-will-it-be-enforced-12964247

[138] Akt. Şahin, Z. B. (2022). 7253 sayılı "İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ̇ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun'da Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun"un İfade Özgürlüğü ve Kişilik Hakları Bağlamında Değerlendirilmesi. *Euroasia Journal of Social Sciences and Humanities* 9 (2), s.32.

söylemlerini kaldırmalarını zorunlu kılmıştır. Ancak bu yasa dezenformasyonla mücadeleden ziyade yasa dışı içerikler üzerinde odaklanmıştır.

İletişim Ağı Yaptırım Yasası'na (NetzDG) yönelik eleştirilerin başında, sosyal medya platformlarının yüksek para cezalarından kaçınmak amacıyla gereğinden fazla içerik kaldırabileceği ve bunun da sansüre zemin hazırlayabileceği endişesi yer almaktaydı. Ancak Echikson ve Knodt tarafından yürütülen bir araştırma, bu endişeleri doğrulamamaktadır. Araştırma bulgularına göre, yasa kitlesel içerik kaldırmalarına yol açmamış ve platformlar "önce kaldır, sonra değerlendir" şeklinde bir tutum benimsememiştir. Üç büyük platform arasında yapılan incelemelerde; Facebook'un içeriklerin %21'ini, Google'ın %2'sini ve (X)–Twitter'ın ise %10,8'ini kaldırdığı belirlenmiştir. Ayrıca Google ve Twitter, yapılan şikayetlerin yaklaşık beşte dördünü reddetmiştir. NetzDG'nin nefret söylemiyle mücadeledeki etkisi tartışmalı olsa da Almanya'da ifade özgürlüğü konusunda ciddi bir gerilemenin yaşanmadığı söylenebilir. Yasanın kapsamı dezenformasyon ya da yanlış bilgi gibi konuları içermemekte; yalnızca nefret söylemi ve suç oluşturan içeriklerle mücadele sorumluluğunu sosyal medya şirketlerine yüklemektedir. NetzDG'nin yürürlüğe girmesinin ardından pek çok ülke benzer düzenlemeler geliştirmiştir.[139]

1.4.2.5.Belçika

Belçika, dezenformasyonla mücadelede hem ulusal hem de uluslararası düzeyde kapsamlı bir strateji geliştirmiştir. Ülke, ifade özgürlüğü ile bilgi bütünlüğü arasındaki hassas dengeyi korumaya çalışarak çok katmanlı bir yaklaşım benimsemektedir. Bu doğrultuda, 17 Ağustos 2018 tarihinde uzmanlar tarafından hazırlanan bir rapor, sahte haberlerle mücadelede temel ilkeleri ortaya koymuştur. Raporda, "yanlış bilgi bir yasa ile ortadan kaldırılamaz. Bunu yurtdışında yapma girişimleri ifade özgürlüğünü tehlikeye atma riski taşımaktadır" ifadesiyle yasal müdahalelerin sınırları vurgulanmış

[139] Echikson, W., & Knodt, O. (2018). Germany's NetzDG: A key test for combatting online hate. *CEPS Policy Insight*.

ve çözümün istişare ve iş birliğine dayalı modellerle sağlanması gerektiği belirtilmiştir.[140]

Uzmanlar, akıllı mevzuatın bu süreci destekleyici bir unsur olarak kullanılabileceğini ifade etmişlerdir. Raporda bilgi ekosisteminin güçlendirilmesine yönelik dört temel alan tanımlanmıştır. Bunları sırasıyla şu şekilde açıklamak mümkündür;[141]

- *Araştırmanın desteklenmesi:* Gerçekleri belirlemek için araştırmaya dayalı yaklaşımların teşvik edilmesi ve finanse edilmesi.[142]
- *Kullanıcılar için doğruluk kontrolü araçlarının sağlanması:* Kullanıcıların yanlış bilgiyi tespit etmelerine ve doğru kaynaklara erişmelerine yardımcı olacak araçların geliştirilmesi ve teşviki.
- *Kaliteli gazeteciliği finanse etme:* Güvenilir haber kaynaklarının sürdürülebilirliğini sağlamak için finansal destek mekanizmalarının oluşturulması.
- *Kullanıcılara yönelik medya eğitimi:* Kritik düşünme becerilerini geliştirmek ve medya okuryazarlığını artırmak için eğitim ve bilinçlendirme programlarının hayata geçirilmesi.

Ayrıca, raporda "yalan haber" (fake news) kavramı yerine daha tarafsız ve teknik bir terim olan "dezenformasyon" kullanımının tercih edilmesi gerektiği, çünkü "yalan haber" ifadesinin bazı siyasi aktörler tarafından bağımsız medya kuruluşlarını itibarsızlaştırmak için kullanıldığı vurgulanmıştır.

Belçika'nın 2021 yılında yayımladığı "Ulusal Güvenlik Stratejisi" ülkenin dezenformasyona karşı kurumsal yapılanmasını güçlendirmiştir. Bu strateji, demokrasiyi ve hukukun üstünlüğünü koruma, ekonomik güvenliği artırma, dirençliliği güçlendirme ve uluslararası sorumlulukları yerine getirme gibi dört ana

---

[140] Şahin, Burcu, Z. (2023). Dezenformasyonla Mücadelede İfade Özgürlüğü: İçeriğin Korunması ve 29. Madde, *Yeni Medya Dergisi*, Sayı Vol., 15, s. 289, https://dergipark.org.tr/tr/pub/yenimedya

[141] Marique, E., & Strowel, A. (2019). La régulation des fake news et avis factices sur les plateformes. *Revue internationale de droit économique*, (3), 383-398.

politika yönelimi etrafında şekillenmiştir. Bu çerçevede, demokratik değerlerin desteklenmesi, kutuplaşmayla mücadele ve dezenformasyonun engellenmesi gibi hedefler belirlenmiştir.[143] Belçika İçişleri Bakanlığı koordinasyonunda yürütülen bu strateji, özellikle seçim süreçlerinde bilgi bütünlüğünün korunmasına, vatandaşların medya okuryazarlığının artırılmasına ve kamu kurumlarının dezenformasyon karşısında dirençli hale getirilmesine odaklanmaktadır.

Bununla birlikte Belçika hükümeti, dezenformasyonla mücadele konusunda çeşitli girişimlerde bulunmuştur. Örneğin, 2021 yılında Avrupa Komisyonu tarafından finanse edilen ve Belçika ile Lüksemburg'daki dijital medya ve dezenformasyon üzerine araştırmaları koordine eden "EDMO BELUX" adlı bir merkez kurulmuştur. Bu merkez, dezenformasyon kampanyalarını tespit etmek, analiz etmek ve ortaya çıkarmak amacıyla faaliyet göstermektedir.[144]

Belçika, medya okuryazarlığını dezenformasyonla mücadelede temel bir araç olarak görmektedir. Bu amaçla, "Mediawijs" gibi kurumlar vasıtasıyla dijital medya eğitimleri verilmekte ve farkındalık kampanyaları düzenlenmektedir. Bu çalışmalar özellikle genç kuşakların dijital ortamdaki yanlış bilgiye karşı daha dirençli hale gelmesini hedeflemektedir.[145]

Belçika, Avrupa Birliği düzeyinde yürütülen dezenformasyonla mücadele girişimlerine aktif katılım göstermektedir. Avrupa Dijital Medya Gözlemevi (EDMO) ve NATO gibi çok taraflı platformlarda iş birliği yaparak uluslararası savunma mekanizmalarının geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.[146]

Ayrıca Belçika'da bağımsız doğrulama kuruluşları etkin şekilde faaliyet göstermektedir. Bu kuruluşlar, yanlış bilgilerin hızlı bir şekilde tespit edilmesi ve

---

[143] Belçika'yı daha dayanıklı hale getirmek için bir strateji "A strategy to make Belgium more resilient" https://diplomatie.belgium.be/en/policy/policy-areas/highlighted/strategy-make-belgium-more-resilient?utm_source

[144] https://www.vub.be/en/news/vub-coordinates-hub-for-digital-media-and-disinformation?utm_source

[145] Mediawijs https://www.mediawijs.be/nl

[146] European Digital Media Observatory https://edmo.eu/

düzeltilmesi süreçlerinde önemli roller oynamakta, böylece genel bilgi ekosisteminin güvenilirliğini artırmaktadır.[147]

Belçika'nın dezenformasyonla mücadelesinde benimsediği stratejiler, yalnızca içerik denetimi üzerine kurulu değildir. Bunun yerine, sistematik ve bütüncül bir yaklaşım benimsenmiş; medya okuryazarlığı, uluslararası iş birliği, teknoloji kullanımı ve ifade özgürlüğünün korunması arasında bir denge oluşturulmuştur. Bu yaklaşım hem ulusal hem de küresel düzeyde dezenformasyon tehditlerine karşı daha dirençli bir toplumsal yapı inşa etmeyi amaçlamaktadır.

1.4.2.6.Amerika Birleşik Devletleri (ABD)

Amerika Birleşik Devletleri'nde dezenformasyonla mücadele, geçmişten günümüze ulusal güvenlik, kolektif bilinç ve dış politika çerçevesinde stratejik bir öneme sahip olmuştur. Bu kapsamda hayata geçirilen çabalar, zamanın değişen tehdit algılarına ve teknoloji dünyasındaki hızlı dönüşümlere uyum sağlayan bir doğrultuda şekillenmiştir. Özellikle İkinci Dünya Savaşı ve Soğuk Savaş dönemi gibi tarihi kırılmalarda uygulanan dezenformasyon karşıtı stratejiler yenilikçi yaklaşımlar ve özgün yöntemler içermiştir.[148]

ABD hükümetinin propaganda ve karşı propaganda faaliyetleri, İkinci Dünya Savaşı sırasında dikkate değer boyutlara ulaşmıştır. Savaşın bitiminden hemen sonra, ABD ile Sovyetler Birliği arasındaki rekabet, yani Soğuk Savaş, 1989 yılına kadar devam etmiştir. İkinci Dünya Savaşı yıllarında ve Soğuk Savaş'ın başlarında, özellikle Kasım 1956 tarihli Macar isyanına kadar, propaganda faaliyetleri psikolojik savaş yöntemleriyle sürdürülmüştür. Ancak Soğuk Savaş döneminin ilerleyen yıllarında, bu tür yöntemlerin iki süper güç arasında sıcak çatışmaya yol açabileceği anlaşılmıştır.

[147] Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* (Vol. 27, pp. 1-107). Strasbourg: Council of Europe.

[148] Güner, O. (2021). Avrupa Birliği'nin Dijital Platformlarda Dezenformasyon ve Algı Yönetimiyle Mücadele Politikaları. *Algı Yönetimi Siyasal ve Dijital İletişim, Sosyal Medya ve Kitle İletişimi*, 133.

Bu nedenle, taraflar kendi başarılarını, hayat tarzlarını ve değerlerini tanıtmayı amaçlayan propaganda faaliyetlerine ağırlık vermiştir.[149]

İkinci Soğuk Savaş olarak da adlandırılan 1980-1987 döneminde, Başkan Ronald Reagan yönetimindeki ABD, Sovyet propagandasına karşı sert bir mücadeleye yeniden öncelik vermiştir. Bu dönemde, Dışişleri Bakanlığı'nın istihbarat biriminin sekretaryasını yürüttüğü, istihbarat ve propaganda birimlerinin katıldığı bir üst kurul olan Interagency Active Measures Group (IAMG) oluşturulmuştur. Bu kurul, tanıtım faaliyetleri ile istihbarat çalışmaları arasında uyumu sağlamıştır. Soğuk Savaş'ın sona ermesinin ardından, 1992 yılında bu kurul feshedilmiştir.[150]

Soğuk Savaş sonrası dönemde, dünya siyasetindeki değişiklikler ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte devletler, kamu diplomasisi yöntemine daha fazla önem vermeye başlamıştır. ABD de bu eğilime uyum sağlamıştır. Ancak 11 Eylül 2001 saldırılarının ardından, terörizmle küresel mücadele ilan eden ABD, El Kaide (daha sonra DEAŞ) gibi örgütlerin söylemlerine karşı yürüttüğü mücadeleye öncelik vermeye başlamıştır.[151]

Bu doğrultuda, ABD hükümeti terörizmle mücadele ve aşırılığa varan şiddetle ilgili stratejiler geliştiren çeşitli birimler kurmuştur. Ancak benzer görevleri yürüten eski ve yeni birimler arasında eşgüdüm sağlamakta zorluklar yaşanmıştır. Bu sorunu çözmek amacıyla, Dışişleri Bakanlığı bünyesinde Terörizmle Mücadele İletişim Merkezi (Counterterrorism Communication Center) kurulmuştur. Bu merkez, Bakanlık içindeki ilgili birimler arasında iş birliğini sağlamanın yanı sıra, terörizm ve radikalleşmeyle mücadelede içerik üretmekle de görevlendirilmiştir.[152]

---

[149] Güvenilir, T., & Şeker, Ç. (2018). Iı. Dünya Savaşı Propaganda Afişlerinde Kullanılan İmgelerin Göstergebilimsel Çözümlemesi "Abd Örneği". *International Journal Of Social And Humanities Sciences Research (Jshsr)*, *5*(23), 1085-1101.

[150] Akt. Özkervancı, Nihal. (2020). ABD Karşı Propaganda Yasası ve Türkiye'de Uygulanabilirliği, *Polis Akademisi Güvenlik Bilimleri Enstitüsü* (Yüksek Lisans Tezi), Ankara, s.38.

[151] Arslan, A. C. (2025). Yeni Güvenlik Konsepti Bağlamında Dezenformasyonla Mücadele. Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (38), 361-373.

[152] Crelinsten, R. D. (2002). Analysing terrorism and counter-terrorism: A communication model. *Terrorism and political violence*, *14*(2), 77-122.

2008 yılında merkezin adı, Küresel Stratejik Angajman Merkezi (Global Strategic Engagement Center - GSEC) olarak değiştirilmiş ve benzer görevleri sürdürmesi sağlanmıştır. Bu merkezin faaliyetleri, Ulusal Güvenlik Konseyi'nin Siyaset Koordinasyon Komitesi'nin direktifleri doğrultusunda yürütülmüştür. Böylece, Amerikan güvenlik bürokrasisinde daha üst düzey bir yapı oluşturulmuştur.[153]

Eylül 2011'de ise GSEC'in yerine Terörizmle Mücadelede Stratejik İletişim Merkezi (Center for Strategic Antiterrorism Communications - CSCC) kurulmuştur. CSCC'nin temel görevi, El Kaide ve bağlantılı diğer örgütlerin enformasyon faaliyetleriyle mücadele etmek olarak belirlenmiştir. Bu amaçla, terörist örgütlerin söylemlerini etkisiz hale getirecek karşı söylemler geliştirilmiştir. Merkez, kendine ait bütçesi ve personel kadrosu ile Dışişleri Bakanlığı bünyesinde faaliyet göstermeye başlamıştır.[154]

CSCC'nin yönetimi, bir koordinatör tarafından sağlanırken, yürütme kurulu da etkin bir şekilde çalışmıştır. Yürütme Kurulu'nun başkanlığını Dışişleri Bakanlığı Kamu Diplomasisinden Sorumlu Bakan Yardımcısı yürütmüş, yardımcı başkanlığı ise Terörizmle Mücadele Koordinatörü üstlenmiştir. Ayrıca, Savunma Bakanlığı, Adalet Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, Ulusal Terörizmle Mücadele Merkezi, Yayımcılar Guvernörlük Kurulu (BBG) ve Uluslararası Kalkınma Ajansı gibi kurumlar da kurulda temsil edilmiştir. Böylece, CSCC El Kaide ve diğer aşırı grupların mesajlarıyla mücadelede öncü bir kurum haline gelmiştir.[155]

2011 yılından itibaren Arap Baharı, Ukrayna iç savaşı, Rusya'nın Kırım'ı işgali, Suriye iç savaşı ve Çin ile yaşanan gerilimler gibi gelişmeler sonucunda, ABD ile Batı ülkeleri ve Rusya ile Çin gibi ülkeler arasında yeni bir kutuplaşma dönemi başlamıştır. Bu süreçte, ABD sosyal medya ve diğer iletişim araçlarının Rusya ve Çin tarafından Amerikan güvenliği ve çıkarlarına tehdit oluşturacak şekilde kullanıldığına inanmıştır.

---

[153] Walker, V. S., & Ruppe, A. E. (2024). THE GLOBAL ENGAGEMENT CENTER: A HISTORICAL OVERVIEW 2001-2021.

[154] Corman, S. R. (2011). Understanding the role of narrative in extremist strategic communication. *Countering violent extremism: Scientific methods and strategies*, *36*.

[155] Aistrope, T. (2016). Social media and counterterrorism strategy. *Australian Journal of International Affairs*, *70*(2), 121-138.

Bu inanç, ABD'nin hedef kitlelere ulaşarak etkili bir şekilde kendi söylemlerini yayma stratejisini benimsemesine yol açmıştır.[156]

Bu bağlamda, ABD Başkanı Barack Obama'nın Aralık 2016'da onayladığı "2017 Yılı Ulusal Savunma Harcamaları Yetki Yasası" önemli bir dönüm noktası olmuştur. Yasa, yabancı enformasyon faaliyetleriyle mücadelede ABD hükümet kurumları arasında eşgüdüm sağlanmasını ve dış dünyaya yönelik kamu yayımcılık faaliyetlerinin düzenlenmesini hedeflemiştir. Yasal düzenlemeler bazı yenilikler getirse de önceki uygulamaların devamı niteliğinde olmuştur.[157]

ABD'de dezenformasyonla mücadele genellikle federal düzeyde yürütülmekte olup, yasal düzenlemeler henüz sınırlı düzeydedir. Ancak eyaletler bazında, çevrimiçi siyasi reklamların düzenlenmesi ve kaynaklarının açıklanmasına ilişkin çeşitli yasal düzenlemeler yapılmıştır. Örneğin, X-Twitter'a 2018-2021 yılları arasında toplam 1.493 içerik kaldırma talebi iletilmiştir.[158]

Dezenformasyonla mücadele konusunda her ülkenin stratejisi, kendi toplumsal, kültürel ve politik bağlamına uygun olarak şekillenmiştir. AB ve diğer ülkeler, çeşitli stratejilerle dezenformasyonun toplumsal etkilerini azaltmayı amaçlarken, bu sorunun dinamik doğası, stratejilerin sürekli güncellenmesini ve geliştirilmesini zorunlu hale getirmektedir. Uygulanan stratejiler arasındaki farklar, her ülkenin demokratik değerlere, ifade özgürlüğüne ve toplumsal bilince verdiği öneme göre çeşitlenmektedir.

Bu durum, dezenformasyonla mücadelenin küresel bir sorumluluk olduğunu ve ortak çözümler geliştirilmesinin önemini ortaya koymaktadır.

---

[156] Yalçıner, S. (2006). Soğuk Savaş Sonrasi Uluslararasi Terörizmin Dönüşümü ve Terörizmle Mücadele. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (4), 98-119.

[157] Howard, T. W. (2016, Aralık 27) National Defense Authorization Act for Fiscal Year 2017 Implements Numerous Acquisition Reform Measures https://www.wiley.law/alert-National_Defense_Authorization_Act_for_Fiscal_Year_2017_Implements_Numerous_Acquisition_Reform_Measures

[158] Min, C., Shen, F., & Yu, W. (2021). Removing Incivility from Google: What determines the number of government content take-down requests?. *Government Information Quarterly*, *38*(1), 101542.

Sonuç olarak dezenformasyonla mücadele, bireyden uluslara ve uluslararası topluma kadar uzanan kapsamlı bir sorumluluk alanı içermektedir. Bu mücadelede eğitim, uzun vadeli çözümler sunan vazgeçilmez bir unsur olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra, etik prensiplerin benimsenmesi, ifade özgürlüğünün korunması, yapay zekâ teknolojilerinin şeffaf ve güvenilir bir şekilde kullanılması ve ulusal ile küresel çapta ortak çalışma yürütülmesi gerekmektedir.

Yayla da bu noktada ifade özgürlüğünün demokratik toplumların temel taşlarından biri olduğunu vurgulayarak, aşırı müdahaleci yaklaşımların bu özgürlüğü zedeleme riski taşıdığını belirtmektedir.[159] Dezenformasyonun toplumsal etkilerini en aza indirmek ve daha bilinçli bir toplum yapısına ulaşmak için, bütün paydaşların bu soruna etkin bir şekilde dahil edilmesi gerekmektedir. Dezenformasyonla mücadele stratejilerinde birçok yöntem ve önlem öne sürülse de sorunun köklü çözümü ancak uzun vadeli ve sürekli bir yaklaşımla mümkün görünmektedir. Bu noktada eğitim, "en zor ama en kalıcı yöntem" olarak dikkat çekmektedir.[160] Kreşten üniversite seviyesine kadar medya okuryazarlığını kapsayan bir eğitim sistemi, dezenformasyonla mücadelede temel bir bileşen olmalıdır.

1.5.Türkiye'de Dezenformasyonla Mücadelede Uygulanan Yasal Düzenlemeler

Yasal düzenlemeler, bireylerin haklarının korunması, toplumsal düzenin sağlanması ve devletin işleyişinin etkin bir şekilde sürdürülmesi açısından kritik bir öneme sahiptir. Hukuki normlar, bireyler arası ilişkileri düzenlemenin yanı sıra, kamusal alandaki davranışları çerçeveleyerek toplumsal barışı tesis etmektedir. Özellikle dijital çağın getirdiği yenilikler ve zorluklar karşısında yasal düzenlemeler, demokratik değerler ile teknolojik gelişmeler arasında bir denge kurulmasında hayati öneme sahiptir. Dezenformasyonla mücadelenin başarılı olabilmesi için hukuki düzenlemelerin, ifade özgürlüğünü gözeten bir perspektifle tasarlanması gereklidir. İfade ve basın özgürlüğü, demokratik toplumların temel değerlerinden biri olup bireylerin düşüncelerini serbestçe açıklayabilmesini, bilgiye erişimini ve eleştirel

[159] Yayla, A. (2009). İfade Hürriyeti Nedir, Niçin Gereklidir? *Liberal Düşünce Dergisi*, (50), 159-175.
[160] Dal, Dezenformasyonla mücadelede devletlerin durumu, https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/blog/dezenformasyonla-mucadelede-devletlerin-durumu-/1817725 Erişim Tarihi: 12.12.2024

kamuoyunun oluşumunu mümkün kılmaktadır. Bu özgürlükler, sadece bireysel hak ve özgürlükler bağlamında değil, aynı zamanda kamusal tartışmanın gelişimi, siyasi katılımın güçlenmesi ve toplumsal denetimin tesisi açısından da hayati öneme sahiptir. Türkiye'de ifade ve basın özgürlüğü hem ulusal hukuk düzenlemeleri hem de taraf olunan uluslararası insan hakları sözleşmeleri ile güvence altına alınmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, ifade özgürlüğünü ve basın özgürlüğünü temel hak ve özgürlükler kapsamında açık biçimde düzenlemektedir. Türkiye Cumhuriyeti Anayasa'nın 26. maddesi *"Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir"* yazmaktadır. Bu hüküm, sadece bireyin düşüncesini açıklama hakkını değil, aynı zamanda bilgi alma ve verme hakkını da kapsamaktadır. Ancak bu özgürlük mutlak değildir; milli güvenlik, kamu düzeni, genel ahlak, başkalarının hak ve özgürlüklerinin korunması gibi gerekçelerle sınırlanabilmektedir. Bu sınırlamaların *"demokratik toplum düzeninin gereklerine uygun ve ölçülü"* olması anayasal bir zorunluluktur. Bu çerçevede süreli veya süresiz yayınların önceden izin alma zorunluluğuna tabi tutulamayacağı, basın araçlarına el koymanın yalnızca yargı kararıyla mümkün olduğu düzenlenmiştir. Türkiye Cumhuriyeti Anayasa'nın 28. Maddesinde basın özgürlüğünü güvence altına almaktadır. Madde de "Devlet, basın ve haber alma hürriyetini sağlayacak tedbirleri alır" yazmaktadır. Çünkü ifade özgürlüğü, demokratik toplumların temel taşlarından biri olup, bireylerin düşünce, kanaat ve bilgiye erişim hakkını garanti altına almaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 13. maddesi, temel hak ve hürriyetlerin yalnızca anayasal olarak belirtilen sebeplerle ve kanunla sınırlanabileceğini ifade etmektedir.[161] Bu bakımdan demokratik bir toplumda ifade özgürlüğünün korunması, yalnızca hukuki düzenlemelerle değil, aynı zamanda toplumsal iş birliği ve farkındalık çalışmalarıyla desteklenmelidir.

Hayata geçirilen yasal düzenlemeler, bireylerin temel hak ve özgürlüklerini korumakla birlikte, toplumun genel güvenliğini sağlamayı amaçlamaktadır. Özellikle dezenformasyon, nefret söylemi ve siber suçlar gibi dijital çağın sorunları, kamu düzeni üzerinde doğrudan etkiler yaratabilmektedir. Bu bağlamda, internet ortamında

[161] Türkiye Cumhuriyeti Anayasası https://cdn.tbmm.gov.tr/TbmmWeb/Yayinlar/Dosya/0e96a18f-24e8-41dd-ae87-18e19e3f4eb9.pdf

yapılan yayınların düzenlenmesi ve bu platformlar üzerinden işlenen suçlarla mücadele edilmesi, yasal düzenlemelerin temel hedeflerinden birisidir. Bu tür düzenlemeler, bireylerin zarar görmesini önlemek ve toplumsal güveni artırmak için gereklidir.

5651 sayılı "İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun", Türkiye'de internetle ilgili hukuki düzenlemeleri belirleyen önemli bir yasal çerçevedir. Bu yasa, 23 Mayıs 2007 tarihinde 26530 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.[162] Yasanın amacı, internet üzerinden gerçekleştirilen yayınların denetimini sağlamak ve bu platformlar aracılığıyla işlenen suçlarla mücadele etmektir. Temel hedefi ise dijital ortamda bireylerin haklarının güvence altına alınması, kamu düzeninin korunması ve suçların engellenmesidir.

Sosyal medya platformlarına ilişkin ilk yasal düzenleme, 29 Temmuz 2020 tarihinde kabul edilip 31 Temmuz 2020'de Resmî Gazete'de yayımlanan 7253 sayılı "İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun'da Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" ile yapılmıştır.[163] Bu düzenleme, sosyal ağ sağlayıcıları tanımını netleştirerek, sosyal medya platformlarının yetki ve sorumluluklarını belirlemiştir. Yasanın amacı, sosyal medya platformlarını daha şeffaf ve hesap verebilir bir yapıya kavuşturmaktır.

Diğer yandan, 7418 sayılı "Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun", 18 Ekim 2022 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.[164] Bu yasa, özellikle "dezenformasyon yasası" olarak bilinen 29. maddesiyle dikkat çekmektedir. Türk Ceza Kanunu'na eklenen 217/A maddesi ile "halkı yanıltıcı bilgiyi alenen yayma suçu" oluşturulmuştur. Söz konusu maddeye göre, "Halk arasında korku, endişe veya panik yaratma amacıyla, ülkenin iç ve dış güvenliği, kamu düzeni ve genel sağlığıyla ilgili gerçeğe aykırı bilgi yaymak" suç sayılmakta ve buna karşılık bir yıldan üç yıla kadar hapis cezası öngörülmektedir. Ancak, bu düzenlemenin hukukun belirlilik ilkesiyle çeliştiği ileri sürülmektedir, çünkü "gerçeğe

[162] https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/05/20070523.htm
[163] https://resmigazete.gov.tr/fihrist?tarih=2020-07-31
[164] https://resmigazete.gov.tr/fihrist?tarih=2022-10-18

aykırı bilgi" ifadesi belirsiz ve farklı yorumlara açık bir şekilde tanımlanmıştır.[165] Bununla birlikte düzenlemede ifade özgürlüğüne getirilen herhangi bir kısıtlamanın demokratik bir toplumun temel değerlerini korumak için gerçekten gerekli olması ve sınırlamaların diğer hak ve özgürlüklerle dengeli olması gerekmektedir. Bu nedenle, demokratik toplum kriteri, ifade özgürlüğünün korunması ve sınırlamaların adil ve orantılı bir şekilde uygulanması arasında denge kurulmasını sağlar. Bu denge, demokratik bir toplumun temel bir özelliği olan insan haklarına ve özgürlüklere saygıyı korurken, toplumun genel çıkarlarını da gözetmektedir.[166]

RTÜK'ün görsel ve işitsel medya üzerindeki denetim yetkileri, televizyon ve radyo gibi geleneksel mecralarla sınırlı kalmıştır. Ancak 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanuna eklenen 29/A madde kapsamında internet yayınları da RTÜK denetimine girmiştir. Bu madde, özellikle dezenformasyon ve yalan haberlerle mücadele amacı taşırken, 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'un metninde bu kavramlara dair net bir tanım bulunmamaktadır. RTÜK, bu yönde hareket ederken, öncelikle kanunun yayın ilkelerini düzenleyen 8. maddeye dayanmaktadır. Söz konusu madde, yalan haberler ve dezenformasyonla mücadelede önemli bir referans noktası oluşturmaktadır. Bu çerçevede, "*ç*" ve "*ı*" bentleri, medya aktörlerinin gerçeğe aykırı haberlere karşı nasıl hareket etmeleri gerektiğini belirlemektedir. Medya okuryazarlığının izleyici ve dinleyiciler için önemi vurgulanırken, aynı zamanda medya çalışanlarının da bu konuda hassas olmaları gerektiği vurgulanır. Medya hizmet sağlayıcılarının etik ilkeler çerçevesinde hareket etmeleri gerektiği vurgulanırken, yalan haber üretiminin küresel bir sorun olduğu ve bu sorunla mücadelede tüm paydaşların ortak hareket etmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Bu durum, medya

[165] Yazıcı, S. (2022, Haziran 22). *Dezenformasyon Yasası Hukuk Devletine Aykırıdır*. Politikyol. https://www.politikyol.com/dezenformasyon-yasasihukuk-devletine-aykiridir/.

[166] Vardal, Z. B. (2014). Türkiye'de Basın Özgürlüğü ve 2003 Yılı Sonrası Uygulamalar (Yayımlanmamış Doktora Tezi). *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Gazetecilik Anabilim Dalı, s.44.

sektörünün sorumluluklarını ve topluma olan etkisini göz önünde bulundurarak hareket etmeyi zorunlu kılmaktadır.[167]

Yaşadığımız dijital iletişim ortamında doğru bilgiye ulaşmak ve bu bilginin güvenilirliğinden emin olmak, yalnızca medya organlarının sorumluluğunda olan bir konu değildir. Medya içeriğini tüketen bireyler de karşılaştıkları her bilginin doğruluğunu ve gerçekliğini sorgulama sorumluluğunu taşımaktadır. Bu bağlamda, sunulan bilgilerin kaynaklarını dikkatle incelemek ve doğru kararlar alabilmek için güvenilir kaynaklardan beslenmek, izleyici ve dinleyicilerin yerine getirmesi gereken önemli bir görevdir. Medya tüketicileri, yalan haber ve dezenformasyon içeren bilgileri doğru kaynakları kullanarak filtreleyebilmelidir. Bu nedenle, medya okuryazarlığı büyük bir öneme sahiptir. Medya tüketicilerini bilgiye dair eleştirel düşünmeye yönlendirmek için hem kurumsal hem de bireysel düzeyde çaba sarf edilmesi gerekmektedir. Bu noktada, kamu spotları ve öncelikli yayınlar aracılığıyla izleyici ve dinleyicilerin bilinçlendirilmesi sağlanmalıdır. Bir örnek olarak, YouTube'un kullanıcılarına video içerikleri öncesinde yalan haberlere karşı sunduğu kamu spotu uygulaması verilebilir. Bu uygulamanın amacı, bilinçlendirici videolar aracılığıyla kullanıcıların dezenformasyon ve yalan haberlere karşı farkındalıklarını arttırmaktır. Benzer uygulamalar, medya okuryazarlığının güçlendirilmesinde önemli bir adım teşkil etmekte olup, bu tür girişimlerin yaygınlaştırılması toplumun bilinçlenmesine önemli ölçüde katkı sağlayabilir.[168]

Dezenformasyona karşı alınan bu yasal düzenlemeler, bireylerin yanlış bilgilendirilmesini engellemeyi ve toplumsal düzeni korumayı amaçlasa da ifade özgürlüğü ve demokratik hakları sınırlandırıcı etkileri nedeniyle bazı tartışmaları beraberinde getirmiştir. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nin (AİHM) yerleşik içtihatları, ifade özgürlüğünü sınırlayan yasal düzenlemelerin, demokratik bir toplumda yalnızca gerekli, orantılı ve meşru bir amacı gözeterek uygulanması gerektiğine işaret etmektedir. Bu kriterler, aynı zamanda hukukun belirlilik ilkesinin

---

[167] Ebubekir Şahin, "Yalan Haber Gerçekliğin Zeminini Yok Eder," *RTUK Web Sitesi Bildirimler, Son Değiştirilme Tarihi*: 3 Eylül 2021, https://www.rtuk.gov.tr/yalan-haber-gercekliginzeminini-yok-eder/4112.

[168] Emre Ömer Zehir, "Youtube'dan Yalan Haberlere Karşı Önlem: Videolardan Önce 'Kamu Spotu' Yayınlanacak" *Web Tekno*, Ekim 2022, Erişim Tarihi 11.11.24, https://www.webtekno.com/youtube-yalan-haberlere-karsi-kamu-spotu-yayinlayacakh127241.html.

gerekliliklerıyle birlikte değerlendirildiğinde, yasal düzenlemelerin daha açık, net ve öngörülebilir olması gerektiği sonucunu doğurmaktadır.[169]

AİHM, ifade özgürlüğüne getirilen sınırlamaların demokratik bir toplumda yalnızca gerekli ve orantılı olmasının gerektiğini belirtirken, Handyside kararında demokrasinin temel unsurları olarak çoğulculuk, hoşgörü ve açık fikirli olmayı vurgulamıştır.[170] Bu bağlamda, "gerçeğe aykırı bilgi" kavramının belirsizliği, düşünce ve ifade özgürlüğü açısından ciddi riskler oluşturabilmektedir.[171]

Bununla birlikte yasal düzenlemeler, yalnızca cezai yaptırımlarla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda toplumsal bilinç oluşturmayı da hedeflemektedir. Özellikle medya okuryazarlığı, dijital okuryazarlık ve etik kurallar konusundaki eğitim programları ile desteklenen yasal çerçeveler, bireylerin yanlış bilgiye karşı daha dirençli olmasını sağlayabilmektedir. Eğitim politikaları ile desteklenmeyen yasal düzenlemeler,

---

[169] Bozkurt, E., & Dost, Ö. G. S. (2002). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararlarında İfade Özgürlüğü ve Türkiye. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7*(1).

[170] Handyside Kararı, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nin ifade özgürlüğü konusunda verdiği en önemli ve klasik kararlardan birisidir. Davanın temelinde, Richard Handyside'ın, genç bireyleri cinsellik konusunda bilgilendirme amacı taşıyan ve içerisinde mastürbasyon, pornografi, eşcinsellik ve kürtaj gibi konulara yer veren "The Little Red Schoolbook" adlı kitabın Birleşik Krallık'taki yayın haklarını satın alarak dağıtıma sunması yatmaktadır. Söz konusu yayın, İngiltere'de yürürlükte olan Müstehcen Yayınlar Yasası kapsamında müstehcen içerikli olarak değerlendirilmiş ve Handyside, bu yayınları ticari amaçla bulundurmak suçlamasıyla mahkûm edilmiştir. AİHM, olayın değerlendirilmesinde söz konusu yasa kapsamında gerçekleştirilen müdahalenin, çocukların korunmasına yönelik meşru bir amaç taşıdığını ve bu müdahalenin ölçülü ve sınırlı bir biçimde uygulandığını belirtmiştir. Mahkeme, bu çerçevede devletlerin, ifade özgürlüğünü sınırlama noktasında "demokratik bir toplumda gerekli" olanı belirleme konusunda belli bir takdir payına sahip olduklarını kabul etmiştir. Bu bağlamda, Birleşik Krallık tarafından gerçekleştirilen müdahalenin Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 10. maddesi ile bağdaşır nitelikte olduğu sonucuna varılmıştır. Bu konuda ayrıntılı değerlendirmeler için bkz. https://globalfreedomofexpression.columbia.edu/cases/handyside-v-uk/

[171] Ulusoy, S. (2019). AVRUPA İNSAN HAKLARI MAHKEMESİ VE ANAYASA MAHKEMESİ KARARLARI IŞIĞINDA İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ. *Selçuk Üniversitesi Adalet Meslek Yüksekokulu Dergisi, 2*(2), 119-153.

dezenformasyonla mücadelede etkisiz kalabilmektedir. Bununla birlikte her yasal düzenleme bireysel haklar ile toplumsal yarar arasındaki dengeyi sağlamada vazgeçilmez bir araçtır. Özellikle dijital çağın getirdiği yeni sorunlar ve fırsatlar ışığında, bu düzenlemeler, hukukun üstünlüğünü ve demokratik değerleri korumak için kritik bir işlev görmektedir. Ancak, yasal çerçevelerin etkinliği, demokratik değerlere ve insan haklarına uygun bir şekilde formüle edilmesine ve uygulanmasına bağlıdır.[172]

[172] Pusa, T. (2024). İfade Özgürlüğü ve Sosyal Medya, Liberte Yayınları, Ankara. sf. 67-100.

İKİNCİ BÖLÜM

2. TÜRKİYE'DE DEZENFORMASYONLA MÜCADELEDE UYGULANAN KAMU POLİTİKALARI VE STRATEJİLER

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye'de uygulanmakta olan kamu politikaları ve stratejiler açıklanacaktır. Öncelikle tarihsel bakımdan Türkiye'de son yıllarda dezenformasyon paylaşımı yapılan konu başlıkları aktarılacaktır. Bu konu başlıkları gündemde geniş yer alan ve kamuoyu oluşturan hususlar dikkate alınarak seçilmiştir.

2.1. Kamu Politikası Nedir?

Kamu politikasının literatürde yer alan tanımlarına geçmeden önce, politika kavramının ne anlam ifade ettiğini açıklamak gerekmektedir. Öncelikle siyaset ve politika kavramının ayrımını yapmak anlam karmaşıklığının önüne geçecektir. Sosyal bilimler alanındaki akademik çalışmalar ve Türkiye'de günlük yaşam içerisinde birbirlerinin yerine kullanılan bu iki kavramın anlamı farklı kültür ve kökene sahiptir.

Politika terimi, Eski Yunan'daki polis (şehir devleti) kelimesinden türetilmiştir. Avrupa ve Amerika'da gerçekleştirilen akademik araştırmalarda, siyaset kelimesinin yerine kullanılan terim, Eski Yunan'daki şehir devleti anlamına gelen polis kelimesinden türetilen "politics"tir.[173] Politika kavramı, "policy" terimiyle ifade edilir. Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde ise politika, "devletin faaliyetlerini amaç, yöntem ve içerik bakımından düzenleme ve hayata geçirme esaslarının bütünü" olarak tanımlanmakta ve siyaset ile siyasa anlamlarına da gelmektedir.[174]

[173] Dilaveroğlu, A. (2017). Kamu Politika Sürecinin Politik Çevre Bağlamında Değerlendirilmesi. *International Journal of Research in Business and Social Science*, *6*(2), 37-51.

