

PAPER DETAILS

TITLE: Yeni Medyada Yapay Zekâ Aracılığıyla Dezenformasyon Oluşturulması: Trump Örneği

AUTHORS: Serhat Bekar

PAGES: 40-66

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3780010>

YENİ MEDYADA YAPAY ZEKÂ ARACILIĞIYLA DEZENFORMASYON OLUŞTURULMASI: TRUMP ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Serhat BEKAR*

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Erbaa Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

serhat.bekar@gop.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3322-4559

Öz

Kullanılmaya başlandığı yıllarda internetten yalnızca görsel ya da yazılı materyal temini gibi sınırlı alanlarda yararlanılabilirken, yıllar içinde yaşanan gelişmeler sonucunda çok daha çeşitli şekillerde yararlanma imkânı doğmuştur. Kitle iletişiminde en önemli araç hâline gelen internet ortamında, üretilen bilginin hacmi devasa boyutlara ulaşmıştır. Kitle iletişim araçlarındaki gelişmeler, bilgi üretimi ve paylaşımını artırırken; diğer taraftan yanlış ve manipülatif bilginin üretilmesi ve paylaşılması dezenformasyona (bilgi çarpıtma) neden olabilmektedir. Teknolojideki gelişmelerin öne çıkan icatlarından biri olan yapay zekâ, hemen her alanda olduğu gibi bilgi ve enformasyon teknolojilerinde de kullanılmaya başlanmıştır. Fakat yapay zekânın, dezenformasyona neden olabilecek doğru olmayan içeriklerin üretilmesi ve paylaşılmasında kullanımıyla sıklıkla karşılaşmaya başlanmıştır. Çalışmada yapay zekânın, kullanıldığı içeriklerin hangi düzeyde olabileceği ile gerçek ve yapaylığın ayırt edilmesi noktasında nelere dikkat edilmesi gerektiğinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Yapay zekâ ile yaratılan dezenformasyonun önemli örneklerinden birisi olarak dünya gündemini çok fazla meşgul eden Amerika Birleşik Devletleri (ABD) eski Başkanı Donald Trump üzerinden X gönderileri incelenmiş ve analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda yapay zekâ ile oluşturulan görsellerin gerçeğe olabildiğince yakın olduğu görülmüştür. Fakat görseller daha detaylı incelendiğinde ise yüz ve ellerde bozuk formlar, soluk tenler, belli belirsiz yazılar ve kamu kurumları bilgilerindeki tutarsızlıklar vb. dikkati çeken unsurlar olmuştur. Sonuç olarak çalışmada yapay zekânın çok iyi çalışmadığı görülmektedir. Fakat yapay zekânın öğrenen yapısı ile birlikte, eksik yönlerini tamamlayarak ortaya gerçeğe yakın bir performans çıkarmasının çok uzak görülmediği değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Dezenformasyon, Yapay Zekâ, Post-Truth, Midjourney

*Sorumlu Yazar (Corresponding Author)

Etik Kurul Bilgisi: Etik kurul izni gerektirmeyen araştırmalardandır.

Citation/Atıf: Bekar, S. (2024). Yeni Medyada Yapay Zekâ Aracılığıyla Dezenformasyon Oluşturulması: Trump Örneği. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 8(1), 40-66.

Geliş (Received) : 07/03/2024

Kabul (Accepted) : 23/04/2024

Yayın (Published) : 30/06/2024

CREATING DISINFORMATION THROUGH ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN NEW MEDIA: THE CASE OF TRUMP

Abstract

While the internet could only be used in limited areas such as providing visual or written materials when it first began to be used, as a result of the developments over the years, the opportunity to benefit from it in many more diverse ways has emerged. In the internet environment, which has become the most important tool in mass communication, the volume of information produced has reached gigantic levels. While developments in mass media increase the production and sharing of information; On the other hand, producing and sharing false and manipulative information can cause disinformation (distortion of information). Artificial intelligence, one of the prominent inventions of technological developments, has begun to be used in information and information technologies, as in almost every field. However, the use of artificial intelligence in producing and sharing inaccurate content that may cause disinformation has begun to be frequently encountered. The aim of the study is to reveal the level of artificial intelligence, the contents in which it is used, and what to pay attention to in distinguishing between reality and artificiality. X posts by former President of the United States of America (USA), Donald Trump, who occupied the world's agenda as one of the important examples of disinformation created by artificial intelligence, were examined and analyzed. As a result of the research, it was seen that the images created with artificial intelligence were as close to reality as possible. However, when the images are examined in more detail, distorted forms on the face and hands, pale skin, vague writings and inconsistencies in the information of public institutions, among other things, stood out. The study reveals that artificial intelligence now has limitations in its performance. However, it is anticipated that with its learning structure, artificial intelligence will soon overcome these limitations and achieve a performance that closely resembles reality.

Keywords: New Media, Disinformation, Artificial Intelligence, Post-Truth, Midjourney

1. Giriş

İlk dönemlerden itibaren insanlar, çevrelerindeki gelişmeler hakkında bilgi sahibi olma ihtiyacı hissetmişlerdir. Oluşan ihtiyaçlar ise birtakım teknolojik gelişmeleri beraberinde getirmiştir. Bilginin üretilmesinde insanlık tarihi kadar eski dönemlere gidilmekle birlikte; içinde yaşadığımız yüzyılda üretilen bilginin kapasitesinin bu zamana kadar üretilen bilginin hacminden fazla olduğu görülmüştür. Bilginin türleri, boyutu ve kapsamındaki artış, takibinin güçleşmesine hatta bazı durumlarda sorgulanamamasına neden olmuştur. İnsanlar, gündemi takip etmek, eğlenmek, mal ve hizmetler hakkında bilgi edinmek, sosyalleşmek vb. konularda

bilgi sahibi olabilmek için kitle iletişim araçlarından yararlanmaktadır. Radyo, televizyon, gazete ve dergi 90'lı yıllara kadar kitle iletişimi ihtiyacının giderilmesinde yararlanılan geleneksel kitle iletişim araçları arasında yer almıştır. Fakat internetin sivililerin kullanımına açılması ile birlikte her geçen gün kullanıcı sayısı hızla artan yeni iletişim aracı hâline gelmiştir. İnternet sayesinde bilgiye ulaşmak ve paylaşmak, reklam ve tanıtım faaliyetleri, eğitim ve sağlık, bankacılık, ticaret, eğlence ve sosyalleşmeye kadar birçok alanda kullanılmaya başlanmıştır. Teknolojinin gelişmesinin etkili olduğu alanların biri de medya ortamları olmuştur. İnternet tabanlı ortamlar “yeni medya” şeklinde isimlendirilirken; yeni mecra interneti ve bilgisayarları bir araya getirmiş; böylece metin, görüntü, ses ve veri aktarımının yeni medya ortamlarında yapılabilmesini sağlamıştır.

Yeni medya ortamlarının sunmuş olduğu kolay erişim, etkileşimsellik, sanallık, kullanıcının da içerik üretebilmesi, hipermetinsellik ve multimedya imkânlarıyla birlikte bilgi paylaşımı ve erişimi daha kolay ve hızlı yapılabilir. Enformasyonun yeni medya ortamlarında özgürce hareket etmesi, küreselleşme hareketleri ile önemli sonuçlar doğurmuştur (Şevik, 2015). ‘Hakikat sonrası’ kavramı ile Web 2.0, X, Instagram, Facebook ve TikTok vb. sosyal medya platformları internet ortamında haber akışının gelişmesini sağlamıştır. Yeni medya ortamları, haber alma ihtiyacının karşılanması adına her zaman için doğru haberin verilmediği aksine; yalnızca kendi amaçlarının gerçekleştirilmesi uğruna dezenformasyon ve manipülasyona başvurulmuş Antonio Gramsci’nin deyişiyle, “hegemonik bir mücadele ortamına” dönüşmüştür (Akt. Dağtaş, 1999: 355). Sistematik olarak yeni düşünceler eken medya, sosyal problemleri yeniden üretirken; toplumsal normları da onaylamaktadır. Her içerik, gerçekliğin dışına çıkmadan, tekrardan oluşturulmaktadır. Bu durum medyanın neleri ifade ettiği değil; neleri söylemediği ve söylediklerini ne şekilde ele aldığı, işlediği ve sunuş biçimlerini öne çıkarmaktadır. Böylece medyanın toplumu gerçeklerle aydınlatmak yerine, dezenformasyonla yanlış bir algı oluşturmaya neden olmaktadır.

