

Dijital Çağda Dezenformasyon: X'te Maymun Çiçeği Virüsü

→ Büşra Fadim SARIKAYA TÜNALP*

Öz

Yanlış ve sahte haberler, toplumsal yapıların sağlıklı işleyişini tarih boyunca engellemiştir. Siyasi, ekonomik ve sağlık alanındaki yanlış veya yanıltıcı haberlerin kısa sürede toplumsal infial yaratabildiği bilinmektedir. Dijitalleşme ve sosyal medyanın yaygınlaşması, sahte haberlerin hızla yayılmasını kolaylaştırırken gerçek haberlerle ayırımı zorlaştırmıştır. Özellikle sağlık alanındaki dezenformasyon, Covid-19 pandemisi sırasında aşı karşıtı hareketlerin ve komplo teorilerinin radikalleşmesine neden olmuştur. Bu süreçte, yanlış bilgilerin yayılması halk sağlığı önlemleri için ciddi bir sorun oluşturmuştur. Bireysel düzeyde, düşük sağlık okuryazarlığı, bilgi eksiklikleri ve duygusal motivasyon yanlış bilgilere karşı savunmasızlığı artırmaktadır. Sosyal düzeyde ise bilgi kaynaklarının güvenilirliği ve sosyal normlar, yanlış bilgilerin paylaşılmasında etkili olmaktadır. Ayrıca statü arayışı ve grup aidiyeti ihtiyacı bu süreci pekiştirmektedir. Bağlamsal düzeyde ise duygular ve mesajların tekrarı, yanlış bilgilere inanma ve paylaşma davranışlarını tetiklemektedir. Yanlış bilgileri önlemeye yönelik müdahaleler, bireysel bilgi ve beceri geliştirme stratejilerini, sosyal normları yeniden şekillendirmeyi ve sosyal medya platformlarının düzenlenmesini içermektedir. Ayrıca, sosyal eşitsizliklerin bu süreçteki rolü göz önünde bulundurulmalıdır. Yanlış bilgiye duyarlılığın bağlama bağlı olup olmadığı netleşmemiştir; bu nedenle, müdahalelerin çok boyutlu faktörleri içermesi gerekmektedir. Bu çalışmada, maymun çiçeği virüsü hakkında X platformu üzerinden yayın yapan bireysel hesapların içerikleri içerik analizi yöntemiyle ele alınacaktır. İçerik analizi, yazılı, görsel ve işitsel materyalleri sistematik ve nesnel bir şekilde incelemeye olanak tanımaktadır. Bu yöntem, dezenformasyonun biçimsel ve tematik özelliklerini tespit etmek, kullanılan dilin yapısını analiz etmek ve yayılım dinamiklerini anlamak için kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır. Buradaki amaç, bilinçli şekilde yanlış haberlerin dijital medya platformlarında hızlıca yayılabilir olmasını tespit etmektir. Bunun yanı sıra dezenformasyonların özellikle sağlık haberleri üzerinde bireysel, sosyal ve durumsal-baglamsal düzeydeki inanç ve paylaşım süreçleri üzerindeki etkileyici faktörler incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Dezenformasyon, Sosyal Medya, İletişim, Maymun Çiçeği Virüsü, Sağlık İletişimi

* Dr. Öğr. Üyesi, Türk Alman Üniversitesi Kültür ve Sosyal Bilimler Fakültesi Kültür ve İletişim Bilimleri Bölümü, İstanbul, Türkiye

E-mail: busra.sarikaya@tau.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9492-7493

Sarikaya, B. (2025). Dijital Çağda Dezenformasyon: X'te Maymun Çiçeği Virüsü. TRT Akademi, 10(23), 304-329. <https://doi.org/10.37679/trta.1564114>

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 09.10.2024 Revize Tarihi: 22.11.2024 Kabul Tarihi: 22.01.2025

DOI: 10.37679/trta.1564114

Disinformation in The Digital Age: Monkeypox on X

→ Büşra Fadim SARIKAYA TÜNALP

Abstract

Disinformation and fake news have long undermined societal cohesion. Inaccurate or misleading information, especially regarding politics, economics, or health, can trigger social unrest. Technological advancements and the rise of digital platforms, particularly social media, have amplified the spread of false information, complicating the distinction between genuine and fabricated news. Health-related misinformation, notably during the Kovid-19 pandemic, posed significant public health challenges, contributing to the rise of anti-vaccine sentiments and conspiracy theories. On an individual level, susceptibility to misinformation is influenced by knowledge deficits, limited health literacy, and emotional motivations. Social factors, such as the credibility of information sources and group dynamics, also contribute to the spread of false information. Furthermore, contextual elements like emotional appeals and message repetition play a crucial role in the belief and dissemination of misinformation. Interventions at the individual level emphasize the enhancement of knowledge and critical skills, while social-level strategies focus on reshaping social norms. Additionally, regulating social media platforms is seen as key to curbing the spread of false information. This study focuses on individual accounts broadcasting on platform X about monkeypox disease. The aim here is to identify the rapid spread of deliberately false news on digital media platforms. In addition, the influencing factors of disinformation on individual, social and situational-contextual level belief and sharing processes, especially on health news, will be examined.