[174] www.tdk.gov.tr

Türkiye'de politika yerine kullanılan kavram ise ağırlıklı olarak "siyaset'' kelimesidir. Arapça kökenli bir kavram olan "seyis" kelimesinden oluşturulan bu kelime at eğitimcisi, at bakıcısı anlamına gelmektedir.[175]

Kamu Politikası kavramı yerel yönetim ve ülke genelinin tamamında, ülke vatandaşlarının tamamını ilgilendiren konularda, problemlerde, hükümet yetkilileri ve yerel yöneticiler tarafından yapılması gereken işler olarak tanımlanmaktadır.[176]

Lasswell (1951) "Politika Bilimleri (The Policy Science)" adlı eserinde politikayı; "kimin neyi, ne zaman ve nasıl elde ettiği" şeklinde tanımlamaktadır.[177] Lasswell'in kamu politikası tanımı "Kamu politikası, amaçların, değerlerin ve uygulamaların hedeflenmiş olan programıdır" şeklindedir.[178]

Dye ise (2011: 1), kamu politikasını "Hükümetlerin yapmayı ya da yapmamayı tercih ettikleri her şeydir" ifadesiyle tanımlamaktadır.[179] Dye'ın tanımdan hareketle, idarenin/hükümetin yaptığı politikaların yanı sıra yapamadıklarının da kamu politikası dahilinde incelenmesi önem arz etmektedir. Tanımın anlam genişliği ve kapsayıcı olması her şeyin kamu politikası çerçevesinde değerlendirilmesini mümkün kılmaktadır. Kamu politikası belli bir zaman dilimini kapsamakta olup, bir süreç ve eylemin gerçekleştirilmesini hedeflemektedir.

Kamu politikaları, siyasi aktörlerin/hükümetin düşündüğü eylemlerin yanı sıra vatandaşlarında talepleri doğrultusunda ortaya çıkmaktadır. Kamu politikaları yaşanan ve yaşanması muhtemel olan sorunların çözümü için yasama, yürütme ve yargı

---

[175] Göçoğlu, V. ve Aydın, M. D. (2015). Kamu Politikası ile Sosyal Medya Arasındaki İlişkinin Toplumsal Hareketler Perspektifinden Değerlendirilmesi. Journal of International Social Research, 8(37).

[176] Eryılmaz, B. (2018). Kamu Yönetimi: Düşünceler, Yapılar, Fonksiyonlar, Politikalar (11. baskı). Kocaeli: Umuttepe Yayınları, s. 15.

[177] Çelik, F. E. (2008). Çalışma alanı olarak kamu politikası: tarihsel ve düşünsel kökler üzerine. *Amme İdaresi Dergisi*, *41*(3), 41-72.

[178] Akt. Dilaveroğlu, A. (2017). Kamu Politika Sürecinin Politik Çevre Bağlamında Değerlendirilmesi. *International Journal of Research in Business and Social Science*, *6*(2), 37-51.

[179] Dye, R.T. (2011). Understanding Puclic Policy, (13th ed.). United States: Pearson, sf. 1.

organları tarafından çözüme kavuşturulması beklenen faaliyetlerdir. Netice itibarıyla kamu politikalarının yapılma gerekçesi halkın talep ve beklentilerinin karşılanarak, toplumsal problemlere çözüm bulunmasıdır.[180]

Kamu politikaları yalnızca ülke meselelerini kapsamamaktadır. Uluslararası sorunların çözümü noktasında farklı örgütler ve aktörler devreye alınabilmektedir.[181] Bununla birlikte ülkelerin yönetim yapılarına göre kamu politikası kavramı vatandaşların algısında değişkenlik göstermektedir. Devlet müdahalesinin fazla olduğu ülkelerde kamu politikası daha geniş yer kaplamaktadır. Bunun yanında devlet müdahalesinin sınırlı olduğu, liberal demokrasinin işlediği ülkelerde ise daha az yer kaplamaktadır.[182]

2.2. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı

Kamu politikalarının oluşturulmasında toplumsal ihtiyaçların ve yönetsel zorunlulukların belirleyici bir rol oynadığı açıktır. Bu bağlamda, çağın gerekliliklerine uygun olarak yeniden yapılandırılan kamu kurumları, yalnızca mevcut sorunlara çözüm üretmekle kalmayıp aynı zamanda devletin stratejik vizyonunu da şekillendirmektedir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, bu ihtiyaçlardan doğan ve günümüzün iletişim odaklı yönetişim anlayışını yansıtan kurumsal bir dönüşümün ürünüdür. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla geliştiği, kamuoyunun algı yönetiminin stratejik bir araç haline geldiği bir dönemde, devletin iletişim politikalarının bütüncül bir şekilde yönetilmesi ihtiyacı kurumsal yeniden yapılanmayı zorunlu kılmıştır.

Politika ve siyaset kavramlarının sıklıkla birbirinin yerine kullanıldığı Türkiye'de, kamu politikası kavramı, vatandaşların ihtiyaç ve beklentilerini karşılamaya yönelik olarak hükümetin ve ilgili kamu otoritelerinin gerçekleştirdiği eylem ve tercihler bütünü olarak değerlendirilmektedir. Dye'ın kamu politikasını "hükümetlerin yapmayı veya yapmamayı tercih ettikleri her şey" olarak tanımlaması, kamu politikalarının yalnızca uygulanan eylemlerden ibaret olmadığını, aynı zamanda karar verilmiş ya da

[180] Yıldız, M., Sobacı, M. (2013). Kamu Politikası ve Kamu Politikası Analizi. sf.17.
[181] Yıldız, M., Sobacı, M. (2013). Kamu Politikası ve Kamu Politikası Analizi. sf.19.
[182] Göçoğlu, V. (2014). Kamu Politikası ve Sosyal Medya İlişkisi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara. sf. 9-10.

ertelenmiş her durumu kapsadığını göstermektedir. Bu tanım çerçevesinde, devletin iletişim alanındaki kurumsal yapılanmalarına ilişkin kararları da kamu politikası bağlamında değerlendirilebilir.

Bu bölümde 24 Temmuz 2018 tarihinde kurulan Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın, Türkiye'nin iletişim alanındaki kamu politikası ihtiyacına yanıt olarak nasıl yapılandığı ele alınacaktır. Tarihsel olarak Osmanlı'dan Cumhuriyet'e uzanan bir arka plana sahip olan kamu iletişimi faaliyetleri, 2018 yılında kurumsal bir eşik aşarak daha bütüncül, stratejik ve çok katmanlı bir yapıya kavuşmuştur. Başkanlık, yalnızca devletin kamuoyunu bilgilendirme görevini yerine getirmekle kalmamakta; aynı zamanda kamu diplomasisi, stratejik iletişim, dezenformasyonla mücadele ve uluslararası tanıtım gibi çok boyutlu görevleri de üstlenmektedir.

Bu çerçevede, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın kurulması; modern kamu yönetimi anlayışı, devlet-toplum ilişkileri, küresel iletişim düzeni ve ulusal güvenlik stratejileri açısından değerlendirilmesi gereken bir kamu politikası uygulamasıdır. Başkanlığın kuruluş süreci, kurumsal yapısı, görev alanları ve bu yapılanmanın gerekçeleri, tez kapsamında hem kuramsal hem de uygulamalı düzeyde analiz edilecektir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla yayılması, kamu yönetiminde stratejik iletişim ve kamu diplomasisini önemli bir hale getirmiştir. Bu doğrultuda, 24 Temmuz 2018 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanan 14 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı kurulmuş ve Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM) kapatılmıştır. Yeni oluşturulan bu yapı, kamu diplomasisi ve stratejik iletişim alanlarında önemli bir işlev üstlenmektedir.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın kökeni Osmanlı İmparatorluğu'na dayanmaktadır. 1862 yılında Maarif-i Umumiye Nezareti'ne bağlı olarak kurulan Matbuat Müdürlüğü, basın faaliyetlerini düzenlemek amacıyla oluşturulmuştur. 1864 Matbuat Nizamnamesi, bu kurumun yasal temelini oluşturmaktadır.[183] Millî Mücadele döneminde ise Ankara'da kurulan Matbuat ve İstihbarat Müdüriyet-i Umumiyesi, tanıtım faaliyetlerini yürütmüştür. Cumhuriyet'in ilk yıllarında farklı bakanlıklara

[183] Performans Raporu, 2020, Sf.18. http://www.sp.gov.tr/

bağlı birimler aracılığıyla devam eden bu faaliyetler, 1984'te Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM) adıyla yeniden düzenlenmiştir. 2018 yılında ise BYEGM kapatılarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı kurulmuştur.[184]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye Cumhuriyeti devletinin iletişim politikalarını belirleyen ve yürüten bir kurum olarak, kamuoyunu bilgilendirmek, devletin stratejik iletişim faaliyetlerini düzenlemek ve dış tanıtım çalışmalarını yönlendirmek gibi önemli görevleri yerine getirmektedir. Bu görevler, geniş bir yelpazede, devletin iç ve dış iletişim faaliyetlerinden dezenformasyonla mücadeleye kadar uzanmaktadır.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Türkiye'nin uluslararası alanda "Türkiye markasını güçlendirme" vizyonu ve Yeni Türkiye'nin ilerleyişine katkıda bulunacak çalışmaları öncelikli hale getirme hedefiyle çalışmalarını sürdürmektedir. Bu çerçevede, Türkiye'nin temsil gücünü hem bireysel hem de kurumsal düzeyde artırmayı amaçlayan kamu kurumları, ulusal ve uluslararası medya, iş dünyası, sivil toplum kuruluşları, akademik çevreler ve düşünce kuruluşları gibi farklı organizasyonlarla iş birliği yapmayı hedeflemektedir.[185]

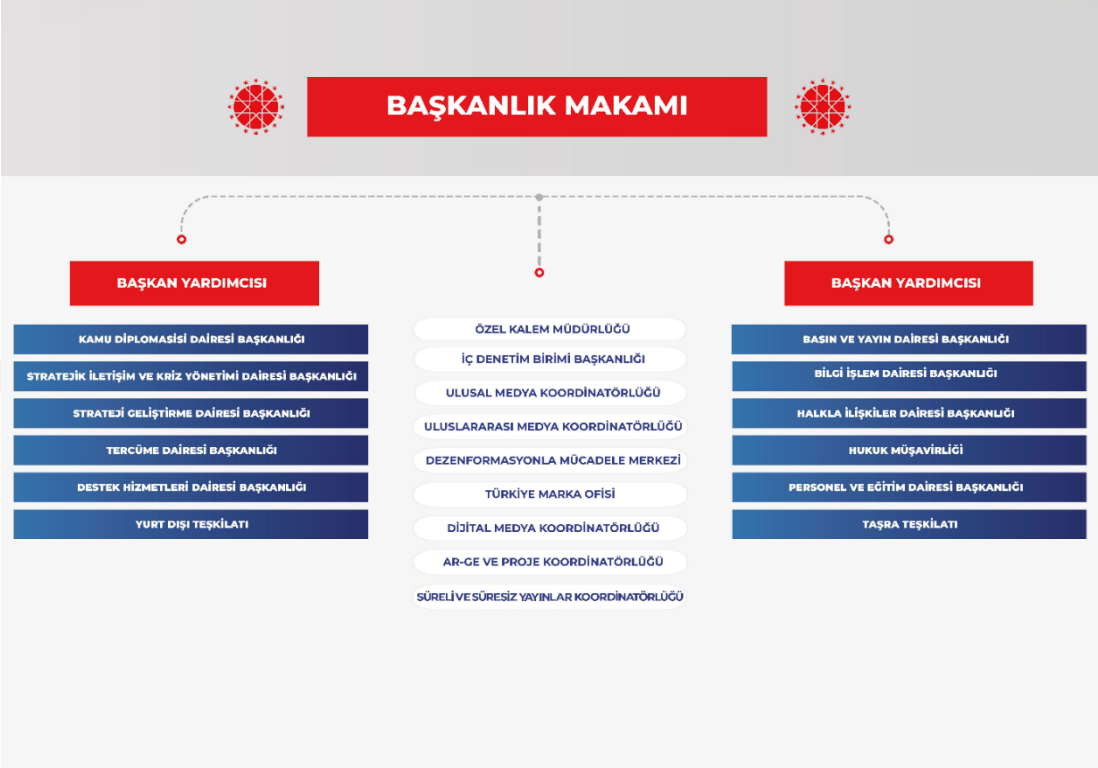
TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI
İLETİŞİM BAŞKANLIĞI

Şekil 1: İletişim Başkanlığı Logosu (https://www.iletisim.gov.tr/turkce)

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, bu faaliyetlerini, kararnamenin 5. maddesi doğrultusunda kurulan aşağıdaki başkanlıklar aracılığıyla yürütmektedir.

[184] 24 Temmuz 2018 Tarihli ve 30488 Sayılı Resmî Gazete, https://resmigazete.gov.tr/fihrist?tarih=2018-07-24
[185] https://www.iletisim.gov.tr/turkce/kurum-hakkinda

Tablo 3: İletişim Başkanlığı Teşkilat Şeması (https://www.iletisim.gov.tr/turkce/teskilat-semasi)



Tablo 4' de yer alan bu birimler, Cumhurbaşkanlığı tarafından belirlenen hedefler doğrultusunda çalışmalarını sürdürmektedir. Bununla birlikte kurumun en üst amiri olan İletişim Başkanının görev ve sorumlulukları kararname ile düzenlenmiştir. Başkan, faaliyetlerinde doğrudan doğruya Cumhurbaşkanına karşı sorumlu bulunmaktadır. İletişim Başkanının başlıca görev ve sorumlulukları şu şekilde belirtilmiştir.

- Bütçe hazırlama ve uygulamaları izleme.
- Kurumsal yapıyı geliştirme.
- Kamu kurumları ve STK'larla iş birliği yapma.
- Tanıtma Fonuna ilişkin projeleri değerlendirme.
- Cumhurbaşkanı tarafından verilen diğer görevleri yerine getirme.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin stratejik iletişim ve kamu diplomasisi politikalarını yönlendiren merkezi bir kurumdur. Yapısı ve görevleri,

ulusal ve uluslararası düzeyde etkili iletişim stratejilerinin oluşmasına katkı sağlamaktadır.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın teşkilat, görev ve yetkilerine ilişkin usul ve esaslar 14 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile şu şekilde düzenlenmiştir:

- *Devletin Tanıtma Siyaseti ve Stratejilerinin Belirlenmesi:* Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin ulusal ve uluslararası tanıtım stratejilerini belirler ve bu stratejiler çerçevesinde devletin tanıtımını sağlamak için gerekli adımları hayata geçirir. Bu süreçte, devletin dış politikası, kültürel mirası ve diğer önemli unsurları uluslararası düzeyde etkin bir şekilde tanıtılmaktadır.
- *Tanıtma Fonunun Yönetilmesi:* Tanıtma Fonuna ilişkin tüm yönetimsel ve operasyonel işlemler Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından yürütülür. Bu fon, devletin tanıtımı için gerekli finansal kaynakları sağlamakta ve faaliyetlerin etkin bir şekilde gerçekleştirilmesi için kullanılmaktadır.
- *Kamuoyunun Bilgilendirilmesi:* Kamuoyunun doğru ve zamanında bilgilendirilmesi, devletin şeffaflık ilkesine dayalı olarak önemli bir görevdir. Başkanlık, kamuoyuna doğru bilgiler sunarak, bilgi akışını düzenlemekte ve bu bilgilerin kamuoyundaki etkilerini analiz etmektedir.
- *Uluslararası Tanıtım Faaliyetlerinin Yönlendirilmesi:* Türkiye'nin uluslararası platformlarda doğru tanıtımını yapmak, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın önemli görevlerinden birisidir. Bu faaliyet, kamu diplomasisi yöntemleri kullanılarak desteklenir ve stratejik iletişim politikalarıyla güçlendirilir.
- *Kamu Kurumları Arasında Koordinasyonun Sağlanması:* Başkanlık, kamu kurumları arasındaki iletişimin koordinasyonunu sağlamaktadır. Kamu kurumlarının kurumsal iletişim standartlarını belirleyerek ve bu kurumlarla iş birliği yaparak ortak projeler geliştirmektedir.
- *Dezenformasyonla Mücadele:* Türkiye'ye yönelik olumsuz propaganda faaliyetlerini izlemek, değerlendirmek ve bu tür yanlış bilgilerin yayılmasını engellemek için gereken tedbirleri almak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın en kritik görevlerinden birisidir.

- *Yabancı Ülkelerde Bilgilendirme Faaliyetleri Düzenlemek:* Başkanlık, Türkiye'nin dış politikasını destekleyen bilgilendirme faaliyetlerini yabancı ülkelerde düzenlemektedir. Bu faaliyetler, Türkiye'nin küresel etkisini artırmayı hedeflemektedir.
- *Vatandaşların Taleplerini Toplamak:* Kamu kurumlarına ilişkin vatandaşların taleplerinin hızlı ve etkin bir şekilde toplanmasını sağlamak, Başkanlık'ın önemli bir işlevidir. Bu, devletin halkla olan iletişimini güçlendirmekte ve kamu hizmetlerinin daha verimli hale gelmesini sağlamaktadır.
- *Basınla İlişkileri Düzenlemek:* Başkanlık, yerli ve yabancı basın mensuplarıyla ilişkileri düzenlemektedir. Basın Kartı Komisyonu'nun sekretaryasını yürütmekte ve basın kartlarının verilmesini sağlamaktadır. Bu süreç, basın mensuplarının resmi kimliklerini tanıyan ve onların çalışmalarını kolaylaştıran bir düzeni sağlamaktadır.
- *Medya Veri Tabanı Oluşturmak:* Türkiye Medya Veri Tabanının oluşturulması ve güncel tutulması, kamuoyunun algısını izleyebilmek ve medya analizleri yapmak için gereklidir. Başkanlık, bu veri tabanının yönetimini sağlamaktadır.
- *Eğitim Programları Düzenlemek:* Yerli ve yabancı basın mensuplarına yönelik mesleki eğitimler ve kapasite geliştirme programları düzenleyerek, medya profesyonellerinin iletişim becerilerini artırmaktadır.
- *Yayın Faaliyetlerini Yürütmek:* Başkanlık, süreli ve süresiz yayınların planlanmasından, yayımlanmasına kadar tüm yayın faaliyetlerini organize ederek yönetmektedir. Bu yayınlar, devletin kamuoyuna yönelik mesajlarını iletmek için kullanılmaktadır.[186]

Bu görevler, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın, Türkiye Cumhuriyeti'nin iç ve dış iletişim stratejilerinin etkin bir şekilde yönetilmesi için nasıl bir yapı oluşturduğunu ve bu yapının devletin tanıtım, bilgi yönetimi ve dezenformasyonla mücadele gibi kritik alanlarda ne kadar önemli bir rol oynadığını göstermektedir.[187]

[186] 24 Temmuz 2018 Tarihli ve 30488 Sayılı Resmî Gazete, https://resmigazete.gov.tr/fihrist?tarih=2018-07-24

[187] Topçu, Emre ve Çaycı, Berk, (2022). "Sosyal Medyada Dezenformasyon: COVID-19 Pandemisi Örneği" *TAM Akademi Dergisi,* 1, no. 2, sf.161-191.

2.3. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığının Dezenformasyonla Mücadele Stratejileri

Çalışmanın bu başlığında, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesinde faaliyet gösteren Kamu Diplomasisi Dairesi Başkanlığı ile Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi Başkanlığı'nın, Türkiye'nin stratejik iletişim politikaları ve dezenformasyonla mücadelesindeki rolü incelenmektedir.

24 Temmuz 2018 tarihli ve 30488 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan düzenlemelerle kurumsal çerçevesi belirlenen bu birimler, ulusal ve uluslararası düzeyde yürütülen propaganda faaliyetlerine karşı devletin stratejik hedefleri doğrultusunda etkili iletişim stratejileri geliştirme ve uygulama sorumluluğunu üstlenmiştir. Özellikle kriz, afet, olağanüstü hâl ve savaş gibi olağandışı dönemlerde kamuoyunun doğru bilgilendirilmesi, devlet kurumları arasında koordinasyonun sağlanması ve Türkiye'nin uluslararası alanda doğru şekilde temsil edilmesi bu birimlerin temel görevleri arasında yer almaktadır. Bu bağlamda, söz konusu kurumların faaliyetleri, kamu diplomasisi araçlarının etkin kullanımı ve devletin stratejik iletişim kapasitesinin güçlendirilmesi açısından önemli bir inceleme alanı sunmaktadır. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesinde faaliyet gösteren Kamu Diplomasisi Dairesi Başkanlığı ve Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi Başkanlığı, yabancı propaganda ve dezenformasyonla mücadelede kritik bir rol üstlenmektedir. Söz konusu birimlerin görev ve sorumluluk alanlarına ilişkin bilgiler 14 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesinde şu şekilde belirlenmiştir.

2.3.1. Kamu Diplomasisi Dairesi Başkanlığı ve Görevleri

Uluslararası sistemin çok aktörlü ve çok katmanlı bir yapıya evrildiği dönemde kamu diplomasisi, devletlerin yalnızca resmi diplomatik kanallarla değil, doğrudan uluslararası kamuoyu ile kurduğu iletişim biçimi olarak stratejik bir önem taşımaktadır. Devletlerin dış politika hedeflerini destekleyen, ulusal imajı güçlendiren ve uluslararası meşruiyet sağlayan kamu diplomasisi faaliyetleri, özellikle dijital çağın sunduğu olanaklarla birlikte daha geniş kitlelere ulaşabilen çok boyutlu bir enstrüman haline gelmektedir. Türkiye'de bu süreci yöneten temel kurumlardan biri,

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesinde faaliyet gösteren Kamu Diplomasisi Dairesi Başkanlığıdır.[188]

Kamu Diplomasisi Dairesi Başkanlığı'nın öncelikli görevlerinden biri, Türkiye'nin ulusal ve uluslararası alandaki tezlerini ve politika tercihlerini, stratejik iletişim çerçevesinde küresel kamuoyuna aktarmaktır. Bu doğrultuda yapılan çalışmalar, yalnızca Türkiye'nin dış politika hedeflerine destek sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda Türkiye'nin uluslararası düzeyde algılanma biçimini şekillendirmeye yönelik bir kamuoyu inşası stratejisini de içermektedir.

Başkanlık, kamu diplomasisi alanında faaliyet gösteren kamu kurumları, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları ile işbirliğine dayalı çalışmalar yürütmekte; bu bağlamda araştırmalar yapmakta, raporlar hazırlamakta ve programlar organize etmektedir. Bu faaliyetler, çok aktörlü diplomasi anlayışının kurumsallaşmasına katkı sağlarken, kamu diplomasisinin yerel ve küresel düzeyde daha kapsayıcı bir niteliğe kavuşmasını amaçlamaktadır.

Türkiye'nin uluslararası çıkarlarını desteklemek amacıyla düzenlenen panel, sempozyum, konferans ve benzeri faaliyetler, Başkanlığın en önemli görev alanlarından birisidir. Bu organizasyonlar, hedef kitlelerle doğrudan temas kurulmasına olanak tanırken, Türkiye'nin çeşitli alanlardaki birikim ve politikalarının anlatılması yoluyla uluslararası kamuoyunda destekleyici bir anlayış geliştirilmesine katkıda bulunmaktadır.[189]

Bununla birlikte uluslararası kamuoyunu etkileyen kurum ve kişilerin Türkiye hakkında doğru bilgiye ulaşmalarını sağlamak, Başkanlığın stratejik önceliklerinin başında yer almaktadır. Bu çerçevede düzenlenen toplantılar, ziyaret programları ve bilgilendirici etkinlikler aracılığıyla, Türkiye'ye ilişkin yanlış algıların önüne geçilmesi ve sağlıklı bilgi akışının sağlanması hedeflenmektedir. Ayrıca

[188] 24 Temmuz 2018 Tarihli ve 30488 Sayılı Resmî Gazete, https://resmigazete.gov.tr/fihrist?tarih=2018-07-24

[189] "İsveç'te "Daha Adil Bir Dünya Mümkün" temalı panel düzenlendi" https://www.iletisim.gov.tr/turkce/duyurular/detay/isvecte-daha-adil-bir-dunya-mumkun-temali-panel-duzenlendi

Cumhurbaşkanı tarafından belirlenen uluslararası tanıtım stratejilerinin uygulayıcısı konumunda olan Başkanlık, bu doğrultuda kamu diplomasisi araç ve yöntemlerini devreye sokarak kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşları arasında koordinasyonu sağlamaktadır. Bu görev, kurumlar arası işbirliğini güçlendirmekte ve Türkiye'nin uluslararası alanda daha tutarlı bir iletişim stratejisi izlemesine imkân tanımaktadır.

Kamu Diplomasisi Dairesi Başkanlığı, Türkiye'nin uluslararası tanıtımını sağlayacak özel araştırmalar ve projeler üretmekte veya bu çalışmaları alanında uzman kişi ve kuruluşlara yaptırmaktadır. Bu durum, bilimsel temellere dayanan kamu diplomasisi uygulamalarının geliştirilmesine katkı sunmaktadır. Ayrıca Türkiye'nin marka değerini uluslararası düzeyde artırmak, başkanlığın en temel hedeflerinden biridir. Marka inşası, yalnızca turistik ya da kültürel tanıtımı değil; aynı zamanda siyasal, ekonomik ve sosyal alanlarda olumlu bir ülke imajının oluşturulmasını da kapsamaktadır. Bunun yanında Türkiye'ye yönelik yürütülen propaganda faaliyetlerinin izlenmesi, değerlendirilmesi ve bu faaliyetlere karşı gerekli önlemlerin alınması, kamu diplomasisinin savunma boyutunu teşkil etmektedir. Bu doğrultuda başkanlık, ulusal çıkarların korunmasına yönelik proaktif ve reaktif stratejiler de geliştirmektedir.[190]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesindeki Kamu Diplomasisi Daire Başkanlığı tarafından yürütülen bu çalışmalar çok boyutlu bir stratejidir. Altun, bu konuda "Hakikat mücadelesinin yalnızca devlet kurumları eliyle değil toplumsal bilinç düzeyinde yaygınlaşan bir anlayışla ortaya konması elzemdir" ifadesiyle güçlendirmektedir.[191] Bu kapsamda, Kamu Diplomasisi Daire Başkanlığı, doğru bilginin yayılmasını sağlamak ve dezenformasyonun olumsuz etkilerini en aza indirmek amacıyla çeşitli iletişim stratejileri geliştirmiştir. Bu stratejiler, devletin haber kaynaklarını doğru ve güvenilir bir şekilde beslemeyi ve dezenformasyonun önüne geçmeyi hedeflemektedir.

---

[190] 1. Kamu Diplomasisi Sempozyumu'nda "Türkiye Kamu Diplomasisi Panoraması" paneli yapıldı. https://www.iletisim.gov.tr/turkce/duyurular/detay/1-kamu-diplomasisi-sempozyumunda-turkiye-kamu-diplomasisi-panoramasi-paneli-yapildi

[191] Başkanlığı, T. İ. (2023). Türkiye İletişim Modeli. Hakikatin Peşinde 5 Yıl. Ankara: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları. sf.21.

Dezenformasyonla mücadelenin en kritik unsurlarından biri, devletin haber kaynaklarını doğru bilgiyle besleyerek sağlıklı bir iletişim mekanizması kurmaktır. Castells de bu konuda, "*Bilgi güçtür, ancak yanlış bilgi kaosa yol açabilir*" görüşünü dile getirmektedir.[192] Dezenformasyonun engellenmesi için doğru bilginin hızlı ve etkin bir şekilde yayılması, bu bağlamda kritik bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, uluslararası basın mensuplarına doğru bilgi sunulması, terör örgütlerinin ve diğer yanıltıcı kaynakların haberlerinin engellenmesine yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte, doğru bilgi sunulmasına rağmen kasıtlı dezenformasyon yapılması durumunda, bu yanlış bilgilerin çürütülmesi ve kamuoyunun doğru şekilde bilgilendirilmesi gerekmektedir. İletişim Başkanlığı bu konuda sosyal medya, yazılı basın ve uluslararası basın mensuplarını izleyen kapsamlı bir takip sistemi geliştirmiştir. Asılsız haberlerin tespiti, düzeltilmesi ve yayılmasının önlenmesi için çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Tüfekçi, "*Sosyal medya araçlarının dezenformasyonun yayılmasında nasıl kritik bir rol oynadığına*" dikkat çekmekte ve bu tür platformların dikkatli bir şekilde izlenmesi gerektiğini belirtmektedir.[193] İletişim Başkanlığı, dezenformasyonu engellemek adına yanıltıcı haberlere karşı düzeltmeler yayınlamakta, uluslararası basın mensuplarına anlık bilgilendirmeler yapmakta ve yurtdışında seminerler, paneller ve sergiler düzenlemektedir.[194]

2.3.2. Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi Başkanlığı ve Görevleri

Küresel güvenlik ortamının giderek daha karmaşık hale geldiği, bilgi ve iletişim teknolojilerinin çatışma alanlarını dönüştürdüğü bir dönemde, stratejik iletişim ve kriz yönetimi devletlerin politika yapım süreçlerinde merkezi bir rol oynamaya başlamıştır. Türkiye'de bu alanı kurumsal düzeyde yöneten başlıca yapılardan biri, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesindeki Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi Başkanlığıdır. Bu başkanlık, devletin stratejik hedeflerini iletişim

[192] Castells, M. (2009). *Communication Power.* Oxford University Press. sf.35.

[193] Tufekci, Z. (2017). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest.* Yale University Press. sf.122.

[194] Stratcom Paneli 2: Dünya Siyasetinde Hakikatin Sesini Duyurmak https://stratcomsummit.com/tr/etkinlikler/stratcom-22-program

perspektifinden desteklemek, kriz anlarında koordineli ve etkili bilgi akışını sağlamak ve kamuoyunu doğru bilgilendirme süreçlerini yönetmekle sorumludur.[195]

Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi Başkanlığı, devletin stratejik amaç ve hedefleri doğrultusunda yürütülecek faaliyetlerde uygulanacak iletişim politikalarının belirlenmesinden sorumlu bulunmaktadır. Bu bağlamda iletişim sadece bilgi paylaşımı olarak değil, aynı zamanda politik etki yaratma, kamuoyu yönlendirme ve ulusal menfaatlerin savunulması açısından stratejik bir araç olarak kullanılmaktadır. Ulusal ve uluslararası gelişmelerin doğrudan etkilediği bu süreç, kurumsal kapasitenin dinamik bir şekilde yönetilmesini gerekli kılmaktadır.

Bilgi çağının etkisiyle değişen kamu yönetimi pratiklerinde, stratejik iletişim ve kriz yönetimi kamu politikalarının ayrılmaz bir bileşeni haline gelmiştir. Bu bakımdan Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi Başkanlığı, yalnızca iç kamuoyuna değil, aynı zamanda dış kamuoyuna yönelik olarak da Türkiye'nin tezlerini, önceliklerini ve krizlere karşı tutumunu profesyonel bir biçimde iletme sorumluluğunu taşımaktadır. Bu süreçte dezenformasyonla mücadele, algı yönetimi, medya ilişkileri ve psikolojik harekât gibi konular da stratejik iletişim pratiğinin birer bileşeni haline gelmektedir.

Kriz ve afet durumlarında bilgi kirliliği, panik ve kamuoyunun yanlış yönlendirilmesi riski oldukça yüksektir. Bu nedenle söz konusu başkanlık, olağanüstü haller, doğal afetler, yakın savaş tehdidi, seferberlik ve savaş hallerinde devletin belirlediği hedefler doğrultusunda etkin iletişim stratejileri geliştirerek kamuoyunu doğru bilgilendirme ve yönlendirme görevini üstlenmektedir. Bu süreçte kriz iletişim planlarının hazırlanması, senaryo analizleri yapılması, medya ve dijital platformlar üzerinden doğru bilgi akışının sağlanması kritik öneme sahiptir. Çünkü kriz anlarında bilgi paylaşımında yaşanabilecek kopukluklar, kamu güvenliğini ve kamuoyunun devlete olan güvenini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu nedenle Başkanlık, tüm kamu kurum ve kuruluşları arasında görev alanı çerçevesinde koordinasyonu sağlamakla yükümlü bulunmaktadır. Etkin bir koordinasyon mekanizması, çok paydaşlı yönetim anlayışıyla

[195] 24 Temmuz 2018 Tarihli ve 30488 Sayılı Resmî Gazete, https://resmigazete.gov.tr/fihrist?tarih=2018-07-24

hem merkezi otoritenin hem de yerel yönetimlerin kriz anlarında uyumlu hareket etmesini kolaylaştırmaktadır.

Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi Başkanlığı, sadece geleneksel güvenlik tehditlerine değil, aynı zamanda siber saldırılar, bilgi savaşı, sosyal medya üzerinden yürütülen manipülasyon kampanyaları gibi yeni nesil tehditlerle mücadelede de görev üstlenmektedir. Bu doğrultuda hem önleyici hem de tepki verici stratejiler geliştirerek, Türkiye'nin dirençli bir iletişim altyapısı inşa etmesine katkıda bulunmaktadır. Başkanlık, belirlenen görevlerinin yanı sıra, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından verilen diğer görevleri de yerine getirerek, stratejik iletişim pratiğini güncel gelişmelere uyumlu hale getiren esnek bir yapıya sahiptir. Bu durum, krizlerin doğası gereği öngörülemezliğe açık olması nedeniyle, bürokraside gerekli hareket alanının sağlanmasına imkân tanımaktadır.

Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi Başkanlığı, Türkiye'nin iç ve dış güvenlik ortamına duyarlı, dinamik, bütüncül ve profesyonel bir iletişim stratejisi geliştirmesini sağlayan önemli bir kurumsal aktördür. Gerek barış zamanlarında stratejik iletişim faaliyetleriyle kamuoyunu yönlendirme, gerekse olağanüstü dönemlerde kriz yönetimi yoluyla bilgi güvenliğini sağlama açısından, yeni nesil kamu yönetişimi anlayışının iletişim odaklı tezahürlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Türkiye'nin küresel ölçekte artan görünürlüğü, karşı karşıya kaldığı tehditlerin çeşitlenmesi ve dijital iletişim araçlarının dönüştürücü etkisi göz önünde bulundurulduğunda, bu tür kurumsal yapıların önemi daha da artmaktadır.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın uluslararası dezenformasyonla mücadelesi, doğru bilginin yayılmasını sağlamak ve yanıltıcı bilgilerin etkilerini sınırlamak açısından stratejik bir öneme sahiptir. Bu konu özelinde Altun'da, "*Vatandaş Diplomat projesini uluslararasılaştırmak ve kökleştirmek amacı taşıyoruz*" diyerek, dezenformasyonla mücadelenin toplumsal bir sorumluluk olduğuna dikkat çekmektedir.[196]

[196] Altun, F. Dezenformasyonla mücadele modelimize ciddi işbirliği talepleri oldu Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Altun: Dezenformasyonla mücadele modelimize ciddi işbirliği talepleri oldu E.T. 12.12.24.

Stratejik iletişim, devletin belirli bir politika veya uygulama hakkında kamuoyunu bilgilendirme, yönlendirme ve inandırma sürecini içermektedir. Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Daire Başkanlığı, kamuoyunun doğru bilgilendirilmesi amacıyla uzun vadeli iletişim stratejileri geliştirmektedir. Bu stratejiler, medya ile etkili ilişkiler kurarak, kamuya yönelik mesajları en uygun şekilde iletmeyi hedeflemektedir. Dijital çağın gelişmesiyle birlikte sosyal medya, kamuoyunu etkilemek ve halkla iletişim kurmak için güçlü bir araç haline gelmiş bulunmaktadır. Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi, sosyal medya platformlarını aktif şekilde kullanarak, halkla doğrudan iletişim kurmakta ve sosyal medyada yayılan yanlış bilgileri düzeltmek için adımlar atmaktadır.[197]

Başkanlık dezenformasyonu önleme faaliyetleri dışında uluslararası alanda da Türkiye hakkında yanlış algıların bulunduğu konularla ilgilenilmektedir. Bunların başında 15 Temmuz başarısız darbe girişimi gelmektedir. Bu konu hakkında toplumun önemli ölçüde dezenformasyona maruz kalındığı bilinmektedir. Bu nedenle 2018 yılı başından başlayan bir senelik süreçte sadece bu konu ile ilgili yurtdışında yaklaşık 1100 adet proje gerçekleştirilmiştir. Bu projelerin içerisinde yurtdışında düzenlenen sergi, konferans, panel, film gösterisi, hareketli billboardların kullanılması, uçak ve otobüslerin giydirilmesi gibi daha birçokları bulunmaktadır. Ayrıca yabancı dilde hazırlanan küçük kitapçıklarla, Türkiye'ye karşı belli olaylarda fotoğraflarla yapılmaya çalışılan dezenformasyonun önüne geçilmektedir. Buna verilebilecek örneklerden birisi, Barış Pınarı Harekâtı kapsamında yayılan sahte fotoğrafların tespit edilerek gerçeklerinin sunulduğu "Disinformation Campaigns Against Operation Peace Spring" başlıklı kitapçık hazırlanmasıdır. Kitapçıkta 24 sahte fotoğraf bulunmaktadır. Bu fotoğrafların gerçekte hangi yıl ve olaya ait olduğu kanıtlanmıştır.[198] Benzeri bir faaliyet, 1915 Sözde Ermeni Soykırımı ile ilgili kitap basılması ve internet sitesinin oluşturulmasıdır.[199]

[197] https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik-iletisim-calismalari
[198] https://www.aa.com.tr/tr/baris-pinari-harekati/baris-pinari-harekati-aleyhine-sahte-fotograflarla-manipulasyon-cabasi/1611863
[199] https://www.1915.gov.tr/

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın Türkiye'nin ulusal ve uluslararası hedefleri doğrultusunda yürüttüğü stratejik iletişim faaliyetleri aşağıda başlıklar halinde açıklanmaktadır. Başkanlığın kriz dönemlerindeki kamuoyu bilgilendirme çalışmaları, sınır ötesi operasyonlara yönelik algı yönetimi, göç politikalarının uluslararası tanıtımı, terörle mücadele iletişimi ve kamu diplomasisi faaliyetleri başlıca inceleme alanlarını oluşturmaktadır. Ayrıca 15 Temmuz darbe girişimi sonrası oluşturulan iletişim stratejileri, Türkiye'nin Doğu Akdeniz, enerji güvenliği ve Libya politikaları ile 1915 olaylarına dair çalışmalarda analiz kapsamındadır. İletişim Başkanlığı'nın dezenformasyonla mücadelede ve Türkiye'nin stratejik iletişim çalışmaları uluslararası imajının inşasında üstlendiği rolü ortaya koymaktadır.

Devlet kurumları tarafından hazırlanan ve kamuoyuna sunulan görseller, infografikler yalnızca bilgi vermekle kalmaz; aynı zamanda birer *"stratejik iletişim aracı"* olarak da işlev görür. Özellikle kriz anlarında ya da kamuoyunun hassasiyet gösterdiği konularda bu tür içeriklerin etkisi büyük olmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından hazırlanan stratejik iletişim hakkındaki görseller, kamu yönetimi açısından kriz yönetimi, algı oluşturma ve güven inşa etme süreçlerinin bir parçası olarak değerlendirilebilir.