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile internet günümüzde önemli bir kitle iletişim aracı olurken; isteyen her kullanıcının içerik oluşturabilmesi ve enformasyon akışındaki denetimsizlik, bilgi çarpıtma yani dezenformasyona neden olabilmektedir. Dijitalleşme, bireylerin simülasyon evreninde yaşamasına neden olmaktadır. Öyle ki Baudrillard (2018: 13)’nın deyişiyle sosyal medya “gerçeğin yerini alan simülakr” olmuştur. Dezenformasyon kavramı ise enformasyondaki bozulmaya, olumsuzluğa işaret ederek; bilginin bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde yanlış bir şekilde verilmesi, deforme olmasını ifade etmiştir. Dezenformasyon, bilginin değiştirilmesi, dönüştürülmesi, çarpıtılması, ekonomik ve siyasi

amaçlarla kamuoyuna sunulması şeklinde gerçekleşmektedir (Çakmak, 2019). Bir başka tanıma göre dezenformasyon, doğru olmayan bilginin belirli bir ideolojinin savunulması, haksız kazanç sağlanması, toplumun manipüle edilmesi gibi amaçların gerçekleştirilmesi için bilinçli şekilde yayılmasının sağlanmasıdır (Meel ve Vishwakarma, 2020). Örneğin; 2016 yılındaki ABD Başkanlık seçimlerinde Facebook-Cambridge Analytica veri skandalının ortaya çıkması, siyasi bir krize neden olmuştur. Bilinçli bir şekilde üretilen ve paylaşılan, belirli bir konu üzerinde kamuoyu oluşturan, oluşturduğu kamuoyunda kitleleri harekete geçiren ve karışıklık yaratmak için gerçekleştirilen dezenformasyon; bilinçsiz bir şekilde gerçekleştirilen yanlış bilgilerden daha fazla tehlikeye neden olmaktadır (Wardle ve Derakhshan, 2017).

Dijitalleşmenin getirmiş olduğu sosyal platformlar ile siyasi, ekonomik ve sosyal konularda bilgi vererek tartışma ortamının oluşumuna zemin hazırlamakta; böylece düşünce ve ifade özgürlüğünün gelişmesine, aynı zamanda demokrasilere karşı bilinçli, kapsamlı ve düzenli olarak yürütülen dezenformasyonlara karşı konulmasına çalışılmaktadır. Özellikle 2016 yılından itibaren ülkeler, sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerin yanlış ve manipüle edici olanlarının kontrolünü sağlayacak yasa ve yönetmelikler uygulamaya başlamışlardır. İnternet, bilginin yayılması noktasında diğer kitle iletişim araçlarına kıyasla hızlı olması ve denetlenmesinin güç olması nedeniyle dezenformasyona uğramış bilgilerin gerçek bilgilere oranla daha hızlı yayılması (Vosoughi, Roy ve Aral, 2018), bilgilerin “gri alan” olarak adlandırılabilen ‘gerçek’ ve ‘yalan’ şeklinde ayrışmasının güçleşmesine neden olmuştur. Ayrıca yanlış bilgiler ve paylaşımlar bir kez yayıldıktan sonra, doğru olmayan içerikler, kullanıcıların zihinlerini meşgul etmeye devam etmektedir (Marwick ve Lewis, 2018: 44).

Yapay zekânın medya ortamına sağladığı avantajlar kadar sahte haber üretmek ve yaymak gibi dezenformasyona neden olabilecek dezavantajları da bulunmaktadır. Bu durumda yapay zekâ hem kamunun hem de medyanın gündemini belirleyebilmektedir. Bu kapsamda yapay zekâ, derin öğrenme ile görsel ve işitsel içeriklerin üzerinde oynayabilmekte, hatta hiç olmamış olayları, olmuş gibi gösterebilmektedir. Bu tür içeriklerin oluşturulmasında çeşitli yazılım programları, geliştirilen algoritmalar kullanılmakta, gerçek olmayan içerikler üretilmektedir. Böylece gerçekliğin yeniden üretilmesi ve çarpıtılması ile dezenformasyonun oluşmasına neden olmaktadır. Dijital ortamda içeriklerin sayısız denilebilecek kadar fazla olması, ‘sahte’ ve ‘gerçek’ olarak ayrımının net bir şekilde yapılmasını oldukça zorlaştırmaktadır (Westerlund, 2019). Yapay zekâ aracılığıyla üretilen içeriklerin kolay ve hızlı bir şekilde üretilmesi kullanıcılara sınırsız özgürlük sunarken; internetin merkezsiz yapısı ve yasal boşluklar, dezenformasyona hareket alanı sağlamaktadır.

Yapay zekâ kaynaklı içeriklerin daha gerçekçi, ikna edici ve kolayca hazırlanabilir olması; yapay zekâyı, kitlelerin kolayca etkilenmesinden çıkar sağlamak isteyenleri kendisine çeken bir medya aracı hâline getirmiştir (Wardle, 2020: 10).

2. Enformasyon ve Dezenformasyon

İnternet, kullanılmaya başlandığı ilk dönemlerde yalnızca metin paylaşımı özelliği sunabiliyorken; zaman içerisinde internet teknolojisindeki gelişmeler sayesinde ses, grafik, video, animasyon vb. paylaşım özelliklerine kavuşarak, bilgiye en geniş şekilde ulaşılabilen araç olmuştur. Farklı kullanım biçimlerine hizmet etmesi için internetteki bilgi, veri tabanlarında yer alarak arama motorları ile kullanıcıların erişimine sunulmuştur. Böylece internette yer alan bilgilerin artışı ile doğru ve güvenilir bilgiye ulaşılması çok daha güç hâle gelmiştir. Bilgiye ücretsiz ve kolay ulaşılması internette yer alan bilgilerin pek çoğunun dayanaksız ve yanlış olmasına neden olmuştur (Fırat ve Kurt, 2015: 241). Bu noktada bilginin tanımlanmasında iki kavramla karşı karşıya kalınmıştır. Bunlardan ilki ‘enformasyon’, diğeri ise ‘dezenformasyon’dur. Ural (2012), evrende en temel unsur olarak kabul edilebilecek olan enformasyonu: “soyut bir olayı, süreci anlatmaya yarayan; bilgi, haber, malumat, deney ve gözlem” şeklinde tanımlayarak bilginin genişletilebileceğini, felsefi yönden derinleştirilebileceğini ve günlük yaşamda birçok alanda kullanılabileceğini ifade etmiştir.

İkinci tür bilgisellik ise dezenformasyon kavramı ile ifade edilmiştir. İlk olarak bilginin dezenformasyona uğraması yeni bir olgu değildir; insanlık var olduğundan beri meydana gelmiş bir olgu olarak yer almıştır (Turan, 2015: 111). 17. yüzyıldan itibaren Avrupa’da tartışılmaya başlanan dezenformasyon; ‘algı yönetimi’ne yönelik eleştirilerde en önemli sebeplerden biri olarak gösterilmesi nedeniyle kavramın üzerinde durulmasını gerektirmiştir. Medyada ve akademide daha sık karşılaşılan dezenformasyon terimi, Türk Dil Kurumu (TDK) tarafından “bilgi çarpıtma” olarak tanımlanmıştır. Diğer bir tanımlamaya göre ise ‘bir amacı gerçekleştirmek üzere, çoğunlukla bir kasıt güdülerek, yanlış bir algı oluşturma/yönetme girişimlerinde doğrunun kullanılmaması’dır. Dezenformasyon, siyahla beyaz arasında kalan “gri bir alan” olarak ifade edilirken; bu mücadelenin hedef ülkede sosyal ve politik istikrarsızlıkların artırılmasına yönelik faaliyetleri kapsamaktadır (Hicks ve Friend, 2019). Dezenformasyon faaliyetlerinde aldatıcı reklam, propaganda, negatif içerikli fotoğraflar, uydurulmuş harita ve belgeler, gerçek olmayan web siteleri ve mesajlar yer almıştır. Temelde yanlış bilginin yer aldığı dezenformasyon; kişilerin duygusal ve fiziksel olarak kötü durumda olmasına neden olmaktadır (Doğru ve Doğru, 2017: 437).

Dezenformasyonun yeni bir olgu olmadığı, kitle iletişim araçları ile gündeme gelmesinden çok önceleri toplumsal hayatta yer aldığı ifade edilmiştir. M.Ö. 1200'lü yılların sonuna doğru yaşanan Kadeş Savaşı sonucunda II. Ramses Luxor'daki Karnak Tapınağı'nın duvarlarına yazdırdığı hiyeroglif yazılarında Kadeş Savaşı'nı II. Ramses'in kazandığını ifade etmiştir. Fakat Boğazköy (Hattuşaş)'deki arkeolojik kazılarda ise savaşın Hititler tarafından kazanıldığı anlaşılmıştır (Yeni Şafak, 2003). Günümüze doğru ise dezenformasyon gizli gerçekleştirildiği için propaganda türlerinden 'kara propaganda' olarak adlandırılmıştır. Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB)'nde KGB tarafından Soğuk Savaş döneminde kullanılan bir yöntem olarak 'dezinformatsia' ile ifade edilmiştir. Bu dönemde KGB ve CIA birbirlerinin kirli işler yaptığı şeklindeki söylentilerini, doğrulanması muhtemel kaynaklar ile paylaşarak, karşı tarafın itibar ve imajının olumsuzlanmasında dezenformasyon yönteminden yararlanmıştır (Cull, Culbert, ve Welch, 2003: 104).