Keywords: Disinformation, Social Media, Communication, Monkeypox, Health Communication

1. Giriş

En geç Kovid-19 pandemisinden sonra sosyal medya platformlarında yayılan dezenformasyonların ne tür bir etki yaratabileceği tüm dünyada anlaşılmıştır. Aşı karşıtlarının bilinçli veya bilinçsiz paylaştıkları sözde bilimsel çalışmalar birçok kişinin Kovid aşısı olmamasına yol açmakla birlikte, birçok çeşitli komplo teorilerin üretilmesine ve aşı olanların kısa süre sonra öleceği inancının yayılmasına neden olmuştur. Haber akışının çok hızlı olduğu ve yayımlanan her bir haberin teyit edilmesini imkânsız hâle getiren sosyal medya platformları bu sonuca önyak olmuştur. ABD merkezli gazetecilik okulu Poynter Enstitüsünün “International Fact-Checking Network” (IFCN) ağı, Kovid-19 pandemisi bağlamında sosyal medyada 17.000’den fazla farklı yanlış bilgi türü belgelemiştir.¹ Bu yanlış bilgiler, sayısız başka mesajda yayılmış veya paylaşılmıştır. Burada dikkat çeken sorun ise yanlış bilgilerin genellikle doğru bilgilerden daha hızlı yayılması (Vosoughi, Roy ve Aral, 2017) ve bu yanlış bilgiler sıkı sosyal ağlar içinde, özellikle tanınmış hesaplar etrafında defalarca paylaşılmaktadır (Shao, Hui, Wang, 2018). Bu durum, hastalık patojenlerinin yayılmasına benzer bir senaryo oluşturarak yanlış bilgilerin üstel bir şekilde yayılmasına neden olabilmektedir. Bu duruma ise “infodemi” denmektedir (Zarocostas, 2020).

X, Facebook veya Instagram gibi en bilinen sosyal medya platformlarının analizleri, tümünün üstel yayılmayı teşvik etme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir – ancak bazıları diğerlerinden çok daha fazlasına sahiptir. Örneğin, 2017 yılında yapılan bir çalışmaya göre X’te yanlış bilgilerin paylaşılma olasılığı doğru bilgilere kıyasla %70 daha yüksek olduğu anlaşılmış ve doğru bilgilerin 1500 kişiye ulaşması, yanlış bilgilere kıyasla 6 kat daha uzun sürebildiği tespit edilmiştir (Vosoughi, Roy ve Aral, 2017). Dolayısıyla, infodemi potansiyeli hem platformlara (Cinelli, Quattrociocchi ve Galeazzi, 2020) hem de kullanıcı davranışlarına bağlı olduğu anlaşılmıştır. Normalde sosyal medyada yanlış ve yanıltıcı bilgiler, genel bilgi arzının küçük bir kısmını oluştursa da bazı az sayıda ve çok spesifik gruplar, yanlış bilgilerin büyük bir bölümünü tüketmekte ve yaymaktadır. Bu bağlamda yalnızca “süper paylaşılanlar” değil, giderek artan şekilde “süper tüketiciler” de tartışılmaktadır (Guess, Malhotra ve Pan, 2023). Bu tür kullanıcı kümeleri giderek daha fazla kutuplaşabilir ve bu durum, yanlış bilgilerin yayılmasını hızlandırarak dü-

¹ Corona Virus Facts Alliance. Poynter. <https://www.poynter.org/coronavirusfactsalliance/>, çevrim içi 20.09.2024.

zeltmelerin yapılmasını zorlaştırabilmektedir (Zollo, Bessi ve Vicario, 2017). Aynı zamanda medya okuryazarlığı yüksek olmayan ve tükettiği haberlere karşı eleştirel yaklaşamayan kullanıcıların yayılan her türlü içeriği sorgulamadan doğru kabul etme olasılığı da dezenformasyona karşı mücadeleyi de gittikçe zorlaştırmaktadır. Ancak buna rağmen yanlış bilgilerin tüketimi (veya bu bilgilere inanma) ile yanlış bilgilerin paylaşımı farklı etki faktörlerine sahip olabilir. Bu nedenle her iki süreci birbirinden bağımsız olarak ele almak ve etki büyüklüklerini, hiyerarşik olarak düzenlenmiş farklı sosyal ve çevresel düzeylere sahip bir sosyal ekolojik model içinde sınıflandırmak önem arz etmektedir.