2.3.2.1. Doğal Afet ve Salgın Stratejisi

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin afet ve salgınlarla mücadele politikasının iletişim boyutunda eşgüdüm sağlamaktadır. Ayrıca, bilgilendirme, farkındalık yaratma ve tanıtım faaliyetlerini etkin bir şekilde yürütmektedir.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin çok aktörlü afet ve salgın yönetimi stratejilerinin iletişim yönünü yönetmekte, koordinasyon ve söylem birliğini sağlamaktadır. Bu bağlamda, afet ve salgın durumlarında halkı bilgilendirme, farkındalık yaratma ve devlet politikalarını tanıtma görevini üstlenmektedir. Böylece, afet anlarında etkin bir halkla ilişkiler süreci yürütülmekte ve toplumda güven oluşturulmaktadır. Ayrıca, Türkiye'nin uluslararası insani yardımları, afetlere karşı küresel dayanışmayı güçlendirmeye yöneliktir ve bu alandaki faaliyetler, ülkenin küresel ölçekteki liderlik rolünü pekiştirmektedir.

Resim 1. *Selden Etkilenen Bölgelerde Devlet Milletinin Yanında Stratejik İletişim Çalışması Örneği*[200]

Resim 2. *T.C. İletişim Başkanlığı Orman Yangını Afeti Stratejik İletişim Çalışması Örneği*[201]

[200] T.C. İletişim Başkanlığı, https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik-iletisim-calismalari Erişim Tarihi: 20.12.2024
[201] T.C. İletişim Başkanlığı, https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik-iletisim-calismalari Erişim Tarihi: 20.12.2024

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı resim 1 ve resim 2 de yangın ve sel gibi doğal afetler sonrasında devletin vatandaşlara sunduğu yardım hizmetlerini detaylı biçimde kamuoyuna sunmaktadır. Görsellerde kullanılan rakamlar, grafikler ve simgelerle yapılan yardım miktarı ve organizasyon kapasitesi somutlaştırılmış; devletin kriz anlarında hızlı ve organize şekilde müdahale ettiği vurgulanmıştır. Bu görsellerin temel amacı, toplumsal güveni sağlamak, devletin etkinliğini göstermek ve aynı zamanda kamuoyunda oluşabilecek eleştirel söylemlere karşı bir yanıt üretmektir.

Bu tarz stratejik iletişim materyalleri, yalnızca kamuoyunu bilgilendirmekle kalmaz; aynı zamanda devletin meşruiyetini pekiştirerek, kurumsal kapasiteyi görünür kılar ve vatandaşla devlet arasında psikolojik bağı güçlendirmektedir. Özellikle acil durum yönetimi, sosyal yardımlar, kamu hizmetlerinin sunumu gibi konularda doğru ve zamanında yapılan bilgilendirme çalışmaları devlete olan güveni güçlendirmektedir.

Sonuç olarak, İletişim Başkanlığının yayınlamış olduğu görseller, modern kamu yönetiminin vazgeçilmez unsurlarından biri olan stratejik iletişimin somut örnekleridir. Bu içerikler, yalnızca görsel estetik veya bilgi aktarma işleviyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda devletin krizlere verdiği yanıtın iletişimsel temsili olarak da önemli bir rol üstlenmektedir.

2.3.2.2. Sınır Ötesi Askeri Operasyon Stratejisi

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin sınır ötesi askeri operasyonları hakkında iç ve dış kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla da kapsamlı stratejik iletişim faaliyetleri yürütmektedir. Bu faaliyetler, Türkiye'nin operasyonlarının gerekçelerini, hedeflerini ve elde edilen kazanımları çeşitli dillerde hazırlanan görsel ve yazılı içeriklerle dünya geneline duyurmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, konferanslar, çalıştaylar ve toplantılar düzenlenerek Türkiye'nin operasyonlara dair tezleri geniş bir kitleye iletilmektedir. Bu stratejik iletişim çabaları, Türkiye'nin terörle mücadelesinin doğru bir şekilde aktarılması ve küresel kamuoyunda geniş destek bulması için kritik öneme sahiptir.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından paylaşılan infografik, terör örgütü PKK'nın çocukları istismar ettiğine dair kamuoyunu bilgilendirme ve bilinçlendirme

amacı taşımaktadır. Görselin amacı yalnızca bilgi vermek değil; aynı zamanda bir algı yönetimi, farkındalık oluşturma ve devletin terörle mücadelesine yönelik kamuoyu desteğini güçlendirme stratejisidir.

Resim 3. T.C. İletişim Başkanlığı, *Terör Örgütü PKK'nın Çocuk İstismarı Stratejik İletişim Çalışması Örneği*[202]

İletişim Başkanlığı'nın bu infografiği hazırlayıp yayınlaması, stratejik iletişim çalışması kapsamında hazırlanmış etkili bir propaganda materyalidir. Görselin amacı, halkı bilgilendirmenin ötesinde, devletin terörle mücadeledeki kararlılığını desteklemek, toplumda ortak bir bilinç oluşturmak ve örgütün toplum nezdindeki meşruiyetini tamamen ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır.

[202] T.C. İletişim Başkanlığı, https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik-iletisim-calismalari Erişim Tarihi: 20.12.2024

Resim 4. *T.C. İletişim Başkanlığı, Barış Pınarı Harekâtı Stratejik İletişim Çalışması Örneği*[203]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından paylaşılan infografik Türkiye'nin DEAŞ terör örgütüne karşı yürüttüğü mücadeleyi kamuoyuna aktarmaktadır. DEAŞ-PKK/KCK-PYD/YPG örgütlerine karşı gerçekleştirilen operasyonlarda elde edilen sonuçlar ve veriler görselleştirilmiştir. İletişim Başkanlığı tarafından paylaşılan infografikte Türkiye'nin DEAŞ tehdidine karşı kararlı bir şekilde mücadele ettiğini ve bu konudaki çabalarını kamuoyuna duyurma amacı ön plandadır.

İletişim Başkanlığı'nın bu strateji kapsamında hazırladığı infografik, Türkiye'nin DEAŞ'a ve diğer örgütlere karşı yürüttüğü operasyonlara ilişkin somut verileri sunarken, aynı zamanda ülkenin güvenlik önlemlerine ve sınır güvenliğine verdiği önemi de vurgulamaktadır. Bu sayede, Türkiye'nin DEAŞ ve diğer örgüt tehditlerine karşı etkin bir mücadele yürüttüğü kamuoyuna aktarılmaktadır.

[203] T.C. İletişim Başkanlığı, https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik-iletisim-calismalari Erişim Tarihi: 20.12.2024

2.3.2.3. Göç ve Mülteci Stratejisi

Geçmişten günümüze, Türkiye, uluslararası krizlerin ve çatışmaların merkezine konumlanmış bir ülke olarak, mülteciler için güvenli bir liman olma rolünü üstlenmiştir. Türkiye, karşı karşıya kaldığı göç dalgalarında, özellikle Suriyeli sığınmacılar olmak üzere, tüm dünyadan gelen göçmenlere cömertçe yardım eli uzatarak, insani bir yaklaşımı benimsemiştir. Bugün, Türkiye topraklarında 3,5 milyon Suriyeli sığınmacı bulunmaktadır ve ülke, bu mültecilere eğitim, sağlık, barınma ve istihdam gibi pek çok alanda yardımlar sunmaktadır. Bu yardımlar, Türkiye'nin, yalnızca kendi sınırları içinde değil, aynı zamanda dünyada yaşanan insani krizlere yönelik de yürüttüğü kalkınma yardımlarıyla şekillenmektedir. Türkiye, eğitim, sağlık hizmetleri, temiz içme suyu temini, tarıma destek gibi pek çok alanda sunduğu yardımlarla dikkat çekmektedir ve bu yardımlar sayesinde, milli gelirine oranla dünyanın en cömert ülkesi ünvanına sahiptir.[204]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin göç ve mültecilerle ilgili politikasını etkili bir şekilde iç ve dış kamuoyuna aktarmak amacıyla kapsamlı bir stratejik iletişim çalışması yürütmektedir. Bu çalışmalar, Türkiye'nin mülteciler için sunduğu hizmetlerin yanı sıra, insani krizlere yönelik Türkiye'nin çözüm önerilerini de içermektedir. Türkiye'nin Suriye gibi insani kriz bölgelerine dair tutumlarını ve çözüm önerilerini içeren kitaplar, videolar, paneller, toplantılar ve belgeseller, İletişim Başkanlığı'nın faaliyet yelpazesinde önemli bir yer tutmaktadır. Ayrıca, Suriyeli sığınmacılarla ilgili olarak Türk ve dünya kamuoyunda yayılmaya çalışan dezenformasyonlara karşı mücadele edilmektedir.[205]

Türkiye, ulusal güvenlik, insani krizlerle mücadele ve terörizmle mücadele konularında kapsamlı ve çok boyutlu politikalar geliştirmiştir. Göç ve mülteciler konusunda Suriyeli sığınmacılara ev sahipliği yaparken, insani yardımlarla milli gelirine oranla dünyanın en cömert ülkesi olma vasfını kazanmıştır. Sınır ötesi askeri

[204] https://www.aa.com.tr/tr/gundem/turkiye-en-cok-insani-yardim-yapan-ulke-siralamasinda-zirvedeki-yerini-korudu/2646685 E.T.12.12.2024

[205] https://www.yuzuncuyil.gov.tr/files/yayinlar/insani-yardimda-turkiye-modeli.pdf E.T.12.12.2024

operasyonlarla terörle mücadelede kararlı adımlar atan Türkiye, aynı zamanda bilgi savaşlarına karşı dezenformasyonla mücadele etmektedir.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından paylaşılan infografik kamusal bilgilendirme ve yanlış bilgileri düzeltme amacıyla hazırlanmış ve yayınlanmış içeriklerden biridir. İletişim Başkanlığı'nın kurumsal kimliğini taşıyan bu görselde, özellikle kamuoyunda sıkça karşılaşılan *"Suriyelilere devlet tarafından kira, gıda ve maddi yardım yapıldığı"* yönündeki yanlış bir inanç ele alınmakta ve doğru bilgi kamuoyuna sunulmaktadır.

Resim 5. *T.C. İletişim Başkanlığı Göç ve Mülteciler (Suriyeliler) Stratejik İletişim Çalışması Örneği*[206]

Kamuoyunun doğru bilgilendirilmesi, yanlış algılarla mücadele etme ve devletin göç politikaları hakkında şeffaflık sağlama amacı stratejik iletişim çalışmasıdır. Bu bakımdan resim 6 stratejik iletişim çalışmasının önemli bir örneğidir. Devletin yalnızca kriz anlarında değil; toplumsal kutuplaşma riskini barındıran bilgi kirliliklerinde de aktif iletişim politikaları yürüttüğünün bir göstergesidir. Bilgiye dayalı, sade ve etkili içeriklerle kamuoyunu doğru yönlendirmek, toplumsal uyumun korunması açısından kritik öneme sahiptir.

[206] T.C. İletişim Başkanlığı, https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik-iletisim-calismalari Erişim Tarihi: 20.12.2024

2.3.2.4. Azınlıklar Yönelik Çalışmalar ve Stratejiler

Türkiye, geçmişten günümüze farklı dini ve etnik kökenlerden vatandaşların bir arada yaşadığı bir toplum yapısına sahip ülke konumundadır. Bu çerçevede, azınlık gruplarının dini özgürlükleri ve toplumsal yaşama ilişkin taleplerine yönelik çeşitli reformlar gerçekleştirilmiştir. Örneğin, vakıf arazilerinin ilgili vakıflara iadesi sağlanmış ve özellikle Van'daki Akdamar Kilisesi gibi tarihi ibadethanelerin restorasyon çalışmaları tamamlanarak yeniden ziyarete açılmıştır.[207]

Azınlıklara yönelik reformlar yalnızca dini özgürlüklerle sınırlı kalmamaktadır. Eğitim, mali destek ve diğer sosyal alanlarda da çeşitli düzenlemeler hız kesmeden devam etmektedir. Bu kapsamda, azınlık grupların toplumsal entegrasyonu ve haklarının korunması, çok boyutlu bir yaklaşım benimsenerek ele alınmaktadır.[208]

Türkiye'nin kültürel çeşitliliği ve bir arada yaşama kültürünü vurgulamak amacıyla, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından stratejik iletişim çalışmaları yürütülmektedir. Bu çalışmalar, Türkiye'nin medeniyetler arası bir köprü olma özelliğini ve farklı grupların bir arada uyum içerisinde yaşayabilme arzusunu öne çıkarmayı hedeflemektedir. Bu yaklaşım hem azınlık haklarının korunmasına hem de toplumsal dayanışmanın güçlendirilmesine katkı sağlamaktadır.[209]

2.3.2.4. 15 Temmuz Destanı Stratejik İletişim Çalışmaları

15 Temmuz 2016 tarihinde Türkiye, anayasal düzeni ve demokratik kurumları hedef alan bir darbe girişimiyle karşı karşıya kalmıştır. Ancak Türk halkı, devlet ve millet birlikteliğiyle bu girişime karşı destansı bir direniş sergilemiş ve demokrasiyi savunma konusundaki kararlılığını tüm dünyaya göstermiştir. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın çağrısıyla sokağa çıkan vatandaşların cesareti ve fedakarlığı, demokrasiye olan bağlılığın ve seçilmiş iradeyi koruma bilincinin en güçlü ifadesi olmuştur. Bu

[207] T.C. İletişim Başkanlığı, Azınlıklara Yönelik Van Akdamar Kilisesi Stratejik Çalışma Örneği https://www.youtube.com/watch?v=64HfRxnyyIo

[208] "Suriyeli şahıs Türkleri tehdit etti" iddiasıyla paylaşılan bazı görüntülerin, provokasyon amacıyla kurgulandığı belirtildi. https://www.aa.com.tr/tr/gundem/cumhurbaskanligi-iletisim-baskanligi-dezenformasyon-bulteninin-77-sayisini-yayimladi/2925900 Erişim Tarihi: 12.12.2024

[209] https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/azinliklara-yonelik-calismalar Erişim Tarihi: 12.12.2024

direniş, dünya literatüründe benzeri bulunmayan bir dayanışma ruhu ve demokrasi anlayışını yansıtmaktadır.

15 Temmuz'da kazanılan zaferin toplumsal hafızada canlı tutulması ve bu bilinç düzeyinin gelecek nesillere aktarılması amacıyla her yıl 15 Temmuz "Demokrasi ve Milli Birlik Günü" olarak anılmaktadır.[210] Bu çerçevede, ulusal ve uluslararası düzeyde kapsamlı etkinlikler düzenlenmektedir. Örneğin, yalnızca 2020 yılında Türkiye genelinde bakanlıklar, kamu kurumları, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları tarafından 2.000'in üzerinde etkinlik gerçekleştirilirken, yurt dışında da 700'ün üzerinde organizasyon düzenlenmiştir.

Söz konusu etkinliklerin planlanması ve koordinasyonu, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından yürütülmektedir. Başkanlık, 15 Temmuz ruhunun anlaşılmasını sağlamak ve bu tarihi olaya ilişkin toplumsal farkındalığı artırmak için çok yönlü stratejik iletişim faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Bu faaliyetler arasında paneller, çok dilli yayınlanan kitaplar, dijital sergiler, konserler, kısa film ve senaryo yarışmaları gibi çeşitli kültürel ve sanatsal etkinlikler yer almaktadır. Ayrıca tematik videolar, mapping (haritalama) projeleri ve drone gösterileri gibi yenilikçi uygulamalarla toplumun farklı kesimlerine hitap edilmektedir. Bu çabalar, 15 Temmuz direnişinin demokratik değerler bağlamında anlaşılmasını sağlamanın yanı sıra, ulusal dayanışma ve milli birlik anlayışının da güçlendirilmesine hizmet etmektedir.[211]

2.3.2.6. Terörizmle Mücadele Stratejisi

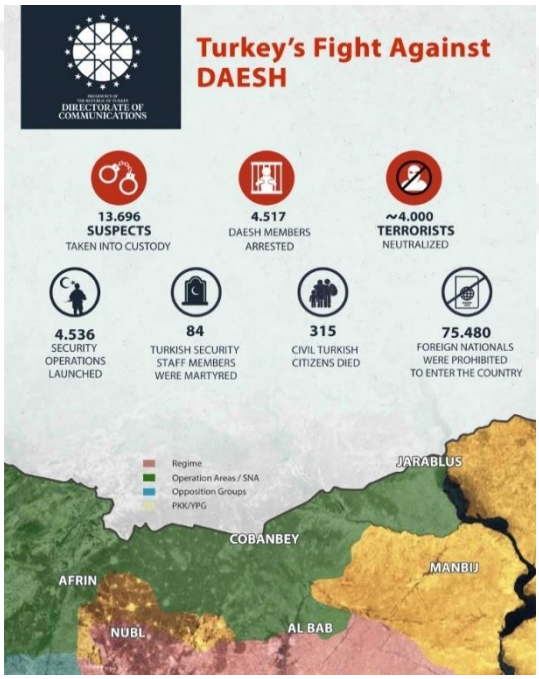
Türkiye, kuruluşundan bu yana terör örgütlerinin sistematik saldırılarıyla mücadele etmekte ve ulusal güvenliğini tehdit eden bu unsurlara karşı kapsamlı bir strateji izlemektedir. Özellikle PKK/YPG ve DEAŞ gibi örgütlerin saldırı girişimlerini önlemeye yönelik kararlı adımlar atan Türkiye, yalnızca fiziksel tehditlere karşı değil, aynı zamanda bilgi savaşlarının yoğun yaşandığı günümüz koşullarında, terör örgütleri

[210] Türkiye Cumhuriyeti İletişim Başkanı'ndan 15 Temmuz Demokrasi ve Millî Birlik Günü açıklaması. https://www.iletisim.gov.tr/turkce/dis_basinda_turkiye/detay/turkiye-cumhuriyeti-iletisim-baskanindan-15-temmuz-demokrasi-ve-milli-birlik-gunu-aciklamasi

[211] Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından "15 Temmuz Milletin Zaferi Paneli" düzenlendi. https://www.iletisim.gov.tr/turkce/duyurular/detay/baskanligimizca-15-temmuz-milletin-zaferi-paneli-duzenledi

tarafından uluslararası kamuoyunda dolaşıma sokulan maksatlı ve çarpıtılmış bilgilere karşı da mücadele etmektedir.

Bu kapsamda hem ulusal sınırlar içinde hem de sınır ötesinde sürdürülen operasyonlarla terör örgütlerinin etkisiz hale getirilmesi hedeflenirken, aynı zamanda uluslararası topluma bu örgütlerin gerçek yüzünü ve amaçlarını anlatmaya yönelik diplomatik ve iletişim temelli girişimler de yürütülmektedir. Türkiye'nin terörizmle mücadele yaklaşımı, yalnızca askeri ve güvenlik boyutlarıyla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda bilgilendirme ve farkındalık yaratma gibi stratejik iletişim yöntemlerini de içermektedir.



Bu bağlamda, Türkiye Cumhuriyeti İletişim Başkanlığı, terörizmle mücadeleye yönelik yürütülen faaliyetleri ulusal ve uluslararası düzeyde etkili bir şekilde duyurmak amacıyla çeşitli çalışmalar gerçekleştirmektedir.

Başkanlık, farklı dillerde hazırlanan yazılı ve görsel içeriklerle Türkiye'nin terörizmle mücadeledeki kararlılığını vurgulamakta ve terör örgütlerinin manipülatif stratejilerine karşı kamuoyunu bilinçlendirmeyi amaçlamaktadır.

Resim 6. *T.C. İletişim Başkanlığı, Terörizmle Mücadele Stratejik İletişim Çalışması Örneği*[212]

Bu çalışmalar, Türkiye'nin uluslararası platformlarda terörle mücadelede haklı duruşunu güçlendirmek ve terör örgütlerinin iç yüzünü ortaya koymak adına önemli bir rol oynamaktadır. Stratejik iletişim faaliyetleri, uluslararası kamuoyunun doğru bilgilendirilmesine katkıda bulunurken, Türkiye'nin terörizmle mücadele alanındaki çok boyutlu yaklaşımını da desteklemektedir.

212 https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/terorizmle-mucadele Erişim Tarihi: 12.12.2024

2.3.2.7. İkili İlişkiler ve Uluslararası Örgütlerle İş Birliği Stratejisi

Türkiye, uluslararası örgütlerdeki etkinliğini ve liderlik kapasitesini her geçen gün artırarak, küresel ve bölgesel düzeydeki iş birliği mekanizmalarını güçlendirmektedir. Birleşmiş Milletler (BM) ve Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü (NATO) gibi çok taraflı örgütlerdeki ağırlığını pekiştiren Türkiye, aynı zamanda bölgesel düzeyde faaliyet gösteren örgütlerle iş birliğini çeşitlendirme ve derinleştirme yönünde önemli adımlar atmaktadır. Bu yaklaşım, Türkiye'nin küresel yönetişim süreçlerinde etkili bir aktör olarak konumlanmasını sağlamaktadır.[213]

Bu bağlamda, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı uluslararası arenada Türkiye'nin politikalarını, tezlerini ve perspektifini daha geniş bir kitleye ulaştırmak amacıyla stratejik iletişim faaliyetleri yürütmektedir. Başkanlık, özellikle bölgesel ve küresel meselelerde Türkiye'nin görüşlerini aktarmak üzere paneller, konferanslar ve dijital medya kampanyaları gibi etkinlikler düzenlemekte, bu doğrultuda akademik ve dijital yayınlar üretmektedir.[214]

Bu faaliyetler, Türkiye'nin uluslararası örgütlerdeki pozisyonunu güçlendirme çabalarına katkıda bulunurken, aynı zamanda ulusal tezlerin ve diplomatik girişimlerin uluslararası kamuoyunda daha geniş bir yankı bulmasını sağlamaktadır. Böylelikle, Türkiye'nin çok taraflı iş birliği stratejisi hem bölgesel hem de küresel barış ve istikrara yönelik katkılarını pekiştirmektedir.

2.3.2.8. Enerji ve Enerji Güvenliği Stratejisi

Türkiye, son 15 yılda enerji talep artış hızında İktisadi İş birliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) ülkeleri arasında ilk sırada yer almış ve bu alanda eşsiz bir jeo-ekonomik öneme sahip olmuştur. Önemli bir enerji ithalatçısı olmasının yanı sıra, tüketici ve üretici ülkeler arasında köprü konumunda bulunması, Türkiye'yi enerji güvenliği

[213] İletişim Başkanlığı "Türkiye'nin NATO Üyeliğinin 68. Yılı: Stratejik İttifakın Güçlü Üyesi Türkiye" paneli düzenledi. https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/iletisim-baskanligi-turkiyenin-nato-uyeliginin-68-yili-stratejik-ittifakin-guclu-uyesi-turkiye-paneli-duzenledi Erişim Tarihi: 12.12.2024

[214] İletişim Başkanlığı Londra'da "Türkiye'nin NATO'daki Rolü ve Bölgesel Güvenlik Sınamaları" paneli düzenledi. https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/iletisim-baskanligi-londrada-turkiyenin-natodaki-rolu-ve-bolgesel-guvenlik-sinamalari-paneli Erişim Tarihi: 12.12.2024

açısından stratejik bir aktör haline getirmektedir. Enerjinin, kalkınmanın temel unsurlarından biri olduğu kadar milli bağımsızlığın tesisinde de hayati bir rol oynadığının bilinciyle, Türkiye, enerjide dışa bağımlılığı azaltmak ve yerli kaynak kullanımını artırmak için kapsamlı girişimlerde bulunmaktadır.[215]

Bu doğrultuda, Türkiye, yerli ve milli kaynaklara dayalı enerji politikalarını hayata geçirerek sondaj gemileriyle "Mavi Vatan" olarak adlandırılan deniz alanlarında doğalgaz arama faaliyetleri yürütmektedir. Bu çalışmaların önemli bir sonucu, Fatih sondaj gemisinin Karadeniz'de gerçekleştirdiği 320 milyar metreküplük doğalgaz keşfi olmuştur. Bu keşif, Türkiye tarihindeki en büyük doğalgaz rezervi olarak kayıtlara geçmiştir.[216] Aynı zamanda Türkiye, iklim değişikliğiyle mücadele hedefleri doğrultusunda yenilenebilir enerji kaynaklarının ulusal enerji bileşimindeki payını artırmaya yönelik projeler geliştirmekte ve uygulamaktadır. Bu çalışmalar hem enerji arz güvenliğinin sağlanması hem de çevresel sürdürülebilirlik açısından kritik bir öneme sahiptir.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, enerji ve enerji güvenliği alanındaki politikaların yurt içi ve yurt dışı kamuoyuna etkin bir şekilde aktarılması amacıyla stratejik iletişim faaliyetleri yürütmektedir. Başkanlık, Türkiye'nin enerji alanında attığı adımları tanıtmanın yanı sıra, bu alandaki bilgi kirliliğini önlemek ve doğru bilgilendirme sağlamak adına çeşitli yazılı ve görsel içerikler üretmekte ve bu doğrultuda dijital medya kampanyaları gerçekleştirmektedir. Bu faaliyetler,

---

[215] Cumhurbaşkanı Erdoğan: "Türkiye, Oruç Reis gemimizin faaliyetlerinden en küçük bir geri adım atmayacaktır" https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/cumhurbaskani-erdogan-turkiye-oruc-reis-gemimizin-faaliyetlerinden-en-kucuk-bir-geri-adim-atmayacaktir Erişim Tarihi: 12.12.2024

[216] Cumhurbaşkanı Erdoğan: "Türkiye, tarihinin en büyük doğal gaz keşfini Karadeniz'de gerçekleştirdi" https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/cumhurbaskani-erdogan-turkiye-tarihinin-en-buyuk-dogal-gaz-kesfini-karadenizde-gerceklestirdi#:~:text=Cumhurba%C5%9Fkan%C4%B1%20Erdo%C4%9Fan%2C%20sevincini%20milletle%20birlikte,ke%C5%9Ffetmi%C5%9F%20durumda.%22%20s%C3%B6zleriyle%20payla%C5%9Ft%C4%B1. Erişim Tarihi: 12.12.2024

Türkiye'nin enerji güvenliği politikalarının küresel ölçekte daha iyi anlaşılmasını sağlamayı hedeflemektedir.[217]

2.3.2.9. Libya ve Doğu Akdeniz Stratejisi

Akdeniz, Asya, Afrika ve Avrupa kıtaları arasındaki stratejik konumuyla tarih boyunca önemli bir bölge olmuştur. Son yıllarda keşfedilen enerji kaynakları, bölgenin jeo-ekonomik önemini daha da artırmıştır.

Akdeniz'in en uzun kıyı şeridine sahip olan Türkiye, Doğu Akdeniz'deki stratejik pozisyonunu, hem kendi kıta sahanlığındaki hak ve çıkarlarını koruma hem de Kıbrıs Adası'nın ortak sahibi olan Kıbrıs Türklerinin uluslararası hukuka dayalı haklarını savunma üzerine şekillendirmiştir. Türkiye, uluslararası alanda, Doğu Akdeniz'deki adaletsiz paylaşım süreçlerine karşı çıkarak, uluslararası hukuk ve anlaşmalardan doğan haklarını kullanma konusunda kararlılığını sürdürmektedir.[218]

Bu doğrultuda, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Libya Ulusal Mutabakat Hükümeti Başkanı Fayiz Es-Serrac arasında gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda, iki ülke arasında "Güvenlik ve Askeri İş Birliği Mutabakat Muhtırası" ve "Deniz Yetki Alanlarının Sınırlandırılmasına İlişkin Mutabakat Muhtırası" imzalanmıştır. Bu mutabakatlar, Türkiye'nin Akdeniz'de dışlanma ve yalnız bırakılma politikalarına karşı hukuki ve siyasi açıdan güçlü bir karşılık verdiğini ve Mavi Vatan stratejisi çerçevesinde haklarını koruma kararlılığını ortaya koyduğunu göstermektedir.[219]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Doğu Akdeniz'deki tutumunu ve uluslararası hukuka dayanan haklarını iç ve dış kamuoyuna doğru bir şekilde aktarabilmek için kapsamlı stratejik iletişim faaliyetleri yürütmektedir. Bu faaliyetler arasında,

---

[217] Cumhurbaşkanı Erdoğan: "Hedefimiz, Türkiye'yi küresel enerji merkezlerinden biri hâline getirmektir" https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/cumhurbaskani-erdogan-hedefimiz-turkiyeyi-kuresel-enerji-merkezlerinden-biri-haline-getirmektir Erişim Tarihi: 12.12.2024

[218] Cumhurbaşkanı Erdoğan: "Türkiye'nin Doğu Akdeniz'den Libya'ya kadar farklı cephelerde yürüttüğü mücadele, sadece hak mücadelesi değil, bir istikbal mücadelesidir" https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/cumhurbaskani-erdogan-turkiyenin-dogu-akdenizden-libyaya-kadar-farkli-cephelerde-yuruttugu-mucadele-sadece-hak-mucadelesi-degil-bir-istikbal-mucadelesidir Erişim Tarihi: 12.12.2024

[219] Doğu Akdeniz Denkleminde Stratejik Adım: Türkiye-Libya Mutabakatı https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/1dogu_akdenız_denklemınde_stratejık_adım.pdf

Türkiye'nin Doğu Akdeniz politikasını ve Türkiye-Libya Mutabakatı'nı konu alan kitapların yayımlanması, konferanslar ve paneller düzenlenmesi, bilgilendirici videolar hazırlanması ve güncel verilerle desteklenen görsel içeriklerin kamuoyuna sunulması yer almaktadır. Başkanlığın bu çalışmaları, Türkiye'nin Doğu Akdeniz'deki haklı duruşunu uluslararası düzeyde daha görünür hale getirmeyi ve bölgedeki stratejik çıkarlarını korumayı hedeflemektedir.[220]

2.3.2.10. 1915 Olayları: Türkiye'nin Yaklaşımı ve Stratejik İletişim Çalışmaları

I. Dünya Savaşı sırasında Anadolu coğrafyasında yaşanan trajik olaylar hem Ermeni hem de Türk toplumları için büyük acılara ve kayıplara yol açmıştır. Türkiye, 1915 olaylarını tarihsel bir bağlamda değerlendirirken, bu dönemde yaşanan acıların günlük siyasi çıkarlara alet edilmemesi gerektiğini vurgulamaktadır. Türkiye, olayların bilimsel bir yöntemle ele alınmasının önemine dikkat çekmekte ve bu çerçevede tüm devlet arşivlerinin araştırmacılara açık olduğunu ifade etmektedir. 1915 olaylarının, üçüncü ülkelerin tek taraflı ve ideolojik yaklaşımlarından uzak, yapıcı bir diyalog ve dengeli bir perspektifle ele alınması, taraflar arasındaki tarihi anlamaya ve uzlaşıya katkı sağlayacağı belirtilmektedir.[221]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin 1915 olaylarına ilişkin tutumunu ve çözüm önerilerini uluslararası kamuoyuna etkili bir şekilde duyurmak amacıyla stratejik iletişim faaliyetleri yürütmektedir. Bu çalışmalar hem bilgi kirliliği hem de maksatlı çarpıtma girişimleriyle mücadeleye odaklanmaktadır. Bu kapsamda, Türkiye aleyhine yürütülen sözde soykırım iddialarına karşı kamuoyunu bilgilendirme amacıyla İngilizce bir internet sitesi olan "1915.gov.tr" hayata geçirilmiştir.[222] Sitede, tarihsel veriler ve bilgiler sunularak, 1915 olaylarına ilişkin gerçeklerin tarafsız bir biçimde anlaşılmasına katkıda bulunulması hedeflenmektedir.

---

[220] İletişim Başkanlığından "Uluslararası Doğu Akdeniz Konferansı" https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/iletisim-baskanligindan-uluslararasi-dogu-akdeniz-konferansi/1984540 Erişim Tarihi: 12.12.2024

[221] Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Altun: "1915 Olayları siyasi çıkarlara alet edilmeden ele alınmalı" https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/cumhurbaskanligi-iletisim-baskani-altun-1915-olaylari-siyasi-cikarlara-alet-edilmeden-ele-alinmali Erişim Tarihi: 12.12.2024

[222] https://www.1915.gov.tr/ Erişim Tarihi: 12.12.2024

Bu girişimler, Türkiye'nin uluslararası düzeyde tarihsel olayların daha sağlıklı bir şekilde ele alınmasını teşvik eden yapıcı ve çözüm odaklı yaklaşımını desteklemektedir. Aynı zamanda, İletişim Başkanlığı'nın bu alandaki stratejik iletişim çalışmaları, tarihsel diyalogun geliştirilmesine ve uluslararası toplumda daha objektif bir anlayışın oluşturulmasına yönelik önemli bir adımı teşkil etmektedir.[223]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin yukarıda aktarılan bu politikalarını ulusal ve uluslararası kamuoyuna doğru ve etkili bir şekilde aktarmak için stratejik iletişim faaliyetleri yürütmektedir.[224] Başkanlık, Türkiye'nin insani yardım, mülteci politikası ve terörizmle mücadelesini örneklerde görüldüğü gibi çeşitli dillerde görsel ve yazılı içeriklerle anlatmaktadır. Yaşanan olaylarla ilgili dezenformasyonu bertaraf etmek, kamuoyunda farkındalık yaratmak ve uluslararası destek sağlamak amacıyla çalışmaktadır. Bu faaliyetler, Türkiye'nin uluslararası diplomasi ve kamu diplomasisi çabalarını tamamlayan kritik unsurlar arasında yer almaktadır. Türkiye yaptığı stratejik çalışmalarla bölgesel ve küresel aktör olarak konumunu güçlendirmektedir. Bu süreç, stratejik iletişim çalışmalarının hem içerik üretimi hem de dezenformasyonla mücadele noktasında önemli bir işlev gördüğünü ortaya koymaktadır.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin bu politikalarını uluslararası düzeyde etkin bir şekilde aktarmak ve yanlış bilgileri bertaraf etmek için Dezenformasyonla Mücadele Servisi'ni devreye sokmuştur.

2.4. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı "Dezenformasyonla Mücadele Merkezi"

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın 14 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi "*c"* fıkrasında yer alan "kamuoyu ve ilgili makamların zamanında ve doğru şekilde bilgilendirilmesi" maddesi çerçevesinde İletişim Başkanlığı bu amir hükmün

[223] Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığından "Şehit Diplomatlar Sergisi" https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/cumhurbaskanligi-iletisim-baskanligindan-sehit-diplomatlar-sergisi-23-4-21 Erişim Tarihi: 12.12.2024

[224] Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Stratejik İletişim Çalışmaları

https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik-iletisim-calismalari Erişim Tarihi: 12.12.2024

uygulanması amacıyla "Dezenformasyonla Mücadele Merkezi'ni" (DMM) kurmuştur.[225]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı dezenformasyonla mücadelede 14 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesinin 3. Maddesinin "*ç*" [226] ve "*f*" [227] fıkralarıyla çizilen sınırlar çerçevesinde İletişim Başkanlığının iç birimi olan Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından yürütmektedir. İlgili hükümler çerçevesinde; kamuoyu ve ilgili makamların doğru ve zamanında bilgilendirilmesi, Türkiye aleyhine yöneltilen dahili ve harici propaganda faaliyetlerinin takibi, değerlendirilmesi, yanıtlanması ve her türlü önlemin alınması DMM tarafından diğer iç birimler ve kamu kurumlarıyla koordineli bir şekilde sürdürülmektedir.[228]

2022 yılının son çeyreğinde, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesinde Dezenformasyonla Mücadele Merkezi'nin kurulmasıyla birlikte, kamu politikalarının şekillendirilmesinde söz konusu merkezin etkin bir rol üstlendiği görülmektedir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın resmî internet sitesinde yapılan açıklamada, "Ülkemize yönelik sistemli dezenformasyon kampanyalarına karşı, İletişim Başkanlığımız bünyesinde bağımsız bir birim oluşturduk" ifadesiyle bu yeni yapının kuruluş amacı ortaya konmuştur. "Dezenformasyonla Mücadele Merkezi" adıyla faaliyet göstermeye başlayan bu birim, 2 Ekim 2022 tarihinden itibaren sosyal medyada paylaşılan ve dezenformasyon olarak değerlendirilen içeriklerin doğruluklarını analiz ederek kamuoyuyla paylaşma işlevi üstlenmiştir. Merkez, söz konusu içeriklere ilişkin raporlamalarını aylık ve haftalık periyotlarla sürdürmekte, bilgi kirliliğinin yoğunlaştığı dönemlerde ise bu raporlamaları günlük olarak gerçekleştirmektedir. Özellikle 6 Şubat 2023 tarihinde meydana gelen Kahramanmaraş merkezli büyük depremin ardından sosyal medyada hızla yayılan yanlış bilgi ve spekülasyonların artması üzerine, merkez bir süre boyunca günlük bültenler yayımlamak durumunda kalmıştır. Bu bağlamda, merkezin

[225] https://www.iletisim.gov.tr/turkce/mevzuat
[226] "ç" fıkrası; "Kamuoyunun ve ilgili makamların zamanında ve doğru bilgilerle aydınlatılması için gerekli bilgi akışını sağlamak ve bunların kamuoyu üzerindeki etkisinin belirlenmesine ait hizmetleri yapmak. "
[227] "f" fıkrası; "Türkiye hakkındaki propaganda faaliyetlerini takip etmek, değerlendirmek ve bunlara karşı sorumlu kamu kurumları ile işbirliği yapmak, gerekli tedbirleri almak."
[228] https://www.iletisim.gov.tr/turkce/mevzuat

Kahramanmaraş'ta konumlandırılması da söz konusu bölgedeki bilgi akışının doğrudan kontrolüne yönelik stratejik bir tercih olarak değerlendirilebilir.[229]

Dezenformasyonla Mücadele Merkezi, geleneksel veya modern medya organlarında kamuoyunun gündemin meşgul eden iddia, haber ve bilgileri tespit etmekte, bu iddia, haber ve bilgileri mümkünse açık kaynaklardan mümkün değilse ilgili kamu kurum ve kuruluşlarıyla iletişime geçerek teyit etmektedir.