Dezenformasyon, bilgiye hâkim olmak ve bilginin, aktörlerin amaçları doğrultusunda kullanılabilmesi adına yararlanılan faaliyetler arasındadır. Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, internet ve yeni medya ortamlarında bilgi güvenliği ve doğruluğu konusunda tartışmaların yaşanmasına neden olmuştur. Enformasyonun güvenliği konusunda propaganda, 'sahte haber' (Keller, Schoch, Stier ve Yang, 2020; Tandoc, 2021: 110-111), 'dezenformasyon', 'mezenformasyon' ve 'malenformasyon' kavramları ile 'gerçek ötesi' (post truth) kavramı kullanılmaya başlanmıştır. Oxford'ın 'post-truth' (gerçek ötesi) kavramının 2016'da yılın kelimesi seçilmesi, Brexit referandumu ve ABD'deki seçimler kavramın popüler hâle gelmesini sağlamıştır (Oxford Word of the Year 2016; Oxford Languages, 2016). Bu anlamda dezenformasyon; mezenformasyon ve kötü propaganda adı altında yayılan bilgiler 7 şekilde yapılmaktadır. Bunlar: 'bağlamdan koparma', 'uydurma', 'taklit', 'hiciv ve parodi', 'manipülasyon', 'çarpıtma' ve 'hatalı ilişkilendirme' şeklinde tasnif edilmiştir (Wardle ve Derakhshan 2017: 17).

Demokrasi ile yönetilen toplumlarda "sert güç" (Walker, Kalathil, Ludwig, 2020; Walker ve Ludwig, 2017) yöntemi olarak kullanılabilen dezenformasyon, sistemli olarak yapılırsa demokratik yönetimlere zarar verebilmektedir. Bu süreçte dezenformasyon; demokratik düzen, yerleşik sistem, yürütücü kurumlar ve kişiler hakkında olumsuz tasvirlerle demokrasiye yönelik inanca etki etmektedir. Bu nedenle demokrasi ile yönetilen ülkelerdeki bireyler, güvensizlik ortamını pekiştiren yalan haberlere inanmaya başlamıştır (Zimmermann ve Kohring, 2020). Tık tuzaklı web siteleri, aşırı partizan medya, sahte haber siteleri, yabancı hükûmetler ve hesaplamalı propaganda olarak (botlar ve troller) maddi veya ideolojik

nedenlerle politik dezenformasyonu paylaşmaktadır (Barfar, 2019). Dezenformasyon yeni medya ortamlarında çeşitli aktörler tarafından kullanılmaktadır. Bunlar arasında: bireyler, siyasi partiler, devletler, terör örgütleri, şirketler vb. bulunmakta olup, bu aktörler dezenformasyonu farklı amaçlarla kullanmaktadır. Stratejik iletişim aracılığıyla işletmeler mikro hedefleme yaparak, belirledikleri siyasi mesajların trend olmasını sağlamak için bot hesap ve trol hesaplardan yararlanabilmektedir (Bradshaw, Bailey ve Howard, 2021).

3. Post-Truth Çağı (Hakikat Sonrası) ve Dezenformasyon

Bilgi ve enformasyon teknolojilerindeki gelişim, bilgiye ulaşım ve paylaşımı kolaylaştırırken diğer taraftan objektifliğin korunamamasına yol açmış, dezenformasyonu ve tek yönlü bir düzeni ortaya çıkarmıştır. Modern çağda bilginin güç olduğu dünya düzeninde, bilgiyi elinde tutan ve yöneten iktidar sahiplerinin toplumlarda gerçek olmayan bilgiler üzerinden algı yaratması modern çağın önemli sosyal problemleri arasında yer almıştır (Bradshaw ve Howard, 2018: 23). ‘Hakikat sonrası’ kavramı ilk kez 1992 yılında ABD’li yazar Steve Tesich (Akt. Kreitner, 2016) tarafından kullanılmış; gerçekliğin belirlenmesinde bilgidен çok kişisel fikirlerin baskın olduğu, bu fikirlerin anlık spekülasyonlarla yönlendirildiği, doğru ile yanlışın karıştırıldığı bir zamanı temsil etmiştir (Schindler, 2020: 16; Cesarino, 2020: 2; Yıldırım, 2017: 109). Ralph Keyes (2017: 22) hakikat sonrası ile ilgili olarak: “Hakikat sonrası, etik açıdan bir alacakaranlık kuşağında yer alıyor. Yalancı olduğumuzu düşünmeden gerçeği gizlememizi sağlıyor. Davranışımız değerlerimizle çeliştiğinde, yapacağımız şey muhtemelen değerlerimizi düşünmek oluyor. Bırakın diğerlerine karşı kabul etmeyi, çok azımız kendisinin etik dışı olduğunu düşünmek ister; bu nedenle de alternatif ahlak yaklaşımları oluşturur.” ifadesini kullanmıştır.

Oxford sözlüğünün 2016 yılında yılın kelimesi olarak seçtiği post-truth kavramı: “nesnel gerçeklerin, kamuoyunu şekillendirmede kişisel duygu ve düşüncelerden daha az etkili olduğunu” ifade eden bir terimdir (McIntyre, 2018: 5). Yalan ve aldatmaya dayanan dezenformasyonun bireyler tarafından özellikle sosyal medyada bu kadar sık kullanılmasının sebebinin Keyes, yalanın hayatı kolaylaştırdığını, aynı zamanda bunun bir yaptırımı olmadığını ifade etmiştir (Akt. Uzunoğlu, 2017). Hakikat sonrası dönemde internette üretilen enformasyonda patlama yaşanmıştır. Yaşanan bu artış doğru bilginin yanı sıra yanlış ve gerçek olmayan bilgileri de artırmış, üstelik bu durumu düzene koyacak kurumların eksikliği sosyal mecralarda daha fazla kendisini hissettirmiştir (Medeiros, 2017: 23).

Gerçeğin değerini yitirmesi ve yalan haberlerin yayılmasında, sosyal medya ortamlarındaki yükseliş dikkatleri çekmiştir. Bu noktada bilgi ve kanaat arasındaki ilişkinin anlaşılmasındaki güçlük ve kullanıcıların doğruluğundan emin olmadıkları bilgileri paylaşımları takipçileri gerçeklerden uzaklaştırmaktadır (Yıldırım ve Mazıcı, 2021: 746). Yeni medya ve sosyal platformların günlük yaşama getirdiği avantajların yanı sıra dezavantajlı durumlara da sebep olmuştur. Bu dezavantajlı durumlar, başta dezenformasyonun yaygınlaşması olarak ifade edilirken, bu durumun önemli bir nedeni olarak sosyal platformlarda doğru olmayan haberlere neden olmaktadır. Sosyal medyada yer alan haberler günümüzde en önemli dezenformasyon kaynakları arasında yer almaktadır. Özellikle kriz dönemlerinde dezenformasyon yoğunluğunun sıklaştığı gözlemlenmektedir.

Hakikat sonrası kavramı, algılanan gerçekliğin anlamsız olduğu ve inşa edilen sanal gerçekliğin daha önemli olduğunu ifade etmek için kullanılmıştır. Sanal gerçeklik asıl gerçekliğin anlamını yitirmesine neden olmuş ve onu değersiz kılmıştır (Köktürk, 2020). Güç sahipleri, kişilerin gerçeklikle olan ilgisini azaltabilir veya başka bir yere yönlendirmek için algı yönetiminden faydalanabilir. Toplumu, herhangi bir düşünceye zorlama olmaksızın kendi istedikleri biçimde ilgi duymalarını ve benimsemelerini sağlayabilirler (Taburoğlu, 2020). Güç sahipleri toplumun bilgi edinme kaynaklarının kontrolünü sağlayarak, dijital kanallarla gerçekleştirilecek uygulamalar vasıtasıyla toplumsal rızayı elde edebilirler. İnternet ile birlikte bireylerin sosyal medya ortamlarında yoğun bir şekilde yer alması, algı yönetimi ve rızanın sağlanmasında sosyal medya ortamlarını güç sahipleri için önemli bir araç hâline getirmiştir. Hakikat sonrası dönemde yeni medyada anonim hareket etme imkânı, bireylerin sorumluluk taşımaması, ne olduğunu sorgulamamaları (Keyes, 2017; Güven, 2020), sosyal medya ortamlarında bilgiyi üretme/tüketme/yayma ve etkileşim yaşanması (Jaques, Islar ve Lord, 2019); arama motorları algoritmalar ve yapay zekâlar ile kullanıcıları sanal ortamlara dâhil etmiştir (Marsh, 2017; Block, 2019). Bu dönemde manipüle edilen kitleler pasiflikten, güç sahiplerinin birer ortağı olarak gerçekliğin yeniden üretiminde aktif olarak rol almaya başlamışlardır.