Sosyal medya platformları, kullanıcıların hızlı ve geniş çapta içerik paylaşımına olanak tanıyan yapılarından dolayı dezenformasyonun yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, çalışmada sosyal medyada dezenformasyon olgusunu analiz etmek için içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir. İçerik analizi; metin, görsel ve işitsel materyallerin sistematik, nesnel ve tekrarlanabilir bir biçimde incelenmesine olanak sağlayan bir yöntemdir (Krippendorff, 2013). Bu yöntemin seçilmesindeki temel gerekçe, dezenformasyon içeriklerinin biçimsel ve tematik özelliklerini ortaya koyma, kullanılan dilin yapısını analiz etme ve yayılım dinamiklerini anlamaya yönelik kapsamlı bir çerçeve sunmasıdır. Özellikle sosyal medyada üretilen dezenformasyonun tekrar eden kalıplarını, anlatılarını ve ideolojik eğilimlerini belirlemek için içerik analizi, nitel ve nicel boyutları bir arada ele alma imkânı sunmaktadır (Neuendorf, 2017). Sosyal medya platformlarının çeşitliliği ve bu platformlarda üretilen içeriğin çok boyutluluğu göz önünde bulundurulduğunda, içerik analizi yöntemi bu içeriklerin sistematik bir şekilde incelenmesini sağlayarak hem kuramsal hem de uygulamalı açıdan derinlemesine bir anlayış geliştirilmesine katkıda bulunmuştur (Mayring, 2014).

2. Dezenformasyonun Yayılması

İletişim bilimlerinde dezenformasyon genel olarak kasten yayılan yanıltıcı veya yanlış haberler olarak tanımlanmaktadır. Dezenformasyon, (yalnızca dilsel olmayan) bir ileti olarak en az bir başka sosyal aktöre yönelir ve bu nedenle bir iletişim biçimi olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, gizlilik gibi iletişimsel olmayan yanıltıcı girişimleri bu kavramın kapsamına girmemektedir. İleti, aracılık ettiği bilgiden, yani anlam içeriğinden ayrılmalıdır. Dezenformasyon süreci ancak bir muhatap hedeflenen bilgiyi istenilen şekil-

de algıladığında tamamlanmış olur ve sosyal gerçekliğin bir parçası hâline gelir (Horne ve Adalı, 2017). Bununla birlikte, bir bilginin dezenformasyon olarak tanımlanabilmesi için başarılı olması, yani inandırıcı olması gerekmektedir. Dolayısıyla dezenformasyon sürecinin tamamlanması için yanıltıcı veya yanlış bir iletinin muhatap üzerinde belirli bir etki yaratmasına bağlı değildir. Örneğin, bilimsel bir gözlemci açısından, alıcılar bu bilgiye inanmasa dahi, söz konusu bilgi yine de dezenformasyon olarak kabul edilmektedir (Kohring ve Zimmermann, 2020). Aynı zamanda dezenformasyonlar, kasıtlı olarak manipülasyon amacıyla üretilen ve yayılan, doğruluğu kanıtlanmış şekilde yanlış veya yanıltıcı bilgiler olarak tanımlanmaktadır. Bu tür bilgilerin amacı, ekonomik zarara yol açmak, kamuoyunu manipüle etmek ya da maddi kazanç elde etmektir. Günümüzde dezenformasyonlar genellikle metin biçiminde üretilmekte ve sahte, bağlamından koparılmış veya manipüle edilmiş görseller ya da videolarla (özellikle “Deep Fakes” olarak adlandırılan yöntemlerle) desteklenmektedir. Teknolojik araçlar, örneğin sosyal botlar, algoritmalar veya yapay zekâ yardımıyla, dezenformasyonlar genellikle internet forumları, haber siteleri veya sosyal medya platformları üzerinden yayılmaktadır.²