İddia, haber ve bilgilerin, hakikatten farklı, dezenformasyon veya manipülasyon içerir şekilde servis edildiği tespit edildiğinde DMM'nin sosyal medya platformlarındaki hesaplarından, iddialar, yalın, resmi ve şüpheye mahal vermeyecek bir dille kamuoyu bilgilendirilmektedir.[230] Yayılan dezenformasyonlarda mümkün olan hallerde belge ve görsellerden de faydalanılmaktadır.[231]

Dezenformasyonla Mücadele Merkezi yalnızca yalan, yanlış veya çarpıtılmış içeriklerin doğrularını duyurmakla kalmamaktadır. Dezenformasyonun erken aşamada tespiti ve mümkünse doğmadan öngörülmesi ve müdahale edilmesi gibi proaktif yaklaşımlar benimsemektedir. Merkez, kamuoyunun manipüle edilebileceği kanaatine varılan durumlarda önceden bilgilendirme faaliyetleri de yürütmektedir. Bilgilendirme faaliyeti bir olay veya bilginin henüz kamuoyu gündemine düşmeden önce resmi kaynaklar tarafından vatandaşlara açıklanmasını ifade etmektedir.[232]

Dezenformasyonla Mücadele Merkezi yalnızca Türkiye'nin yurtiçi gündemiyle de kalmamakta, ulusal ve uluslararası alanda Türkiye Cumhuriyeti'nin stratejik çıkarları, politika tezleri, uluslararası alanda öne sürdüğü iddia ve savlara yönelik, yabancı kaynaklı angajman faaliyetlerini de izlemekte, görev alanına giren hallerde bu tür faaliyetlere karşı da hem iç hem de dış kamuoyunu bilgilendirmektedir.[233]

Dezenformasyonla Mücadele Merkezi, vatandaşların da dezenformasyonla mücadeleye katkı sağlaması ve mücadelenin tabana yayılması hedefiyle Dezenformasyon Bildirim Servisi (DBS) uygulamasını geliştirmiştir. DBS aracılığıyla

[229] www.iletisim.gov.tr, E.T.10.10.2024
[230] https://dbs.iletisim.gov.tr/
[231] https://x.com/dmmiletisim
[232] Öymez, H. (2023). "Haberciliğin Etik ve Evrensel İlkeleri Olağanüstü Dönemlerde de Geçerlidir". TRT Akademi, 8(18), 670-679. https://doi.org/10.37679/trta.1307240
[233] https://www.iletisim.gov.tr/turkce

vatandaşlar medya organlarında tespit ettikleri, yalan, yanlış veya çarpıtılmış içerikleri Dezenformasyonla Mücadele Merkeziyle paylaşabilmekte ve bu sayede hem geniş çapta bir medya taraması yapılırken aynı zamanda vatandaşların da devletle diyalogları geliştirilmektedir.[234]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığının dezenformasyonla mücadelede çalışma prensibi 14 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesinin 3. Maddesinde belirlenmiştir.[235] Buna göre İletişim Başkanlığı, "hakikat mücadelesi" olarak nitelendirdiği Türk ve dünya kamuoyunu, zamanında, doğru, etkili ve yalın biçimde aydınlatmayı hedeflemektedir. Yalnızca Türkiye nezdinde değil aynı zamanda, zulüm gören Filistin Devleti'yle, diğer Türki Cumhuriyetlere yönelik kara propagandaları da kendi meselesi sayarak, Dünya Kamuoyunu aydınlatmaktadır.[236]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı dezenformasyonu, küresel bir tehdit olarak tanımlamakta ve dezenformasyona karşı yürüttüğü faaliyetleri "hakikat mücadelesi " olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda dezenformasyona karşı proaktif çözümler geliştirilirken, sürekli öz eleştiri yapılarak kamuoyu ve ilgili makamları daha hızlı ve daha anlaşılır şekilde bilgilendirmeyi hedeflemektedir.[237]

Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından dezenformasyonun tespiti ağırlıklı olarak 7 gün 24 saat prensibiyle çalışan uzman personel tarafından yapılmaktadır. Medya, siyaset, ekonomi ve hukuk gibi farklı alanlarda kendini geliştirmiş multidisipliner ekip tarafından geleneksel ve modern medya organları taranarak, yalan, yanlış veya çarpıtılmış haber, bilgi ve iddialar incelenmektedir.[238]

Yalan haber ve dezenformasyonla mücadele noktasında doğal dil işleme (NLP), yapay zekâ (AI) ve makine öğrenimi (ML) gibi araçlar dezenformasyonla mücadelenin tespiti ve önlenmesi noktasında kritik araçlar olarak kabul edilmektedir.[239] İletişim

---

[234] https://dbs.iletisim.gov.tr/
[235] https://www.iletisim.gov.tr/turkce/mevzuat
[236] https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/dezenformasyon-bulteni-2024-almanak-yayinda
[237] https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskani-altun-dijital-cagda-hakikat-mucadelesi-baslikli-makale-kaleme-aldi
[238] Kardaş, İ. (2025). Dezenformasyon, Doğru Haber ve Bilgi Alma Hakkını Tehdit Ediyor. *TRT Akademi, 10*(23), 330-339.
[239] Filiz, Ş. ve Bayraklı, E. (2025). Avrupa Birliği'nin Dezenformasyonla Mücadele Stratejisi (2018-2024). *TRT Akademi, 10* (23), 10-41.

Başkanlığı tarafından da yapay zekâ ve yalan haberin tespiti üzerine çeşitli uygulama ve yazılımlar geliştirilmekte olup henüz kamuoyunun bilgisine sunulmamıştır.[240]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, dezenformasyonla mücadeleyi 14 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesinde çizilen sınırlar içinde yürütmektedir. Bu bağlamda Türkiye Cumhuriyeti Devleti'ne karşı yöneltilen, doğruluğu veya yanlışlığı açık veya açık olmayan kaynaklar üzerinden tespit edilebilen her tür bilgi, iddia ve haber hakkında kuvvetler ayrılığı, düşünce ve ifade özgürlüğü gibi temel ilkelere saygılı biçimde bilgilendirme yapılmaktadır.

Dezenformasyonla Mücadele Merkezi, dezenformasyonun tespiti konusunda herhangi bir tür ayrım yapmaksızın, her türlü bilgi kirliliğini dezenformasyon olarak değerlendirmektedir. Bu kapsamda, Türk Ceza Kanunu'na eklenen 217/A maddesindeki tanım esas alınmaktadır. Söz konusu düzenlemeye göre, "halk arasında endişe, korku veya panik yaratma amacıyla, ülkenin iç ve dış güvenliği, kamu düzeni ve genel sağlığına ilişkin gerçeğe aykırı bilgiyi, kamu barışını bozacak şekilde alenen yayan" tüm bilgi, haber ve iddialar dezenformasyon olarak kabul edilmekte ve Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından izlenerek gerekli müdahale gerçekleştirilmektedir.[241]

Dezenformasyonla Mücadele Merkezi, merkezi idare ve ona bağlı taşra teşkilatının işleyişine hâkim, devletin iç ve dış siyasette güttüğü politikalardan haberdar ve kuvvetler ayrılığı ilkesine göre yürütme organının işlevi üzerine bilgi sahibi olan bir ekipten oluşmaktadır. Bu sayede ortalama bir iddianın doğru veya yanlış olduğuna dair kuvvetli bir genel kanaat mevcut bulunmaktadır. Dezenformasyonla Mücadele Merkezi bu kanaati doğrulamak adına öncelikle açık kaynaklar, açık kaynakların yetersiz kaldığı hallerde ise ilgili kamu kurum ve kuruluşları vasıtasıyla olay, haber veya bilgiyi teyit etmektedir.[242]

---

[240] Kardaş, İ. (2025). Dezenformasyon, Doğru Haber ve Bilgi Alma Hakkını Tehdit Ediyor. *TRT Akademi, 10*(23), 330-339.
[241] https://www.mevzuat.gov.tr/
[242] Kardaş, İ. (2025). Dezenformasyon, Doğru Haber ve Bilgi Alma Hakkını Tehdit Ediyor. *TRT Akademi, 10*(23), 330-339.

Olayların seyri ve durumlarına göre bazı kamu kurumları kendileri aleyhine yürütülen haber, bilgi, iddialar ve hakikati Dezenformasyonla Mücadele Merkezine bildirmekte ve bunun üzerine kamuoyu bilgilendirilmektedir.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, resmi bir devlet kurumu olması hasebiyle doğruluğu şüpheye mahal vermeyecek şekilde açık olmayan hiçbir konu veya olayla ilgili angajmana girmemektedir. Doğrulama yapılan veriler mümkünse tüm kamuoyu tarafından ulaşılabilen açık kaynaklar vasıtasıyla mümkün değilse ilgili kamu kurum ve kuruluşlarıyla koordinasyon sonucu elde edilmektedir. Doğruluğu veya yanlışlığı kesin olarak belirlenemeyen hiçbir vakıa ve haberle ilgili beyanat ve açıklama kamuya açık şekilde duyuru yapılmamaktadır.[243]

Bununla birlikte DMM, dezenformasyonla mücadelenin kurumsal bir çerçeveye oturtulması ve tüm paydaşların görev ve sorumluluklarının belirlenmesi hedefiyle ulusal strateji belgesi üzerinde de çalışmaktadır.[244]

Bununla birlikte Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı dezenformasyonla mücadelede medya okuryazarlığını yaygınlaştırmak, kamu kurumlarının mukavemetini artırmak, gençlerde dezenformasyona yönelik farkındalık oluşturmak için her seviyede eğitimler düzenlemekte, yayınlar hazırlamakta ve bu yayınları herkesin kolayca ulaşabileceği şekilde internet ortamında paylaşıma sunmaktadır.[245]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Dezenformasyonla Mücadele Merkezi, 13 Ekim 2022 tarihinde yürürlüğe giren Basın Kanunu ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile Türk Ceza Kanunu'na eklenen 217/A maddesi doğrultusunda dezenformasyonla mücadeleye devam etmektedir. Ancak, söz konusu madde, "gerçeği kasıtlı olarak çarpıtarak yalnızca halk arasında endişe, korku veya panik yaratma amacıyla ülke güvenliği, kamu düzeni ve genel sağlık konularında yanlış bilgi yayılmasını suç" olarak tanımlamaktadır. Bu düzenleme, "gerçeğe aykırı"

---

[243] Kardaş, İ. (2025). Dezenformasyon, Doğru Haber ve Bilgi Alma Hakkını Tehdit Ediyor. *TRT Akademi, 10*(23), 330-339.

[244] https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/ulusal-kamu-diplomasisi-strateji-belgesi-ve-eylem-plani-hazirlandi

[245] Bursa'da "Dezenformasyonla Mücadele Eğitici Eğitimi" gerçekleştirildi. https://www.iletisim.gov.tr/turkce/duyurular/detay/bursada-dezenformasyonla-mucadele-egitici-egitimi-gerceklestirildi

bilginin kapsamının belirlenmemiş olması nedeniyle akademik çevrelerde eleştirilmekte olup, belirsizliğin önemli bir sorun teşkil ettiği ifade edilmektedir.[246]

2.5. İletişim Başkanlığı'na Bağlı ve İlişkili Kuruluşlar

İletişim Başkanlığı, 21. yüzyılda kamu diplomasisi çerçevesinde yumuşak gücün etkin bir şekilde kullanılmasını sağlamak amacıyla, belirli hedef kitlelere yönelik araçlar ve mesajlar konusunda daha yoğun ve sistematik araştırmalar yürütmektedir. Bu yaklaşım, Türkiye'nin yumuşak güç unsurlarını, kültürel değerlerini ve iletişim yöntem ve tekniklerini geliştirmeye yönelik önemli katkılar sunmaktadır. Başkanlık, kendisini ulusal bir örgütün kamu diplomasisi politikalarının lideri olarak konumlandırmakta ve bu doğrultuda tüm kamu kurum ve kuruluşlarıyla iş birliği yaparak tartışma ve eylem birliği sağlamayı hedeflemektedir.

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın yumuşak güç stratejileri, bağlı ve ilişkili kuruluşları kapsayan faaliyetler çerçevesinde, detaylı bir şekilde alt başlıklarda ele alınmıştır.

2.5.1. Anadolu Ajansı

Anadolu Ajansı (AA), Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin açılmasından 17 gün önce, 6 Nisan 1920 tarihinde kurulmuştur. Ajans, TBMM'nin çıkardığı ilk yasaların halka duyurulmasında görev almış, Millî Mücadele'nin ve Kurtuluş Savaşı'nın tüm aşamalarına tanıklık etmiş ve Cumhuriyet devrimlerinin aktarıcısı olmuştur.[247]

İstanbul'un 16 Mart 1920'de resmen işgal edilmesi ve Meclis-i Mebusanın kapatılması üzerine Mustafa Kemal Paşa, Ankara'da yeni bir meclisin toplanması için seçim yapılmasını illere bildirmiştir. Bu gelişmeler neticesinde İstanbul'da kalmanın tehlikeli hâle geldiğini gören Mustafa Kemal Paşa bazı aydınları Anadolu'ya yönlendirmiştir. Bu süreç, Anadolu Ajansı'nın kuruluş fikrinin doğmasına da zemin hazırlamıştır.[248]

---

[246] Balcı, M., & Çakır, K. (2023). Halkı Yanıltıcı Bilgiyi Alenen Yayma Suçu (TCK m. 217/A). Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 9(1), 1-17. s.7.

[247] Anadolu Ajansı https://www.aa.com.tr/tr/p/tarihce

[248] Akt. Şeberoğlu, A. (2021). *Barış Pınarı Harekâtı sürecinde Anadolu Ajansı'nın Twitter paylaşımları çerçevesinde dezenformasyon* (Master's thesis, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).

Ankara'ya doğru hareket eden iki farklı kafiledeki gazeteci Yunus Nadi Abalıoğlu ve Halide Edip Adıvar, 31 Mart 1920 tarihinde Geyve'de karşılaşmışlardır. Burada, Ankara'ya ulaştıklarında öncelikli iş olarak bir ajans teşkilatı kurulması gerektiği fikrinde mutabık kalmışlardır. Ajansın ismi konusunda yapılan görüşmelerde "Türk", "Ankara" ve "Anadolu" seçenekleri değerlendirilmiş; sonunda "Anadolu Ajansı" isminde karar kılınmıştır.[249]

Mustafa Kemal Paşa'nın Ziraat Mektebi'ndeki karargâhında Anadolu Ajansı'nın kuruluşu gündeme gelmiş ve 6 Nisan 1920 tarihinde resmen faaliyete geçmiştir. Ajansın kuruluş amacı, içeride savaşan ve dış dünyadan habersiz kalan halka doğru ve güvenilir bilgi ulaştırmak ve İstanbul basınının teslimiyetçi tutumuna karşı mücadele etmek olmuştur. Dışarıda ise Türkiye'nin haklı mücadelesini uluslararası kamuoyuna anlatmak ve yürütülen olumsuz propagandaları bertaraf etmek hedeflenmiştir.[250]

Anadolu Ajansı Millî Mücadele'nin gerçeklerini hem ülke içinde hem de uluslararası kamuoyunda duyurmak, işgal altındaki halkı doğru bilgi ile aydınlatmak ve bağımsızlık mücadelesine destek sağlamak için yoğun çaba sarfetmiştir.

Anadolu Ajansı, 1 Mart 1925'te Atatürk'ün talimatıyla "Anadolu Ajansı Türk Anonim Şirketi" olarak kurumsallaştırılmıştır. Böylece Batı'daki örneklerine uygun olarak bağımsız bir haber ajansı yapısına kavuşmuştur.[251]

Günümüzde Anadolu Ajansı, Türkçe, İngilizce, Arapça, Boşnakça, Hırvatça, Sırpça, Rusça, Kürtçe (Soranice ve Kurmançi lehçeleriyle), Fransızca, Arnavutça, Farsça, Makedonca, Endonezce ve İspanyolca olmak üzere 13 dilde yayın yapmaktadır. 41 ülkede ofisi bulunan ajans, 100 ülkede temsilciliğe sahiptir ve 142 farklı milletten 3000'den fazla çalışanı bulunmaktadır. Anadolu Ajansı, günlük ortalama 3000 haber,

[249] Bengi, H. (2012). Tarihsel Süreç Içinde Anadolu Ajansi'nin Özgün Kurumsal Yapisi (1920-2011). *Atatürk Yolu Dergisi*, *13*(50), 299-341.
[250] Akt. Canbey, M. (2017). Türkiye'de Kamu Diplomasisi Bağlamında Kamu Yayıncılığının Rolü: Trt ve Anadolu Ajansı. *İstanbul Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Sf.152-158.
[251] Bengi, H. (2012). Tarihsel Süreç Içinde Anadolu Ajansi'nin Özgün Kurumsal Yapisi (1920-2011). *Atatürk Yolu Dergisi*, *13*(50), 299-341.

3000’den fazla fotoğraf, 8 infografik ve 310 video yayımlamakta, 6000 basın kuruluşuna hizmet sunmaktadır.[252]

Anadolu Ajansı ayrıca, "Anadolu Images", "Finans Terminali" ve "Enerji Terminali" gibi dijital platformları ile içerik üretimini çeşitlendirmiştir. "Yeşil Hat", "Teyit Hattı" ve "Ayrımcılık Hattı" gibi projelerle de uluslararası standartlarda içerik üretimini sürdürmektedir.[253]

AA, kuruluşundan itibaren kendini geliştirme, yayın kalitesini artırma ve teknolojik imkânları güncelleme konusunda önemli adımlar atmıştır. Ajans, dünyanın önde gelen haber ajanslarıyla AFP (Fransa), Reuters (İngiltere), DPA (Almanya), AP (ABD), TASS (SSCB), ANSA (İtalya), PAP (Polonya), Tanjug (Yugoslavya), Agerpress (Romanya), Pars (İran), MENA (Mısır), Pakistan ajansları— iş birliği yaparak uluslararası haber ağı oluşturmuştur. Ayrıca 1970 yılında Ankara Gölbaşı’nda kurulan verici istasyonu ile Güneydoğu Asya’dan İngiltere’ye kadar geniş bir coğrafyada Türkiye'nin sesini duyurmaya başlamıştır.[254]

Günümüzde bilgi kirliliği, sosyal medya ve dijital platformlar aracılığıyla çok daha hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Savaşlar, krizler ve afetler sırasında dezenformasyonun yıkıcı etkileri daha görünür hale gelmektedir. Anadolu Ajansı, bu süreçte benimsediği yayın ilkeleriyle dezenformasyonla mücadelede etkin bir rol oynamayı sürdürmektedir. Anadolu Ajansı, savaş, terör ve afet gibi olağanüstü durumlarda haberlerinde şu noktalara ehemmiyet göstermektedir.

- İnsan haklarını ve ulusal güvenliği gözetmeyi,
- Kin ve düşmanlığı körüklememeyi,
- Habercilikte abartıya kaçmamayı ve yetkili kaynaklara dayanarak haber yapmayı esas almaktadır.[255]

[252] Akt. Canbey, M. (2017). Türkiye’de Kamu Diplomasisi Bağlamında Kamu Yayıncılığının Rolü: Trt ve Anadolu Ajansı. *İstanbul Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Sf.152-158.
[253] Anadolu Ajansı https://www.aa.com.tr/tr
[254] Çelik, A. (2024). *Uluslararası Çok Dilli Yayıncılıkta Anadolu Ajansı'nın Rolü= In International Multilingual Publishing The Role Of Anadolu Agency* (Master's thesis, Sakarya Üniversitesi). Sf.25-32.
[255] Anadolu Ajansı Yayın İlkeleri https://www.aa.com.tr/tr/ayrimcilikhatti/p/yayin-ilkeleri

AA, özellikle kriz anlarında halkı doğru bilgilendirmek, panik ve kaosa yol açabilecek yanlış haberlerin önüne geçmek, nefret söylemini ve ayrımcılığı teşvik eden yayınlardan kaçınmak suretiyle toplumsal barışa ve güvene katkı sağlamaktadır. Böylece Anadolu Ajansı, sadece bir haber kaynağı değil, aynı zamanda bilgi güvenliği ve demokratik kamuoyunun korunmasında kritik bir kurum olma özelliğini devam ettirmektedir.

Anadolu Ajansı, küresel dezenformasyon ağlarıyla mücadelede uluslararası haber ajansları ve doğrulama platformlarıyla da iş birliği yapmaktadır. Avrupa Haber Ajansları İttifakı (EANA) gibi platformlarda aktif rol alarak dezenformasyonla mücadelede bilgi ve deneyim paylaşımı sağlamaktadır.[256]

Anadolu Ajansı (AA) bünyesinde kurulan "*Teyit Hattı*", Anadolu Ajansı Genel Müdürü Serdar Karagöz'ün duyurusuyla 13 Eylül 2022 tarihinde faaliyetlerine başlamıştır. Karagöz, sosyal medya hesabı üzerinden yaptığı açıklamada, AA bünyesinde bir teyit editörlüğü kurulduğunu ve sosyal medyada artan dezenformasyon ile manipülasyon tehdidine karşı "gerçekleri ortaya çıkarmanın" Anadolu Ajansı'nın en önemli vazifelerinden biri olacağını belirtmiştir.[257]

Teyit Hattı'nın internet sitesinde yer alan bilgilere göre, geleneksel yayın organlarının kitlesinde azalma yaşanırken sosyal medya kullanıcılarının sayısının artmasıyla birlikte internetin en çok başvurulan içerik kaynağı haline geldiği ifade edilmektedir. İnternete ayrılan zamanın ve içerik miktarının artmasının bir sonucu olarak yanıltıcı içeriklerin de dolaşıma girdiği vurgulanmakta, Anadolu Ajansı'nın haberciliğin kamu görevi olduğu bilinciyle yanıltıcı içerik ve bilgi kirliliğiyle mücadele için Teyit Hattı birimini kurduğu belirtilmektedir. Bu kapsamda Teyit Hattı'nın amacı, görev tanımı ve hedefleri şu şekilde açıklanmaktadır.

- Bağlamından koparılmış ifadeleri doğru yere oturtmak,
- Değiştirilmiş görsellerin orijinal hallerini kullanıcılarla paylaşmak,

[256] https://www.aa.com.tr/tr/dunya/uluslararasi-haber-ajansi-birliklerinden-aaya-dayanisma-mesaji/2240078

[257] Anadolu Ajansı teyit editörlüğü kuruldu. https://x.com/serdarkaragoz/status/1569605006537494530

- Sahte kimlikler üzerinden yayılan dezenformasyon kampanyalarının önüne geçmek,
- Günlük bilgi kirliliğiyle mücadelede yeni biçim ve yöntemler geliştirmek,
- Kamuoyunun medya okuryazarlık reflekslerini güçlendirmek ve kötü niyetli içerik üreticilerine karşı bilinç oluşturmak.[258]

İnternet sitesinde şüpheli haber ve iddialar "politika", "aktüel", "kültür/sanat", "bilim/teknoloji" ve "ekonomi" gibi kategoriler altında sınıflandırılmaktadır. Ayrıca platformda çeşitli blog yazıları ve "teyit sözlüğü" adlı bir bölüm de bulunmaktadır. Ancak, doğruluk kontrolüne tabi tutulan içeriklerin hangi kriterlere göre seçildiğine ve doğrulama süreçlerinde kullanılan metodolojiye dair yeterli bilgilendirmenin bulunmadığı dikkat çekmektedir. Teyit Hattı, doğrulanan içeriklerini ayrıca Instagram ve X hesapları üzerinden de paylaşarak erişim sağlamaktadır.[259]

AA özellikle son dönemde dezenformasyon ve yalan haberin engellenmesi konularında ciddi adımlar atmıştır. Ajansın yayınladığı Yıllık başlıklı kitaplar bunlardan biridir. 2015, 2016, 2017 ve 2018 yıllarını kapsayan Yıllık'lar Türkiye'de o yılın gündemlerini açık, şeffaf ve fotoğraflarla destekli bir şekilde sergilediği ve dolayısıyla gerçekliğe yol gösteren argümanlar oluşturduğu iddiasıyla yayınlanan eserlerdir. Özellikle "Dakika Dakika FETÖ'nün Darbe Girişimi" isimli kitap AA tarafından 2016 tarihinde basılmıştır. Tüm bu kitaplar İngilizce, Arapça ve Türkçe dillerinde basılmış ve bu şekilde yabancı devletlerin de dikkatini çekerek okuyucu kitlesinin arttırılması hedeflenmiştir. Yıllık'larda Zeytin Dalı Harekâtı, Cumhurbaşkanlığı sistemi ve FETÖ anlatılmıştır. Yurt dışında propaganda malzemesi yapılan bu önemli konuların yıllık kitapta anlatılmasıyla dezenformasyon, yalan haberler ve propagandalara itibar edilmemesi gerektiği vurgulanmış, bu tarz kötü algıların yok edilmesi amaçlanmıştır.

Dezenformasyon ve yanlış bilgi konularına önem veren AA, bu konularda çeşitli uluslararası çalışmalara da öncülük etmiştir. Bunlardan birisi Aralık 2018 tarihinde Arnavutluk'un başkenti Tiran şehrinde düzenlenen "Haber Ajansları Yalan Haberlere

[258] https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/p/teyit-hatti-hakkinda-
[259] https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti

Karşı" isimli uluslararası konferanstır. İçlerinde AA'nın da bulunduğu 13 haber ajansı konferansa katılım sağlamıştır. Katılan haber ajansları, dezenformasyon ve yalan haber konuları ile ilgili ortak bir bildiri yayınlamışlardır. Bildiride özetle; yalan haberin doğru bilgiye erişim hakkını engellediği, geleneksel ve yeni medyaya duyulan güveni zedelediği, demokrasiye zarar verdiği, ifade özgürlüğü hakkını engellediği değerlendirilmiştir. Haber ajanslarının doğru bilgiye ulaşma ve dezenformasyonu deşifre etme amaçlarıyla iş birliği yapmaları, yalan haber kontrolü için ajanslar arası "kırmızı hat" oluşturulması ve son olarak geçici komite kurulması kararları alınmıştır.[260]

Nisan 2019 tarihinde AA'nın da kurucu üyesi olduğu Avrupa Haber Ajansları Birliği, Almanya'nın başkenti Berlin şehrinde "Dezenformasyon ve Mücadele" konulu konferans düzenlenmiştir. Konferansa 31 ülkeden haber ajansı katılım sağlamıştır. Burada AA yetkilisi dezenformasyonla mücadelenin önemini vurgulamıştır. Aynı zamanda gelişen teknoloji ile birlikte dezenformasyonla mücadele kapsamında geliştirilen "Fotoğraf Takip Sistemini" anlatmıştır. Türkiye'nin Zeytin Dalı Harekâtı ile ilgili yoğun dezenformasyon ve propaganda çalışmalarına maruz kaldığı, YPG terör örgütünün AA fotoğraf arşivini kullanarak ve fotoğrafları maniple ederek yanlış fotoğraf ve haberleri yaymak suretiyle dezenformasyon faaliyetleri gerçekleştirdiği anlatılmıştır. Bahse konu Fotoğraf Takip Sistemi yardımıyla bu gerçek dışı fotoğrafların asılları ortaya çıkartılarak tüm dünyaya uygulanan propagandayı deşifre etmenin amaçlandığı dile getirilmiştir. Bu noktada Anadolu Ajansı, Türkiye'nin argümanlarını anlatan kitaplar basıp farklı dillere çevirerek ve yalan haber konulu uluslararası konferanslara katılarak, dezenformasyona karşı farkındalık yaratılmaya çalışılmaktadır.[261]

Anadolu Ajansı, Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerini yürütmekte olan başta Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Kamu Diplomasisi Daire Başkanlığı ve TRT olmak üzere diğer Yunus Emre Enstitüsü, TİKA ve Yurtdışı Türkler ve Akraba

[260] Yüzbaşıoğlu, Nazlı, (2018), *Haber Ajanslarından 'Yalan Haber'le Mücadele İçin Ortak Bildiri*, 11 Aralık 2018, https://www.aa.com.tr/tr/kurumsal-haberler/haberajanslarindan-yalan-haberle-mucadele-icin-ortak-bildiri/1335667, (E.T: 03.03.2025).
[261] Gönültaş, Bahattin, (2019), *"AA'nın Dezenformasyonla Mücadelesi Berlin'de Anlatıldı"*, 04 Nisan 2019, https://www.aa.com.tr/tr/dunya/aanin-dezenformasyonlamucadelesi-berlinde-anlatildi/1442648.

Topluluklar Başkanlığı ile ortak çalışmalar yürüttüğü de görülmektedir. Bu bağlamda, Anadolu Ajansı'nın yayın anlayışının Türkiye'nin kamu diplomasisi politikalarıyla örtüşmekte olduğunu söylemek mümkündür.

Ayrıca, Anadolu Ajansı'nın başlattığı "Teyit Hattı" da bu doğrulama çabalarının bir parçası olarak faaliyet göstermektedir. Ancak, doğrulama platformlarının toplumda ne derece kabul gördüğü, medya okuryazarlığı bağlamında ele alınması gereken önemli bir meseledir.[262]

2.5.2. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT)

Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu (TRT), 1 Mayıs 1964 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti adına radyo ve televizyon yayıncılığı yapmak amacıyla 359 sayılı Kanun ile kurulmuş ve kuruluşundan itibaren sadece ulusal medyanın önemli bir aktörü olmanın ötesinde, uluslararası alanda da Türkiye'nin sesini duyurmuş ve etkin bir yayıncılık anlayışı benimsemiştir. Özellikle son yıllarda TRT, dezenformasyonla mücadele konusunda da önemli bir rol üstlenmiştir. TRT, bu olguyla mücadele etmek için çeşitli stratejiler geliştirmiş ve doğru bilginin yayılmasında önemli katkılarda bulunmuştur.[263]

TRT, küresel olaylar ve gelişmeler karşısında doğru ve hızlı bilgilendirme yapabilmek amacıyla sürekli bir izleme ve analiz süreci yürütmektedir. Kriz dönemlerinde, örneğin 15 Temmuz 2016 darbe girişimi, Zeytin Dalı Harekâtı ve 6 Şubat Kahramanmaraş depremi gibi ulusal güvenlik açısından risk taşıyan kritik olaylarda, TRT önemli bir bilgi kaynağı olmuştur. Bu tür olaylar sırasında, TRT World gibi uluslararası yayın yapan kanallar, doğru bilgiyi zamanında ve güvenilir şekilde dünya kamuoyuna ulaştırmayı amaçlayarak dezenformasyonun yayılmasını engellemeye çalışmıştır. TRT'nin hızlı tepki verme kabiliyeti, izleyicilerine olaylar hakkında doğru ve güvenilir bilgiler sunarak yanılgıların ve manipülasyonların önüne geçilmesine olanak tanımaktadır.[264]

---

[262] Çavuş, Gülin (2022, Aralık 31). *2022'yi Geride Bırakırken Teyitçilik*. teyit.org. https://teyit.org/ekipten/2022yi-geride-birakirken.
[263] https://www.trt.net.tr/kurumsal/tarihce
[264] Öymez, H. (2023). Haberciliğin Etik ve Evrensel İlkeleri Olağanüstü Dönemlerde de Geçerlidir. *TRT Akademi*, *8*(18), 670-679.

TRT, doğru bilgilendirme sağlamak amacıyla multimedya araçlarını etkin şekilde kullanmaktadır. TRT Haber, TRT World ve diğer dijital platformlarında yayımlanan belgeseller, haber raporları, tartışma programları ve bilgi odaklı içerikler, doğru bilgiye dayalı yayınlar yaparak bilgi kirliliğini ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır.

Dezenformasyonla mücadelede sadece haber kaynağı olmanın ötesine geçen TRT, medya okuryazarlığını teşvik etmek amacıyla çeşitli eğitim programları düzenlemektedir. "TRT Akademi" ve diğer eğitim platformları aracılığıyla medya profesyonellerine doğru habercilik ve etik değerler hakkında eğitimler verilmekte, böylece gazetecilerin doğru ve güvenilir içerikler üretmesi sağlanmaktadır. Ayrıca, halkın medya okuryazarlığı konusunda bilinçlenmesi amacıyla TRT, kamuoyunu doğru bilgiye ulaşma yöntemleri ve dezenformasyondan nasıl korunacakları hakkında bilgilendiren içerikler sunmaktadır. Bu tür eğitimler, toplumun dezenformasyona karşı daha dirençli hale gelmesini sağlamakta ve medya okuryazarlığının güçlenmesine katkı sunmaktadır.[265]

TRT, dezenformasyonla mücadele noktasında yalnızca kendi bünyesinde değil, uluslararası alanda da iş birlikleri gerçekleştirmektedir. Avrupa Yayın Birliği (EBU) ve Asya Pasifik Yayın Birliği (ABU) gibi kuruluşlarla yapılan iş birlikleri, TRT'nin doğru bilgiyi global düzeyde yayma kapasitesini artırmaktadır. Bu ortaklıklar sayesinde, TRT, global medya ağlarında yanlış bilgilere karşı ortak bir duruş sergileyerek, doğru bilgilere ulaşılmasını kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, TRT'nin yabancı dildeki yayınları, Türkiye'nin uluslararası alandaki algısını yönetmek ve dezenformasyonla mücadelede etkin bir platform sunmaktadır.[266]

TRT, dezenformasyonla mücadele etmek için gelişmiş teknolojileri de kullanmaktadır. Yapay zekâ ve veri analizi gibi modern teknolojiler sayesinde, TRT, sosyal medyada hızla yayılan yanıltıcı haberleri tespit edebilmekte ve bu içeriklerle mücadele etmek için anında aksiyon alabilmektedir. Bu teknolojiler, TRT'nin yanıltıcı içerikleri hızlıca tespit etmesine ve doğru bilgileri vurgulamasına yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda

[265] TRT Akademi https://www.trtakademi.com/tr/blog/dezenformasyon-ile-nasil-mucadele-ederiz-12
[266] https://www.trthaber.com/trtden-haberler/asya-pasifik-yayin-birligi-genel-kurulunda-medyanin-gelecegi-tartisiliyor-1099.html

bu teknolojiler, medya platformlarında doğru bilginin yayılmasını hızlandırarak dezenformasyonun önüne geçmektedir.[267]

TRT, dezenformasyonla mücadele konusunda güçlü bir strateji benimsemiş ve küresel medya ortamında doğru bilgilendirme sağlamak adına önemli bir misyon üstlenmiştir. Hem ulusal hem de uluslararası düzeyde gerçekleştirdiği yayınlar, sosyal medya etkileşimleri, eğitim faaliyetleri ve teknolojik altyapı kullanımı sayesinde TRT, bilgi kirliliğiyle mücadelede etkili bir rol oynamaktadır. Bu süreçte, doğru ve güvenilir yayıncılık anlayışını benimseyerek, toplumun doğru bilgilere ulaşmasını sağlamakta ve dezenformasyonun önüne geçmektedir. TRT, sadece Türkiye'nin ulusal medya ihtiyacını karşılamakla kalmayıp, aynı zamanda küresel düzeyde de etkili bir medya gücü olma yolunda ilerlemektedir.[268]

2.5.3. Dışişleri Bakanlığı

Dışişleri Bakanlığı, bir devletin dış dünya ile ilişkilerini, kendi kanunlarına ve hükümet kararlarına uygun olarak yürüten resmi organların en başında yer almaktadır. Dış dünya ile ilişiklerde propaganda ve dezenformasyon konusu önemli bir yer tutmaktadır. Dışişleri bakanlıkları, propaganda ve dezenformasyon ile mücadeleye ciddi katkılar sağlayabilmektedir. Bakanlıkların bu konuda kendilerinden bekleneni verebilmeleri, propaganda ve dezenformasyon faaliyetleri hakkında bilgi toplama, anlam verme, analiz etme ve cevaplandırma kabiliyetleri ile yakından alakalıdır. Ülkemizin Dışişleri Bakanlığı'nın internet sitesi Türkçe, İngilizce, Fransızca ve Arapça olmak üzere dört farklı dilde dünyaya hitap etmektedir. Sitede "Bakanlık Açıklamaları" bölümü yer almaktadır. Bu bölümde Türkiye'nin yurtdışında yapmış olduğu faaliyetlerden haberdar olmak mümkündür. Ek olarak basın açıklamaları kısmında, Basın Bilgi Notları köşesi bulunmaktadır. Burada 2004-2018 yılları arası kayıt altına alınmış ve erişime açık durumdadır. Bu bölümde yer alan bilgi notları; yurtdışı heyetlerinin ülkemize yaptığı ziyaretler, devlet büyüklerinin telefon görüşmeleri ve yaptıkları yüz yüze görüşmelerin içerikleri, devletler arası yapılan iş birlikleri, ortak çalışmalar, gerçekleştirilen küresel forumların bilgi notları, yapılacak

[267] Öymez, H. (2023). Haberciliğin Etik ve Evrensel İlkeleri Olağanüstü Dönemlerde de Geçerlidir. TRT Akademi, 8(18), 670-679.
[268] Günesen, M. (2025). Uluslararası Siyasal İletişim Aracı Olarak Medya: TRT Français Örneği. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, *5*(1), 140-158.

insani yardımlar ve kalkınma planları hakkında bilgi notları ve özetleri bulunmaktadır. Basın Bilgi Notları bölümü sayesinde Türkiye'nin yurtdışındaki faaliyetlerini anlık takip edebilme imkânı vardır. Bakanlık sitesi FETÖ için İngilizce dilinde bilgilendirmenin bulunduğu kapsamlı bir alan oluşturmuştur. Örgütün elebaşı Fetullah Gülen'in kim olduğu ve örgütün tarihi anlatılmaktadır. Örgütün 1990'lardan itibaren 160 ülkede etkili olduğu, eğitim kurumları, şirketler, medya bağlantıları ve sivil toplum örgütlerinin de içinde bulunduğu organize bir oluşum olduğu belirtilmiştir. Örgüte ait şifreli iletişim yöntemlerinin bilgileri verilmiştir (Bylock, Eagle, bir dolarlık banknotlar, örgüt içerisinde kod adları kullanımı, Gülen'in yayınlanan videolarındaki saklı mesajların yayılması gibi). Sitenin ana ekranında 15 Temmuz gecesi neler yaşandığı anlatılmış, anlatılanlar fotoğraf ve video gibi görsel malzemelerle desteklenmiştir. Şehit ve faillerinin listeleri yayınlanmıştır. Aynı zamanda 15 Temmuz darbe girişimini farklı boyutları ile değerlendiren makaleler, yabancı okuyucuların da yararlanılabileceği şekilde sunulmuştur. FETÖ ile ilgili yaşanan son gelişmeler de güncel bir şekilde siteye eklenmektedir.[269]

Sitede Türkiye ile ilgili gelişmeler hakkında iç ve dış kamuoyunu bilgilendirmek bağlamında yer alan diğer bir bölüm, bakanlık açıklamaları kısmının açıklamalar bölümünde yer alan "soruya cevap" isimli bölümdür. Bu bölümde dış basında çıkan asılsız haberlere ve yapılmaya çalışılan algı operasyonlarına bakanlık sözcüsü tarafından verilen cevaplar da yer verilmektedir. Bu bölüm de basın bilgi notları köşesindeki gibi 2004-2019 yılları arası verilen cevapların tamamı kayıt altına alınmıştır. 2019 yılında kayıt altına alınan, propaganda ve dezenformasyon şeklinde değerlendirilebilecek sorulara ve bakanlık sözcüsü tarafından verilen cevapları örnek olarak değerlendirirsek, aşağıdaki tespitler yapılabilir. Birincisi, Türkiye hakkında yurtdışında oluşturulmaya çalışılan algıların başında özgürlüklerin kısıtlanması konusu gelmektedir. Bu konunun ortaya çıkan ilk fırsatta propaganda malzemesi yapılması, beklenen bir durumdur. ABD Dışişleri Bakanı Pompeo tarafından açıklanan 2018 yılı Dini Özgürlükler Raporu'nda da bu konu üzerinden Türkiye hakkında olumsuz bir algı yaratılmaya çalışılmıştır. Raporun Türkiye ile ilgili bölümlerinde FETÖ'ye ilaveten Amerikalı rahip Andrew Brunson olayı, 15 Temmuz ve azınlıklar

[269] https://www.mfa.gov.tr/temmuz2019.tr.mfa

gibi konularda özellikle çarpıtılarak ve yanlış anlaşılmaya müsait bir şekilde düzenlenen kısımlar mevcuttur. Raporda azınlıklarla ilgili yer alan bir paragraf şu şekildedir:

"Hükümet, gayrimüslim azınlıkların haklarını kısıtlamaya devam ediyor, özellikle de 1923 Lozan Antlaşması'nın dışında kalan Ortodoks Hıristiyanları, Musevileri ve Rum Ortodoks inancına sahip Hıristiyanları hedef alıyor. Ayrıca, Alevi İslam anlayışını hâlâ heterodoks bir İslam "mezhebi" olarak görmekte ve Yargıtay'ın cem evlerini ibadethane olarak tanımasıyla bile Alevi ibadethanelerini (cem evlerini) resmen tanımamakta ısrar etmektedir."[270]

Raporda yer alan bu ifadeler, dini azınlıkların din özgürlüklerinin ciddi bir biçimde ihlal edildiği algısı oluşturmaya yönelik ifadelerdir. Azınlıkların din özgürlüğünün engellendiği, kısıtlandığı veya din adına bir girişim düzenleneceği zaman hükümet tarafından adli ve idari engeller konulduğu iddia edilmiştir. Dışişleri Bakanlığı Sözcüsü Hami Aksoy'un bu konuyla ilgili açıklamasında raporda yazılanların gerçekle bağdaşmadığı, din ve ibadet özgürlüğünün Türkiye'deki tüm vatandaşlar için ortak olduğu, farklı din ve inanışların hep beraber huzur ve barış içinde yaşadığı ve son olarak Türkiye'deki dini azınlıklardan rapor hazırlanırken bilgi alınmadığı belirtilmiştir.[271]

İkincisi, 15 Temmuz ve FETÖ ile ilgili meselelerde birçok zaman gerçekle uyuşmayan değerlendirmeler yapılmaktadır. Örneğin, yukarıda değinilen Dini Özgürlükler Raporunda bu konu da yanıltıcı bilgiler yer almaktadır. Darbe girişiminden bahsedilirken Örgüt elebaşı Fetullah Gülen "Müslüman vaiz ve siyasi kişilik"; örgüt mensupları ise "Gülen taraftarları" olarak nitelendirilmiştir. Andrew Brunson'un tutuklanma gerekçesi raporda "Hristiyanlaştırma faaliyeti" olarak belirtilmiştir. Yani diğer bir anlatımla Fetullah Gülen darbe girişiminden sorumlu tutulmamıştır. Aynı zamanda Andrew Brunson'un FETÖ ile ilişkisi yok sayılmıştır. Bu konulara Dışişleri Bakanlığı sözcüsü Hami Aksoy tarafından cevap verilmiştir. Bu cevaba göre özetle

[270] T.C. Dışişleri Bakanlığı, https://www.mfa.gov.tr/sub.tr.mfa?efe26cad-1eb4-46e2-a1dc-a94934cd8891
[271] T.C. Dışişleri Bakanlığı, https://www.mfa.gov.tr/sub.tr.mfa?efe26cad-1eb4-46e2-a1dc-a94934cd8891

darbe girişiminin taraflarının "Müslüman vaiz ve siyasi kişilik" ve "Gülen taraftarları" olarak nitelendirilmesi darbe girişiminin yok sayılması ve taraflara üstü kapalı destek verilmesi anlamı taşımaktadır. Ayrıca raporda Brunson'un Hristiyanlığı ön plana çıkartılmaya çalışılmış, adeta dini kimliği nedeniyle hapis cezasına çarptırılmış gibi gösterilmiştir. Fakat aslında terör örgütü ile olan iltisağı nedeniyle bu cezaya çarptırılmıştır. Bu konu ABD hükümeti tarafından saptırılarak din özgürlüğünün engellenmesi olarak gösterilmiştir.[272]

Türkiye'nin yoğun propaganda ve dezenformasyona maruz kaldığı ve bu nedenle Bakanlık tarafından sık açıklama yapılan üçüncü konu 09.10.2019 tarihinde başlamış olan Barış Pınarı Harekatıdır. Bu konuda dünya genelinde birçok kaynaktan dezenformasyon faaliyeti yürütülmüştür. Yanıltıcı haberler ve bilgiler çeşitli medya organlarının haber ve yorum programlarında, ülkeler tarafından yayınlanan ortak bildirilerde ve sosyal medya vasıtasıyla hükümetlerin önde gelen temsilcileri tarafından yapılan yorumlarda vb. yer almıştır. Örneğin, Avrupa Birliği üyesi 28 ülke tarafından yazılı açıklamada şu ifadeler yer almıştır;

"AB, Türkiye'nin tek taraflı askeri operasyonunu sonlandırması için çağrıda bulunuyor. Suriye'nin kuzeyinde Türkiye'nin planladığı sözde güvenli bölgenin uluslararası standartları karşılaması ve sığınmacıların güvenli dönüşünü sağlaması mümkün görünmüyor. AB, yerel nüfusun haklarının göz ardı edildiği bölgelerde istikrarın veya kalkınmanın sağlanması için yardım yapmayacak. Bu durum AB ülkeleri yanında ABD'de de ciddi endişe yaratmıştır." [273]

ABD Başkanı Trump aynı şekilde operasyonun başlamasıyla çok çelişkili açıklamalarda bulunmuştur. Sosyal medya üzerinden attığı tweetlerle uluslararası alanda kafa karışıklığına sebep olmuştur. Aşağıda paylaştığı bir tweet aktarılmıştır*;*

"Daha önce vurguladığım gibi, tekrar belirtiyorum: Türkiye, belirlediğim sınırların dışına çıkarsa (daha önce yaptığım gibi), ekonomik yaptırımlarla karşı karşıya kalır.