4. Yeni Medya ve Dezenformasyon

Medyanın kamuoyu oluşturma ve toplumu değiştirme gücü, internet ve yeni medya ile birlikte büyük oranda artmıştır. Demokrasilerde kuvvetler ayrılığı ilkesine göre yasama, yürütme ve yargının ardından dördüncü güç olarak adlandırılan medya; denetleyici ve düzenleyici özelliğini kaybetmiştir. Bu durumun sebepleri arasında küreselleşme ve sermaye

yapılanlarında meydana gelen değişimler gösterilebilir. Karşı bir güç olmanın ötesinde, diğerlerine eklenilen bir güç olan medya; toplumu baskılamak için hâkim güçlerin bir aracı hâline gelmiştir (Ramonet, 2011). Teknolojinin gelişimi ve yapay zekânın yaygınlaşması ile birlikte yeni medya ortamları, dezenformasyona kapısını sonuna kadar aralamıştır. Son dönemlerde batılı ülkelerin seçim süreçleri üzerine yapılan araştırmalarda, dijitalleşmenin siyaset ve demokrasi üzerine önemli etkiler yaptığı ortaya çıkmıştır. Örneğin, 2016'daki ABD Başkanlık seçimlerinde Facebook'un kurucusu Mark Zuckerberg'in de sonradan yargılandığı davada; algoritmalar ve yapay zekâ, önemli bir manipülâtör ve dezenformasyon aracı hâline gelerek, kamuoyunda algı yaratılmasında önemli bir araç olmuştur (İldem, 2021: 2).

Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler internetin Web 2.0 ile birlikte dezenformasyonun hükûmet, medya sahipleri gibi gücü elinde bulunduranlarla sınırlı kalmamasına neden olmuştur. Sosyal ağlarda kullanıcıların medya sahipleri tarafından denetimlerinin zor olması, kullanıcıların da birer güç sahibi hâline gelerek kendi kontrolleri altından bilgi edinme ve paylaşımlarını olanaklı kılmıştır. Web 2.0 ile birlikte merkezsizleşme (decentralization) olgusu ile yeni bir anlayış yerleşmiştir. Sosyal medya uygulamalarının kullanımındaki artış, bilgisayar ve interneti olan herkesin dezenformasyon yapabileceğini göstermiştir. Dezenformasyon üretmenin bu kadar kolay olması, kitle iletişim araçlarına kıyasla daha fazla dezenformasyon yapılabilmesine neden olmuştur. Sosyal medyada dezenformasyonun güçlü bir silah hâline gelmesi, bireyleri kısa bir süre içerisinde örgütleyerek eylemlere ve protestolara katılmalarına neden olabilmektedir.

Yeni medyada içeriklerin paylaşılması oldukça hızlı olup, tek tipte, 'kopyala-yapıştır' şeklinde bilgiler yayımlanabilmektedir. Birbirine benzeyen kopya metin ve görseller yeni medyada kullanıcıların birbirini desteklemesine ve aynı enformasyonu tüketmelerine neden olmaktadır. Tık odaklı habercilikte kullanıcıların dikkatini çekmek için çeşitli uygulamalar yapılmakta ve artan okunma ile daha üst sıralarda kendine yer edinebilmektedir. Dezenformasyon içerikler gündemde ne kadar kendisine yer edinirse, etkililik ve destekçi bulma oranının da o kadar arttığı gözlenmiştir. Web 2.0 ile birlikte kullanıcıların değer kazanması ile içerik üretimi artarken, dezenformasyonda artışlar yaşanmıştır (Topsakal, 2018: 239). Yeni medya ekosisteminin dezenformasyona açık doğası ve sosyal medya ortamlarında bilgiye erişim ve paylaşmada küresel bir standardın olmayışı: enformasyonun kolayca değiştirilebilir, çalınabilir ve çarpıtılabilir özellik taşıyarak; denetimsiz ve anonim bir şekilde paylaşılması ile dikkat çekici/çarpıcı haberlerin verilmesine ve dezenformasyonun kolayca yayılmasına neden olmuştur.

Geleneksel medyada bilginin yayılması için çeşitli kaynaklara ihtiyaç duyulurken; internet tabanlı yeni medya ortamlarında ise mekânsal ve zamansal kısıtlardan bağımsız bir şekilde, kolay uyumlaşan, eklektik (parçacıklı) ve esnek biçimiyle “gerçek olmayan bilginin bilinçli/bilinçsiz bir şekilde yeniden üretilmesi ve yayılması” hususunda geleneksel medyaya kıyasla daha çeşitli, hızlı ve etkili araç olarak yararlanılmıştır (Donovan, 2020: 18). Yeni medya iletişiminin hızlı yükselişi ve internet algoritmaları ile kullanıcılar filtrelenerek; “kendi amaçlarını gerçekleştirecek bir ortamda kullanıcıları sınırlandırılarak” dezenformasyonla yanlış algıların sürekli hâle gelmesine sebep olunmaktadır. Yeni medya ortamları ile birlikte gerçekliğin önemini yitirdiği ve kurgusal gerçekliğin olguya dayalı gerçekliklerin yerini aldığı hakikat sonrası dönemde, çevrim içi sosyal ortamlarda artan enformasyon yoğunluğu, dezenformasyonun daha fazla kitleselleşmesine yol açmış; böylece iktidar sahiplerini hakikatin belirlenmesinde önemli bir kontrol mekanizması hâline getirmiştir. Ana akım medya hem sermaye hem de denetim mekanizmasında bağlı olduğu tarafın siyasi, ekonomik ve toplumsal menfaatleri yönünde gerçeği (bilgiyi), iktidar adına tespit eden ya da saklama ihtiyacı duyan; lüzum görürse aldatıcı içerik üretebilen bir araç hâline gelmiştir (Chomsky, 2002: 10).

Yeni medya ortamında sosyal medya uygulamaları, kullanıcıların yoğun bir şekilde içerik üretmesi nedeniyle sosyal ve ekonomik açıdan büyük bir medya konumuna erişmiştir. Milyarlarca üyesi olan sosyal medya platformları, kullanıcıların ürettikleri içerikler sayesinde bugün önemli bir seviyeye gelmiştir. Bu platformlarda denetleyiciler, nefret söylemi, şiddet, tehdit, pornografi vb. konularda temkinli hareket etmektedirler. Fakat bu sınıflamalar dışındaki içeriklerin dikkate alınmaması dezenformasyonun yayılmasına neden olabilmektedir. Örneğin 2016 yılındaki ABD Başkanlık seçimlerinde sosyal medyada yayılan dezenformasyon içeriklerinin daha çok etkileşim alması, kamuoyunda algı yaratarak, aldatıcı sonuçlar meydana getirmiştir. Sosyal ağlardaki milyonlarca kullanıcıya bilginin ve haberin hızla yayılmasında önemli bir görev de arama motorlarındaki algoritmalara düşmüştür. Algoritmalar, eşik bekçiliği görevi üstlenerek yapılan aramaları kullanıcılara kişiselleştirerek öneriler şeklinde sunmaktadır. Böylece her ne kadar aramalar kişiselleşse de kullanıcılar dezenformasyonla karşı karşıya kalabilmektedir. Eksik/yanlış haberlerin yayılmasına sosyal medya ortamları kaynaklık ederken; bireylerin korkutucu, şoke edici ve ilginç konulara olan ilgileri de etkili olabilmektedir. Bu tür sansasyon yaratıcı içeriklerin, yanlış olması ve etkileşim durumları, doğru bilgilere göre daha yüksek olabilmektedir (Uluk, 2018).

Yeni medya ortamlarındaki bilginin paylaşılmasında küresel bir standardının bulunmaması; bu ortamlardaki bilginin kolayca çarpıtılabileceği, değiştirilebileceği ve yanlış

ifadelerle anonim şekilde oluşturulabileceği gerçeğini gündeme getirmiştir. Sosyal medyanın yoğun bir şekilde kullanımı ve içerik üretimi, toplumlarda doğru ve yanlışın ayırt edilmesi ihtimalini oldukça düşürmektedir. Yeni medya ortamları dezenformasyonun yayılması noktasında birçok fırsat sunmuştur. Dezenformasyon genellikle bir kişi tarafından üretilse de birtakım medya kuruluşları yanlış ve gerçek dışı haberleri kullanabilmektedir. Bu durumda medya, üretmediği içeriğin taşıyıcısı olarak da yer almaktadır (Erkan ve Ayhan, 2018: 206).