2.1. Dezenformasyonun Yayılma ve Etkileme Faktörleri

Özellikle Kovid-19 pandemisi bağlamında, bireylerin sosyal medyada yanlış ve yanıltıcı bilgilere neden ve nasıl inandıklarını açıklayan etki faktörlerine yönelik araştırmalar artmış ve bu faktörlerden hangi müdahale olanaklarının türetilebileceği üzerine çalışmalar yapılmıştır. Bu etki faktörlerini üç düzeyde sınıflandırmak mümkündür. Bu sınıflandırmalar sırasıyla bireysel, sosyal ve durumsal-bağlamsal olarak literatürde karşılık bulmaktadır. Bireysel faktörler bilgi birikimi, sağlık okuryazarlık düzeyi ve komplo zihniyeti ekseninde belirlenirken, sosyal faktörler kaynağa duyulan güven ve sosyal geri bildirimden oluşmaktadır. Durumsal-bağlamsal faktörler ise bilgiye duyulan duygusallık/yakınlık, bilginin tekrar edilmesi ve güvenilirlik ipuçlarından oluşmaktadır (Schültz ve Jones, 2024). Ancak bu sınıflandırmalar pragmatik nedenlere dayanmış olup, farklı alt kategorilere de ayrılabilir. Bunlar sırasıyla şu şekildedir:

² <https://preveny.com/de/was-ist-desinformation/#2-was-sind-desinformationen>, çevrim içi 21.09.2024.

2.1.1. Bireysel Etki Faktörleri

Merkezi bir varsayım, kullanıcıların yanlış ve yanıltıcı bilgilere, yalnızca bilgi eksikliği, düşük eğitim seviyesi, güvenilir ve yanıltıcı bilgiler arasında ayırım yapma yeteneğinin eksikliği veya güvenilir bilgilere erişimin zor olması nedeniyle inanması olarak adlandırılmaktadır (Scherer ve Pennycook, 2020). Örneğin, düşük sağlık okuryazarlığı, bireylerin yanlış bilgileri genellikle tanımakta zorlanmalarını beraberinde getirmektedir (Scherer, McPhetres ve Pennycook, 2021). Benzer bulgular, dijital (sağlık) okuryazarlık (Pickles Cvejic ve Nickel, 2021), medya okuryazarlığı ve fen bilimleri eğitimi gibi diğer yeterlilik alanlarında da gözlemlenmektedir (Pennycook, McPhetres, Zhang vd., 2020). Bu tür dijital ve medya yeterlilikleri yaşa bağlı olarak da eşitsiz dağıldığından, bazı yaşlı bireylerin yanlış bilgileri doğru bilgilerden ayırt etme olasılığı daha zor olabilmektedir (Brashier ve Schacter, 2020).

Ancak, yanlış bilgilerin içerikleriyle derinlemesine bir meşguliyet bu içeriklere olan inancı güçlendirebilmektedir. Bu, özellikle mevcut tutum veya ideolojileriyle örtüşen komplo içerikleri için geçerlidir. Bago ve ark. (Bago, Rand ve Pennycook, 2022) analitik düşünmeyi teşvik eden bir müdahalenin, katılımcıların yeni bilgileri önceden mevcut olan tutumlarıyla uyumlu bir şekilde yorumlamalarına yol açtığını gösteren bir dizi deney gerçekleştirmiştir. Deneyin sonucuna göre, yüksek komplo zihniyetine sahip katılımcılar, yeni içerikleri mevcut komplo teorileriyle uyumlu bir şekilde yorumlarken, düşük komplo zihniyetine sahip katılımcılar yeni bilgileri mevcut komplo teorileriyle çelişen bir şekilde yorumlamışlardır.

2.1.2. Sosyal Etki Faktörleri

Özellikle insanlar sosyal ağlar gibi bilgi zengini ortamlarda hareket ettiklerinde, heuristikler (kısaltılmış karar verme kuralları) devreye girer (Pennycook ve Rand, 2019). Bu bağlamda, bilginin kaynağının güvenilirliği gibi sosyal bilgiler merkezi bir rol oynayabilmektedir (Swire-Thompson ve Lazer, 2020). Beklenildiği gibi, güvenilir olarak değerlendirilen kişilerden gelen bilgiler genellikle doğru olarak kabul edilir ve bu durum, resmî kaynaklardan gelen haberler için de geçerlidir. Çünkü kurumlara duyulan güvenin artması, bilgilere olan güvenin de artmasını sağlayabilmektedir (Nadarevic, Reber, Helmecke vd., 2020). Özellikle sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerin beğeni ve etkileşim sayıları da güven artırıcı unsurlar olarak değerlendirilmektedir. Nitekim beğeni sayısı yüksek olan yanlış bilgi, beğeni veya

etkileşim sayısı az olan doğru içerik karşısında daha güvenilir gözükebilmektedir (Butler, Fay ve Ecker, 2022).