[272] Fahri, Çakı, (2018). Türkiye'de 15 Temmuz'un Toplumsal Etkileri ve Ona Yol Açan Faktörler Üzerine Düşünceler, *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 1, s.97-101.
[273] Hasan Oymak, Avukat (2022). Kamuoyunda Dezenformasyon Yasası Olarak Bilinen, 7418 Sayılı "Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'' un Getirdikleri, Hakemli, Uluslararası, *E-Dergi Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi* Sayı: 13, s.507-509.

Türkiye'nin, Avrupa ve diğer ülkelerle birlikte DEAŞ savaşçıları ve ailelerine nezaret etmesi gerekiyor. ABD, DEAŞ'ın tamamen ortadan kaldırılması dahil olmak üzere taahhütlerini yerine getirdi. Bölge ülkelerinin, bazıları son derece zengin olanların, kendi topraklarını koruma sorumluluğunu üstlenme zamanı geldi. ABD, büyük bir güçtür."[274]

Özetle Barış Pınarı Harekâtı kapsamında Türkiye, yayınlanan bildirilerle, devlet önde gelenlerinin yazılı ve sözlü açıklamalarıyla ve sosyal medya üzerinden gönderilen tweetlerle yalnızlaştırılmaya çalışılmıştır. İnsan hakları vurgusu yapılarak Türkiye'nin operasyonunun insan haklarına müdahalesi olarak gösterilmeye çalışılmaktadır. Aynı zamanda harekatın başlamasıyla birlikte PKK/PYD terör örgütü sivil halkı hedef alarak dünya çapında "insan haklarına müdahale" kanısının kuvvetlenmesi yönünde çalışmaktadır. Barış Pınarı harekatıyla ilgili dezenformasyon ve olumsuz algı oluşturulması karşısında Dışişleri Bakanlığı, yaptığı açıklamalarla dünya kamuoyuna doğru ve kapsamlı bilgi ulaştırma, dezenformasyonun etkilerini azaltma çabası içinde olmuştur. Bu kapsamda yazılı olarak yapılan basın açıklamasında özetle; milli güvenliğimizi sağlamak üzerine terör örgütleri ile mücadele etmek uluslararası hukuka uyan temel hakkımız olduğu, bahse konu bölgede Güvenli Bölge kurulması hususunda ABD ile ortak karar alındığı ve bu kararın uygulanması hususunda geç kalındığı, ABD'nin PYD/YPG terör örgütüyle ilişkilerini devam ettirdiği belirtilmiştir. Bu sebeple hem ülkemizin sınır güvenliğini hem de Suriye'nin barış, huzur ve istikrarını sağlamak üzere Barış Pınarı Harekatının elzem olduğu vurgulanmıştır. Bu harekât kapsamında bölge güvenliğini tamamen sağlamak ve bir daha DAEŞ gibi terör örgütlerinin oluşumuna imkân vermeyecek ortamı oluşturmanın temel hedef olduğu dile getirilmiştir.[275]

Barış Pınarı Harekatı'na yönelik diğer bir dezenformasyon haberi Türk Silahlı Kuvvetlerinin operasyonda kimyasal silah (fosfor bombası) kullandığı iddiasıdır. İran menşeli Fars Haber Ajansı Türkiye'ye yönelik dezenformasyon içeren haberinde,

---

[274] Euronews, (2019), Trump: Türkiye Belirlediğim Sınırların Dışına Çıkarsa Ekonomisini Mahvederim, 07 Ekim 2019, *https://tr.euronews.com/2019/10/07/trumpturkiye-suriye-de-cizmeyi-asarsa-ekonomisini-mahvederim-suriye-operasyon.*, (E.T: 07 Kasım 2019).

[275] Özdemir, M. (2020). Dijital Diplomasi ve Sosyal Medya: Barış Pınarı Harekatı Kapsamında Türkiye Washington Büyükelçiliğinin Twitter Kullanımı. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 3(2) 87-105.

Suriye'nin Resulayn bölgesinde yerleşim yerlerine kimyasal silahlarla müdahale edildiği, çok sayıda sivilin kimyasal silahtan etkilenerek hastaneye kaldırıldığı ifadelerini kullanmıştır. Bu bilgileri yerel bir kaynaktan elde ettiğini belirten haber ajansının habere yönelik hiçbir somut delili de yoktur. Amaç Türkiye aleyhine algı oluşturma çabasıdır.[276] İddialar üzerine BM ve Kimyasal Silahların Yasaklanması Örgütü taraflarından açıklama gelmiştir. BM, kimyasal silah müfettişlerinin Türk Silahlı kuvvetlerinin sivillere karşı beyaz fosfor kullandığı iddiasına ilişkin bilgi topladıklarını belirtmiştir. Aynı şekilde OPCW de konu hakkında bilgi toplanıldığını bildirmiştir. İngiliz Times gazetesinin konu ile ilgili haberinde beyaz fosfor kullanımının yasak olmadığını belirtmesi dikkati çeken bir husustur. Haberin devamında İranlı bir doktorun bildirdiğine göre, beyaz fosfor kullanımının söz konusu olduğunu belirtilmiştir.[277]

Bu tip haberlerle asıl amaçlanan Türkiye'nin kimyasal silah kullandığı algısının uluslararası medyada yaratılmasıdır. Harekât sürecinde asılsız haberlerle süreç baltalanmak istenmektedir. Dezenformasyon içerikli haberler hem kendi medya organlarımızca hem de devlet kademesinde yazılı açıklamalarla reddedilmektedir. Milli Savunma Bakanı Hulusi Akar, TSK'nın kimyasal silah kullandığına yönelik haberlerin algı yaratmak maksadıyla çıkarıldığı, ordumuzun envanterinde kimyasal silah bulunmadığını ifade ederek haberleri kesin bir dille yalanlamıştır.[278]

Dışişleri Bakanlığı Sözcüsü Hami Aksoy, uluslararası medyada, Barış Pınarı Harekâtı (BPH) sırasında kimyasal silah kullanımına dair asılsız iddiaların yer aldığını belirtmiş ve bu haberlerin terör örgütleri tarafından yayılan dezenformasyon kampanyaları olduğunu vurgulamıştır. Aksoy'un yaptığı açıklamada, Türkiye'nin Kimyasal Silahların Geliştirilmesi, Üretilmesi, Depolanması ve Kullanımının Yasaklanması ile İmhasına İlişkin Sözleşme' ye (KSS) 1997 yılından bu yana taraf olduğu ve ayrıca, yayılmanın önlenmesi alanındaki tüm temel uluslararası belgelere ve ihracat kontrol düzenlemelerine üye olduğu vurgulamıştır. Ek olarak Türk Silahlı Kuvvetleri'nin

[276] *https://www.ahaber.com.tr/haberleri/2019*
[277] BBC Haber, "Litvinenko Suikasti Emrini Büyük İhtimalle Putin Verdi", 21 Ocak 2016, *https://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/01/160121_litvinenko_sorusturma,* (E.T: 15 Mart 2018).
[278] Özer, A. M. (2012). Bir Modern Yönetim Tekniği Olarak Algılama Yönetimi ve İç Güvenlik Hizmetleri. *Karadeniz Araştırmaları Dergisi*, 33, s.147-180.

envanterinde kimyasal silah bulunmadığı ifade edilmiştir. Özetle kimyasal silah kullanımı hususunda Türkiye'nin tüm yükümlülüklerini yerine getirdiği delilleriyle ortaya konulmuştur.[279]

Dışişleri Bakanlığı'nın yanıltıcı haberlere karşı yoğun açıklamalarda bulunduğu diğer bir konu Türkiye'nin Doğu Akdeniz'e doğalgaz aramak için sondaj gemisi göndermesidir. 27 Eylül 2019 tarihinde bu konu ile ilgili, Mısır, Yunanistan ve Güney Kıbrıs Rum Yönetimi Dışişleri Bakanları ortak bir bildiri yayımlamışlardır. Türkiye'nin sondaj faaliyetlerini "kışkırtıcı eylemler" olarak nitelendirerek, bu eylemlerine son vermesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca sondaj girişimlerinin Kıbrıs'a ait münhasır bölgede ve Kıbrıs karasularında yapıldığı, bu durumun uluslararası hukukun ihlali olduğu, Türkiye'nin bu girişimlerini kınandıklarını dile getirmişlerdir. Yayımlanan kınama bildirisine Dışişleri Bakanlığı sözcüsü yazılı olarak verdiği cevapta öncelikle ortak bildiride yer alan iddialar reddedilmiştir. Son dönemde Yunanistan ve Güney Kıbrıs Rum Yönetimi'nin uluslararası hukuka aykırı, aşırı milliyetçi politikalarıyla, AB ülkeleri yanında bölge ülkelerini de müdahil etmeye çalıştığına dair görüşler dile getirilmiştir. Bu ülkelerin Ege sorunları ve Kıbrıs meselesi gibi konularda yetkili olmadıkları ve sorumluluklarının bulunmadığı belirtilmiştir. Ayrıca, Doğu Akdeniz'de Türkiye ve Kıbrıs Türklerini görmezden gelme ve izole etme girişimlerinin başarılı olma olasılığının düşük olduğu ifade edilmiştir. Son olarak, Türkiye'nin Doğu Akdeniz'deki ve Kıbrıs Türklerinin haklarını savunma konusundaki kararlılığının devam edeceği vurgulanmıştır.[280]

2.5.4. Türkiye'de Dezenformasyon ile Mücadeleye Katkıda Bulunan Diğer Kuruluşlar

Günümüzde uluslararası ilişkilerde dezenformasyon önemli bir tehdit unsuru haline gelmiştir. Devletler, ulusal çıkarlarını koruma ve doğru bilgilendirme faaliyetlerini yürütme amacıyla çeşitli stratejiler geliştirmektedir. Türkiye de bu çerçevede, farklı kurum ve kuruluşları aracılığıyla yabancı dezenformasyonla mücadelede aktif bir rol

[279] SC-65, 18 Ekim 2019, Dışişleri Bakanlığı Sözcüsü Hami Aksoy'un Barış Pınarı Harekatı'nda Türkiye'nin Kimyasal Silah Kullandığına Dair İddialar Hakkındaki Soruya Cevabı https://avkons-dt.mfa.gov.tr/Mission/ShowAnnouncement/363614

[280] Dışişleri Bakanlığı (2020). Türkiye-Suriye siyasi ilişkileri. Erişim adresi (02 Ocak 2020): *http://www.mfa.gov.tr/turkiye-suriye-siyasi-iliskileri-.tr.mfa*

üstlenmektedir. Bu çalışma başlığı içerisinde Türkiye İş birliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA), Yunus Emre Enstitüsü (YEE) ve Diyanet İşleri Başkanlığı'nın (DİB) dezenformasyonla mücadele ki katkıları açıklanacaktır.

TİKA, 1992 yılında kurulmuş olup, asıl faaliyet alanı insani yardım ve kalkınma yardımları sağlamaktır. Yurtdışında sadece Müslümanlara yardım faaliyetleri ile sınırlı kalmayarak aynı zamanda Müslüman olmayan milletlere de yardım eli uzatılmaktadır. Kenya, Gazze, Myanmar, Filistin, Moğolistan, Balkanlar, Güney Afrika, Orta Doğu'dan Orta Asya'ya para yardımı, bina, hastane, cami yapımı gibi yardımlar yapmaktadır. TİKA'nın faaliyetlerinden bir kısmı da Türkiye'nin kültürel alanda kamu diplomasisi çalışmalarının önemli bir parçasıdır. Bu fonksiyonları dolayısıyla Türkiye'nin yumuşak gücüne katkıda bulunan bir kuruluştur. [281]

TİKA'nın asıl faaliyetleri propaganda ve dezenformasyona karşı mücadele ile doğrudan alakalı değildir. Kuruluş, dezenformasyon ile mücadele amaçlı kapsamlı analiz yapmış veya stratejisi geliştirmiş değildir. Ancak yürüttüğü faaliyetlerden bir kısmı Türkiye'ye yöneltilen dezenformasyon ile mücadelede yararlı olmaktadır. Birincisi, TİKA organize ettiği yardımlar, düzenlendiği sergi ve paneller, iftar programları vb. vasıtasıyla TİKA görevlileri ile yerel halk ve kanaat önderi ile doğrudan temas kurma imkanına sahiptir. Bu tür temaslarda Türkiye'ye yönelik dış dünyada oluşturulmak istenen olumsuz imajı girici bilgiler verilebilmektedir. İkincisi, TİKA, Türkiye'nin son zamanlarda karşılaştığı en büyük tehdit olan FETÖ ve 15 Temmuz darbe girişimi hakkında doğru bilgi ulaştırma amaçlı çeşitli girişimlerde bulunmaktadır. Dünyanın çeşitli yerlerindeki TİKA ofisleri, 15 Temmuz'un gerçek yüzünü anlatan konferanslar, seminerler ve sergiler düzenleyerek FETÖ'nün sadece Türkiye için değil aynı zamanda bütün dünya için tehdit oluşturabilecek potansiyelinin olduğu anlatmaktadırlar. Örneğin, 2016 yılında Güney Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi ve Fatih Sultan Mehmet Vakfı Üniversitesi ile iş birliği içerisinde TİKA, Pakistan'da "Pakistan'da Türkiye'nin FETÖ Mücadelesi" isimli bir panel yapmıştır. Panelde FETÖ ile mücadelede uygulanacak tedbirler ve Pakistan halkı özelinde yürütülecek faaliyetler konuşulmuştur. İkinci bir örnek, 21 Aralık 2018 tarihinde

[281] TİKA. (2019). Türkiye İş birliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı. Erişim tarihi: 10 Nisan 2024. *https://www.tika.gov.tr/tr*

Makedonya'nın başkenti Üsküp'te TİKA'nın destekleriyle Makedonya Türk Sivil Toplum Teşkilatları Birliği tarafından Türkçe Eğitim Bayramı adı altında düzenlenen etkinlikte FETÖ'ye karşı mücadelenin gündeme getirilmesidir. Bu etkinlikte FETÖ ile mücadelenin sadece Türkiye'nin değil, dost ve müttefik ülkelerin kendi ulusal çıkarları için vermesi gereken bir mücadele olduğu vurgulanmıştır.[282] Bu kapsamda değinilebilecek diğer bir örnek, Orta Asya, Balkanlar ve Afrika gibi farklı coğrafyalardan davet edilen basın heyetlerine darbe girişimi, 15 Temmuz gecesi mücadelesi ve yurtdışında yürütülen faaliyetler birinci ağızdan anlatılmaktadır. Yine TİKA 60'a yakın uluslararası kuruluşa FETÖ ile mücadele kapsamında ortak çalışmalar yürütmek öneren mektuplar göndermiştir. Üçüncüsü, TİKA'nın faaliyetlerinden bazıları, dolaylı bir şekilde, kimi konularda Türkiye'ye yönelik oluşturulmak istenen imajı boşa çıkarıcı niteliktedir. Örneğin, Zeytin Dalı Harekâtı süresince yabancı basın ve terör grupları tarafından Türk askerinin sivillere zulüm yaptığı algısını inşa etmeye çalışılmıştır. Harekatın devam ettiği günlerde TİKA sivil halka sıcak yiyecek ve insani yardım malzemeleri dağıtmıştır. Bu faaliyet, zulüm yapıldığı algısının boşa çıkarılmasına katkıda bulunmuştur.[283]

2007 yılında bir kamu vakfı olarak kurulan Yunus Emre Enstitüsü (YEE), temel görevi Türkiye ile diğer ülkeler arasında kültürel ilişikleri geliştirmek olan, dolayısıyla kültürel diplomasinin bir parçası olan bir kuruluştur. YEE de TİKA gibi yurt dışı örgütlenmesine sahiptir. 2019 itibariyle 46 ülkede 58 kültür merkezi ile faaliyetlerini yürütmektedir. Enstitünün yabancı dezenformasyona karşı en önemli katkısı, bulundukları ülkelerde yabancı medyaya, akademisyenlere ve vatandaşlara paneller, konferanslar, resim ve fotoğraf sergileri düzenlemek suretiyle 15 Temmuz başarısız darbe girişimi hakkında gerçeğe dayalı bilgilendirmelerde bulunmaktır. Ayrıca yabancı ülkelerden basın mensuplarını ve sivil toplum kuruluşlarını Türkiye'ye davet eden Yunus Emre Enstitüsü, yabancı basın ve vatandaşların darbe girişimine ait gerçek

[282] TİKA. (2019). Türkiye İş birliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı. Erişim tarihi: 10 Nisan 2024. *https://www.tika.gov.tr/tr*; Güney Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi ve Fatih Sultan Mehmet Vakfı Üniversitesi ile iş birliği içerisinde gerçekleştirilen panel hakkında detaylı bilgi için bkz. "Pakistan'da Türkiye'nin FETÖ Mücadelesi Paneli," *Güney Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi Resmî Websitesi,* Erişim tarihi: 10 Nisan 2024, *https://example.com/pakistan-feto-panel.*

[283] Çoğalan, Sultan, (2016), "TİKA'dan Uluslararası Kuruluşlara Darbe Bilgilendirmesi", 2016, *https://www.tika.gov.tr/tr/haber/tika_dan_uluslararasi_kuruluslara_darbe_bilgilendir mesi-24383,* (E.T: 20.12.2024).

bilgileri yerinde görmesini de sağlamıştır. Aynı konuda YEE'nin üstlendiği bir başka girişim, FETÖ'nün yabancı ülkelerde faaliyetlerine devam ettiren akademik ayağı ile mücadele edilmesi ile ilgilidir. Bu amaçla YEE, 2017 yılında Ankara Üniversitesi Latin Amerika Çalışmaları ve Uygulama Merkezi ile iş birliğine imza atmıştır. İş birliği çerçevesinde Latin Amerika'nın en köklü üniversitelerinin bulunduğu Brezilya ve Arjantin'de Türk Kültürü Kürsüsü açma kararı alınmıştır. Aynı uygulama Bogoto Büyükelçiliğinin çalışmaları ile Kolombiya Ulusal Üniversitesi'nde başarıya ulaşmıştır. Bu üniversitedeki FETÖ faaliyeti durdurulmuştur ve sadece LAMER'in öncü olduğu Türk Kültürü Kürsüsü faaliyetini sürdürmektedir. YEE'nün katkıları ile de Latin Amerika'da altı adet kürsü açılması planlanmıştır. YEE, bu merkezlerin hem kültür faaliyetlerini yürütecek hem de merkezleri finanse edecektir.[284]

Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB), Türkçe olarak hazırladığı, daha sonra İngilizce ve Arapça dillerine de çevrilen raporları ile Türkiye'nin dezenformasyona maruz kaldığı FETÖ ve DEAŞ konularında dış dünyaya yönelik bilgilendirme faaliyetlerine katkıda bulunmuştur. İlk yayınlanan rapor, Dini İstismar Hareketi FETÖ/PDY'dir. Raporda örgütün bir menfaat şebekesi ve terör örgütü olduğu, uzun bir süredir yabancı devletlerin müdahaleleri ile şekillendirdiği bir yapı olduğu ve örgütün yabancı istihbarat örgütleri ile yakın temas halinde çalışmalar yürüttüğü belirtilmiştir. Örgütün dini kavramları istismar ederek hem Türkiye içinde hem de dışında insanların zihinlerini karıştırdığı ve onları yanlış yönlendirdiği anlatılmıştır. Örgütün dini konuları kullanarak yürüttüğü propaganda faaliyetlerinin etkisinin azaltılabilmesi açısından Din İşleri Yüksek Kurulu'nun çalışmalarına destek olacak şekilde "Genişletilmiş İstişare Heyeti" oluşturulacağı belirtilmiştir. Bu heyetin hem yurt içinde hem de yurt dışında örgütle mücadele konulu projeler geliştirilmesine katkıda bulunması öngörülmüştür. DİB, Ekim 2016 tarihinde DEAŞ Raporu'nu (Dini İstismar ve Tedhiş Hareketi DEAŞ) yayınlamıştır. Elektronik ortamda herkesin erişim sağlayabileceği bu dokümanda özetle, DEAŞ'ın dini bilgi anlayışındaki yanlışlıklar, fıkhi kavramları bilerek çarpıtması ve DEAŞ terör örgütünden zarar gören kişilerin yer aldığı konu başlıkları ele alınmıştır. Özellikle DEAŞ terör örgütü ve bu gibi

[284] Yunus Emre Enstitüsü. (2019). Hakkında. Erişim tarihi: 10 Nisan 2024. https://example.com/yunus-emre-enstitusu-hakkinda; Sabah, (2017), "FETÖ'ye Karşı Latin Amerika'da İş birliği", 27 Haziran 2017, *https://www.sabah.com.tr/gundem/2017/06/27/fetoye-karsi-latin-amerikada-isbirligi.,* (E.T: 20.12.2024).

Müslümanlık ve İslam'ı kullanan terör örgütleri tüm dünyada olumsuz Müslüman ve İslam imajı yaydığı ve çeşitli propaganda çalışmalarıyla İslamofobi oluşmasına sebebiyet verdiği belirtilmiştir. Yine raporda örgütün Türkiye içerisinde yer edinememesi açısından siyasi tedbirler, dini ve kültürel çalışmaların desteklenmesi, ayrıca gençlik platformlarının gençleri terör örgütlerine karşı doğru bilgilendirme amacıyla seminerler ve konferanslar düzenlenmesinin gerekliliği dile getirilmiştir.[285]

DİB, 2017 tarihinde FETÖ terör örgütü ile ilgili bir rapor daha yayınlamıştır. Raporun ismi, Kendi Dilinden FETÖ/ Örgütlü Bir Din İstismarı'dır. Raporda Fetullah Gülen ve yandaşları ile ilgili bilgilendirmelerde bulunulmuştur. Gülen'in Allah, Peygamber ve meleklerle yüz yüze görüştüğü gibi gerçek dışı durumların hem Gülen'in kendisi tarafından kitaplarında anlatıldığı hem de yandaşları tarafından çevrelerine aktarıldığı belirtilmiştir. Gülen'in muteber bir kişi olduğu algısı yaratılarak ülke vatandaşlarının dini duygularının istismar edildiği dile getirilmiştir. Örgüt içi ilişkilerde daha da ileri gidilerek Gülen'e olan bağlılığı arttırabilmek adına korku unsurunun da kullanıldığı ifade edilmiştir. Raporun sonuç kısmında, Gülen'in İslam dini ile çelişen ifadeleri verilmiş, bu ifadelerin yanlışlığı kesin kaynaklara dayandırılarak kanıtlanmıştır. [286]

Son olarak DİB 2018 yılında, FETÖ, Din İstismarının Arkasına Gizlenen Terör Örgütü başlığını taşıyan, konu ile ilgili son raporunu yayınlamıştır. Raporda FETÖ elebaşının bir din adamı olmak yerine, aslında küresel güçlerin desteklediği bir projenin parçası olduğu belirtilmiştir. FETÖ yapılanmasının nasıl ortaya çıktığı anlatılmıştır. Kurduğu özel eğitim kurumları ve STK'lar sayesinde din eğitimi sömürülerek ve ilerleyen dönemde siyasi ve ekonomik bir yapı oluşturularak nüfuz kazandığı belirtilmiştir. Örgütün yapılanması, temel özellikleri ve örgüt elebaşının İslam'a aykırı söylemleri ifade edilmiştir. FETÖ ve benzeri istismar yapıları ile nasıl mücadele edilebileceği hususu değerlendirilmiştir. İdari bakımdan İçişleri Bakanlığı, Emniyet Genel Müdürlüğü'ne bağlı bir yükseköğretim kurumu olan Polis Akademisi de Türkiye'nin güvenliğini ilgilendiren uluslararası dezenformasyona karşı mücadeleye katkıda

[285] Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB), (2016). *Faaliyet Raporu,* s.13-136, *https://dinhizmetleri.diyanet.gov.tr/Documents/2016%20Din%20Hizmetleri%20Raporu.pdf*

[286] Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB), (2017). *Faaliyet Raporu, https://dinhizmetleri.diyanet.gov.tr/Icon/SagSlider/2017%20D%C4%B0N%20H%C4%B0ZMETLER%C4%B0%20RAPORU.pdf*

bulunan faaliyetler yürüten kuruluşlara diğer bir örnektir. Bu kapsamda Polis Akademisi FETÖ, DEAŞ, PKK-PYD ile ilgili çalıştay ve sempozyumlar düzenlemiş ve raporlar hazırlamıştır. Yine Polis Akademisi, CEPOL (Avrupa Birliği Yasaları Uygulama Eğitimi Ajansı) faaliyetlerine katılımı vasıtasıyla özellikle FETÖ ve PYD örgütleri ile ilgili olarak Türkiye'nin görüşlerini uluslararası katılımcılara iletme imkanına sahiptir.[287]

Türkiye İş birliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı, Yunus Emre Enstitüsü ve Diyanet İşleri Başkanlığı, doğrudan ya da dolaylı yoldan Türkiye'nin uluslararası dezenformasyonla mücadelesine katkı sağlayan önemli kurumlardır. TİKA, sahada oluşturduğu insani ve kültürel etkiyle algı yönetimine katkıda bulunurken; Yunus Emre Enstitüsü, kültürel diplomasi yoluyla doğru bilgi üretimini ve yayılmasını sağlamaktadır. Diyanet İşleri Başkanlığı ise dini içerikli dezenformasyonla mücadelede uzmanlaşmış raporları ve sahaya yönelik stratejileriyle öne çıkmaktadır.

Yukarıda adı geçen kurumların çalışmaları Türkiye'nin sadece askeri veya siyasi değil, kültürel ve insani araçlarla da uluslararası dezenformasyonla etkin biçimde mücadele ettiğini göstermektedir. Bu kurumsal faaliyetler doğrudan "dezenformasyonla mücadele aktörü" olmasa da, yumuşak güç uygulayıcısı ve algı düzeltici aktörler olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.6. Kurumların Dezenformasyona Karşı Çabalarının Koordinasyonu

Cumhurbaşkanlığı hükümet sistemi öncesi dezenformasyona karşı her kurumun kendi üzerine düşen görevleri yerine getirmesi temel yaklaşım olmuştur. Cumhurbaşkanlığı hükümet sistemi öncesi gerçek bir kurumlar arası koordinasyon eksikliği bulunmaktaydı. Cumhurbaşkanlığı hükümet sistemine geçişle birlikte Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın kurulması ve kuruma geniş yetkiler verilmesi ile temel yaklaşımda değişime gidileceğinin işaretleri verilmeye başlanmıştır. Birincisi, daha önce Basın, Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü ile AA ve TRT arasında resmi olarak tanımlanmış ilişki mevcut değildi. BYEGM,

[287] Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB), (2018). *Faaliyet Raporu, https://stratejigelistirme.diyanet.gov.tr/Documents/2018%20%C4%B0dare%20Faaliyet%20Raporu.pdf*

başbakan yardımcısına bağlı ilgili kurum ve kuruluşlar statüsündeydi. AA ve TRT ise ilgili kurum ve kuruluşlar statüsündeydi. 33 numaralı Cumhurbaşkanlığı kararnamesiyle AA'nın tüm faaliyet, bütçe, örgütlenme ve insan kaynakları yönetimini denetleme yetkisi, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığına verilmiştir. Kararname ile TRT de İletişim Başkanlığının ilgili kurumu statüsünde yayım yapan bir kurum haline getirilmiştir. İkincisi, 2010 yılında Başbakanlığa bağlı olarak kurulan Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, İletişim Başkanlığı bünyesinde Kamu Diplomasisi Dairesi Başkanlığı adı altında yeniden yapılandırılmıştır. Böylece dış dünya ile iletişim ve kamu diplomasisi faaliyetleri aynı çatı altında yürütülür hale gelmiştir. Üçüncüsü, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'na verilen görevler arasında Türkiye Cumhuriyeti devleti hakkında yürütülen propaganda çalışmalarını izlemek, değerlendirmek ve bunlara karşı ilgili kamu kurumları ile beraber çalışmak, gereken önlemleri almak" görevi de yer almaktadır. Burada belirtilen "sorumlu kamu kurumları ile iş birliği yapmak" ifadesi, uluslararası dezenformasyon ile mücadelede kurumlar arası iş birliğine yasal bir zemin hazırlamaktadır ve bu itibarla önemli bir yeniliktir. İletişim Başkanı Altun da kurumun hedefinin *"milletimizin sesini, devletimizin haklı mücadelesini bütün dünyaya duyurmak"* şeklinde özetledikten sonra, devletin kurumlarının dış dünya ile iletişiminde "söylem birliğini tesis etmek" fonksiyonunun Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından yerine getirilmekte olduğunu belirtmiştir. Son olarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın ve özellikle Kamu Diplomasisi Dairesi Başkanlığının sivil toplum kuruluşlarına yardımcı olmak ve iş birliği yapmayı görev olarak kabul etmesi, yabancı dezenformasyonla mücadelenin daha etkin hale getirilmesi bakımından bir yeniliktir. Bu alanda kamu faaliyetleri ile sivil faaliyetler arasında koordinasyonun ilk adımı olarak değerlendirilebilir.[288]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Barış Pınarı Harekâtı hakkında iç ve dış kamuoyunu doğru bilgilendirmek için bir çalıştay düzenlemek suretiyle hem kamu kurumları hem de akademi, medya ve düşünce kuruluşları arasında koordinasyon sağlamanın bir örneğini vermiştir. Bu çalıştay, farklı kurumların koordineli çalışması ve kamu diplomasi vasıtasıyla karşı propaganda faaliyetlerinin organize edilmesine

[288] Altun, Fahrettin, (2019), "Beka Mücadelesinde Stratejik İletişimin Tüm İmkanlarını Kullanacağız", *Kriter*, Şubat 2019 / Yıl 3, Sayı 32, s.59.

yönelik yöntemler için düzenlenmiştir. Ayrıca, sosyal medya ile birlikte görsel ve yazılı medyada yer alan dezenformasyon içerikli haber ve paylaşımlarla aktif olarak mücadele edilmesi ve bunlara yönelik en hızlı şekilde bütün kanallar kullanılarak cevapların verilmesi ve uluslararası basın ve medya kuruluşlarının da yabancı dillerde bilgilendirilmesi gibi konular üzerinde de durulmuştur.[289]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı girişimiyle 2018 yılından itibaren çeşitli ülkelerde düzenlenen "Turkey Today/Bugünün Türkiye'si" panelleri de dış dünyaya mesajı iletmek/Türkiye'nin çeşitli alanlardaki politikaları ile tezlerini anlatmak bakımından iş birliğinin bir örneği olarak değerlendirilebilir. Çünkü etkinliğin düzenlendiği ülkeye göre çeşitli konuların işlendiği bu panellere akademisyen, başta Dışişleri Bakanlığı olmak üzere diğer kurumları temsil eden yetkili, düşünce kuruluşu temsilcisi, gazeteci vb. gibi kişilerin katılımı sağlanmıştır. Ayrıca konunun niteliğine göre etkinliklerde yabancı panelistler de yer almıştır.[290]

Yukarıda değinilen dezenformasyonun koordinasyonu ve strateji geliştirme çabaları henüz somut meyvelerini vermiş değildir. Dezenformasyona karşı mücadelede kendisine görev düşen her kurumun kendi ilgi alanında ve olaylar geliştikçe dış dünyayı bilgilendirmesi şeklinde tanımlayabileceğimiz ve geleneksel yaklaşım diye adlandırabileceğimiz yaklaşım ana hatları ile devam ettirilmektedir. Yukarıda kurumlar bazında vermiş olduğumuz bilgiler, geleneksel yaklaşımın devam ettiği kanaatini doğrular niteliktedir. Geleneksel yaklaşımda da elbette dışarıya mesajı ulaştırmaya yönelik birçok değerli çalışma yapılmaktadır. Ancak iletişim alanındaki gelişmeler ve yabancı kaynaklı bilgilendirme çabalarının artan etkisi, geleneksel yaklaşımda değişime zorlamaktadır. Genel olarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın ve kamu diplomasisi alanında Kamu Diplomasisi Dairesi Başkanlığının teknoloji geliştirme, sivil örgütlenmelerle iş birliği ve kamudaki

[289] https://www.msb.gov.tr/BarisPinariHarekati

[290] Kazancı, Handan, (2018), "Turkey's Foreign Policy Panel To Be Held İn London", 08 Aralık 2018, *https://www.aa.com.tr/en/europe/turkey-s-foreign-policy-panel-to-be-heldin-london/1332855,* (E.T: 13 Aralık 2019); Milliyet, (2019), "Cumhurbaşkanlığı Panelleri Moskova'daydı", 04 Nisan 2019, *https://www.milliyet.com.tr/siyaset/cumhurbaskanligi-panelleri-moskova-daydi-2853434,* (E.T: 10 Ağustos 2019); Ekiz, Aynur, (2019), "Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığından ABD'de Panel Serisi", 20 Mayıs 2019, *https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/cumhurbaskanligi-iletisimbaskanligindan-abdde-panel-serisi-/1482608,* (E.T: 18 Ekim 2019).

kurumlar arasında koordinasyon gibi alanlardaki girişimleri, geleneksel yaklaşımın değişme sürecine girdiğinin bariz işaretleri olarak görülebilir.[291]

2.7. Dünden Bugüne Türkiye'de Dezenformasyon ve Mücadele Örnekleri

Tarihsel süreç içerisinde yazılı ve görsel olarak yapılan dezenformasyon çalışmaları internet ağının genişlemesi ve gelişmesiyle birlikte yeni bir boyut kazanmıştır. Dezenformasyon ve politik amaçlı sorunlar her dönem Türkiye aleyhinde propaganda aracı olarak kullanılmaktadır. Kıbrıs meselesi, Ermeni sorunu, Filistin meselesi, doğal afetler (yangın, sel, deprem) vb. birçok konu başlığı Türkiye için her dönemde var olan ve Türkiye aleyhine algı oluşturulan konulardır. Bunun yanı sıra Türkiye son dönemde yaşanan bazı olaylar üzerinden de yoğun şekilde dezenformasyona maruz kalınmıştır. Sığınmacılar meselesi, seçim süreçleri gibi konularda yayılan yalan haberler ve faaliyetler internet ve sosyal medyanın da içerisinde yer aldığı propaganda araçları ile geniş kitlelere kısa bir sürede yayılarak Türkiye açısından yıpratıcı bir etki yaratmıştır. Buna ilişkin Taksim Gezi Parkı Olayları, FETÖ Başarısız Darbe Girişimi, Zeytin Dalı Harekâtı ve Suriyeli Sığınmacılar konuları örnek olarak gösterilebilir. İlk olarak Taksim Gezi Parkı Olayları, 2012 yılında "Taksim'i yayalaştırma projesi" adı altında, yol genişletme çalışmaları kapsamında Gezi Parkı'ndan bir kısım ağaçların başka yerlere taşınmak üzere sökülmesi ile gündeme gelmiştir. Çevreci gruplar yayalaştırma projesine karşı çıkmış ve 2013 yılı Mayıs sonunda oturma eylemlerine başlamışlardır.[292]

27 Mayıs 2013'te başlayan ve başlangıçta sadece çevresel nedenlerle gerçekleşen protesto ve eylemler, sosyal medyanın aktif desteğiyle kısa sürede ülkenin çeşitli şehirlerine yayılmıştır. Çapı ve etki alanı iyice artmış, şiddet unsurlarını da içerisine almış olan Gezi Parkı olayları, Haziran ayını da kapsayarak 19 gün boyunca devam etmiştir.[293]

---

[291] Akyüz, Selman Selim (2021). Koronavirüs Komplo Teorileri: Dezenformasyon ve Politik Kimliklerin Komplocu Düşünüşe Etkisi. *İletişim ve Medya Alanında Uluslararası Araştırmalar II, Eğitim,* Konya, s. 57-86

[292] Aslan, Seyfettin, Taylan, Ömer, Baştuğ, Damla, (2016), "Gezi Parkı Eylemlerinin Farklı Boyutlarıyla Bir Değerlendirmesi", *Birey ve Toplum,* C. 6, S.12, s. 154-159.