5. Yapay Zekâ Aracılığıyla Dezenformasyon Yaratılması

Yapay zekâ çalışmaları bilimsel olarak 1956 yılıyla birlikte başlamıştır. Fakat yapay zekânın (ve diğer mekanik objelerin) kökenlerinin Yunan mitolojisinden Mısır ve Çin başta olmak üzere eski medeniyetlerdeki hikâyelere kadar dayandığı iddia edilmektedir (Nahodil ve Vitku, 2013). Yapay zekâ alanındaki somut çalışmalara 1950’li yıllardan itibaren başlanmasının temel sebebi İkinci Dünya Savaşı’dır. Savaş ve sonrası dönemde 1940 ve 1960’lı yıllar arasında teknolojik gelişmelerin hız kazandığı gözlenmiştir. Bu noktada organik canlılar ve makinelerin beraber işleyebildiği bir sistemin anlaşılması isteği gelişmiştir (Council of Europe, 2023). İkinci Dünya Savaşı ve sonrasındaki teknolojik gelişmeler, güç işlerin başarılması kapasitesine sahip yazılımların geliştirilmesine fırsat vermiştir (AAAI, 2018; Akt. Galloway ve Swiatek, 2018). Bu nedenle yapay zekânın gelişmesine yönelik faaliyetler, İkinci Dünya Savaşı sonrasında hızlı bir artış göstermiştir. Buraya kadar anlaşılacağı üzere yapay zekânın gelişimsel süreci yıllar içerisinde olmuştur. Yaklaşık 70 yıllık bir süreç geçmesine rağmen veri hacmindeki artış; algoritmalar, hesaplama gücü ve depolamadaki iyileştirmeler sayesinde gün geçtikçe yapay zekâyı daha popüler hâle getirmiştir.

İnsana özgü faaliyetleri ve daha fazlasını yerine getirebilmesi adına günümüzde yapay zekânın birçok alanda kullanıldığı görülmektedir. Bu alanlar arasında konu gereği bilginin üretimi ve yayılması süreçlerinde medya sektörü de yer almıştır. Ana akım medya tarafından üretilen enformasyon, internet ve sosyal medya ile birlikte artış göstermiştir. Fakat içerik üretiminde algı yönetimi ve etkileşim sağlama amacıyla yanlış ve gerçek olmayan enformasyonun yayılımı olan dezenformasyon konusunda tartışmalarda artış yaşanmıştır. Yapay zekânın dezenformasyon üretiminde kullanılması ve sosyal medyada yayılarak kamuoyunda önemli tartışmaların doğmasına neden olmuştur. Bu bağlamda yapay zekânın metin yazımının yanı sıra, fotoğraf, ses ve video biçimlerindeki dezenformasyona neden olabilecek içerikler üretilmediği gözlenmiştir. Bu konuda güncel bir örneğin incelenmesi, konunun daha iyi anlaşılması açısından gerekli görülmüştür. Çalışmaya dâhil edilecek örnek ise

2023 yılı baharında dünya gündemine damgasını vurun ABD eski Başkanı Donald Trump'ın tutuklanmasına neden olan davadır.

5.1. Araştırma Yöntemi

Çalışmada sırasıyla konunun önemi, konunun güncelliği, hedef kitleyi ne derece ilgilendirmekte olduğu, niçin araştırmaya gerek duyulduğu, çalışmanın alana sağlayacağı katkılar vb. sorulara yanıtlar aranmaya çalışılmıştır. Yeni medya ortamlarının günlük hayatın ayrılmaz bir parçası hâline gelmesi; haber, eğitime, eğlenme vb. birçok işlevinin bulunması, yeni medya üzerinde daha dikkatli durulmasını gerektirmiştir. Yapay zekâ ve algoritmalar aracılığıyla yeni medya ortamları, bilgi edinme konusunda birçok işlevi ile öne çıksa da farklı sebeplerle dezenformasyona (bilgi kirliliği) neden olabilmektedir. Milyarlarca kayıtlı kullanıcısı bulunan sosyal medya platformları üzerinden üretilen ve paylaşılan içerikle dezenformasyon yaratılmasının doğurabileceği sonuçları; dünya üzerinde etki düzeyi yüksek bir devlet başkanının mahkeme sürecini, çok sayıda kullanıcısı bulunan bir sosyal medya platformu üzerinden ve güncel bir olay olması sebepleri ile incelenmeyi önemli ve gerekli kılmıştır. Çalışmanın zamanlaması: iddiaların ortaya atılmasından, mahkemenin kararını vermesine kadar geçen süreç incelendiğinde; konunun güncelliğini yitirmeden ortaya konulması bakımından araştırma süresinin makul olduğu düşünülmektedir.

Çalışma evrenini sosyal medya ortamlarından tüm sosyal medya kullanıcıları oluştururken, örneklem olarak ise yapay zekâ ile görüntüye dayalı dezenformasyon üretilmesi çerçevesinde son bir yıllık süreç içerisinde medyada popüler sayılabilecek örnek olay gözlemlenmiş ve seçilmiştir. Çalışmanın iletişim bilimlerinde çalışılan ve tartışılan bir konu olan dezenformasyon konusunu, yeni medya ortamlarından sosyal medyada yapay zekâ üzerinden tartışmanın alana yeni katkılar sağlayacağı ve zenginleştireceği düşünülmektedir. Araştırmada temel problemi 'Yapay zekâyı dayalı, sosyal medyada görsel dezenformasyon üretimi başarılı mıdır?' oluşturmakta ve bu soruya cevap aranmaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden 'betimleyici araştırma' yöntemi seçilmiştir. Bu yöntem, çalışılan olgu ya da örneklem hakkında elde edilen verilerin betimlenmesi ve temel özelliklerinin tasvir edilmesini içermektedir. Veri toplama yöntemi olarak literatür taranarak elde edilmiştir. Çalışma için toplanan veriler ilgili web sitelerinden ve sosyal paylaşım mecrası olan X hesaplarından paylaşılan görsel tweetler ve sitelerdeki görseller taranarak toplanmıştır. Böylece, araştırılan konu hakkında genel bir bakış açısı kazandırılması için örnek olay üzerinden analiz gerçekleştirilmiştir.

5.2. Araştırma Bulguları

ABD'nin eski Başkanı Donald Trump, seçim sonuçlarına müdahale suçlamasıyla Georgia eyaletindeki davası öncesinde, bir X hesabı tarafından 21 Mart 2023 tarihinde yapılan paylaşımdaki fotoğraflarda Trump'ın tutuklandığı anları gösterdiği iddiası gündemde bomba etkisi yaratmıştır. Söz konusu fotoğrafların Trump'ı tutuklanırken gösterdiğine yönelik iddiaların ilk olarak ABD'de yayılmasının ardından, dünya genelinde de paylaşılmaya başlanmıştır. Olayların başlangıcına sebep olan dava konusu ise Trump'ın Georgia eyaletinde seçim sonuçlarını değiştirmeye çalışması (Medyacope.tv, 2021) ve Beyaz Saray'da kalması gereken gizli belgelerin Florida'daki malikânesi Mar-a-Lago'ya götürmesi gibi suçlamalar öne çıkarken Trump'ın 2016'da yetişkin bir film yıldızına 130 bin dolarlık "sus payı" ödemesiyle ilgili olarak soruşturma kapsamında gözaltına alınabileceği de iddialar arasında yer almıştır (BBC.com, 2023c).

Yapay zekâ ile üretilen görseller sırasıyla incelenecek olmakla birlikte öncelikle pek çoğunun gerçekleşmemiş bu olayı tasvir ettiğini söylemek gerekmektedir. İnternette dolaşan bu görseller hiper gerçek ya da başka bir deyimle gerçeği abartan bir şekilde görülmektedir. Görseller anlık fotoğraflardan ziyade sahnelenmiş, sanatsal çekimler gibi durmaktadır. Trump'ın tutuklanması ile ilgili X hesabından yayımlanan fotoğraflar aşağıda sırasıyla incelenmiştir.

Görsel 1. Trump'ın Diz Çökmesi



Kaynak: (bbc.com, 2023a)

Görsel 1’de yapay zekâ ile üretilen ve diz çöküp dua ettiği görseldeki mahkeme salonu tasvirinde; yukardan yansıyan ışık hüzmeleri ile ilahi bir ortam izlenimi yaratılırken aynı zamanda saflığı ve masumiyeti temsil edercesine Trump suçlu bulunsa bile af dileyen (günah çıkartan) bir betimleme ile masumiyeti ifade etmiştir.