2.1.3. Durumsal ve Bağlamsal Etki Faktörleri

Ayrıca, kişideki durumsal değişken faktörler ve haberlerin bağlamsal koşulları, yanlış bilgilerin inanılıp inanılmaması üzerinde belirleyici bir rol oynayabilir. Özellikle bir haberin tetiklediği duygular, yanlış bilgilerin tanınmasını etkileyebilir (Freiling, Krause, Scheufele vd., 2023). Ayrıca kullanıcıların iletiyi alımladıkları anki duygusal durumları, yanlış bilgilere olan inançlarını da etkilemektedir. Nitekim karar verme görevinde daha güçlü bir duygu (negatif veya pozitif) hisseden bireylerin yanlış bilgilere inanma olasılığı daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan bilimsel bir çalışmada, kullanıcıların değerlendirmelerde kendi duygularına güvenmeleri yönünde bir talimat verilmesi durumunda, yanlış başlıklara olan inançlarını artırmıştır (Martel, Pennycook ve Rand, 2020). Bunun yanı sıra, yanlış bilgilerin bağlamındaki durumsal özellikler, örneğin haberlerin tekrarı da haberin doğruluğuna inanma konusunda etkili olmaktadır. Örneğin, bir başlık tekrar tekrar gösterildiğinde, kullanıcılar bu başlığa sürekli maruz kaldıklarında bir süre sonra doğru kabul etmeye başlamaktadır (Pennycook ve Rand, 2020).

3. Sağlık Haberlerindeki Dezenformasyon

Sağlıkla ilgili yanlış bilgilendirme ve bu tür yanlış inanışlar binlerce yıldır varlığını sürdürmektedir. Avcı-toplayıcı dönemden mağara resimlerine kadar, ilk insanlar hastalıkların kötü ruhlardan kaynaklandığına inanmış ve büyüler ile tılsımlar gibi doğaüstü yöntemlerle tedavi etmeye çalışmışlardır (Ackerknecht, 2016). Modern tıbbın gelişmesine rağmen halk arasında dolaşan tıbbi yanlış bilgiler (yani hastalıklar ve diğer tıbbi konular hakkında geniş çapta kabul gören fakat gerçekte hatalı olan inanışlar) çağdaş toplumlarda yaygınlığını korumuştur (Motta ve Callaghan, 2020). Ancak sağlıkla ilgili yanlış bilgilerin, sosyal medya çağıyla birlikte kamusal bilincin ön saflarına girmeye başladığı görülmektedir. İzleme araştırmaları, sosyal medya platformlarında sağlık hakkında yanlış bilgilendirmenin endişe verici düzeyde yaygın ve hızlı bir şekilde yayıldığını göstermektedir (bkz. Wang vd., 2019). Kovid-19 pandemisi ile daha da kötüleşen sağlık yanlış bilgileri tehdidi, ABD Sağlık Bakanlığının (2021) bir uyarı bildirisi yayınlamasına yol açmış ve sağlık yanlış bilgilerine karşı tüm toplumun bir savunma tepkisi geliştirmesi gerektiği çağrısında bulunmuştur.

Bilinçli şekilde çeşitli gruplar veya bireyler tarafından yayılan yanlış ve sahte haberlere karşı uyarmak ve bilinçlendirmek bir yana, haberlere maruz kalan tüketicilerin bu tür sahte içeriklere neden inandıkları ve ikna süreçlerini incelemek de ayrıca tartışılması gereken bir durumdur. Ancak ikna etmeyi veya bir konu hakkında propaganda yaymayı sadece çeşitli gruplara atfetmek doğru değildir. Hâkim ideolojiler ve kapitalist düzene ayak uydurmak isteyen resmî kuruluşlar da hâkim düşünceyi topluma benimsettirmek için çeşitli propaganda yöntemlerine başvurabilirler. Noam Chomsky ve Edward S. Herman, "Propaganda Model" adını verdikleri teoriyi, 1988 yılında yayımlanan *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media* kitabında ortaya koymuştur (Chomsky ve Herman, 1988). Bu model, medya kurumlarının, özellikle büyük sermaye ve devletler tarafından, toplumsal kontrol ve propaganda aracı olarak nasıl kullanıldığını açıklamaktadır. Bu modele göre medyanın güvenilir kabul edilen resmî kaynaklara bağımlılığı, dezenformasyonu yaygınlaştırabilmektedir. Hükûmet açıklamaları veya kurumsal basın bültenleri sorgulanmadan yayımlandığında, çarpıtılmış bilgiler geniş kitlelere ulaşmaktadır. Özellikle toplumun bütününe etkileyen olaylar ve olgular karşısında dijital medya, hükûmetlerin ürettiği ve genellikle propaganda içeren bilgiler sorgusuz bir şekilde yayabilmektedir. Kovid-19 pandemisi döneminde komplo teorisyenleri ve aşı karşıtı grupların yaydığı dezenformasyonlar kadar, resmî kuruluşların da zaman zaman dezenformasyon olarak nitelendirilebilen yanıltıcı veya eksik haberler veya açıklamalar yayabildikleri anlaşılmıştır.