[293] Yılmaz, Nail ve Bayram, Ahmet Kemal, (2016), "Taksim Gezi Parkı Olayları ve Bir Muhalefet Ögesi Olarak Aleviler", *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi,* C.4 S.1, s.6.

Resim 7. *Anadolu Ajansı İnfografik Tartışmaların odağındaki 'Gezi Parkı'nda ne olmuştu?*[294]

Anadolu Ajansı tarafından Gezi Parkı olaylarının kronolojisini ve sonuçlarını aktarmak amacıyla hazırlanmış bir infografiktir. Resim 8 de, Gezi Parkı eylemlerinin başlangıcından, hükümet ve güvenlik güçleriyle yaşanan çatışmalara, eylemlerin ülke geneline yayılmasına ve sonuçlarına kadar detaylı bir zaman çizelgesi sunulmaktadır.

[294] Tartışmaların odağındaki 'Gezi Parkı'nda ne olmuştu? https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/tartismalarin-odagindaki-gezi-parkinda-ne-olmustu/1739319 E.T.20.12.2024

Gezi Parkı'nda başlayan ve ülke genelinde protestoların gerçekleştiği dönemde hem yerel hem uluslararası medya araçları, özellikle sosyal medya platformları üzerinden milyonlarca haber, mesaj ve içerik yayınlamıştır.

Resim 8. *Teyit Platformu Kanyon ve Zorlu AVM'lerin boşaltıldığı iddiası Teyit tarafından yalanlanmıştır*. https://x.com/teyitorg/status/817015303603359745

Gezi Parkı olayları sırasında Teyit.org isimli haber doğrulama platformu tarafından paylaşılmış olan tweette, Kanyon ve Zorlu AVM'den alınan bilgilere göre, AVM'lerin boşaltıldığı iddialarının doğru olmadığı belirtilmiştir.

X (eski adıyla Twitter) hesabı üzerinden 5 Ocak 2017 tarihinde yapılan polisin İstanbul Kanyon AVM'yi boşalttığına dair bir paylaşım yapılmıştır. Ancak Teyit.org, bu iddianın doğru olmadığını, Kanyon ve Zorlu AVM'den alınan bilgilere dayanarak paylaşmaktadır.

Teyit.org, haber doğrulama ve yanlış bilgi tespit etme konusunda uzmanlaşmış bir platform olduğu için, bu tweeti paylaşarak, Kanyon AVM'nin boşaltıldığı iddiasının gerçeği yansıtmadığını okuyucularına bildirmektedir. Böylece, hızla yayılan yanlış bilgilerin önüne geçmeyi ve doğru bilgiye ulaşmayı amaçlamaktadır.

Gezi Parkı olaylarıyla ilgili olarak yurt dışındaki bazı medya kuruluşlarında, Başbakan'ın üslubu ve hükümetin politikalarına yönelik eleştirilerin, Türkiye'nin demokratik bir ülke olmadığı ve Gezi eylemlerinin bu iddiayla bir isyan olduğu şeklindeki asılsız haberlerle birlikte sunularak ülkenin itibarsızlaştırılmaya çalışıldığı gözlemlenmiştir.[295]

Uluslararası basında çıkan ve gerçeği yansıtmayan haberlere verilebilecek ilk örnek, 18 Haziran 2013 tarihinde Alman Morgenpost gazetesinin Gezi Parkı olaylarını konu alan haberidir.

Haberde, elleri bağlı bir kadına tekme vuran polis fotoğrafı konulmuş, bu polisin Türk polisi olduğu iddia edilmiştir.

Resim 9. *Alman Morganpost gazetesinin Türk polisinin eli bağlı kadına tekme attığı iddiası.*[296]

Daha sonra haberde geçen olayın aslında 2009 Mayıs ayında Amerika Birleşik Devletleri Lincoln Emniyet Müdürlüğünde çalışan Edward Krawetz isimli Amerikalı bir polis tarafından gerçekleştirildiği ortaya çıkmıştır.

Uluslararası basına servis edilen ikinci yalan haber örneği ise, CNN International haber kanalının Gezi Parkı olaylarını internet sitesinde "İstanbul'da kalan son yeşil alan" başlıklı haberidir. "Türkiye'de hükümet karşıtı protestolar" başlığı altındaki haberde ise Ak Parti'nin Kazlıçeşme'de yaptığı mitinginin fotoğrafını kullanarak dünyaya Gezi

[295] Babacan, Mehmet Emin, (2014), "Sosyal Medya Sonrası Yeni Toplumsal Hareketler", *Birey ve Toplum Dergisi*, C. 4, S. 7, s.146-148.
[296] "Alman Morganpost gazetesinin Türk polisinin eli bağlı kadına tekme attığı iddiası." Fotoğraf 2009 yılında ABD'de çekilmiştir. https://gununyalanlari.com/

Parkı eylemcileri olarak tanıtmış ve eylemlerin yüz binlerce kişinin katılımıyla gerçekleştiği algısı yaratılmaya çalışılmıştır. Gezi Parkı olayları süresince uluslararası basın manşetlerde Türkiye'den geniş ölçüde bahsetmiştir. Üzerinde durulan konular; gezi parkı olaylarının sadece çevreci amaçlarla ortaya çıkmadığı, hükümete karşı alınan bir tavır olduğu, Erdoğan'ın otoriter tavrına bir tepki olduğu yazılmıştır. Bazı gazetelerde de aynı algı genişletilerek hükümetin istifasının istendiği, hükümetin bu konuda endişeye kapıldığı ve geri adım attığı, Türk halkının bundan sonra "sultanlık" istemediği gibi ifadeler kullanılmıştır. Asılsız haberler bunlarla sınırlı kalmamıştır. Gazetecilerin çoğunun hapse atıldığı yazılarak Türkiye'de basın ve ifade özgürlüğünün bulunmadığı algısı yaratılmaya çalışılmıştır. Alkol yasağının getirilmesi eleştirilerek halkın "İslamlaştırılmaya" zorlandığı iddia edilmiştir. Türkiye'ye gezi amacıyla gidecek yabancı ülke vatandaşlarına uyarılar yapıldığı yazılarak Türkiye'nin güvenli ülke olmadığı algısı yaratılmaya çalışılmıştır. Son olarak gösteri ve eylemlere polislerin müdahale etmesinin kaygı uyandırdığı ve bu yüzden Türkiye'yi kınadıklarını dile getirmişlerdir.[297]

Uluslararası basında çıkan bu asılsız haberlere baktığımız zaman Gezi Parkı olaylarının yabancı kişi ve kurumlarca desteklenmiş organize bir hareket olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Zira uluslararası basın organlarının savaş muhabirleri olaylar son bulana kadar eylemleri yurtdışına canlı olarak aktarmışlardır. [298]

Dünya çapında basılı yayın organlarıyla yapılan yayınlarda, hazırlanan haberlerde gezi parkı olayları olduğundan daha şiddetli ve içinde bulunulan durum olduğundan daha vahim gösterilmiş bu yönde algı oluşturmak çabalanmıştır. Sosyal medya araçları bu dönemde propaganda ve dezenformasyon faaliyeti yürütmek ve yanlış bilgiyi geniş kitlelere ulaştırmak amaçlarıyla etkin bir şekilde kullanılmıştır. Bunun yanı sıra eylemleri organize etmek ve planlı bir şekilde eylemin etki alanını genişletmek de amaçlanmıştır. Sosyal medyada özellikle X uygulamasında birtakım etiketlerle hareket

[297] T24 Haber, (2013), *Dünya Basını Gezi Parkı Direnişi İçin Ne Dedi?,* 03 Haziran 2013, https://t24.com.tr/haber/dunya-basini-gezi-parki-direnisi-icin-ne-dedi,231192,
[298] Aslan, Seyfettin, Taylan, Ömer, Baştuğ, Damla, a.g.e., s.167-168

geniş kitlelere iletilmiştir. Araştırmalara göre olaylar sırasında atılan X mesajlarının %12si yabancı dildedir (İngilizce, Almanca, Fransızca, İspanyolca).[299]

Uluslararası medya içerisinde dezenformasyonunun önemli ölçüde kullanıldığı ikinci olay 15 Temmuz darbe girişimidir. Türkiye, 15 Temmuz 2016 tarihinde Türk Silahlı Kuvvetleri (TSK) içerisinde yapılanan Fethullahçı Terör Örgütü (FETÖ) mensupları askeri darbe teşebbüsüne girişmiştir. Darbe girişimine uluslararası medyada geniş ölçüde yer verilmiş ve darbe girişiminden güç alınarak Türkiye'ye karşı propaganda ve dezenformasyon kampanyası düzenlenmiştir. Dış basında darbe girişiminin Cumhurbaşkanına tepki olarak yapıldığı, Cumhurbaşkanının bu duruma kendisinin sebep olduğu şeklinde değerlendirmeler yapılmıştır. FETÖ'nün elebaşı Gülen yabancı basında, "sürgün edilmiş bir vaiz", "dinler arası diyalogu savunan yaşlı" ve "münzevi bir kişiliğe sahip bir kişi" olarak resmedilmiştir ve darbeci askerlerin Gülen ile ilişkilerinin "muallak" olduğu vurgulanmıştır. Darbe girişiminden yola çıkılarak uluslararası basında ağırlıklı olarak Cumhurbaşkanına yönelik propaganda çalışmaları düzenlenmiştir.[300]

[299] Bozkurt, A. (2013). Sosyal medyanın "Gezi" deki rolü. *Bilişim Dergisi*, *156*(54), 19-26.
[300] Telci, İsmail Numan; Kardaş İbrahim Efe Tuncay ve Çağlar, İsmail, (2017), "15 Temmuz Darbe Girişimi ve Batı Medyası", *SETA Raporu*, Ankara, s.13-96.

Resim 10. *Teyit Platformu "Kafası kesilmeye çalışılan Türk askeri" iddiası*.[301]

Resim 11. *"Yurtta Sulh Konseyi" yokmuş" iddiası.*[302]

[301] Resim 10 da gösterilen fotoğraf Türkiye'de gerçekleştirilen darbe girişimi sırasında değil 2013 yılında Suriye'deki çatışmalar sırasında çekilmiştir. Emin Özmen'in çekmiş olduğu fotoğraf Time Dergisi'nin 2013 yılında seçtiği en iyi 10 fotoğraf arasında yer almaktadır. https://teyit.org/analiz/15-temmuz-darbe-girisimi-sirasinda-internette-yayilan-9-yanlis-iddia

[302] Resim 11 de FETÖ destekçilerinin X hesaplarından paylaştığı "Ankara 17. Ağır Ceza Mahkemesinin Genelkurmay Çatı Davasında verdiği karara göre, 'Yurtta Sulh Konseyi' yokmuş" iddiası yalanlanmıştır. https://x.com/dmmiletisim/status/1851004544118931809

Resim 12. *Türk başkan darbe teşebbüsünden sonra binlerce insanı tutuklattı başlıklı haber.*[303]

Haber görselinde darbe sonrası yaşanan tutuklama, kapatma ve diğer önlemlerin diktatoryal bir tutumla yalnızca Cumhurbaşkanı'nın isteği doğrultusunda gerçekleştiği öne sürülmektedir. Darbe girişimi sonrası dönemde OHAL ilan edilmesi, FETÖ üyelerinin, destek verenlerin yahut FETÖ ile iltisakları tespit edilenlerin ihraç, açığa alınma, tutuklanma şeklinde cezalandırılmaları da uluslararası basında propaganda malzemesi haline getirilmiştir. Ayrıca bu tür uygulamaların Batı ile olan ikili ilişkilere zarar verebileceğinin altı çizilmiştir. Uluslararası basında propaganda ve dezenformasyon faaliyetlerinin geniş ölçüde uygulandığı üçüncü mesele Türkiye'nin sınır güvenliğini korumak amacıyla başlattığı Fırat Kalkanı, Zeytin Dalı ve Barış Pınarı Harekâtı operasyonlarıdır. Örneğin, 20 Ocak 2018 tarihinde TSK tarafından amacı "Afrin bölgesinde, PKK/KCK/PYD-YPG ve DEAŞ'a mensup teröristleri etkisiz hale getirmek ve dost ve kardeş bölge halkını bunların baskı ve zulmünden kurtarmak" olarak belirtilen Zeytin Dalı Harekâtında propaganda ve dezenformasyon faaliyetleri yazılı ve görsel medyada ve özellikle internet ve sosyal medya araçları vasıtasıyla yabancı devletler tarafından Türkiye'yi yıpratmak ve

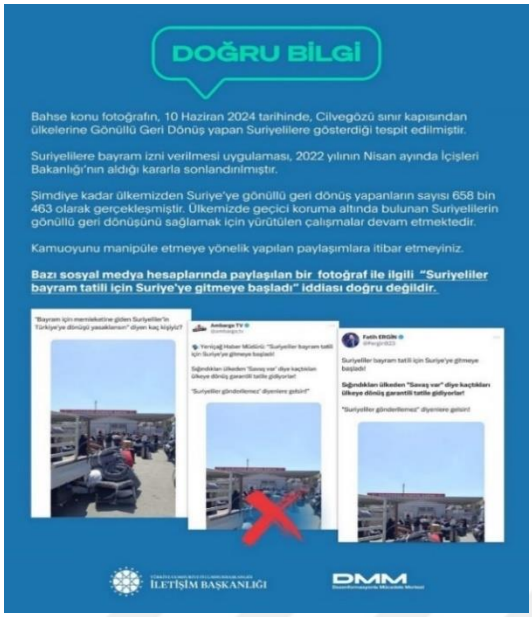
[303] (Nach dem Putschversuch ließ der türkische Präsident tausenden Menschen festnehmen), Berliner Zeitung, 24 Temmuz 2016 tarihli haberde darbe teşebbüsü sonrası keyfi tutuklamalar yapıldığı iddia edilmiştir.
Telci, İ. N., Efe, İ., Kardaş, T., & Çağlar, I. (15). Temmuz Darbe Girişimi ve Batı Medyası. *İstanbul: SETA*. sf.75.

yıldırmak adına pek çok kez kullanılmıştır. Yapılan bir çalışmada, Twitter'da belirli tarih aralığında Zeytin Dalı Harekâtı ile ilgili etiketlerle toplanılan, her bir etiketten 100 tweet değerlendirilmiştir. #AfrinNotAlone etiketi altında toplanan 100 tweet'in 43'ü, #TurkishWarCrimes etiketi altında toplanan 100 tweet'in 93'ü, #KurdishGenocide etiketi altında toplanan 100 tweet'in tamamı, #YPG etiketi altında toplanan 100 tweet'in 86'sı yabancı menşelidir. Yabancı devletlerin Zeytin dalı harekâtı operasyonuna propaganda ve dezenformasyon amacıyla sosyal medya üzerinden katılımı rakamlara bakıldığında azımsanmayacak boyuttadır. PKK'nın propaganda ve manipülasyonları nedeniyle, Batıda DEAŞ ile ÖSO birbirleriyle bağlantılı olduğu algısı oluşmuştur. Türkiye'nin Zeytin Dalı Harekâtı kapsamında ÖSO birliklerine yardım etmesinden ötürü yabancı devletler ve PKK tarafından, Türkiye'nin DEAŞ'a destek verdiği propagandası yapılmıştır. Atılan tweetlerde, faşist, soykırım, terörist, saldırı, işgal, katliam, siviller, çocuklar, cihadist gibi kelimeler kullanılmıştır. Kelimelere bakıldığında harekatın saldırı, katliam ve soykırım olarak nitelendirildiği anlaşılmaktadır. Ayrıca siviller ve çocuklar kullanılarak Türkiye itibarsızlaştırılmaya çalışılmış ve harekatın haksızlığı vurgulanmıştır. Aynı zamanda tweetlerde Cumhurbaşkanı Erdoğan üzerinden de propaganda çalışmaları yapılmış, Erdoğan hakkında "cihadist" ve "diktatör" gibi nitelendirmeler yapılmıştır.[304]

Suriyeli sığınmacılar, 2011 yılında başlayan Suriye iç savaşının ardından başta Türkiye olmak üzere çeşitli ülkelerde yeni bir sosyo-politik tartışmanın odağı haline gelmişlerdir. Ancak, bu tartışma sıklıkla dezenformasyonla gölgelenmiştir. Suriyeli sığınmacılara yönelik yayılan yanlış bilgiler, toplumsal algıların şekillenmesinde önemli bir rol oynamakta, ayrımcılığı ve yabancı düşmanlığını körüklemektedir.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından hazırlanan bu görseller, Türkiye'deki Suriyeli sığınmacılarla ilgili yanlış bilgi ve manipülasyonların önüne geçmeyi ve doğru bilgileri kamuoyuna aktarmayı amaçlayan dezenformasyonla mücadele çalışmaları yapılmıştır.

[304] Toktay, Yakup, *Sosyal Medyada Dezenformasyon, Manüpülasyon ve Propaganda Etkisi: Zeytin Dalı Harekatı Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2019, s.79-104.



Resim 13. *"Suriyeliler bayram tatili için Suriye'ye gitmeye başladı" iddiası.*[305]

Resim 14. *"Suriyelilere vergi muafiyeti var. KDV/Emlak Vergisi vermiyorlar" iddiası.*[306]

Resim 14' de yer alan görselde, 10 Haziran 2024 tarihinde Cilvegözü sınır kapısından ülkelerine gönüllü geri dönüş yapan Suriyelilerin fotoğrafının paylaşıldığı iddia edilmektedir. Ancak İletişim Başkanlığı, bu iddiayı yalanlamıştır. Suriyelilere verilen bayram izninin 2022 yılında sonlandırıldığını belirtmiştir. Ayrıca, Türkiye'den

[305] https://x.com/dmmiletisim/status/1800217625709953490
[306] https://x.com/dmmiletisim/status/1808066122937147901

Suriye'ye gönüllü geri dönüş yapan Suriyelilerin sayısının 658 bin 463 olduğu ve bu çalışmaların devam ettiği vurgulanmaktadır. Kamuoyunu manipüle etmeye yönelik paylaşımların doğru olmadığı ifade edilmiştir.

Resim 15' de yer alan görselde ise, Türkiye'deki Suriyeli sığınmacıların vergi konusunda herhangi bir muafiyetlerinin veya ayrıcalıklarının olmadığı, düzenli vergi denetimlerinin yapıldığı belirtilmektedir. Ayrıca, bir televizyon programında dile getirilen "Suriyelilere vergi muafiyeti var, KDV/Emlak Vergisi vermiyorlar" iddiasının da doğru olmadığı vurgulanmıştır.

Özipek, Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz algıların genellikle sosyal medya üzerinden yayılan dezenformasyonla beslendiğine dikkat çekmektedir. Bu gerçekleştirilen dezenformasyonların çoğu, sığınmacıların ekonomik yük oluşturduğu, suç oranlarını artırdığı ya da devletten orantısız sosyal yardımlar aldıkları gibi temelsiz iddialardan oluşmaktadır.[307]

Tanrıkulu, ise bu tür dezenformasyonun sıklıkla "doğrulanabilir bilgi eksikliği" ve "manipülasyon" yoluyla etkili olduğunu belirtmektedir.[308]

Örneğin, sosyal medyada yayılan "Suriyeli sığınmacıların elektrik faturalarını devlet ödüyor" şeklindeki iddialar, hem Türkiye'de kamuoyu tarafından yaygın şekilde inanılmış hem de kamu otoriteleri tarafından yalanlanmasına rağmen etkisini sürdürmüştür. Bunun yanında, suç istatistiklerine ilişkin veriler yanlış şekilde aktarılarak sığınmacıların suç oranlarının yerli nüfusa kıyasla daha yüksek olduğu iddia edilmiştir. Ancak ölçülebilir veriler bu iddiaları desteklememektedir.[309]

Dezenformasyonun sürekli medya ve internet ortamında paylaşılması, toplumsal kutuplaşmayı derinleştirerek sığınmacıların topluma entegrasyonunu zorlaştırmaktadır. Özipek, bu durumun sığınmacıların "mahkûm edici ve damgalayıcı bir dil" kullanılarak sosyal dışlanmasına yol açtığını vurgulamaktadır.[310] Tanrıkulu ise

---

[307] Özipek, B. B. (2018). Suriyeli Sığınmacılar ve Türkiye Ekonomisi: Evrensel Tecrübe Işığında Bir Etkiyi Konuşmak. *İstanbul: UTESAV-Uluslararası Teknoloji Ekonomi ve Sosyal Araştırma Vakfı*.
[308] Dijital platformlar politik manipülasyon aracı mı?
https://m.star.com.tr/yazar/dijital-platformlar-politik-manipulasyon-araci-mi-yazi-1886324/
[309] Özipek, B. B. (2024). *Geçmişten günümüze Türkiye'de göç ve suriyeli sığınmacılar: algılar, olgular ve gerçekler*. Liberte, sf.77-83.

[310] "Sosyal Medyada Sığınmacılara Yönelik Şiddet Kışkırtılıyor"

dezenformasyonun yalnızca sığınmacıları değil, genel anlamda toplumsal dayanışmayı baltaladığını ve ekonomik istikrarı tehlikeye attığını ifade etmektedir.[311]

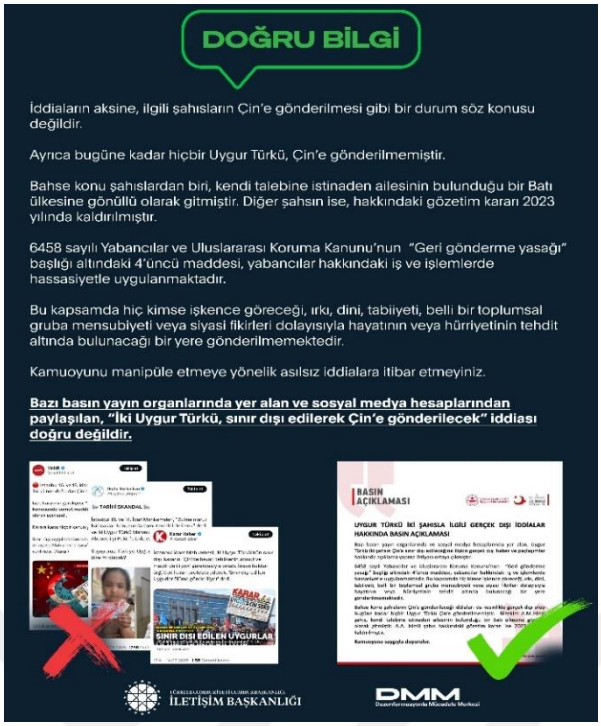
Özipek sığınmacılarla ilgili yanlış bilgilerin, genellikle siyasi söylemlerin etkisiyle yaygınlaştığı ve toplumdaki ayrışmayı artırdığını belirtilmiştir. "Medyanın dilindeki ayrımcılık ve yanlış bilgilendirme, sığınmacıları bir tehdit olarak algılatma potansiyeline sahiptir" diyerek, medya söylemlerinin kritik bir rol oynadığına dikkat çekmektedir. Özellikle medyanın sorumlu bir şekilde hareket ederek doğrulanmış bilgileri kamuoyuyla paylaşmasının önemi vurgulanmaktadır. Bununla birlikte toplumsal dayanışmanın sağlanması için empati ve diyaloğun artırılması gerektiğini vurgulamış; sığınmacılara yönelik nefret söylemlerinin uzun vadede toplumun tamamına zarar vereceğini ifade etmiştir.[312]

Yukarıdaki örneklerde de görüldüğü üzere sosyal medya platformlarının dezenformasyonu tespit ve engelleme mekanizmalarını etkin bir şekilde çalıştırması gerekmektedir. Bununla birlikte hükümetler ve sivil toplum kuruluşları arasında iş birliği yapılarak, toplumsal diyaloğun geliştirilmesi ve ayrımcılığın önlenmesi hedeflenmelidir. Çünkü yaşanan bu sorunlar doğru bilgi ve dayanışma odaklı bir yaklaşımla çözülebilir. Dezenformasyonun etkilerini azaltmak ve toplumsal uyumu desteklemek için medya, eğitim ve hukuki düzenlemeler bağlamında etkili politikaların hayata geçirilmesi önemlidir.

https://perspektif.eu/2023/05/19/sosyal-medyada-siginmacilara-yonelik-siddet-kiskirtiliyor/

[311] Tanrıkulu, F. (2018). Suriye Krizi Sonrası Türkiye'deki Sığınmacıların ve Göçmenlerin Eğitimi: Geçmiş, Bugün ve Gelecek Perspektifleri. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *11*(3), 2585-2604.

[312] Özipek, B. B. (2020). "Dezenformasyon ve Sığınmacılar: Medyanın Rolü", *Toplum ve Medya Dergisi*, 14(2), 45-67.



Resim 15. *"İki Uygur Türkü, sınır dışı edilerek Çin'e gönderilecek" iddiası.*[313]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından yayınlanan paylaşımda Uygur Türklerinin Çin'e gönderildiği yönündeki iddiaların gerçek dışı olduğu belirtilerek kamuoyu doğru bilgilendirilmiştir.

[313] https://x.com/dmmiletisim/status/1900775969142579250

Resim 16. *"Güvenli bölgenin dışındaki bir noktada Hamas üyeleri hedef alınarak vuruldu" iddiası.*[314]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı DMM tarafından yayınlanan açıklamada İsrail'in Refah'ta gerçekleştirdiği saldırıya ilişkin iddialar doğrulanarak kamuoyu ile paylaşılmıştır. Açıklama yer alan İsrail'in 26 Mayıs'ta bombaladığı bölge, iddia edildiği gibi bir Hamas karargâhı değil, İsrail saldırılarından kaçan sivillerin Refah'ta yerleştirildiği "güvenli bölge" olduğu vurgulanmıştır.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı DMM tarafından yayınlanan açıklamada İsrail'in, "Güvenli bölgenin dışındaki bir noktada Hamas üyeleri hedef alınarak vuruldu" iddiası yalanlanmıştır. Uluslararası kuruluşlar, saldırıda çok sayıda sivilin hedef alındığını doğrulamıştır. İsrail'in saldırı düzenlediği noktanın sivillerin yönlendirildiği bölge olduğu kamuoyuna açıklanmıştır.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Dezenformasyonla Mücadele Merkezi İsrail'in Refah'ta gerçekleştirdiği saldırılara ilişkin iddiaları doğrulayarak kamuoyunu gerçekler hakkında bilgilendirmiştir.

[314] https://x.com/dmmiletisim/status/1795442302451585523

Resim 17. *"Denizli'nin Merkezefendi ilçesinde devam eden orman yangınını gösterdiği" iddiası.*[315]

Resim 17’ de Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, DMM tarafından yapılan açıklamada Denizli'nin Merkezefendi ilçesinde devam eden orman yangınına gün boyunca 6 helikopter, 25 arazöz, 8 iş makinesi ve toplam 715 personel ile müdahale edildiği paylaşılmıştır. Sosyal medyada Merkezefendi yangını olarak paylaşılan görüntü ve görsellerin 2021 yılında Denizli'nin Tavas ilçesinde çıkan yangına ait olduğu kamuoyuna açıklanmıştır.

[315] https://x.com/dmmiletisim/status/1850283598651306257

Resim 18. *"İngiltere, sığınmacı akışına karşı Türkiye ve IKBY ile görüşüyor" iddiası.*[316]

Resim 18' de Türkiye ile İngiltere arasında anlaşma yapılıyor haberi. "İngiltere, sığınmacı akışına karşı Türkiye ve IKBY ile görüşüyor" iddiası Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından yalanlanmıştır.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından yapılan açıklamada Türkiye ile İngiltere arasında sığınmacılar konusunda herhangi bir görüşme ya da anlaşmanın yapılmadığı açıklanmıştır. Kamuoyuna resmi kaynaklar dışında yapılan açıklamalara itibar edilmemesi gerektiği vurgulanmıştır.

316 https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/ingiltere-siginmaci-akisina-karsi-turkiye-ve-ikby-ile-gorusuyor-iddiasina-iliskin-aciklama#:~:text=Baz%C4%B1%20bas%C4%B1n%20yay%C4%B1n%20organlar%C4%B1nda%20yer,anla%C5%9Fma%20yap%C4%B1lmas%C4%B1%20s%C3%B6z%20konusu%20de%C4%9Fildir.

Resim 19. *"Almanya ile Türkiye anlaşmaya vardı. Her hafta Almanya'da yasal ikamet hakkı bulunmayan 500 Türk özel uçak seferleriyle Türkiye'ye gönderilecek" iddiası.*[317]

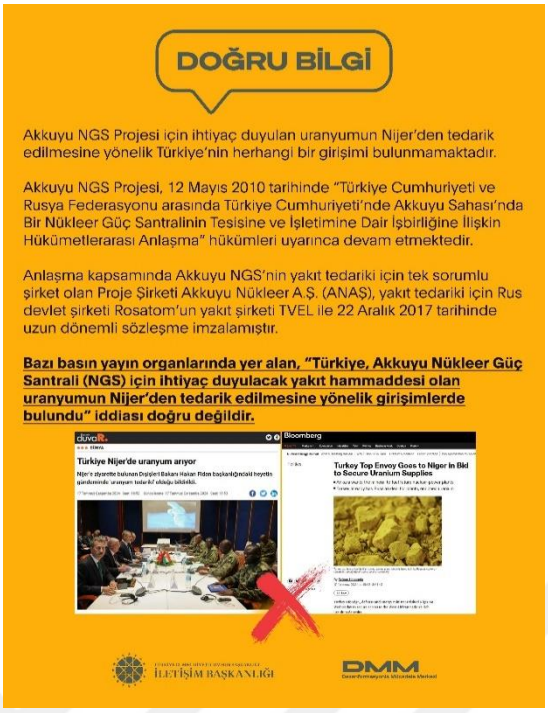
Resim 19' da Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından yapılan açıklamada Cumhurbaşkanı Erdoğan ile Almanya Şansölyesi Scholz arasında 23 Eylül günü New York'ta yapılan görüşmede, haberlerde iddia edildiği gibi sığınmacılar konusunda herhangi bir konunun gündeme gelmediği açıklanmıştır. Bununla birlikte Dezenformasyonla Mücadele Merkezi Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarının toplu olarak sınır dışı edilmesine ilişkin hiçbir uygulamaya onay verilmediği de kamuoyu ile paylaşmıştır.

[317] https://x.com/dmmiletisim/status/1839750989361852729

Resim 20. *"İstanbul'da 1 kişi maymun çiçeği şüphesiyle karantinaya alındı" iddiası.*[318]

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından yapılan açıklamada İstanbul'da maymun çiçeği (mpox) hastalığı şüphesiyle karantinaya alınan hastanın bulunmadığını kamuoyuna açıklamıştır. Hastanın maymun çiçeği testinin negatif çıktığı dolayısıyla, bu kişinin izole edildiği yönündeki bilgilerin gerçeği yansıtmadığı açıklanmıştır.

318 https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/ankarada-4-kisi-maymun-cicegi-suphesiyle-karantinaya-alindi-iddiasina-iliskin-aciklama



Resim 21. *"Türkiye, Akkuyu Nükleer Güç Santrali (NGS) için ihtiyaç duyulacak yakıt hammaddesi olan uranyumun Nijer'den tedarik edilmesine yönelik girişimlerde bulundu" iddiası.*[319]

Resim 21' de Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından yapılan açıklamada Akkuyu Nükleer Güç Santrali (NGS) Projesi ile ilgili ihtiyaç duyulan uranyumun Nijer'den tedarik edilmesine yönelik Türkiye'nin herhangi bir girişimi bulunmadığı açıklanmıştır. Ayrıca Akkuyu Nükleer Güç Santralinin yakıt tedariki için tek sorumlu şirketin Proje Şirketi olan Akkuyu Nükleer A.Ş. (ANAŞ) olduğu ve tedarik için 22 Aralık 2017 tarihinde Rus devlet şirketi Rosatom'un yakıt şirketi TVEL ile uzun dönemli sözleşme imzalandığı kamuoyuna açıklanmıştır.

[319] https://x.com/dmmiletisim/status/1813895911732335012

Resim 22. *"PKK orta menzilli füze ile TSK birliğini vurdu 47 Türk askeri hayatını kaybetti 8 kişi de yaralandı" iddiası.*[320]

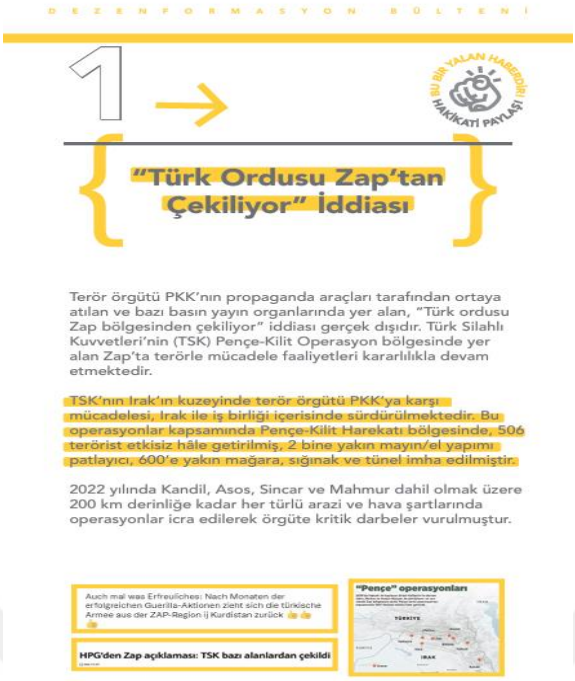
Resim 22' de Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından yapılan açıklamada 2019'da Türk Silahlı Kuvvetleri tarafından icra edilen Pençe Harekâtı kapsamında, Irak'ın kuzeyindeki Hakurk bölgesinde terör örgütü PKK tarafından kullanılan mağara/sığınakların imhasının olduğu açıklanmıştır. Dezenformasyonla Mücadele Merkezi ilgili görüntüler sebebiyle terör örgütlerinin manipülasyonlarına itibar edilmemesi gerektiğini vurgulamıştır. PKK'nın TSK birliğini vurduğu ve 47 Türk askerinin hayatını kaybettiği 8 kişinin de yaralandığı iddiasını yalanlamıştır.

[320] PKK'nın orta menzilli füze ile TSK birliğini vurduğu dezenformasyonu ile ilgili açıklama. https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/pkknin-orta-menzilli-fuze-ile-tsk-birligini-vurdugu-dezenformasyonu-ile-ilgili-aciklama#:~:text=%C4%B0leti%C5%9Fim%20Ba%C5%9Fkanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1-,PKK'n%C4%B1n%20orta%20menzilli%20f%C3%BCze%20ile%20TSK%20birli%C4%9Fini%20vurdu%C4%9Fu%20dezenformasyonu,de%20yaraland%C4%B1%22%20iddias%C4%B1%20do%C4%9Fru%20de%C4%9Fildir.

Resim 23. *"İran Cumhurbaşkanı Reisi'nin düşen helikopterinin enkazına ait olduğu" iddiası.*[321]

Resim 23' de Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından yapılan açıklamada paylaşılan fotoğrafların 2024 yılının Ocak ayında Teksas Kamu Güvenliği Departmanı'na ait bir helikopterin karıştığı kazanın ardından kaydedildiği açıklanmıştır. Dezenformasyonla Mücadele Merkezi bu fotoğrafların İran Cumhurbaşkanı İbrahim Reisi'nin hayatını kaybettiği helikopter kazasıyla herhangi bir ilgisi bulunmadığını kamuoyuna açıklamıştır.

[321] https://dbs.iletisim.gov.tr/hakikat/976



Resim 24. *"Türk Ordusu Zap'tan Çekiliyor" iddiası.*[322]

Resim 24' de Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından yapılan açıklamada terör örgütü PKK'nın propaganda araçları tarafından ortaya atılan ve bazı basın yayın organlarında yer alan, "Türk ordusu Zap bölgesinden çekiliyor" iddiasının gerçek olmadığını kamuoyuna açıklamıştır. Dezenformasyonla Mücadele Merkezi Türk Silahlı Kuvvetleri'nin (TSK) Pençe-Kilit Operasyon bölgesinde yer alan Zap'ta terörle mücadele faaliyetleri kararlılıkla devam ettiği açıklanmıştır.

Türkiye hakkında dış dünyaya bilgilendirme yapan resmî kurumlar ve farklı kanallar mevcuttur. Dış dünya ile iletişim kanallarının sürekli olarak açık tutulması gerekmektedir. Yabancı ülkeler Türkiye hakkında herhangi bir konuda bilgi sahibi olmak istediği zaman bu bilgi boşluğunu başka haber kaynağına ihtiyaç duymadan geliştirilen sistem sayesinde elde etmelidir. Bu sebeple kamu kurumları kendi görev

[322] https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/26_aralik-1ocak.pdf

ve faaliyet alanları çerçevesinde dış tanıtım faaliyeti yürütmektedir. Bu bölümde bahse konu tanıtım faaliyetini yürüten kurum ve kuruluşlar ele alınacaktır.

Oxford Reuters Enstitüsü'nün (2019) 37 farklı ülkede yaptığı bir araştırma, Türkiye'nin yalan haber paylaşımında %48'lik bir oranla birinci sırada yer aldığını ortaya koymaktadır.[323] Sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, dünya çapında dezenformasyonun etkisi ve görünürlüğü artmış ve bu yöndeki mücadeleler, Türkiye de dahil olmak üzere birçok ülkede çeşitli kanallar aracılığıyla sürdürülmektedir. Yasal düzenlemeler ve doğrulama platformlarının faaliyetleri, bu mücadelenin önemli unsurlarını oluşturmaktadır. Türkiye'deki doğruluk kontrol platformları arasında "YalanSavar.org", "Malumatfurus.org", "EvrimAgaci.org", "DogrulukPayi.com", "Teyit.org", "gununyalanları.com", "FactCheck.TR" ve "Dogrula.org" gibi örnekler bulunmaktadır.[324]

"Pandemi Sürecinde Yanlış Bilgi Sorunu: Yanlış Bilgi, Haber Tüketimi ve Teyit Etme Davranışı" başlıklı raporda, 1025 internet kullanıcısının katılımıyla gerçekleştirilen bir araştırma, katılımcıların yalnızca %33,5'inin doğrulama platformu olan Teyit.org'un adını duyduğunu göstermektedir.[325]

Kamu kurumu olarak İletişim Başkanlığı'nın öncülüğünde kurulan "Dezenformasyonla Mücadele Merkezi", dezenformasyona karşı bir çözüm önerisi olarak ortaya çıkmıştır. Ancak, devletin kurduğu bir doğrulama platformunun ne şekilde çalıştığı ve bilginin doğruluğunun nasıl belirleneceği sorusu, toplumun bazı kesimlerinde tartışmalıdır. ABD merkezli Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (The International Fact-Checking Network) Direktörü Baybars Örsek, doğrulama platformlarının siyasi aktörlerden bağımsız olarak editoryal çalışmalarını sürdürmesi gerektiğini vurgulamaktadır.[326]

---

[323] Şahin, Z. B. (2023). Dezenformasyonla Mücadelede İfade Özgürlüğü: İçeriğin Korunması ve 29. Madde. *Yeni Medya*, (15), 282-299

[324] Ünver, H. A. (2020, Şubat). Türkiye'de Doğruluk Kontrolü ve Doğrulama Kuruluşları. *Siber Politikalar ve Dijital Demokrasi*, s.5, https://edam. org.tr/wp-content/uploads/2020/06/TürkiyedeDoğruluk-Kontrolü-ve-Doğrulama-KuruluşlarıAkın-Ünver.pdf.