Görsel 2. Trump’ın Mahkeme Binasına Getirilmesi



Kaynak: (bbc.com, 2023a)

Görsel 2’de yer alan fotoğrafa detaylıca bakıldığında bir şeylerin doğru olmadığı anlaşılmaktadır. Görselin ortasında yer alan Trump’ın kolu çok kısadır. Soldaki polis memuru insan elinden çok pençeye benzeyen şekilde bir şey tutmaktadır. Benzer şekilde Trump’ın boynuna bakıldığında ise kafasının fotoğrafa daha sonradan yerleştirildiğini görmek mümkündür. Kullandığı kravatın diğer görsellerden farklı olduğu ve en az 3 adet farklı kravat kullandığı görülmüştür. Ayrıca görsel büyütüldüğünde, parmak sayısı gibi tutarsızlıklar dikkati çekmektedir.

Görsel 3. Trump’ın Kaçma Girişimi



Kaynak: (bbc.com, 2023a)

Görsel 3'te fotoğrafın ortasında yüzü bulanık olan bir kişi görülmektedir. Fotoğraflara daha yakından bakıldığında, daha şüpheli ayrıntılar ortaya çıkmaktadır. Doğal olmayan cilt tonları ve mumsu veya bulanık yüzler, görüntünün sahte olduğunun güçlü belirtileri arasında yer almaktadır. Trump'ın saçları ise fotoğrafta yüzüne odaklanmışken, bulanık durmaktadır. Trump'ın yer aldığı karmaşa içerisinde fazladan bir bacak da görülmektedir.

Görsel 4. Trump'ın Polisten Kaçması



Kaynak: (bbc.com, 2023a)

Yapay zekâ teknolojisi Görsel 4'te olduğu gibi gözün doğru tasvirinde henüz yeterli seviyeye ulaşmamıştır. Aynı görselde polis memurlarının Trump'ı kovaladığı görülmektedir.

Fakat polisler tamamen başka yönlere doğru bakmaktadırlar. Ayrıca kullandığı kravatın diğer görsellerden farklı olduğu gözlenmiştir.

Görsel 5. Trump'ın Polisten Kaçması



Kaynak: (teyit.org, 2023)

Görsel 5'te polislerden birinin bacakları olağan dışı bir şekilde yer alırken, sağ kol vücut kısımlarında ise deforme olmuş bir görüntü yer almaktadır. Dikkati çeken bir başka noktada da otomobillerin adeta kaza yapmış gibi bir şekilde hareket ettikleri görülmektedir. Ayrıca kullandığı kravatın diğer görsellerden farklı olduğu gözlenmiştir (teyit.org, 2023).

Görsel 6. Belirsiz Kurumsal Logolar



Kaynak: (teyit.org, 2023)

Görsel 6'daki fotoğrafta, polis memurlarının kasketinin ve üniformalarının üstünde yazan ifadelerin bir anlama gelmediği görülmektedir. Görselde Trump'ın sağ kol ceketinin olmadığı anlaşılmaktadır.

Görsel 7. Anormal Uzuv ve Şekiller



Kaynak: (teyit.org, 2023)

Görsel 7'de Trump'ın uzattığı elinin dışında birkaç parmağın polisin göğsüne değdiği görülmekte fakat kolunun olmaması dikkatlerden kaçmamaktadır. Aynı zamanda Trump'ın kulak hizasındaki saçlarının gerçeğe aykırı biçimde durması da görselin gerçek olup olmadığı konusunda kuşku yaratmaktadır.

Görsel 8. Trump'ın Kaçma Girişimi



Kaynak: (teyit.org, 2023)

Görsel 8’de polisin kıyafetleri ve aksesuarlarına yakından bakıldığı bu görselde bir polis, kafasında tanımlanamayan bir aksesuarla görülmektedir. Trump’ın ise belinde polisler için olan ve silah taşımak için kullanılan kemer bulunmaktadır. Polislerin üniformalarında bulunan rozetler ve şapkalarında geçen kelimeler okunamayacak şekilde bulularak verilmiştir.

Görsel 9. Gözlük Üzerindeki Bozukluk



Kaynak: (teyit.org, 2023)

Görsel 9’da polisin taktığı gözlük yüzüne karışmış gibi bir görüntü ile yer almıştır.

Görsel 10. Trump’ın Kaçma Girişimi

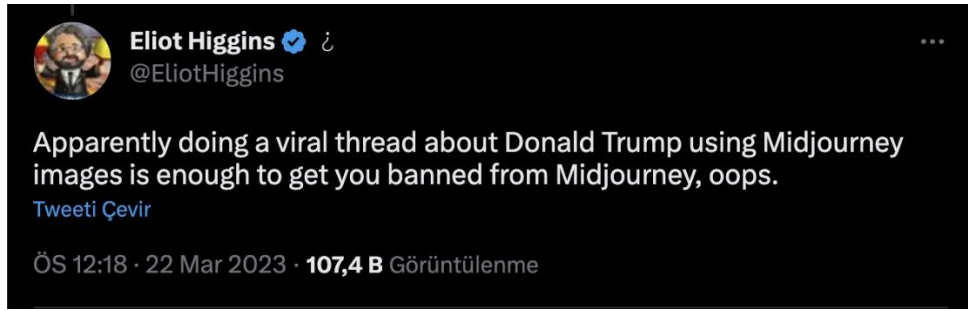


Kaynak: (teyit.org, 2023)

Görsel 10’da ise Trump’ın kafasında polis şapkası ve polisin birleşen elleri yer almıştır.

Görsellerdeki detaylar bir bütün olarak değerlendirildiğinde, fotoğrafların dijital ortamda oluşturulmuş oldukları ve sahte olabileceği ihtimalini güçlendirmekte ve daha sonraki saat ve günlerde bu tür olayların yaşanmadığı ve mantık dışı olduğu anlaşılmıştır. Bir anda dünya gündemine oturan olayın görsellerini yapay zekâ ile hazırlayan kişi ise Hollanda merkezli araştırmacı gazetecilik grubu Bellingcat’in kurucusu olan Eliot Higgins, olay patlak verdikten sonra fotoğrafların yapay zekâ görüntü oluşturma programı Midjourney kullanarak oluşturduğunu ve sahte olduklarını belirttiği bir tweet paylaşmıştır.

Görsel 11. Fotoğrafların Sahte Olduğu Açıklaması

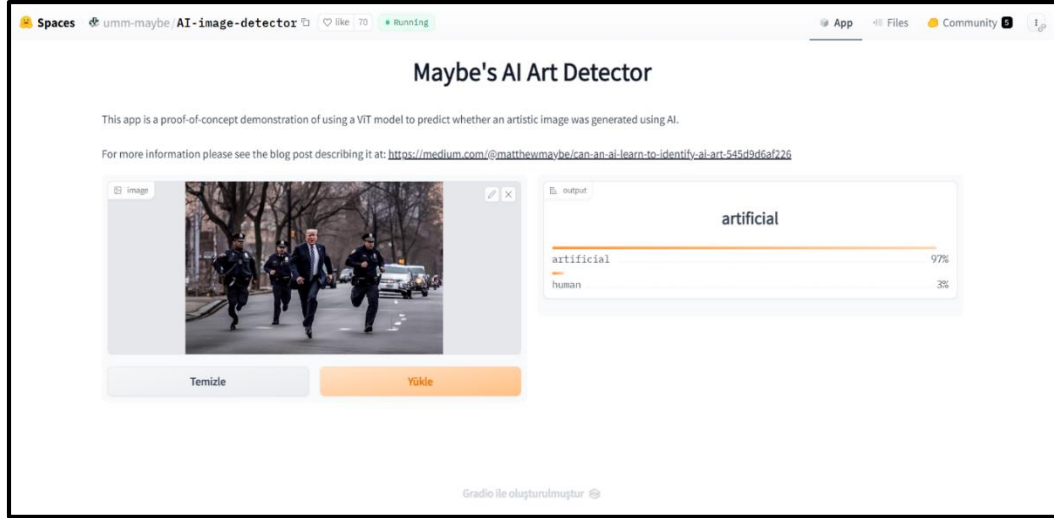


Kaynak: (aa.com.tr, 2023)

Yapay zekâ teknolojisinin gün geçtikçe ilerleme kaydetmesi, bu teknolojiyle oluşturulan görsellerin gerçek fotoğraflardan ayırt edilmesini zorlaştırmaktadır. Fakat küçük ayrıntılarda yapılan hatalar, fotoğrafları sahte olduğu yönünde ele vermiştir. Bunlar arasında öne çıkan özellikler ise;

- Yapay zekâ teknolojisi genel olarak yüze odaklandığı için insan yüzünü gerçekçi yansıtsa da kişilerin vücudunu tutarlı ve doğal bir şekilde tam olarak oluşturamamıştır. Örneğin, yapay zekâ tarafından üretilen eller, tıpkı Trump’ın fotoğraflarında olduğu gibi görseller üzerinde bozulmaya neden olmuştur.
- Yapay zekâ teknolojiyle oluşturulan görsellerde bir odak noktası bulunmaktadır. Bu nedenle görüntülerde odak noktası ABD eski Başkanı olduğu için Trump dışındaki kişilerde ve nesnelerde daha fazla kusur bulunmuştur.
- Yapay zekâyla yaratılan görüntülerde, nesneler üzerindeki metinler bir anlam ifade etmemektedir. Trump’ı tutuklayan memurların rozetlerinde ve kasketlerinde yazan metinlerin daha yakından incelendiğinde ise anlamsız ve silik oldukları görülmüştür.
- Ayrıca, yapay zekâyla oluşturulan yüzlerde abartılı ifadeler görülmüştür (aa.com.tr, 2023).