Öte yandan Daniel T. Gilbert'in (1991) "How Mental Systems Believe" adlı çalışmasında inanmanın zihnin varsayılan durumu olduğunu savunmaktadır. Gilbert'e göre bir fikri sadece anlamak, o fikre inanmayı beraberinde getirmektedir. Buna karşın inanmama, bilgilerin doğruluğunun gayretli bir şekilde değerlendirilmesini gerektiren ikincil bir zihinsel süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. İnanmanın bu önceliği derin bir fikir olsa da insanların yanlış bilgilere neden inandığını açıklayacak belirli psikolojik etmenleri aydınlatmamaktadır. Geçmiş araştırmalardan yola çıkarak, yanlış bilgilere karşı duyarlılığın iki tür psikolojik faktörden kaynaklanabileceğini öne sürülmektedir. Bu iki faktör literatürde, bireyler arasında farklılık gösteren psikolojik özellikler (Scherer vd., 2021; Uscinski vd., 2020), ve durumlara göre değişen psikolojik durumlar (Ecker vd., 2022; Schwarz, 2018) olarak adlandırılmaktadır.

3.1. Dezenformasyonlara Karşı Duyarlılığın Psikolojik Etkenleri

İnsanların sağlıkla ilgili yanlış bilgilere neden inandığını anlamının bir yolu, bu tür yanlış bilgilere karşı duyarlılıkla ilişkilendirilen bireysel psikolojik özellikler arasındaki farklılıkları incelemektir. Yakın zamanda yapılan bir sistematik incelemede, Nan (2022), sağlık yanlış bilgilerine karşı duyarlılığı öngören toplam 22 bireysel psikolojik özelliği belirlemiştir. Bu özellikler, altı geniş kategoriye ayrılmıştır: bilgi/beceri (örneğin, konu bilgisi, sayısal beceri, okuryazarlık), düşünme tarzı (örneğin, analitik düşünme vs. sezgisel düşünme, komplo düşüncesi), çeşitli bilgi kaynaklarına güven, duygular (örneğin, bir sağlık sorunu hakkında kaygı/üzüntü), değerler (örneğin, ideoloji, dindarlık) ve grup kimliği (örneğin, siyasi parti kimliği, ulusal kimlik). Genel olarak, konu bilgisi, okuryazarlık ve sayısal beceri, analitik düşünme (sezgisel düşünmeye karşı) ve bilime güven, sağlık yanlış bilgilerine karşı güçlü bir direnç sağlarken komplo düşüncesi, dindarlık, muhafazakâr ideoloji ve muhafazakâr parti kimliği, sağlık haberleriyle ilgili yanlış bilgilere daha fazla duyarlılıkla ilişkilendirilmiştir (Nan vd., 2022).

Nan'a göre, bu bireysel farklılıklar, kişinin akıl yürütme yetisi ve motivasyonu üzerinden işleyen dört farklı psikolojik süreç aracılığıyla sağlıkla ilgili yanlış bilgilere karşı duyarlılığı etkilemektedir: doğru akıl yürütme yetisi, doğru akıl yürütme motivasyonu, yönlendirilmiş akıl yürütme ve kimlik temelli akıl yürütme. Doğru akıl yürütme yetisi ve motivasyonu, sağlıkla ilgili yanlış bilgilere karşı güçlü mekanizmalar olarak işlev görmektedir, zira doğru akıl yürütme yetisi/motivasyonuna ilişkin göstergeler — konu bilgisi, okuryazarlık ve sayısal yetkinlik, analitik düşünme — ile sağlık yanlış bilgilere duyarlılık arasındaki negatif ilişki, çalışmalar arasında tutarlı bir şekilde güçlüdür (Austin vd., 2021; Motta ve Callaghan, 2020; Roozenbeek vd., 2020; Scherer vd., 2021). Buna karşılık, sezgisel düşünmeye dayanmak (örneğin, komplo düşünme eğilimi) daha yüksek dezenformasyona duyarlılıkla ilişkilidir (Sternisko vd., 2021; Uscinski vd., 2020). Ancak, bilime olan güven de sağlıkla ilgili yanlış bilgilere karşı güçlü bir direnç sağlamaktadır (Agle ve Xiao, 2021; Scherer vd., 2021), bu da sezgisel veya kestirme düşünmenin (örneğin, bilime olan güveni bir kestirme olarak kullanmak) doğru türde bir kestirme kullanıldığında yanlış bilgilere karşı savunmayı artırabileceğini göstermektedir.