[325] Yılmaz, M. C. (2020). *Pandemi Sürecinde Yanlış Bilgi Sorunu: Yanlış Bilgi, Haber Tüketimi ve Teyit Etme Davranışları*. https://teyit.org/turkiyedebilgi-ekosistemi-pandemi-surecinden-nasiletkilendi

[326] Baybars Örsek: Gerçek fact-checking kurumlarının sahte olanlardan ayrışmasını sağlamaktan da sorumluyuz. https://www.newslabturkey.org/2019/02/14/baybars-orsek-gercek-fact-checking-kurumlarinin-sahte-olanlardan-ayrismasini-saglamaktan-da-sorumluyuz/

Başka bir deyişle, doğrulama platformlarının amacına ulaşabilmesi ve güven ortamı oluşturabilmesi, tarafsızlık, şeffaflık ve bağımsızlık gibi unsurlara bağlıdır.[327] Türkiye'de, sosyal medyada dezenformasyonun önemli bir sorun olduğunu gösteren ve özellikle doğruluk platformlarının etkinliğini inceleyen çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Ünal ve Taylan'ın sağlık iletişimi üzerine yaptıkları araştırmalar, internet siteleri, sosyal medya platformları ve WhatsApp grupları aracılığıyla dolaşıma giren iddiaların büyük çoğunluğunun doğru olmadığını ortaya koymaktadır. Bu araştırmalar, sosyal medyanın sağlıkla ilgili bilgi ve iddiaların yayılması açısından özellikle kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Sağlıkla ilgili yanlış bilgilerin hızla yayılması ve insanların yanlış tedavi veya önlemler almasına neden olabileceği endişesi bu konuyu daha da önemli hale getirmektedir. Doğruluk platformlarının etkinliğine gelince, araştırmalar bu tür platformların doğru bilgiye erişimi artırdığını ve yanlış bilgilendirme ile mücadelede etkili olduğunu göstermektedir. Ancak, bazı zorluklar da bulunmaktadır. Örneğin, sosyal medya platformlarındaki bilgi kirliliği çok hızlı bir şekilde yayıldığı için doğruluk platformlarının bu bilgilerle başa çıkması zaman alabilmektedir. Bu tür araştırmalar, Türkiye'de dezenformasyonla mücadelede karar vericilere ve ilgili taraflara rehberlik etmek için önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Bu, kamu politikalarının ve bilinçlendirme çalışmalarının daha etkili bir şekilde şekillendirilmesine yardımcı olabilecektir.[328]

Ayhan ve Erkan'ın "Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org" başlıklı araştırması, doğrulama platformlarının siyasal iletişimdeki dezenformasyonla mücadelede önemli bir araç olduğunu vurgulamaktadır. Özellikle Teyit.org gibi doğrulama platformlarının, bilgi kirliliği içindeki doğru bilgileri tespit etme ve yanlışları düzelterek kalıcı zararların önlenmesinde kritik bir rol oynadığı sonucuna varılmıştır. Bu araştırma, sosyal medyanın siyasi iletişim alanında doğruluk ve güvenilirlik sorunlarına neden olduğunu göstermektedir. Siyasi aktörlerin ve toplumun çeşitli kesimlerinin çıkarları doğrultusunda yaydığı yanıltıcı bilgiler, halkın yanlış yönlendirilmesine ve demokratik

[327] Özdemir, Özge (2021, Temmuz 25). Doğru mu: Cumhurbaşkanlığı doğrulama platformu kuruyor, uzmanlar ne düşünüyor? *BBC News Türkiye*. https://www.bbc.com/turkce/haberlerturkiye-56188115.
[328] Ünal, R., Taylan, A. (2017). Sağlık İletişiminde Yalan Haber-Yanlış Enformasyon Sorunu ve Doğrulama Platformları. *Atatürk İletişim Dergisi*, 81-100. Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniiletisim/issue/34005/360148.

süreçlerin sağlıklı işlemesini engelleyebilmektedir. Doğrulama platformlarının bu tür bilgileri tespit ederek düzeltmesi, kamuoyunun doğru bilgiye erişimini artırabilir ve demokratik katılımı güçlendirebilir. Ayrıca, Teyit.org gibi doğrulama platformlarının etkinliği, toplumda bilinçli bir bilgi tüketimi kültürünün oluşturulmasına da katkı sağlayabilir. Bu platformlar, kullanıcılarına bilgiyi sorgulama ve kaynakları kontrol etme konusunda teşvik ederek medya okuryazarlığının geliştirilmesine yardımcı olabilir.

Ayhan ve Erkan'ın araştırması, doğrulama platformlarının siyasal iletişimde dezenformasyonla mücadelede önemli bir rol oynadığını ve toplumun bilgiye erişimini artırarak demokratik süreçlere katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Bu tür platformların desteklenmesi ve yaygınlaştırılması, bilgiye dayalı bir kamuoyu oluşturulması açısından önemli bir adım olabilir.[329]

Kobak ve Soğukdere'nin Türkiye'deki orman yangınlarıyla ilgili sosyal medyada dolaşıma sokulan ve Teyit.org tarafından yalanlanan 25 haberi inceledikleri çalışmalarında, sosyal medyanın yalan haberlerin yayılmasında etkili bir platform olduğu vurgulanmıştır. Araştırmada, özellikle orman yangınları gibi acil durumlar ve hassas konuların sosyal medyada hızla yayıldığı ve bu süreçte gerçeklik kontrolünün önemli bir zorluk olduğu belirtilmiştir. Sosyal medyanın, bilgi kirliliğine ve manipülasyona açık bir ortam sağladığına dikkat çekilmiştir. Yangın ve afet gibi olaylar sırasında, insanlar hızla bilgiye ulaşmak istedikleri için sosyal medya platformlarına yönelmekte ve bu platformlarda doğruluğu belirsiz bilgilerin kolayca yayılmasına olanak tanımaktadır. Bu durum, toplumda panik ve yanlış yönlendirilme gibi sonuçlara yol açabilmektedir. Teyit.org gibi doğrulama platformlarının önemi de bu noktada ortaya çıkmaktadır. Bu tür platformlar, sosyal medyada dolaşıma giren bilgileri doğrulamak ve yanlışları düzeltmek için önemli bir kaynak olarak hizmet vermektedirler. Ancak, araştırmada belirtildiği gibi, yalan haberlerin sosyal medyada yayılması ve etkisiyle başa çıkmak için daha fazla çaba gerekmektedir.

[329] Erkan, G., Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.org. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Özel Sayısı, 202-223. DOI: 10.31123/akil.458933

Kobak ve Soğukdere'nin çalışması, sosyal medyanın orman yangınları gibi acil durumlarla ilgili haberlerin yayılmasında önemli bir rol oynadığını ve doğrulama platformlarının bu tür durumlarda bilgi kirliliğini azaltmada önemli bir araç olduğunu göstermektedir. Bu tür çalışmalar, kamuoyunu bilinçlendirme ve sosyal medya platformlarının daha sağlıklı bir iletişim ortamı sağlaması için önemli bir katkı sağlayabilir. Sosyal medyanın dezenformasyonun üretiminde ve yayılmasında rolü ve gücü, bu araştırmaların ışığında tartışmasız bir şekilde ortaya çıkmıştır. Bağımsız, şeffaf ve tarafsız doğruluk platformlarının dezenformasyonla mücadelede önemli bir rol oynadığına inanılmaktadır. Ancak bu platformların etkinliği, kullanıcıların medya okuryazarlığı düzeyiyle doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle, halkın dezenformasyon konusunda bilgilendirilmesi ve doğruluk platformlarının kullanımının teşvik edilmesi son derece önemlidir.[330]

2009 yılından itibaren Türkiye'de çeşitli doğrulama platformları kurulmuş ve bu platformlar sahte haberlerle mücadeleye yönelik kapsamlı çalışmalar yürütmüştür. Sosyal ağların olumsuz etkilerine karşı toplumsal farkındalık geliştirme amacı doğrultusunda, haber doğrulama platformlarının sayısının, popülerliğinin ve etki alanının artışı dikkat çekmektedir. Bu süreçte, bireylerin sosyal medyanın yararlarının yanı sıra olası zararları konusunda bilinçlenmeleri açısından dijital okuryazarlık becerisi kritik bir yetkinlik olarak öne çıkmaktadır. Bu beceri, kullanıcıların sosyal medya içeriklerini daha analitik bir şekilde değerlendirmelerine ve yanlış bilgilerin yayılımını engellemelerine olanak tanımaktadır.

[330] Kobak, K., Soğukdere, Ş. (2021). Sosyal Medyadaki Dezenformasyon: 2021 Türkiye Orman Yangınları Örneği. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 4 (2), s.167-189. DOI: 10.33464/mediaj.990600.

SONUÇ

2017 yılında yapılan Anayasa değişikliği ve 2018'de Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin hayata geçmesiyle kurulan Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye Cumhuriyeti devletinin kamu diplomasisi çalışmalarının organizasyonu ve iş birliği çalışmalarından sorumlu olarak belirlenmiştir.[331] İletişim Başkanlığı, ülkenin ulusal ve uluslararası alandaki marka imajını güçlendirmek amacıyla çok boyutlu stratejik iletişim politikaları uygulamaktadır.

Başkanlık, sosyal medya platformlarını (Instagram, Facebook, X, YouTube) aktif bir şekilde kullanarak hem yurt içi hem de yurt dışındaki hedef kitlelere ulaşmaktadır. Kamu diplomasisi faaliyetlerinde tutarlılık ve süreklilik, bu çalışmaların başarısında kritik bir rol oynamaktadır.

Ayrıca İletişim Başkanlığı, TRT ve Anadolu Ajansı gibi kurumlarla ortak çalışmalar yürüterek, ulusal ve uluslararası kamuoyunda Türkiye'nin sesini duyurmaya yönelik entegre bir strateji benimsemiştir. Bu strateji, ülkenin uluslararası alandaki algısını geliştirmek için kamu ve özel sektör iş birliklerini de kapsamaktadır.

Son yıllarda dezenformasyonun etkisinin hızla artması, bu yeni ekosistemin bütüncül bir bakış açısıyla anlaşılmasını zorunlu hale getirmiştir. Dezenformasyona karşı etkili korunma stratejileri, disiplinler arası bir yaklaşımla hem sistemik hem de ulusal boyutların derinlemesine analiz edilmesiyle mümkündür. Bu bağlamda, dezenformasyonun etkisini yalnızca dezenformasyonu üreten ülke veya aktörün hedef ülkeye verdiği zarar üzerinden ölçmek yetersiz kalmaktadır.

Dolayısıyla, dezenformasyonla küresel mücadele, iş birliği ve ortak bilinç gerektirmektedir. Avrupa devletleri ve uluslararası örgütlerin dezenformasyona karşı önerdiği veya aldığı önlemlerin genellikle koruma ve direnç üzerine odaklandığı gözlemlenmektedir. Ancak bu aktörlerin, tehditlerin altında yatan yapısal nedenlerle nasıl başa çıkılacağı konusunda yeterince odaklanmadığı da belirtilmektedir.

[331] 24 Temmuz 2018 Tarih ve 30488 Sayılı Resmî Gazete. https://resmigazete.gov.tr/fihrist?tarih=2018-07-24

Dezenformasyonla mücadelede hiçbir devletin bu sorunu kabul etmediği sürece bilginin uluslararası manipülasyonu üzerine anlamlı bir söylem geliştirmek imkânsız hale gelmektedir.[332]

Teknolojik çözümler, dezenformasyonla mücadelede önemli bir rol oynasa da tek başına yeterli değildir. Teknolojinin cevaplardan biri olduğu kabul edilmekle birlikte, asıl çözüm toplumsal ve politik yapılar üzerinde odaklanmayı gerektirmektedir.[333]

Dezenformasyonun politik bir sorun oluşturduğu göz önüne alındığında, devletlerin bu problemle mücadeledeki en etkili yolunun toplumlardaki derin gerilim ve bölünmeleri ortadan kaldırmaya yönelik adımlar atmak olduğu açıktır. Bu bağlamda, eğitim yoluyla toplumun bilinçlendirilmesi, uzun vadeli ancak en etkili çözüm olarak değerlendirilmektedir.[334]

Bu sebeple dezenformasyonla mücadelenin bireysel, ulusal, bölgesel ve küresel seviyelerde bütünleşmiş yaklaşımlar kullanılarak yürütülmesi gerekmektedir. Bu çok katmanlı mücadele, toplumların dezenformasyona karşı dirençli hale getirilmesini ve uzun vadeli çözüm stratejilerinin uygulanmasını şart koşmaktadır.[335]

İletişim Başkanlığının yapmış olduğu çalışmalar ve literatürde yer alan bilgiler karşılaştırıldığında dezenformasyonla mücadelede alınması gereken strateji ve yöntemleri farklı başlıklar altında listelemek mümkündür:

- *Sosyal Ağ Platformlarının Sorumluluğu:* Sosyal medya platformları, kullanıcıların yanıltıcı içerikleri paylaşmasını önlemek için daha etkin önlemler almaya yönlendirilmelidir. Bu platformlar, içerik denetimi, kullanıcıları bilgilendirme ve yanıltıcı içerikleri sınırlama gibi çeşitli önlemlerle dezenformasyonla mücadele edebilirler.

[332] Bennett, W., & Livingston, S. (2020). *The disinformation age*. Cambridge University Press.Sf.33-34.
[333] Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.Sf.52.
[334] Parlar Dal, E., Erdoğan, E., Çaytaş, Ş., Sezgin, A., & Karahasan, S. (2021). Küresel Siyasette Yeni Dezenformasyon Ekosistemini Anlamak.Sf.20.
[335] Van Dijck, J. (2018). The platform society: Public values in a connective world.Sf.96.

- *Medya Okuryazarlığı ve Özdenetim:* Kullanıcıların medya okuryazarlığını artırmak için eğitim ve bilgilendirme çalışmaları büyük önem taşımaktadır. Bireyler, bilgi kaynaklarını doğrulama, kaynakları değerlendirme ve yanıltıcı içerikleri tanıma konusunda daha bilinçli olmalıdırlar. Ayrıca, medya kuruluşlarının da doğruluk ve şeffaflık ilkelerine daha sıkı bir şekilde uyması gerekmektedir.

- *Uluslararası Düzenlemeler:* Dezenformasyonla mücadelede uluslararası iş birliği ve standartlar büyük önem taşımaktadır. Uluslararası toplum, dezenformasyonla mücadelede ortak bir yaklaşım benimsemeli ve uluslararası düzeyde standartlar ve protokoller çeşitlenerek geliştirmelidir.

- *Doğrulama Platformları:* Yanlış bilgileri ve yanıltıcı içerikleri doğrulama ve düzeltme amacıyla doğrulama platformları ve fact-checking kuruluşları önemli bir rol oynamaktadır. Bu platformlar geliştirilip yaygınlaştırılmalıdır. Bireylerin maruz kaldığı yanıltıcı bilgilerin hızlıca tespit edilerek düzeltilmesi kullanıcılara daha güvenli ortam sağlayacaktır.

- *Hükümet/Meclis Düzenlemeleri:* Devletler, dezenformasyonla mücadelede yasal düzenlemeler ve politikaları benimseyerek etkili bir rol oynayabilirler. Ancak, bu düzenlemelerin ifade özgürlüğünü kısıtlamadan ve sansürü teşvik etmeden uygulanması önem arz etmektedir.

Dezenformasyonun, toplumsal koşullardan ve güç dinamiklerinden beslendiği gerçeğini göz önünde bulundurarak, bu çözüm yöntemlerinin bir araya getirerek karmaşık bir ağ oluşturması gerekmektedir. Ancak, bu çözüm yöntemlerinin etkili olabilmesi için sürekli olarak güncellenmeleri ve geliştirilmeleri gerekmektedir. Dezenformasyonla mücadelede yeterli sonuçları elde etmek için, nedenlerine ve kökenlerine odaklanmadan çözüm yöntemlerinin tek başına yetersiz kalacağı açıktır. Ayrıca, çözüm yöntemlerinin bütünsel ve uyumlu bir şekilde uygulanması, toplumsal zeminde dezenformasyonun yayılmasına olanak tanıyan koşulların giderilmesi açısından kritik önem taşımaktadır. Özellikle toplumsal mutabakat ve iş birliği eksikliğinde, içeriğe yönelik yapılan yasal düzenlemelerin etkisi sınırlı kalabilmekte ve ifade özgürlüğüne ve demokrasiye zarar verebilmektedir. Bu nedenle, toplumsal

koşulların iyileştirilmesi için tüm paydaşların katılımıyla kapsamlı bir yaklaşım benimsemek gerekmektedir.

Dezenformasyonla mücadelede hukuki düzenlemelerin önemi yadsınamaz olmakla birlikte, bu düzenlemelerin ifade özgürlüğüyle uyum içinde tasarlanması büyük önem taşımaktadır. Sadece yasaklayıcı ve cezalandırıcı tedbirler üzerinden inşa edilen bir strateji hem demokratik normlara aykırı düşmekte hem de ifade özgürlüğü üzerinde baskı oluşturmaktadır. Türkiye'nin mevcut uygulamaları daha çok yasal düzenlemelere dayanırken, medya okuryazarlığını artırmaya ve özdenetimi güçlendirmeye yönelik politikaların ikincil planda kaldığı gözlemlenmektedir. Oysa dezenformasyonla etkin mücadele, bütüncül ve çok boyutlu yaklaşımları gerektirmektedir.

Türkiye dezenformasyonla mücadelede birçok projeyi hayata geçirmiştir. İletişim Başkanlığı bünyesinde kurulan Dezenformasyonla Mücadele Servisi ve izlediği kamu diplomasinin yanında halen atılacak birçok adım bulunmaktadır. Bu doğrultuda atılacak adımları şu şekilde listelemek mümkündür:

- Uluslararası alandaki çabalar ve düzenlemeler, dezenformasyonla etkin bir şekilde mücadele etmek için yakından izlenmelidir. Bu, en iyi uygulamaların paylaşılmasını ve etkili stratejilerin benimsenmesini sağlayabilecektir.
- İfade özgürlüğüne getirilen kısıtlamalar, demokratik bir ortamda gerekli olduğunda ve orantılı bir şekilde uygulandığında dar anlamda yorumlanmamalıdır. Bu yaklaşım, ifade özgürlüğünü korurken dezenformasyonla mücadeleyi destekleyecektir.
- Kanunlar, belirsiz ifadelerden kaçınılarak dezenformasyonu net bir şekilde tanımlamalıdır. Bu, yasal düzenlemelerin etkin bir şekilde uygulanmasını sağlamaktadır.
- Nefret söylemi ile dezenformasyon arasında net bir ayrım yapılmalıdır. Bu, ifade özgürlüğünü korurken nefret söylemiyle etkili bir şekilde mücadele etmeyi sağlayacaktır.
- Üslup, içeriğin yanı sıra korunan bir ifade biçimidir. Bu, siyasi eleştirilerin, hicivlerin ve parodilerin dezenformasyon kapsamı dışında bırakılmasını

sağlamaktadır. Ancak, mizahın da ifade özgürlüğünün meşru sınırlarına tabi olduğu unutulmamalıdır.

- Yalan, yanıltıcı veya yanlış bilginin cezalandırılması tek başına yeterli olmayabilir. Bunun yerine, doğru, tarafsız ve güvenilir haber kaynaklarının artırılması dezenformasyonun etkisiz hale gelmesine yardımcı olabilir. Bu nedenle, etik ve güvenilir bir medyanın varlığı önemlidir.
- Dezenformasyonla mücadelede eğitim en önemli unsurdur. Medya okuryazarlığı ve dijital okuryazarlık eğitimleri müfredatlara her yaş düzeyinde eklenmeli, bu eğitimlere erişim sağlanmalı ve güncellenmelidir.
- Bağımsız, şeffaf ve tarafsız doğruluk platformları dezenformasyonla mücadelede önemli yer tutmaktadır. Bu platformların geliştirilmesi, haberlerin doğruluğunun resmi makamlarca taraflara iletmesi kontrol mekanizmalarının mücadelede kamuoyunu hızlıca bilgilendirmesine katkı sağlayacaktır.
- Medya okuryazarlığına ve kullanıcıların öz denetimine odaklanılmalıdır. Kullanıcıların dezenformasyon ve nefret söylemi konusunda eğitilmesini sağlayacak platformların kurulması teşvik edilmelidir. Medya okuryazarlığı bireylerin güçlü bir şekilde bilgi kirliliği ve dezenformasyonla mücadele etmelerine yardımcı olmaktadır. Bu beceriler, insanların daha bilinçli, eleştirel ve etkili bir şekilde medya içeriği tüketmelerini sağlayarak demokratik bir toplumun sağlıklı işleyişine katkıda bulunacaktır.

Bu önlemlerin bir araya gelmesi, dezenformasyonla mücadelede daha etkili bir strateji oluşturulmasına yardımcı olabilir ve toplumun bilgiye erişiminde güvenilirliği artırabilir. Ancak, doğruluk platformlarının etkinliği ve kullanımı, kullanıcıların medya okuryazarlığı seviyeleriyle yakından ilişkilidir. Bu nedenle, halkın dezenformasyon konusunda bilgilendirilmesi ve doğrulama platformlarının teşvik edilmesi son derece önemlidir. Dezenformasyon genellikle belirsiz ve güvenilmez ortamlardan beslendiği için, yapılan düzenlemelerin koordineli bir şekilde uygulanması ve güvenilir bilgi kaynaklarının artırılması, bu belirsizliğin ve güvensizliğin artmasını engellemek açısından kritik öneme sahiptir. İçeriğe yönelik cezai yaptırımlar ise son çare olarak ve en dikkatli şekilde uygulanmalıdır.

DMM'nin kamu verilerine doğrudan erişim kapasitesi, özellikle kriz dönemlerinde merkezi yönetim açısından operasyonel bir avantaj sunmaktadır. Ancak bu avantajın, bağımsız kaynaklar aracılığıyla desteklenen sistematik bir doğrulama yöntemiyle tamamlanması, merkezin işlevselliğini ve kamu nezdindeki güvenilirliğini artıracaktır. Nitekim bu yaklaşım, bağımsız doğruluk platformlarında sıkça rastlanan başarılı uygulamalar arasında yer almakta ve DMM tarafından da kurumsal bir ilke olarak benimsenmesi hem mevcut takipçileri hem de potansiyel kullanıcıları nezdinde güven inşasına katkı sağlayacaktır.[336]

DMM'nin yalnızca kamu kurumlarını hedef alan içerikleri ele alması ve doğrulama süreçlerinde dezenformasyon içeriğini üreten kullanıcı hesaplarının kimliklerini açıklamaması, kamuoyunda şeffaflık konusunda çeşitli soru işaretlerine yol açmaktadır. Kriz dönemleri dahil olmak üzere, yalnızca kamu verilerine dayalı bir doğrulama pratiği yürütmek, içerik üreticilerini afişe etmemek ve muhalefeti hedef alan yanlış bilgilere müdahale etmediği konusunda çeşitli eleştirileri beraberinde getirmektedir. Bu durum DMM'nin tarafsızlığının ve hesap verebilirliğinin sorgulanmasına neden olmaktadır.[337]

Kuşkusuz, DMM'nin kamu kurumu statüsünde olması, onu yapısal olarak bağımsız doğrulama platformlarıyla eşdeğer bir çerçevede değerlendirmeyi güçleştirmektedir. Ancak bu durum, kamuya doğru bilgi sunma sorumluluğunu ortadan kaldırmamaktadır. İletişim Başkanlığı'nın çalışma pratiklerinde gerçekleştireceği birtakım yapısal ve yöntemsel revizyonlar ile DMM, kamu ile hükümet arasında doğru ve güvenilir bilginin teminatı olma yolunda önemli mesafeler kat edebilecektir.

İnternet çağında bilgiye erişim kolaylaşırken, aynı zamanda bilgi kirliliği ve dezenformasyon da yaygınlaşmaktadır. Özellikle daha önce doğrulanmış haberlerin, yeniden ana bağlamından koparılmış şekilde veya manipülatif amaçlarla dolaşıma sokulması, toplumsal algı üzerinde ciddi tehditler oluşturmaktadır. Bu durum, sadece

[336] Sungar, A. İ. (2024). *Devlet kurumlarının kriz dönemlerinde dezenformasyonla mücadele örneği: Cumhurbaşkanlığı iletişim başkanlığı'nın deprem bültenleri analizi* (Master's thesis, Marmara Universitesi (Turkey)).
[337] A.g.m.

yanlış bilgilendirme değil; aynı zamanda propaganda amacı güdülerek kamuoyunun yönlendirilmesi çabasının bir parçası haline gelebilmektedir.[338]

Doğrulaması yapılmış bir haberin bağlamı korunmadan tekrar dolaşıma sokulması, kamuoyunun gerçek zamanlı gelişmeleri sağlıklı değerlendirmesini engellerken, geçmiş olayların güncel bir sorun gibi sunulmasına da yol açabilmektedir. Bu strateji, özellikle siyasi propaganda araçlarının dijital ortamda yeniden şekillenmesinde etkili bir yöntem olarak kullanılmaktadır.

Örneğin, bir siyasi figürün yıllar önce yaptığı bir açıklamanın, mevcut siyasi iklimde bağlamından koparılarak yeniden gündeme getirilmesi, kamuoyunu manipüle etme amacı taşıyabilmektedir. Bu tür uygulamalar, sadece bireyleri yanıltmakla kalmaz; aynı zamanda toplumsal kutuplaşmayı derinleştirerek demokratik süreçleri zayıflatabilmektedir.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, DMM tarafından dezenformasyonu önlemenin bir yolu da doğrulaması yapılmış bilgilerin unutulmaması ve doğru zamanlarda, doğru bağlamla yeniden sunulması olmalıdır. Bu noktada, sadece "bilgiyi yalanlamak" değil, "doğru bilgiyi sürdürülebilir şekilde görünür kılmak" da iletişim stratejilerinin temel parçası olmalıdır.

Doğrulaması yapılmış olan haberlerin bağlamı korunarak, doğrulukları teyit edilmiş şekilde ve stratejik zamanlamalarla paylaşılması bilgilendirici ve yön gösterici bir etki yaratabilir. Bu nedenle doğruluk, süreklilik ve bağlam kavramlarının bir arada değerlendirilmesi, dijital bilgi çağında sağlıklı kamuoyu oluşumunun temel koşullarındandır. Özellikle kamu kurumlarının ve bağımsız doğrulama kuruluşlarının bu bilgileri güncel olaylarla ilişkilendirerek stratejik biçimde paylaşması, bilgi ekosisteminin sağlıklı işlemesine önemli katkılar sağlayacaktır.

[338] Güven, A. (2020). Hakikatin yitimi olarak post-truth: Bir kavramsallaştırma denemesi. *İnsan ve İnsan*, *7*(23), 20-36.

KAYNAKÇA

Aydın, A. F. (2020). Post-truth dönemde sosyal medyada dezenformasyon: Covid-19 (yeni koronavirüs) pandemi süreci. *Asya Studies*, 4(12), 77-79.

Acar, Kezban. (2019). "Kırım Savaşı (1853-56) Döneminde Propaganda: Rus Popüler Kültüründe Savaş ve Düşman İmgesi". *Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi,* S. 88, s.120-123.

Alizade, Rövşen. (2015). "Ermeni Terör Faaliyetlerine Dair". *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, C. 2, S. 5, s.122.

Aslan, Seyfettin, Taylan, Ömer, Baştuğ, Damla. (2016). "Gezi Parkı Eylemlerinin Farklı Boyutlarıyla Bir Değerlendirmesi". *Birey ve Toplum*, C. 6, S.12, s. 154-159.

Acar, Kezban. (2019). "Kırım Savaşı (1853-56) Döneminde Propaganda: Rus Popüler Kültüründe Savaş ve Düşman İmgesi." *Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 88, s.120-123.

Agence France-Presse (AFP) https://factcheck.afp.com/about-afp

Akyüz, S. S. (2021). Koronavirüs Komplo Teorileri: Dezenformasyon ve Politik Kimliklerin Komplocu Düşünüşe Etkisi. *İletişim ve Medya Alanında Uluslararası Araştırmalar II*, *57*, 86.

Altun, F. (2019), "Beka Mücadelesinde Stratejik İletişimin Tüm İmkanlarını Kullanacağız", *Kriter*, Şubat 2019 / Yıl 3, Sayı 32, s.59.

Altun, F. Dezenformasyonla mücadele modelimize ciddi işbirliği talepleri oldu Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Altun: Dezenformasyonla mücadele modelimize ciddi işbirliği talepleri oldu E.T. 12.12.24.

Altun, F. (2024) "Dijital Çağda Hakikat Mücadelesi" https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskani-altun-dijital-cagda-hakikat-mucadelesi-baslikli-makale-kaleme-aldi Erişim Tarihi: 02.02.25

Alpay, Y., 2017, Yalanın Siyaseti, Destek Yayınları, İstanbul. Sf.25.27.

Alpay, Y. (2020). Hakikat Askıda. Pasajlar Post-Truth Çağı, 2(4), 2020, Sf.13-16.

Anadolu Ajansı Resmî Web Sayfası https://www.aa.com.tr/tr

Anadolu Ajansı Yayın İlkeleri https://www.aa.com.tr/tr/ayrimcilikhatti/p/yayin-ilkeleri

Anadolu Ajansı https://www.aa.com.tr/tr/p/tarihce
Anadolu Ajansı teyit editörlüğü kuruldu. https://x.com/serdarkaragoz/status/1569605006537494530

Anadolu Ajansı https://www.aa.com.tr/tr/dunya/uluslararasi-haber-ajansi-birliklerinden-aaya-dayanisma-mesaji/2240078 Uluslararası haber ajansı birliklerinden AA'ya dayanışma mesajı Erişim Tarihi: 12.12.2024

Anadolu Ajansı https://www.aa.com.tr/tr/gundem/turkiye-en-cok-insani-yardim-yapan-ulke-siralamasinda-zirvedeki-yerini-korudu/2646685 Türkiye, en çok insani yardım yapan ülke sıralamasında zirvedeki yerini korudu başlıklı haber. Erişim Tarihi: 12.12.2024

Anadolu Ajansı https://www.aa.com.tr/tr/baris-pinari-harekati/baris-pinari-harekati-aleyhine-sahte-fotograflarla-manipulasyon-cabasi/1611863 Barış Pınarı Harekâtı aleyhine sahte fotoğraflarla manipülasyon çabası başlıklı haber. Erişim Tarihi:12.12.2024

Atalay, H. S. (2020). Hakikatin önemini yitirmesi ve gündelik hayatın hoyratlaşan dili. Pasajlar Post-Truth Çağı, 2(4), 177-211.

Ateş, A. (2022). Dezenformasyonla Mücadele: Kavramlar ve Kurumlar. *Gaziantep University Journal of Social Sciences, 21*(3), 1574-1586.

Arklan, Ü. (2008). Bilgi toplumu ve iletişim: bilginin yayılması sürecinde kitle iletişim araçları ve internet. *Selçuk İletişim, 5*(3), 67-80.

Arcom, Yüksek Ses ve Görüntü Yayıncılığı Kurumu (CSA) ile Eser ve Sanat Yayıncılığı Yüksek Kurumu https://www.csa.fr/

Aistrope, T. (2016). Social media and counterterrorism strategy. *Australian Journal of International Affairs, 70*(2), 121-138.

Babacan, Mehmet Emin. (2014). "Sosyal Medya Sonrası Yeni Toplumsal Hareketler." *Birey ve Toplum Dergisi*, C. 4, S. 7, s.135-160.

Balcı, M., & Çakır, K. (2023). Halkı Yanıltıcı Bilgiyi Alenen Yayma Suçu (TCK m. 217/A). Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 9(1), 1-17. sf.7.

Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır? Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(2), 368-388.

Bayraklı, E., & Filiz, Ş. Avrupa Birliği'nin Yalan Haber ve Dezenformasyonla Mücadele Stratejisi. *SETA*, 2020, *Sayı: 327*, Sf. 5-20.

https://www.setav.org/assets/uploads/2020/07/A327.pdf

BBC Haber. (2016, Ocak 21). *"Litvinenko Suikasti Emrini Büyük İhtimalle Putin Verdi"*. Erişim tarihi: 15 Mart 2018. https://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/01/160121_litvinenko_sorusturma.

BBC Türkçe Haberler. https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-56188115

Baritci, F., & Aydeniz, H. (2019). Kamu diplomasisi aracı olarak medya: TRT World örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, *6*(2), 1551-1576.

Başlar, G. (2013). Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm. Akademik Bilişim, 4(11), 2019.

Başkanlığı, T. İ. (2023). Türkiye İletişim Modeli. Hakikatin Peşinde 5 Yıl. Ankara: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları. sf.21.

Baybars Örsek: Gerçek fact-checking kurumlarının sahte olanlardan ayrışmasını sağlamaktan da sorumluyuz. https://www.newslabturkey.org/2019/02/14/baybars-

orsek-gercek-fact-checking-kurumlarinin-sahte-olanlardan-ayrismasini-saglamaktan-da-sorumluyuz/

Bengi, H. (2012). Tarihsel Süreç Içinde Anadolu Ajansi'nin Özgün Kurumsal Yapisi (1920-2011). *Atatürk Yolu Dergisi, 13*(50), 299-341.

Belçika'yı daha dayanıklı hale getirmek için bir strateji "A strategy to make Belgium more resilient" https://diplomatie.belgium.be/en/policy/policy-areas/highlighted/strategy-make-belgium-more-resilient?utm_source

Binark, M. Yeni Medya Çalışmaları. Ankara: Dipnot Yayıncılık, 2007 1. Baskı. Sf.21.

Bingöl, Y., & Tanrıver, N. (2011). Bilgi çağında değişen sosyal hareketler: Sanal eylemler. Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, 6(1).

"Bilgi manipülasyonu'na ilişkin gelecekteki yasa: Yanlış bir iyi fikir mi?" "Future loi sur la "manipulation de l'information" : une fausse bonne idée?" https://information.tv5monde.com/international/future-loi-sur-la-manipulation-de-linformation-une-fausse-bonne-idee-29323?xtor=SEC-7-GOO-[INFO_SE]-[119843614474]-S-[]&gad_source=1&gclid=CjwKCAjwzMi_BhACEiwAX4YZUPm6i9gfWUkubkd0pPBO2Nfm4OyvLdZAsHBWtLgfv9C7L7koxjJhHBoCbfMQAvD_BwE

Bostancı, M. (2019). Sosyal Medyada Asılsız Haberle Mücadele Facebook Örneği, *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Uluslararası İletişi Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu*, s.105-106.

Bozkurt, A. (2013). Sosyal medyanın "Gezi" deki rolü. *Bilişim Dergisi, 156*(54), 19-26. https://www.bilisimdergisi.org.tr/s156/pdf/50-63.pdf

Bozkurt, V. (2000). Enformasyon Toplumu ve Türkiye (Ankara: Sistem Yayıncılık, 3. Baskı). Sf.30-32.

Bozkurt, E., & Dost, Ö. G. S. (2002). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararlarında İfade Özgürlüğü ve Türkiye. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *7*(1).

Bursa'da "Dezenformasyonla Mücadele Eğitici Eğitimi" gerçekleştirildi. https://www.iletisim.gov.tr/turkce/duyurular/detay/bursada-dezenformasyonla-mucadele-egitici-egitimi-gerceklestirildi

Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2020, May 18). *Society for the Propagation of the Faith*. Encyclopedia Britannica. https://www.britannica.com/topic/Society-for-the-Propagation-of-the-Faith

Brin, S. (1998, March). Extracting patterns and relations from the world wide web. In International workshop on the world wide web and databases (pp. 172-183). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

Canbey, M. (2017). Türkiye'de Kamu Diplomasisi Bağlamında Kamu Yayıncılığının Rolü: Trt ve Anadolu Ajansı. *İstanbul Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Sf.152-158.

Cambridge Dictionary, https://dictionary.cambridge.org/spellcheck/english-turkish/?q=+dezenformasyon+

Castells, M. (2005). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Birinci Cilt Ağ Toplumunun Yükselişi 1. Çev: Kılıç, E.) İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. Sf. 21-67.

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press. sf.35.

Castells, M. (2016). İletişimin Gücü, Çev. Ebru Kılıç, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.Sf.100.

CEFRIO, (2011). Livre Blanc sur Les Nouveaux Usages du Web 2.0 Pour Les Organisations. Le CEFRIO, http://www.cefrio.qc.ca/projet/web_2_0.html projet de CEFRIO.

Crelinsten, R. D. (2002). Analysing terrorism and counter-terrorism: A communication model. *Terrorism and political violence*, *14*(2), 77-122.

Cumhurbaşkanı Erdoğan: "Türkiye, tarihinin en büyük doğal gaz keşfini Karadeniz'de gerçekleştirdi" https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/cumhurbaskani-erdogan-turkiye-tarihinin-en-buyuk-dogal-gaz-kesfini-karadenizde-gerceklestirdi#:~:text=Cumhurba%C5%9Fkan%C4%B1%20Erdo%C4%9Fan%2C%20sevincini%20milletle%20birlikte,ke%C5%9Ffetmi%C5%9F%20durumda.%22%20s%C3%B6zleriyle%20payla%C5%9Ft%C4%B1. Erişim Tarihi: 12.12.2024

Cumhurbaşkanı Erdoğan: "Türkiye, Oruç Reis gemimizin faaliyetlerinden en küçük bir geri adım atmayacaktır" https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/cumhurbaskani-erdogan-turkiye-oruc-reis-gemimizin-faaliyetlerinden-en-kucuk-bir-geri-adim-atmayacaktir Erişim Tarihi: 12.12.2024

Cumhurbaşkanı Erdoğan: "Hedefimiz, Türkiye'yi küresel enerji merkezlerinden biri hâline getirmektir" https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/cumhurbaskani-erdogan-hedefimiz-turkiyeyi-kuresel-enerji-merkezlerinden-biri-haline-getirmektir Erişim Tarihi: 12.12.2024

Cumhurbaşkanı Erdoğan: "Türkiye'nin Doğu Akdeniz'den Libya'ya kadar farklı cephelerde yürüttüğü mücadele, sadece hak mücadelesi değil, bir istikbal mücadelesidir" https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/cumhurbaskani-erdogan-turkiyenin-dogu-akdenizden-libyaya-kadar-farkli-cephelerde-yuruttugu-mucadele-sadece-hak-mucadelesi-degil-bir-istikbal-mucadelesidir Erişim Tarihi: 12.12.2024

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Altun: "1915 Olayları siyasi çıkarlara alet edilmeden ele alınmalı"

https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/cumhurbaskanligi-iletisim-baskani-altun-1915-olaylari-siyasi-cikarlara-alet-edilmeden-ele-alinmali Erişim Tarihi: 12.12.2024

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığından "Şehit Diplomatlar Sergisi" https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/cumhurbaskanligi-iletisim-baskanligindan-sehit-diplomatlar-sergisi-23-4-21 Erişim Tarihi: 12.12.2024

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2022 ve 2023 İdare Faaliyet Raporları
https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/2022faaliyetraporu.pdf
https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/377230.pdf

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından "15 Temmuz Milletin Zaferi Paneli" düzenlendi. https://www.iletisim.gov.tr/turkce/duyurular/detay/baskanligimizca-15-temmuz-milletin-zaferi-paneli-duzenledi

Curran, J. (2002). Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme (Çev. S. İrvan). Medya Kültür ve Siyaset. (İkinci Baskı). Ankara: Alp Yayınevi, Sf. (46) 181-261.