Görsel 12. Yapay Zekâ Görüntü Tespit Sitesi



Kaynak: (Huggingface.co, 2023)

Yapay zekâyla oluşturulan görüntülerin tespiti için uygulamalar da bir yandan geliştirilmektedir. Görsel 12’de oluşturulan internet sitelerinden biri olan Hugging Face isimli internet sitesi, Trump’ın polislerden kaçtığı görsel yüklenildiğinde onun yapay zekâyla oluşturulduğu sonucunu vermiştir.

Görsel 13. Trump’ın Gerçek Sabıka Fotoğrafi



Kaynak: (ntv.com.tr, 2023)

Olayın gerçek yaşananlarına gelindiğinde ise mahkemeye çıkan Trump daha sonra işlemlerinin ardından kefaletle serbest bırakılmış, kefalet bedeli olarak 200 bin dolar ödemiştir (bbc.com, 2023b). Atlanta’daki Fulton Bölge Hapishanesi, tahliye işlemi sonrası ABD eski

Başkanı'nın tutuklama dosyasına konulan sabıka fotoğrafını basınla paylaşmıştır. Görsel 13'teki gerçek fotoğrafta gülümsemeyen Trump'ın ciddi bir ifade ve çatık kaşlarla doğrudan objektife baktığı görülmektedir (ntv.com.tr, 2023).

6. Sonuç ve Değerlendirme

İnsanoğlu ilk andan itibaren bilgi edinme ihtiyacı hissetmiştir. Bilginin edinilmesi dönemin şartlarına göre çeşitlilik gösterirken, teknolojik gelişmeler süreci kolaylaştırmış, aynı zamanda çok büyük hacimli bilgilerin edinilmesini sağlamıştır. Ancak edinilen her bilgi doğru ve gerçek olmazken; amaçlarına ulaşmak isteyen kişi ve gruplar tarafından dezenformasyon bilinçli olarak kullanılmıştır. Dezenformasyon uzun zamandır bilinen bir olgu olmasına rağmen, son dönemlerdeki teknolojik gelişmelerle birlikte sosyal platformlarda yoğunlaşması ile tartışılmasına neden olmuştur.

İnternet tabanlı yeni medya araçlarının ortaya çıkması ile birlikte bilginin üretimi ve paylaşılması kolaylaşmıştır. Özellikle yapay zekâya dayalı uygulamaların ortaya çıkması ile birlikte enformasyon üretmek, haber yazdırmak gibi fırsatlar sunması iletişim ve medya alanının kapısını ardına kadar açmıştır. Hakikat sonrası dönemde Web 2.0 ile X, Instagram, Facebook ve TikTok vb. sosyal medya platformları, içeriklerin ve gerçekliğin yeniden üretilmesini sağlamıştır. Bilinçli bir şekilde üretilen ve paylaşılan, belirli bir konu üzerinde kamuoyu oluşturan, oluşturduğu kamuoyunda kitleleri harekete geçiren ve karışıklık yaratmak için gerçekleştirilen dezenformasyon; bilinçsiz bir şekilde gerçekleştirilen yanlış bilgilerden daha fazla tehlikeye neden olmaktadır (Wardle ve Derakhshan, 2017). Enformasyon sürecine eklenen yapay zekâ ise derin öğrenme ile görsel ve işitsel içeriklerin üzerinde oynayabilmekte hatta hiç olmamış olayları olmuş gibi gösterebilmektedir. Bu nedenle dijital ortamdaki devasa boyuttaki enformasyonun sahte ve gerçek olarak ayrımın yapılabilmesi oldukça zordur (Westerlund, 2019). Medyanın gündem belirleme özelliği de dikkate alındığında her geçen gün etkisini artıran sosyal platformlar ve içerdikleri haberler dikkatleri çekmekte ve kamuoyunda tartışma yaratmaktadırlar. Bu olaylardan birisi de X'deki bir paylaşım ile gündeme gelmiştir. ABD'nin eski Başkanı Donald Trump'ın, seçim sonuçlarına müdahale suçlamasıyla Georgia eyaletindeki duruşması öncesinde 21 Mart 2023 tarihinde bir X hesabından Trump'ın tutuklandığına yönelik paylaşımlar dünya gündemine bomba gibi düşmüştür (Twitter.com, 2023). Çalışma kapsamında fotoğraflar detaylıca incelendiğinde yüz ve ellerde bozuk formlar, soluk tenler, belli belirsiz yazılar, kamu kurumları, gibi dikkati çeken unsurlar yer almıştır. Yapay zekâyla oluşturulan görselleri tespit edebilen internet sitelerinden biri olan Hugging Face

adlı siteye yüklenen fotoğrafların %97 gibi yüksek oranda, yapay zekâ ile oluşturulduğu tespit edilmiştir. Paylaşım yapılan X hesabı, fotoğrafların yapay zekâ programı Midjourney ile oluşturulduğunu ve sahte olduklarını belirttiği bir tweet paylaşmıştır.

Bu sonuçlar yapay zekânın henüz istenilen seviyeye gelmediğinin bir göstergesi olmuştur. Sonuç olarak internet ağı geliştikçe daha fazla kullanıcı sayısına erişilecektir. Algı yaratma ve kamu diplomasinin giderek artan önemi yeni medya ortamlarında üretilen enformasyonun daha fazla dezenformasyona yönelik içeriklerde önemli artışların yaşanmasına neden olacağı düşünülmektedir. Gelecek çalışmalarda araştırmacılar, farklı yapay zekâ türleri tarafından işlenmiş olan görsellerin kıyaslamasını yaparak, programlar arası gelişmişliği mukayese edebilir. Görseller üzerinden yapılan çalışma yerine metin ve hareketli görüntülerin yapay zekâ üzerindeki performansı da araştırmacıların çalışabilecekleri konular arasında yer alabilir.

Araştırmanın etik yönü

Yapılan bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

Bu araştırmanın etik kurul izni gerektirmeyen araştırmalardan olduğunu beyan ederim.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada, sonuçları veya yorumları etkileyebilecek herhangi bir maddi veya diğer asli çıkar çatışması olmadığını beyan ederim.

Yazar katkı oranı

Çalışmanın tüm aşamaları yazar tarafından tasarlanmış ve hazırlanmıştır.

Kaynakça

- AA.com.tr (2023). <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/aktuel/fotograflarin-trumpin-tutuklanma-anini-gosterdigi-iddiasi/1815676>
- Barfar, A. (2019). Cognitive And Affective Responses To Political Disinformation In Facebook. *Computers in Human Behavior*, 101, 173-179.
- Baudrillard, J. (2018). *Simülakr Ve Simülasyon*. Oğuz Adanır (Çev.). Ankara: Doğu Batı.

- BBC.com (2023a). <https://www.bbc.com/turkce/articles/c901kknlx3po>
- BBC.com (2023b). <https://www.bbc.com/turkce/articles/c3g7rvy13wko>
- BBC.com (2023c). <https://www.bbc.com/turkce/articles/cv201wj2j0yo>
- Block, D. (2009). *Post Truth And Political Discourse*. London: Palgrave MacMillan.
- Bradshaw, S., Bailey, H., & Howard, P. N. (2021). *Industrialized Disinformation: 2020 Global Inventory Of Organized Social Media Manipulation*. Computational Propaganda Research Project. Oxford Internet Institute. <https://demtech.oii.ox.ac.uk/research/posts/industrialized-disinformation/>
- Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2018). The Global Organization Of Social Media Disinformation Campaigns. *Journal of International Affairs*, 71(1-5).
- Çakmak, F. (2019). Medyada Dezenformasyon Sorunsalı Ve Manipülasyonun Gücü: İdeoloji Ve Söylem Açısından Seçim Haberlerinin Siyasal İletişimdeki Rolü. *Selçuk İletişim*, 12 (2), 1127-1154.
- Cesarino, L. (2020). What the Brazilian 2018 Elections Tell Us About Post-Truth In The Neo Liberal-Digital Era? <https://culanth.org/fieldsights/what-the-brazilian-2018-elections-tell-us-about-post-truth-in-the-neoliberal-digital-era>
- Chomsky, N. (2002). *Medya Gerçeği*. Osman Akinhay & Abdullah Yılmaz (Çev.). İstanbul: Everest.
- Council of Europe. <https://www.coe.int/en/web/artificial-intelligence/history-of-ai>
- Cull, N. J., Culbert, D. H., & Welch, D. (2003). *Propaganda And Mass Persuasion: A Historical Encyclopedia, 1500 To The Present*. New York: Abc-Clio.
- Dağtaş, B (1999). İngiliz Kültürel Çalışmalarında İdeoloji. *Kurgu Dergisi*, 16(1), 335-357.
- Doğru, Y. B., & Doğru, S. (2017, Ekim). Twitter'daki Haberlerin Doğruluk Algısını Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(54), 433-449.
- Donovan, J. (2020). Dezenformasyon Ve Medya Manipülasyonu Üzerine El Kitabı: Medya Manipülasyonun Yaşam Döngüsü. Mert Can Yılmaz (Çev.). <https://teyit.org/files/dezenformasyon-el-kitabi.pdf>
- Erkan, G., & Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon Ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak teyit.org. *Akdeniz İletişim Dergisi*, (29), 202-223.