3.2. Sağlık Haberlerindeki Dezenformasyon Nasıl Engellenebilir?

Dünya Sağlık Örgütüne göre (DSÖ) içinde bulunduğumuz çağ, aşırı bilgi yükü (infodemi) ile karakterize edilmekte olup bu ortamda bazı bilgiler güvenilir, bazıları ise yanlış veya yanıltıcı niteliktedir ve bu durum, karmaşık bir sağlık bilgi ekosisteminin ortaya çıkmasına yol açmaktadır.³ Sağlık haberlerindeki dezenformasyona karşı içgüdüsel tepki, genellikle doğrudan bu bilgileri hedef alarak mücadele etmektir ancak bazı akademisyenler, yalnızca yanlış bilgilerle mücadelenin maliyet-etkin bir yaklaşım olmadığını, zira bireylerin genelde yanlış bilgidan ziyade güvenilir bilgi tükettiklerini vurgulamaktadır (Acerbi vd., 2022). Bu perspektiften hareketle sağlık haberlerindeki dezenformasyonla mücadelede, yanlış bilgilerin erişimini azaltmak ve eş zamanlı olarak güvenilir bilgilere erişimi artırmak temel bir başlangıç noktası olarak kabul edilebilir. Buna ek olarak dezenformasyonla etkili mücadele, bireylerin yanlış bilgilere olan duyarlılıklarını azaltacak ve güvenilir bilgilerin kabulünü artıracak müdahaleleri de gerektirmektedir.

3.2.1. Sağlık Haberlerindeki Dezenformasyona Erişimi Kısıtlama

Gilbert'in (1991) "inanmaya yatkın zihin" kavramı ve akıcılık hissini doğruluk yargıları üzerindeki iyi belgelenmiş etkisi (Schwarz, 2018) dikkate alındığında, dezenformasyonla mücadelede en temel gereksinim, bu bilgilerin yayılımının ve tekrarının mümkün olduğunca sınırlandırılması, böylece genel erişilebilirliğinin azaltılmasıdır. Yapılan çalışmalar, sosyal medyada aşırı karşıtı yanlış bilgilerin ve sahte haberlerin büyük bir kısmının yalnızca küçük bir kullanıcı alt kümesi tarafından yayıldığını ortaya koymaktadır (Center for Countering Digital Hate, 2021; Grinberg vd., 2019). Son dönemde sosyal medya platformları, özellikle sağlık haberleriyle alakalı yanlış bilgileri yoğun bir şekilde yayan kullanıcı hesaplarını, etkili ve seçilmiş yetkililere ait hesaplar da dâhil olmak üzere, kaldırma konusunda önlemler alınmaya başlamıştır (Krishnan vd., 2021). Bu tür önlemlerin uzun vadeli ve tutarlı bir şekilde uygulanması, optimize edilmiş algoritmik içerik denetim sistemleriyle birleştirildiğinde (Gorwa vd., 2020), çevrim içi dezenformasyonun yaygınlığını önemli ölçüde azaltma potansiyeline sahiptir.

Sosyal medyanın dezenformasyon için önemli bir kaynak olarak tanımlanmış olmasına rağmen (Nan vd., 2021), bu tür yanlış bilgilerin diğer medya

³ DSÖ, https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1, çevrim içi 30.09.2024.

platformlarında erişilebilirliğini sınırlandırmak da 6nemlidir. 6rneğin, gŭcľü 6retken yapay zekâ sistemleri (ChatGPT gibi), kullanıcıların gerçek dŭnyada y6n bulmalarına yardımcı olacak doğru bilgiler 6retebilmekte, ancak aynı zamanda tamamen yanlış bilgiler yayma kapasitesine de sahip olabilmektedir (Hsu ve Thompson, 2023). Sağlık bilgileri i7in yapay zekâ destekli kaynaklara y6nelmek (Microsoft'un GPT tabanlı teknolojiyi Bing arama motoruna entegre ettiği gibi) yanlış bilgiye maruz kalma riskini artırabilirken savunmasız kullanıcılar 6zerinde zararlı etkilere yol a7abilmektedir. Yapay zekâ destekli platformlarda bu tŭr dezenformasyonlara erişilebilirliğini azaltmak amacıyla bu sistemlerin sŭrekli olarak iyileştirilmesi ve dŭzenlenmesi, kamu sağlığını gelecek yıllarda Őekillendirecek kritik bir unsur olacaktır.