Crowley, D., & Heyer, P. (2010). İletişim Tarihi: Teknoloji, Kültür, Toplum (çev. Berkay Ersöz). Ankara: Phoenix Yayınevi. (Eserin orijinali 2007 yılında yayımlandı), Sf.476.

Corman, S. R. (2011). Understanding the role of narrative in extremist strategic communication. *Countering violent extremism: Scientific methods and strategies, 36*.

Çabuk, Mustafa. (2018). "İngiltere'nin Birinci Dünya Savaşı'nda Doğu Halklarına Yönelik Propaganda Gazeteleri". *International Journal of History*, C. 10, S. 3, s.16.

Çalık, D., & Çınar, Ö. P. (2009). Geçmişten günümüze bilgi yaklaşımları bilgi toplumu ve internet. *XIV. Türkiye'de İnternet Konferansı, 12*, 13.

Çakı, Fahri. (2018). "Türkiye'de 15 Temmuz'un Toplumsal Etkileri ve Ona Yol Açan Faktörler Üzerine Düşünceler." *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 1, s.97-101.

Çavuş, Gülin. (2022, Aralık 31). *"2022'yi Geride Bırakırken Teyitçilik."* teyit.org. https://teyit.org/ ekipten/2022yi-geride-birakirken.

Çalık, D., & Çınar, Ö. P. (2009). Geçmişten günümüze bilgi yaklaşımları bilgi toplumu ve internet. XIV. Türkiye'de İnternet Konferansı, 12, 13.

Çağlar, İsmail; Akdemir, Kevser Hülya ve Toker, Seca, (2019), "Uluslararası Medya Kuruluşlarının Türkiye Uzantıları", *SETA Raporu,* Ankara, s.25-27.

Çelik, F. E. (2008). Çalışma alanı olarak kamu politikası: tarihsel ve düşünsel kökler üzerine. *Amme İdaresi Dergisi*, *41*(3), 41-72.

Çelik, A. (2024). *Uluslararası Çok Dilli Yayıncılıkta Anadolu Ajansı'nın Rolü= In International Multilingual Publishing The Role Of Anadolu Agency* (Master's thesis, Sakarya Üniversitesi). Sf.25-32.

Çetinkaya, Ö. A. (2022). Medya ve Tüketimin Dijital Dönüşümü. Medya ve Tüketim I, Sf.51-54.

Çevrimiçi Güvenlik Yasa Tasarısı https://www.gov.uk/government/publications/online-safety-bill-supporting-documents Erişim Tarihi: 12.12.2024

Çevrimiçi Güvenlik Yasa Tasarısı nedir, kimler destekliyor, kimler karşı çıkıyor ve nasıl uygulanacak? https://news.sky.com/story/what-is-the-online-safety-bill-who-is-in-favour-who-opposes-it-and-how-will-it-be-enforced-12964247 Erişim Tarihi:12.12.24

Çoşan, B. (2022). Web 1.0'dan Web 3.0'a mahremiyetin dönüşümü ve dezavantajlı gruplar açısından muhtemel sonuçları. Çalışma ve Toplum, 5(75), 2639-2662.

Çirasun, E. (2011). *Enformasyon Toplumu ve Bilgi Çağında Türkiye'nin Gelişim Süreci* (Master's thesis, Marmara Universitesi (Turkey)).

Dal Parlar, E. Dezenformasyonla mücadelede devletlerin durumu, https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/blog/dezenformasyonla-mucadelede-devletlerin-durumu-/1817725
Erişim Tarihi: 12.12.2024

Davenport, Thomas H. ve Laurence Prusak. (2001). İş Dünyasında Bilgi Yönetimi: Kuruluşlar Ellerindeki Bilgiyi Nasıl Yönetirler. (Çev. Günhan Günay). İstanbul: Rota Yayınları. Sf.24-27

Duman, N. (2018). Peri Masalları ve Çizgi Animasyon Filmlerindeki Zihin Durumlarının İncelenmesi. (Doktora tezi). *İstanbul Üniversitesi Adli Tıp Enstitüsü*, İstanbul. s. 101-114.

Demir, Deniz. (2018). *"Güvenliğe İnsan ve Vicdan Odaklı Yaklaşım: Afrin ve Zeytin Dalı Harekâtı."* www.suriyegundemi.com. 10 Mayıs 2018.

Demir, M. (2021). "Enformasyonun Karar Alma Sürecindeki Etkisi: Bir Literatür İncelemesi." *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, cilt 10, no. 1, s.45.

Demir, M. (2021). *Yapay Zeka ve Enformasyon Çağı: Geleceğin Teknolojileri*. Anı Yayıncılık, s.19.

Demirkol, O. (2022). İnternet ve "post-truth" ilişkisinin sosyal bağlamları: anti-determinist bir yaklaşım. Kültür ve İletişim, 25(50), 292-318.

Devran, Y. (2015). Yeni Türkiye'nin küresel sesi TRT World: fırsatlar ve güçlükler. *Intermedia International E-journal, 2*(2).

Dezenformasyonla Mücadele Servisi Web Sitesi https://dbs.iletisim.gov.tr/

Dezenformasyonla Mücadele Merkezi Resmi X Hesabı https://x.com/dmmiletisim

Dezenformasyon Bülteni 2024 "Almanak" https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/dezenformasyon-bulteni-2024-almanak-yayinda

Duman, N. (2018). Peri Masalları ve Çizgi Animasyon Filmlerindeki Zihin Durumlarının İncelenmesi. *İstanbul Üniversitesi Adli Tıp Enstitüsü*, s. 101-114.

Dinucci, D. (1999). Design & New Media: Fragmented Future-Web Development Faces A Process Of Mitosis, Mutation, And Natural Selection. *PRINT-NEW YORK-*, *53*, 32-35.

Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB), (2016). *Faaliyet Raporu*, s.13-136, https://dinhizmetleri.diyanet.gov.tr/Documents/2016%20Din%20Hizmetleri%20Raporu.pdf

Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB), (2017). *Faaliyet Raporu*, https://dinhizmetleri.diyanet.gov.tr/Icon/SagSlider/2017%20D%C4%B0N%20H%C4%B0ZMETLER%C4%B0%20RAPORU.pdf

Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB), (2018). *Faaliyet Raporu*, https://stratejigelistirme.diyanet.gov.tr/Documents/2018%20%C4%B0dare%20Faaliyet%20Raporu.pdf

Dilaveroğlu, A. (2017). Kamu Politika Sürecinin Politik Çevre Bağlamında Değerlendirilmesi. *International Journal of Research in Business and Social Science*, *6*(2), 37-51.

Dye, R.T. (2011). Understanding Puclic Policy, (13th ed.). United States: Pearson, sf. 1.

Doğu Akdeniz Denkleminde Stratejik Adım: Türkiye-Libya Mutabakatı https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/1dogu_akdenız_denklemınde_stratejık_adım.pdf

Doğruluk Payı https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolleri

Erkan, G., ve Ayhan A, (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit. Org. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,* (29. Özel Sayısı), sf. 206.

European Commission: A Multi-dimensional Approach to Disinformation-Report of the Independent High Level Group on Fake News and Online Disinformation, 2018, sf. 10.

https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies

Ekinci, A. (2022, 28 Aralık). Dezenformasyon Yasasının Türkiye Macerası ve Avrupa Ülkeleri. *MLSA Turkey*. *https://www.mlsaturkey.com/tr/ dezenformasyon-yasasinin-turkiye-macerasive-avrupa-ulkeleri/*

European Digital Media Observatory https://edmo.eu/

European Commission. (2018). Tackling online disinformation: A European Approach. Erişim: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/communication-tackling-online-disinformation-european-approach

European Journalism Centre. (2016). Verification Handbook: A Definitive Guide to Verifying Digital Content for Emergency Coverage. Erişim: https://verificationhandbook.com/book/

Ebubekir Şahin. (2021). "Yalan Haber Gerçekliğin Zeminini Yok Eder*." RTUK Web Sitesi Bildirimler,* Son Değiştirilme Tarihi: 3 Eylül 2021. https://www.rtuk.gov.tr/yalan-haber-gercekligin-zeminini-yok-eder/4112.

Ege, B. (2017). İnternet Nasıl Çalışıyor? Bilim ve Teknik, Sf. 66-70.

Ekinci, A. (2022, 28 Aralık). "Dezenformasyon Yasasının Türkiye Macerası ve Avrupa Ülkeleri." *MLSA Turkey*. https://www.mlsaturkey.com/tr/ dezenformasyon-yasasinin-turkiye-macerasive-avrupa-ulkeleri/.

Elswah, M., & Howard, P. N. (2022). Where news could not inspire change: TRT World as a party broadcaster. *Journalism*, *23*(10), 2079-2095.

Emre Ömer Zehir. (2022, Ekim). “Youtube’dan Yalan Haberlere Karşı Önlem: Videolardan Önce ‘Kamu Spotu’ Yayınlanacak.” Web Tekno. https://www.webtekno.com/youtube-yalan-haberlere-karsi-kamu-spotu-yayinlayacakh127241.html.

Emiroğlu, B. G. (2009). Semantic Web (Anlamsal Ağ) Yapıları ve Yansımaları. Akademik Bilişim, 9, 151-155.

"Emmanuel Macron seçimler sırasında sahte haberlerin yasaklanacağına söz verdi." https://www.theguardian.com/world/2018/jan/03/emmanuel-macron-ban-fake-news-french-president

Entrepreneurs See a Web Guided by Common Sense (Girişimciler Sağduyuyla Yönetilen Bir Web Görüyor) https://www.nytimes.com/2006/11/12/business/12web.html Erişim Tarihi:02.02.2025

Erdoğan, E., Uyan Semerci, P., Eyolcu Kafalı, B., & Çaytaş, Ş. (2022). İnfodemi ve bilgi düzensizlikleri: Kavramlar, nedenler ve çözümler.

Echikson, W., & Knodt, O. (2018). Germany’s NetzDG: A key test for combatting online hate. *CEPS Policy Insight*.

Erkan, G., Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.org. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Özel Sayısı, 202-223.

Ertekin, Bülent Aydın. (2012). “Uluslararası Sistemde Görsel-İşitsel Medyanın Kamu Diplomasisi ve Kamuoyu Yaratmadaki Önemi: TRT’nin Türkçe Dışında Yayın Yapan Kanalları Üzerine Bir İnceleme.” *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 11, S.42, s.334-341.

Eryılmaz, B. (2018), Kamu Yönetimi: Düşünceler, Yapılar, Fonksiyonlar, Politikalar. 11. Baskı. Umuttepe Yayınları, Kocaeli, sf.15.

Ersöz, B. (2020). Yeni nesil web paradigması-web 4.0. Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi, 1(2), 58-65.

Ekiz, Aynur, (2019), “Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığından ABD'de Panel Serisi”, 20 Mayıs 2019, https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/cumhurbaskanligi-iletisimbaskanligindan-abdde-panel-serisi-/1482608.

"European Commission 2022", https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation "Dezenformasyon Uygulama Kuralları"

Fransa’nın "Bilgi Manipülasyonuyla Mücadele" sine ilişkin 22 Aralık 2018 tarihli yasa. https://www.vie-publique.fr/loi/21026-loi-manipulation-de-linformation-loi-fake-news

Fransa Cumhuriyeti Resmî Gazetesi https://www.legifrance.gouv.fr/

Filiz, Ş. ve Bayraklı, E. (2025). Avrupa Birliği'nin Dezenformasyonla Mücadele Stratejisi (2018-2024). *TRT Akademi, 10* (23), 10-41.

Genç, Z. (2010). Web 2.0 Yeniliklerinin Eğitimde Kullanımı: Bir Facebook Eğitim Uygulama Örneği. Akademik Bilişim, 10, 10-12.

Giddens, A. (2008). Sosyoloji, (Çev: Cemal Güzel). Kırmızı Yayınları, İstanbul. Sf.640-641

Günesen, M. (2025). Uluslararası Siyasal İletişim Aracı Olarak Medya: TRT Français Örneği. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, *5*(1), 140-158.

Güner, O. (2021). Avrupa Birliği’nin Dijital Platformlarda Dezenformasyon ve Algı Yönetimiyle Mücadele Politikaları. *Algı Yönetimi Siyasal ve Dijital İletişim, Sosyal Medya ve Kitle İletişimi,* 133.

Güven, A. (2020). Hakikatin yitimi olarak post-truth: Bir kavramsallaştırma denemesi. İnsan ve İnsan, 7(23), 20-36.

Güvenilir, T., & Şeker, Ç. (2018). Iı. Dünya Savaşı Propaganda Afişlerinde Kullanılan İmgelerin Göstergebilimsel Çözümlemesi "Abd Örneği". *International Journal Of Social And Humanities Sciences Research (Jshsr), 5*(23), 1085-1101.

Göçoğlu, V., & Aydın, M. D. (2015). Kamu Politikası ve Sosyal Medya İlişkisinin Toplumsal Hareketler Bağlamında İncelenmesi. *Journal of International Social Research, 8*(37).

Gönenç, Ö., (2018), *Medyada Algı Yönetimi*, İstanbul: Der Yayınları, s.49.

Gönültaş, Bahattin. (2019). "AA'nın Dezenformasyonla Mücadelesi Berlin'de Anlatıldı." 04 Nisan 2019. https://www.aa.com.tr/tr/dunya/aanin-dezenformasyonlamucadelesi-berlinde-anlatildi/1442648.

Günün Yalanları Resmî Web Sayfası https://gununyalanlari.com/

Howard, T. W. (2016, Aralık 27) National Defense Authorization Act for Fiscal Year 2017 Implements Numerous Acquisition Reform Measures https://www.wiley.law/alert-National_Defense_Authorization_Act_for_Fiscal_Year_2017_Implements_Numerous_Acquisition_Reform_Measures

, O. C. (2019). Disinformation and "fake news": Final Report. *London: House of Commons*. https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcumeds/1791/1791.pdf

Işıklar, G. (2017). Yeni Medya ve İnternet Dolayımlı Sosyal Yaşam. *Yeni Medya Analizleri, 99*. Sf.104-107.

"Interview About Web 2.0" https://paulgraham.com/web20interview.html Erişim Tarihi: 02.02.2025

İsi, H. (2015). " Gerçek" ve" Hakikat" Sözcükleri Üzerine Felsefi ve Dilbilimsel İnceleme. Journal Of International Social Research, 8(41).

İlaslan, S. (2016). Politika ve Piyasa Sınırları Bağlamında Kamu Hizmeti Yayıncılığı: Türkiye'de AKP Dönemi TRT Tartışmaları. *Mülkiye Dergisi*, *40*(2), 67-100.

İletişim Başkanlığı "Türkiye'nin NATO Üyeliğinin 68. Yılı: Stratejik İttifakın Güçlü Üyesi Türkiye" paneli düzenledi. https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/iletisim-baskanligi-turkiyenin-nato-uyeliginin-68-yili-stratejik-ittifakin-guclu-uyesi-turkiye-paneli-duzenledi Erişim Tarihi: 12.12.2024

İletişim Başkanlığı Londra'da "Türkiye'nin NATO'daki Rolü ve Bölgesel Güvenlik Sınamaları" paneli düzenledi. https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/iletisim-baskanligi-londrada-turkiyenin-natodaki-rolu-ve-bolgesel-guvenlik-sinamalari-paneli Erişim Tarihi: 12.12.2024

İletişim Başkanlığından "Uluslararası Doğu Akdeniz Konferansı" https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/iletisim-baskanligindan-uluslararasi-dogu-akdeniz-konferansi/1984540 Erişim Tarihi: 12.12.2024

Kabaklarlı, E. (2016). Endüstri 4.0 ve Dijital Ekonomi-Dünya ve Türkiye Ekonomisi İçin Fırsatlar, Etkiler ve Tehditler. Nobel Akademik Yayıncılık.Sf.88.

Kardaş, İ. (2025). Dezenformasyon, Doğru Haber ve Bilgi Alma Hakkını Tehdit Ediyor. *TRT Akademi*, *10*(23), 330-339.

Karppinen, K. (2019). Freedom without idealization: Non-ideal approaches to freedom of communication. *Communication Theory,* 29 (1), 66–85.

Kılıç, D. ve İspir, N., B. (2017). Sosyal Medyada Kullanıcının Haber Güvenilirliği Algısı. *1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı*, s.402-409.

Kobak, K., Soğukdere, Ş. (2021). Sosyal Medyadaki Dezenformasyon: 2021 Türkiye Orman Yangınları Örneği, *MEDIAJ*, 4 (2), 167-189, https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1955389

Kalelioğlu, Oğuz. (2008). "Türk-Yunan İlişkileri ve Megali İdea". *Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, S.41, s.118.

Kent, B. (2022). *Alman Hukukunda Sosyal Ağlarda Yalan Haber ile Mücadele*, (Ed.) Kent, Bülent, Kulular, İbrahim, Merve Ayşegül: *Sosyal Medya Hukuku ve Yalan Haber*, Adalet Yayınevi, Ankara, s. 12.

Kılıç, D., ve İspir, N., B. (2017). Sosyal Medyada Kullanıcının Haber Güvenilirliği Algısı. *1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı*, s.402-409.

Koçyiğit, M. (2015). *Sosyal Ağ Pazarlaması: Marka Bağlılığı Oluşturmada Yeni Bir Pazarlama Stratejisi*. Konya: Eğitim Yayınevi, s.35.

Koçyiğit, M. ve Koçyiğit, A., (2023), *Dijital Çağda Sosyal Medyada Dezenformasyonla Mücadele*, Paradigma Akademi Basın, Çanakkale, s.177-207.

Koçyiğit, M., & Koçyiğit, A. (2018). Değişen ve Gelişen Dijital İletişim: Yazılabilir Web Teknolojisi (Web 2.0). Editörler: Çakmak, V. Ve Çavuş, S.), Dijital Kültür ve İletişim. İstanbul: Literatürk Yayınları.

Kontoğlu, S. "Avrupa Birliği Hukukunda Dezenformasyonla Mücadele ve Öz Regülasyon Modeli", (Ed.) B. Kent, Kulular, M., İbrahim, A. (2022). *Sosyal Medya Hukuku ve Yalan Haber*, Adalet Yayınevi, Ankara, s. 128

Kumar, K. (2004) *Sanayi Sonrası Toplumdan Post-Modern Topluma: Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları*, Mehmet Küçük (çev), Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, s.21.

KULULAR İBRAHİM, Merve Ayşegül: "Avustralya Hukukunda Yalan Haber", (Ed.) KENT, Bülent / KULULAR İBRAHİM, Merve Ayşegül: Sosyal Medya Hukuku ve Yalan Haber, Adalet Yayınevi, Ankara, 2022, s. 73-100.

Kazancı, Handan, (2018), "Turkey's Foreign Policy Panel To Be Held İn London", https://www.aa.com.tr/en/europe/turkey-s-foreign-policy-panel-to-be-heldin-london/1332855.

Kux, D. (1985). Soviet active measures and disinformation: overview and assessment. The US Army War College Quarterly: Parameters, 15(1), 19-28.

Kroeker, K. L. (2010). Engineering the web's third decade. Communications of the ACM, 53(3), 16-18.

Lassila, O., Hendler, J. ve Berners-Lee, T. (2001). Anlamsal ağ. *Scientific american* , *284* (5), 34-43.

Lewandowsky, S. vd. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological science in the public interest*, *13*(3), Sf. 106-131.

Leiner, B. M., Cerf, V. G., Clark, D. D., Kahn, R. E., Kleinrock, L., Lynch, D. C., ... & Wolff, S. (2009). A brief history of the Internet. ACM SIGCOMM computer communication review, 39(5), 22-31.

Manovich, L. (2014). HTML'den Borges'e Yeni Medya. Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar. Mukadder Çakır (der.) içinde. İstanbul: Doğu Kitabevi, 157, 182.

Malloy, D. (2017). *How the world's governments are fighting fake news*. Erişim Adresi: http://www.ozy.com/politics-andpower/how-the-worlds-governments-are-fighting-fake-news/80671

Marique, E., & Strowel, A. (2019). La régulation des fake news et avis factices sur les plateformes. *Revue internationale de droit économique*, (3), 383-398.

Mediawijs Web Sitesi https://www.mediawijs.be/nl

Merriam-Webster Erişim Tarihi:12.02.24 https://www.merriam-webster.com/

Milliyet, (2019), "Cumhurbaşkanlığı Panelleri Moskova'daydı", 04 Nisan 2019, https://www.milliyet.com.tr/siyaset/cumhurbaskanligi-panelleri-moskova-daydi-2853434

Min, C., Shen, F., & Yu, W. (2021). Removing Incivility from Google: What determines the number of government content take-down requests?. *Government Information Quarterly*, *38*(1), 101542.

Mutlu, N. (2023). Yanlış Bilgi ve Dezenformasyonla Mücadele: Kavramlar ve Uygulamalar. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, (13), 464-493.

Online Safety Act 2023 (Çevrimiçi Güvenlik Yasası 2023) https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2023/50/enacted

Olkun, E. O. (2022). Dijitalleşmenin Haber Üzerindeki Olumsuz Etkileri: Sosyal Medyada Yalan/Sahte Haber Sorunu. Dijital İletişim Fırsatlar ve Tehditler, Sf. 151.

Oymak, H. (2022). Kamuoyunda Dezenformasyon Yasası Olarak Bilinen, 7418 sayılı "Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" un Getirdikleri. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi*, Güz 13, s.509.

Önen, A. (2023). Hakikat Sonrası Çağda Enformasyon Toplumunun Dezenformasyon Toplumuna Dönüşümü. *Pamukkale Üniversitesi İletişim Bilimleri Dergisi, 2*(2), 86-100.

Özipek, B. B. & Tanrıkulu, F. (2020). Geçmişten Günümüze Türkiye'de Göç ve Suriyeli Sığınmacılar Algılar, Olgular ve Gerçekler, Nobel Yayınları, Ankara sf.77-83.

Özipek, B. B. (2020). "Dezenformasyon ve Sığınmacılar: Medyanın Rolü", *Toplum ve Medya Dergisi,* 14(2), 45-67.

Özipek, B. B. (2018). Suriyeli Sığınmacılar ve Türkiye Ekonomisi: Evrensel Tecrübe Işığında Bir Etkiyi Konuşmak. *İstanbul: UTESAV-Uluslararası Teknoloji Ekonomi ve Sosyal Araştırma Vakfı*. sf.33-35.

Özipek, B.B. "Sosyal Medyada Sığınmacılara Yönelik Şiddet Kışkırtılıyor"

https://perspektif.eu/2023/05/19/sosyal-medyada-siginmacilara-yonelik-siddet-kiskirtiliyor/

Öztürk, Mustafa. (2012). "93 Harbinde Rus Gazeteciler ve Faaliyetleri". *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 27, s.25-37.

Özkoçak, Y. (2020). Yeni Medya Tarihçesi. İçinde M. Aytekin, Yeni Medyaya Giriş. Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.Sf.23-40.

Öymen, Onur. (2014). *Bir Propaganda Silahı Olarak Basın*. İstanbul: Remzi Kitabevi, s.356.

Öymez, H. (2023). Haberciliğin Etik ve Evrensel İlkeleri Olağanüstü Dönemlerde de Geçerlidir. *TRT Akademi*, *8*(18), 670-679.

Öykervancı, Nihal. (2020). ABD Karşı Propaganda Yasası ve Türkiye'de Uygulanabilirliği. *Polis Akademisi Güvenlik Bilimleri Enstitüsü* (Yüksek Lisans Tezi), Ankara, s.38.

Pusa, T. (2024). İfade Özgürlüğü ve Sosyal Medya, Liberte Yayınları, Ankara. sf. 72-141.

Polat, Ü. Gülsüm. (2014). "I. Dünya Savaşında İngiliz ve Türk Propaganda Gazetelerinin Etkinliği Üzerine Bir Değerlendirme (el-Hakika ve Musavver Çöl)". *OTAM*, S. 36, s.148-152.

Resmî Gazete https://resmigazete.gov.tr/fihrist?tarih=2018-07-24

Resmî Gazete https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/05/20070523.htm
Resmî Gazete https://resmigazete.gov.tr/fihrist?tarih=2020-07-31
Resmî Gazete https://resmigazete.gov.tr/fihrist?tarih=2022-10-18
Renaissance Numérique Web Sitesi https://www.renaissancenumerique.org/
Repondreauxprejuges Web Sitesi https://www.repondreauxprejuges.com/

Ruacan, Z. İ., TRT World: Anti-Jeopolitik Bir Yayıncılık Aygıtı, https://www.newslabturkey.org/trt-world-anti-jeopolitik-bir-yayincilik-aygiti/

SC-65, 18 Ekim 2019, Dışişleri Bakanlığı Sözcüsü Hami Aksoy'un Barış Pınarı Harekatı'nda Türkiye'nin Kimyasal Silah Kullandığına Dair İddialar Hakkındaki Soruya Cevabı https://avkons-dt.mfa.gov.tr/Mission/ShowAnnouncement/363614

Stratcom Paneli 2: Dünya Siyasetinde Hakikatin Sesini Duyurmak https://stratcomsummit.com/tr/etkinlikler/stratcom-22-program

Şahin, Z. B. (2023). Dezenformasyonla Mücadelede İfade Özgürlüğü: İçeriğin Korunması ve 29. Madde, *Yeni Medya Dergisi*, Sayı Vol., 15, s. 289, https://dergipark.org.tr/tr/pub/yenimedya

Şahin, Z. B. (2022). 7253 sayılı "İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ̇ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun'da Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun"un İfade Özgürlüğü ve Kişilik Hakları Bağlamında Değerlendirilmesi. *Euroasia Journal of Social Sciences and Humanities* 9 (2), s.32.

Şeberoğlu, A. (2021). *Barış Pınarı Harekâtı sürecinde Anadolu Ajansı'nın Twitter paylaşımları çerçevesinde dezenformasyon* (Master's thesis, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).

Şener, G. (2006). İnternet ve demokrasi ilişkisine dair eleştirel bir yaklaşım. *İnet-Tr-XI "Türkiye'de İnternet" Konferansı, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi*, 21-23.

Söyler, Y. (2022). *"Fransa'nın Seçim Manipülasyonlarıyla Hukuki Mücadelesi ve Türkiye İçin Öneriler"*, (Ed.) Kent, Bülent, Kulular, İbrahim, Merve Ayşegül: *Sosyal Medya Hukuku ve Yalan Haber*, Adalet Yayınevi, Ankara, s. 54.

Scholz, W. Presentation of the Research Group of J Fidler on the World Wide Web. Sf.2.

Scolari, C. A. (2023). *On the evolution of media: Understanding media change*. Routledge.

Sungar, A. İ. (2024). Devlet kurumlarının kriz dönemlerinde dezenformasyonla mücadele örneği: Cumhurbaşkanlığı iletişim başkanlığı'nın deprem bültenleri analizi (Master's thesis, Marmara Universitesi (Turkey)).

T.C. İletişim Başkanlığı Resmî Web Sitesi www.iletisim.gov.tr,

T.C. İletişim Başkanlığı Mevzuat https://www.iletisim.gov.tr/turkce/mevzuat

T.C. Cumhurbaşkanlığı Mevzuat Bilgi Sistemi https://www.mevzuat.gov.tr/

T.C. İletişim Başkanlığı, (2020) Performans Raporu, http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/F2fxo+Iletisim_Baskanligi_2020_Yili_Performans_Programi.pdf

T.C. İletişim Başkanlığı https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik-iletisim-calismalari Erişim Tarihi: 20.12.2024.
T.C. İletişim Başkanlığı https://www.yuzuncuyil.gov.tr/files/yayinlar/insani-yardimda-turkiye-modeli.pdfhttps://www.1915.gov.tr/ Erişim Tarihi: 12.12.2024.

Tanrıkulu, F. (2018). Suriye Krizi Sonrası Türkiye'deki Sığınmacıların ve Göçmenlerin Eğitimi: Geçmiş, Bugün ve Gelecek Perspektifleri. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *11*(3), 2585-2604.

Tanrıkulu, F. Dijital platformlar politik manipülasyon aracı mı? https://m.star.com.tr/yazar/dijital-platformlar-politik-manipulasyon-araci-mi-yazi-1886324/

Tatar, S., (2022). "Amerikan Sosyal Medya Hukuku ve Yalan Haber", (Ed.) Kent, Bülent, Kulular, İbrahim, Merve Ayşegül: *Sosyal Medya Hukuku ve Yalan Haber*, Adalet Yayınevi, Ankara, s. 107

Tesich, S. (2021). Yalanlar rejimi. Cogito, 104, 23-28.

Telci, İ. N., Efe, İ., Kardaş, T., & Çağlar, I. (15). Temmuz Darbe Girişimi ve Batı Medyası. *İstanbul: SETA*. sf.75.

Turan, C. (2015), Açıklığın Yanılsaması: Dezenformasyon Çağımızın Kitle İmha Silahı mı?, *Akademik Bilişim Konferansı*, Yayın No: 4286280, s.109.

Tufekci, Z. (2017). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest.* Yale University Press. sf.122.

Türk Dil Kurumu (TDK), https://sozluk.gov.tr/

Türkiye Cumhuriyeti İletişim Başkanı'ndan 15 Temmuz Demokrasi ve Millî Birlik Günü açıklaması. https://www.iletisim.gov.tr/turkce/dis_basinda_turkiye/detay/turkiye-cumhuriyeti-iletisim-baskanindan-15-temmuz-demokrasi-ve-milli-birlik-gunu-aciklamasi

Topçu, E., & Çaycı, B. (2022). Sosyal Medyada Dezenformasyon: COVID-19 Pandemisi Örneği. TAM Akademi Dergisi, 1(2), 161-191.

"Tim Berners-Lee on Web 2.0: nobody even knows what it means" https://arstechnica.com/information-technology/2006/09/7650/ Erişim Tarihi: 02.02.2025

TRT Kurumsal Web Sitesi https://www.trt.net.tr/kurumsal/tarihce
TRT Akademi https://www.trtakademi.com/tr/blog/dezenformasyon-ile-nasil-mucadele-ederiz-12

TRT Haber https://www.trthaber.com/trtden-haberler/asya-pasifik-yayin-birligi-genel-kurulunda-medyanin-gelecegi-tartisiliyor-1099.html Asya-Pasifik Yayın Birliği Genel Kurulu'nda medyanın geleceği tartışılıyor Erişim Tarihi: 12.12.2024

UNESCO: Journalism, 'Fake News' and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training, (2018). https://en.unesco.org/fightfakenews

Uluk, M. (2018). Yeni Medyada "Yalan Haber" Ve Hakikat Sonrası Çağ: Doğrulama Platformu Olarak Teyit. Org Örneği Üzerine Bir İnceleme. İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul. Sf.20.

Ulusoy, S. (2019). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi ve Anayasa Mahkemesi Kararları Işığında İfade Özgürlüğü. *Selçuk Üniversitesi Adalet Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 2 (2), s.146; AİHM, Kayasu/ Türkiye Davası, B. No: 64119/00, K.T. 13.11. 2008, hudoc.echr.coe.int/app/conversion/ pdf/?library=ECHR&id=001-121588

Ünal, Y. (2009). Bilgi toplumunun tarihçesi. *Tarih Okulu Dergisi, 2009*(V).

Van Dijk, J. (2016). *Ağ toplumu*. Epsilon Yayıncılık Ltd. Sti.

Varol, A. S. L. I. (2010). Bilgi toplumunda kamusal alan. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 121-129.

Vardal, Z. B. (2014). Türkiye'de Basın Özgürlüğü ve 2003 Yılı Sonrası Uygulamalar (Yayımlanmamış Doktora Tezi). *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Gazetecilik Anabilim Dalı, s.44.

Walker, V. S., & Ruppe, A. E. (2024). THE GLOBAL ENGAGEMENT CENTER: A HISTORICAL OVERVIEW 2001-2021.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* (Vol. 27, pp. 1-107). Strasbourg: Council of Europe.

Virilio, P. (2003). Enformasyon Bombası, (K. Şahin çev.). İstanbul: Metis yayınları Sf.71-73.

WEB 1.0, 2.0, 3.0 ve 4.0'ın Tarihi. Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2022, 8.2: 351-359.

VUB, dijital medya ve dezenformasyon merkezini koordine ediyor. https://www.vub.be/en/news/vub-coordinates-hub-for-digital-media-and-disinformation?utm_source Erişim Tarihi: 12.12.2025

Yayla, A. (2009). İfade Hürriyeti Nedir, Niçin Gereklidir? Liberal Düşünce Dergisi, (50), sf. 159-175.

Yayla, A. (2020). Totaliterizm ve dezenformasyon. Liberal Düşünce.

Yalçıner, S. (2006). Soğuk Savaş Sonrasi Uluslararasi Terörizmin Dönüşümü ve Terörizmle Mücadele. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (4), 98-119.

Yazıcı, S. (2022, Haziran 22). *Dezenformasyon Yasası Hukuk Devletine Aykırıdır*. Politikyol.
https:// www.politikyol.com/dezenformasyon-yasasihukuk-devletine-aykiridir/.

Yağcı, Y. (2011). WEB Teknolojisinde Yeni Bilgi Fırtınası: WEB 3.0, Bilgi Çağında Varoluş: "Fırsatlar ve Tehditler" Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Ed. Yıldızeli Aytaç, Arıkan Aykut ve Çakmak Tolga, Yeditepe Üniversitesi Yayınları, İstanbul. Sf.143-146.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 12. Baskı. sf.239.

Yıldız, M., Sobacı, M. (2013). Kamu Politikası ve Kamu Politikası Analizi. sf.19.

Yılmaz, A. ve Geylani, D. (2021). Post Truth (Hakikat Sonrası), Global Siyaset ve Türkiye: Metodolojik Bir Yaklaşım. Yılmaz, A. &Bağcı İ. Teoriden Pratiğe Türkiye Siyaseti, 15-51.

Yılmaz, M. (2009). Enformasyon ve Bilgi Kavramları Bağlamında Enformasyon Yönetimi ve Bilgi Yönetimi. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, 49(1), Sf.95-118.

Yurtseven, A. (2021). İlkel Toplumda Sosyo-Ekonomik Hayata Bir Bakış. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi, 10*(2), 98-111.

Yüzbaşıoğlu, Nazlı, (2018), *Haber Ajanslarından 'Yalan Haber'le Mücadele İçin Ortak Bildiri*, 11 Aralık 2018, https://www.aa.com.tr/tr/kurumsal-haberler/haberajanslarindan-yalan-haberle-mucadele-icin-ortak-bildiri/1335667, (E.T: 03.03.2025).

Yoloğlu, N. (2017). Küresel Medya ve İletişim Anlayışında Aktüel Enformasyondan Dezenformasyona Yöneliş. Sf.9.

EKLER

EK 1. ETİK KURUL KARARI

T.C.
İSTANBUL MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu Başkanlığı

Sayı : E-43037191-604.01-1673 07/01/2025
Konu : Etik Kurulu Kararı

Sayın Ömer ÇOLAK,

Üniversitemiz Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kuruluna yapmış olduğunuz "*Dezenformasyonla Mücadelede Kamu Politikası: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Örneği*" isimli başvurunuz incelenmiş olup, etik kurulu kararı ekte sunulmuştur.

Bilgilerinize rica ederim.

Prof. Dr. Ali Büyükaslan
Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırmalar
Etik Kurulu Başkanı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.
Evrağınızı https://turkiye.gov.tr/istanbul-medipol-universitesi-ebys linkinden DCEBD9C8X2 kodu ile dogrulayabilirsiniz.

Medipol Üniversitesi Kavacık Yerleşkesi (Ana Yerleşke Rektörlük)
Kavacık Mah. Ekinciler Cad. No: 19, Kavacık Kavşağı, 34810 Beykoz/İstanbul
T: 444 85 44 F: 0212 531 75 55
E-Posta: bilgi@medipol.edu.tr İnternet Adresi: www.medipol.edu.tr
Kep Adresi: medipoluniversitesi@hs03.kep.tr

Ayrıntılı Bilgi İçin: Pınar Yücel
Tel: 444 85 44 - 1679
E-Posta: pinar.yucel@medipol.edu.tr

BAŞVURU BİLGİLERİ	**ARAŞTIRMANIN AÇIK ADI**	*Dezenformasyonla Mücadelede Kamu Politikası: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Örneği*			
	KOORDİNATÖR/SORUMLU ARAŞTIRMACI UNVANI/ADI/SOYADI	Ömer ÇOLAK			
	KOORDİNATÖR/SORUMLU ARAŞTIRMACININ UZMANLIK ALANI	Siyaset Bilimi Tezli Yüksek Lisans			
	KOORDİNATÖR/SORUMLU ARAŞTIRMACININ BULUNDUĞU MERKEZ	İstanbul			
	DESTEKLEYİCİ	-			
	ARAŞTIRMAYA KATILAN MERKEZLER	TEK MERKEZ ☐	ÇOK MERKEZLİ ☒	ULUSAL ☒	ULUSLARARASI ☐

	Belge Adı	Tarihi	Versiyon Numarası	Dili
Değerlendirilen Belgeler	ARAŞTIRMA PROTOKOLÜ/PLANI			Türkçe ☒ İngilizce ☐ Diğer ☐
	BİLGİLENDİRİLMİŞ GÖNÜLLÜ OLUR FORMU			Türkçe ☒ İngilizce ☐ Diğer ☐
Karar Bilgileri	**Karar No: 184**	**Tarih: 06/01/2024**		
	Yukarıda bilgileri verilen Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu başvuru dosyası ile ilgili belgeler araştırmanın gerekçe, amaç, yaklaşım ve yöntemleri dikkate alınarak incelenmiş ve araştırmanın etik ve bilimsel yönden uygun olduğuna **"oy birliği"** ile karar verilmiştir.			

İSTANBUL MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU	
BAŞKANIN UNVANI / ADI / SOYADI	Prof. Dr. Ali Büyükaslan

Unvanı/Adı/Soyadı	Uzmanlık Alanı	Kurumu	Cinsiyet		Araştırma ile ilişki		Katılım *		İmza
Prof. Dr. Ali Büyükaslan	İletişim Çalışmaları	İstanbul Medipol Üniversitesi	E ☒	K ☐	E ☐	H ☒	E ☒	H ☐	Uygundur
Prof. Dr. Serhat Yüksel	Finans	İstanbul Medipol Üniversitesi	E ☒	K ☐	E ☐	H ☒	E ☒	H ☐	Uygundur
Doç. Dr. İhsan Eken	Medya ve Reklam Araştırmaları	İstanbul Medipol Üniversitesi	E ☒	K ☐	E ☐	H ☒	E ☒	H ☐	Uygundur
Dr. Öğr. Üyesi Sinan Seçkin	Hukuk	İstanbul Medipol Üniversitesi	E ☒	K ☐	E ☐	H ☒	E ☒	H ☐	Uygundur
Dr. Öğr. Üyesi Ela Arı	Psikoloji	İstanbul Medipol Üniversitesi	E ☐	K ☒	E ☐	H ☒	E ☒	H ☐	Uygundur

* :Toplantıda Bulunma