- Fırat, M., & Kurt, A. A. (2015). İnternet’te Karşılaşılan Bilgi Kirliliği İçin Bir Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi: Uygulama Öncesi Çalışmalar. *9th International Computer & Instructional Technologies Symposium* (ss. 241-248). Eskişehir: Anadolu University.
- Galloway, C., & Swiatek, L. (2018). Public Relations And Artificial Intelligence: It’s Not (Just) About Robots. *Public Relations Review*, 44(5), 734-740.
- Güven, A. (2020). Hakikatin Yitimi Olarak Post-Truth: Bir Kavramsallaştırma Denemesi. *İnsan ve İnsan*, 7(23), 20-36.
- Hicks, K. H., & Friend, A. H. (2019). By Other Means Part I: Campaigning In The Gray Zone. Center For Strategic & International Studies. <https://www.csis.org/analysis/other-means-part-i-campaigning-gray-zone>
- Huggingface.co (2023). <https://huggingface.co/spaces/umm-maybe/AI-image-detector>
- İldem, T. (2021). Dezenformasyona Karşı Toplumsal Dayanıklılık. İstanbul: Ekonomi ve Dış Politika Araştırmalar Merkezi. <https://edam.org.tr/wp-content/uploads/2021/03/210305-Dezenformasyon-Ildem.pdf>
- Jaques, C., Islar, M., & Lord, G. (2019). Post-Truth: Hegemony On Social Media And Implications For Sustainability Communication. *Sustainability*, 11(7), 1-16.
- Keller, F. B., Schoch, D., Stier, S., & Yang, J. (2020). Political Astroturfing On Twitter: How To Coordinate A Disinformation Campaign. *Political Communication*, 37(2), 1-25.
- Keyes, R. (2017). *Hakikat Sonrası Çağ: Günümüz Dünyasında Yalancılık Ve Aldatma*. Deniz Özçetin (Çev.). İzmir: DeliDolu.
- Köktürk, M. (2020). Post-Truth Ya Da Mağaraya Dönüş. *Pasajlar Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 35-55.
- Kreitner, R. (2016). Post-Truth And Its Consequences: What Year Old Essay Tells Us About The Current Moment. <https://www.thenation.com/article/archive/post-truth-and-its-consequences-what-a-25-year-old-essay-tells-us-about-the-current-moment/>
- Marsh, K. (2017). Living Post Truth Lives...But What Comes After? *Defence Strategic Communications*, 7, 191-206.
- Marwick, A., & Lewis, R. (2017). *Media Manipulation And Disinformation Online*. New York: Data&Society Research Institute.

- McIntyre, L. (2018). *Post-Truth*. Massachusetts: MIT Press.
- Medeiros, A. (2017). *The Danger Of Indifference To Truth The Post-Truth Era: Reality Vs. Perception (Vol. 27)*. Madrid: UNO.
- Medyacope.tv (2021). <https://medyascope.tv/2021/01/04/donald-trumpin-georgia-eyaletindeki-secim-sonuclarinin-degistirilmesi-icin-yetkililere-baski-yaptigini-gosteren-ses-kayitlari-ortaya-cikti-kazanmamiza-yetecek-kadar-oy-bulun/>
- Meel, P., & Vishwakarma, D. K. (2020). Fake News, Rumor, Information Pollution In Social Media And Web: A Contemporary Survey Of State-Of-The-Arts, Challenges And Opportunities. In *Expert Systems With Applications* (C. 153, pp. 112986). Elsevier Ltd.
- Nahodil, P., & Vitku, J. (2013). How To Design An Autonomous Creature Based On Original Artificial Life Approaches. In *Beyond Artificial Intelligence*, (pp. 161-180). Springer Berlin Heidelberg.
- Ntv.com.tr (2023). <https://www.ntv.com.tr/galeri/n-life/magazin/donald-trumpin-sabika-fotografina-sosyal-medya-tepkileri,uaq53dz4H0aZ1o7zVTZarw/hgsU6fIkpUGT2a0Z75KuTw>
- Oxford Word of the Year 2016 - Oxford Languages. (2016). <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>
- Ramonet, I. (2011). Una Reflexión Sobre Los Medios Y La Democracia. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3787644>
- Schindler, S. (2020). The Task Of Critique In Times Of Post-Truth Politics. *Review of International Studies*, 46(3), 376-394.
- Şevik, E. (2015). Yeni Medya Ve Nefret Söylemi: Yeni Medyada Cinsel Yönelim Temelli Nefret Söylemi Üzerine Bir İnceleme. (Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Taburoğlu, Ö. (2020). Hakikat-Sonrası Bazı Görüngüler: Biyosiyaset, Algı Yönetimi, Yeni Medya. *Pasajlar Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 141-160.
- Tandoc, E. C. (2021). Fake News. Howard Tumber & Silvio Waisbord (Ed.) *In The Routledge Companion To Media Disinformation And Populism*. (pp. 110-117) London: Routledge.
- Teyit.org (2023). <https://teyit.org/analiz/goruntulerin-donald-trumpin-tutuklanma-anini-gosterdigi-iddiasi>

- Topsakal, T. (2018). Tüketim Toplumu Bağlamında Yeni Medyada Haber Olgusu Ve Haberin Metalaşması. (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Turan, C. (2015). Açıklığın Yanılsaması: Dezenformasyon Çağımızın Kitle İmha Silahı Mı? *AB2015 Akademik Bilişim Konferansı*, (ss. 109-115).
- Twitter.com (2023). <https://twitter.com/EliotHiggins/status/1637927681734987777/photo/1>
- Uluk, M. (2018). *Hakikat Sonrası Çağda Yeni Medya & Yalan Haber*. Ankara: Dorlion.
- Ural, Ş. (2012). Enformasyon Kavramı Üzerine. *Türk Kütüphaneciliği* 26(3), 536-547.
- Uzunoğlu, S. (2017). Post-Truth: Her Açıdan Kullanışlı Bir Kavram. *Kadir Has Üniversitesi Panorama Dergisi*, 41-42.
- Walker, C., Kalathil, S., & Ludwig, J. (2020). The Cutting Edge Of Sharp Power. *Journal of Democracy*, 31(1), 124-137.
- Walker, C., & Ludwig, J. (2017). Sharp Power: Rising Authoritarian Influence. National Endowment For Democracy. <https://www.ned.org/wp-content/uploads/2017/12/Sharp-Power-Rising-Authoritarian-Influence-Full-Report.pdf>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward An Interdisciplinary Framework For Research And Policy Making. <http://tverezo.info/wp-content/uploads/2017/11/PREMS-162317-GBR-2018-Report-desinformation-A4-BAT.pdf>
- Wardle, C. (2022, Ocak 18). First Draft's Essential Guide To Understanding Information Disorder. First Draft News. https://firstdraftnews.org/wpcontent/uploads/2019/10/Information_Disorder/
- Westerlund, M. (2019). The Emergence Of Deepfake Technology: A Review. *Technology Innovation Management Review*, 9(11), 39-52.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The Spread Of True And False News Online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.
- Yeni Şafak. (03.12.2003). <https://www.yenisafak.com/arsiv/2003/aramak/03/tarih.html>
- Yıldırım, Y. (2017). Post-Truth Döneminde Epikuros'ta Mutluluk Ve Dostluk Kavramlarını Yeniden Düşünmek. *Fiscaoeconomia*, 1(3), 108-125.

- Yıldırım, E., & Mazıcı, E. T. (2021). Post-Truth Dönem Ve Twitter Kullanıcılarının Hakikate Bakışı Üzerine Bir Araştırma. *Erciyes Akademi*, 35(Özel Sayı), 742-768.
- Zimmermann, F., & Kohring, M. (2020). Mistrust, Disinforming News, And Vote Choice: A Panel Survey On The Origins And Consequences Of Believing Disinformation In The 2017 German Parliamentary Election. *Political Communication*, 37(2), 215-237.