Bu tŭr kısıtlamalar, bireylerin 7evrim i7i ortamda yanlış bilgi paylaşma eğitimini azaltmak i7in de tasarlanabilir. Sosyal medyada, hatalı bilgilerin paylaşılmasını zorlaştıran bildirimler, yanlış bilginin 7evrim i7i yayılma hızını azaltmada etkili olabilir. 6rneğin, kullanıcılar yanılı7ıcı bir tweet paylaşmak 6zereyken, X'e ek bağlam sunan bir uyarı g6nderir ve kullanıcılardan potansiyel olarak yanlış bilgiyi paylaşmak isteyip istemediklerini sorar. Benzer Şekilde, X, kullanıcıların farkında olmadan yanlış bilgi paylaşma olasılığını azaltmayı ama7layan "retweet etmeden 6nce oku" uyarısını test etmektedir (Vincent, 2020). İnsanların yanlış bilgi paylaşmasının, doğruluğa yeterince dikkat etmemekten kaynaklandığı varsayımına dayanan (Pennycook ve Rand, 2022) doğruluk hedeflerini 6n plana 7ıkarmak i7in "doğruluk dŭrtŭleri" tasarlamıştır (Pennycook vd., 2020; 2021). Bu dŭrtŭde, sosyal medya kullanıcıları rastgele bir haber başlığının doğruluğunu derecelendirmeleri i7in bir bildirim alırlar. Yirmi deney 6zerine yapılan bir meta-analiz, doğruluk dŭrtŭlerinin sahte haberlerin paylaşımını 6nemli 6l7ŭde azalttığını g6stermiştir (Pennycook ve Rand, 2022). Doğruluk dŭrtŭleri, 7evrim i7i ortamda kullanıcılar arasında doğruluk hedeflerini canlı tutmak i7in periyodik bildirimler olarak kolayca uygulanabilir. Bu y6ntemle kasten 7eşitli gruplar tarafından yayılan yanlış haberlerin bilin7siz kişilerce dolaşıma sokulması ve yayılması engellenebilmektedir.

Yanlış bilgilerin 7evrim i7i paylaşımında etkileşim oluşturmanın yanı sıra (6rneğin, kişileri yanlış bilgi paylaşmadan 6nce iki kez dŭřŭnmeye sevk etmek), yanlış bilgi paylaşımını engelleyen mŭdahaleler de geliştirilebilir. Yanlış bilgi paylaşımının gŭcľü bir etkeni, sosyal etkileşim sağlama motivasyonudur (6r-

neğin, beğeni veya yorum almak). Yanlış bilgilerin sosyal etkileşim çekmediği bir teşvik yapısı oluşturmak (örneğin, yanlış bilgileri içeren paylaşımları özel olarak beğenen botların kaldırılması veya yanlış bilgilerin beğenilmesine izin verilmemesi) bu tür paylaşımlar yoluyla sosyal etkileşim üretme motivasyonunu azaltabilir ve gerçek paylaşım davranışını düşürebilmektedir. Yanlış bilgi paylaşımının sosyal olarak cezalandırıldığı bir teşvik yapısının geliştirilmesi de (örneğin, izleyicilerin güvensiz paylaşımlara olumsuz bir tepki vermesine olanak tanıyan bir “güvensizlik” butonu eklemek) yanlış bilgi paylaşımını azaltmada benzer şekilde etkili olabilmektedir (Globig vd., 2022).

Buna ek olarak gazeteciler ve sağlık profesyonelleri, güvenilir sağlık bilgilerinin erişimini tehdit eden gazeteciliğe ve tıbbi kuruma olan güvenin azalmasını tersine çevirmek için birlikte çalışmalıdır (Arora vd., 2019; Gollust vd., 2019; Li vd., 2019; Oxman vd., 2021). Gazeteciler, sağlık ve tıbbi konuları yeterince ele almak için gerekli zaman ve bilgi eksikliği ile mücadele etmeye devam etmektedir (Gollust vd., 2019; Oxman vd., 2022) oysa sağlık profesyonellerinin katkıları, haber raporlarındaki sağlık haberlerindeki yanlış bilgilerini azaltmaya yardımcı olabilir (Gollust vd., 2019). Sağlık profesyonelleri yalnızca haber medyasıyla değil, aynı zamanda eğlence medyasıyla da güvenilir bilgi paylaşma konusunda iş birliği yapmayı hedeflemelidir (Li vd., 2019). Bu sayede sadece haberleri takip eden kitleye değil aynı zamanda boş zamanını sosyal medya platformlarında eğlenmek için geçiren kitleye de erişme şansını kazanmış olmaktadır.

4. X'te Maymun Çiçeği Virüsü (Monkeypox)

Sosyal medya platformları içeriklerin hızla yayılabiliyor olması özelliklerinden ötürü günümüzde bilgi edinme konusunda bireyler tarafından sıklıkla tercih edilen haber kanalları olarak kullanılmaktadır. Özellikle toplumsal olayları ilgilendiren konular önce sosyal medya platformlarında tartışılır hâle gelmiştir. Gerek siyasi gerekse toplumsal olguların özgürce ve herhangi bir kısıtlamaya takılmadan yorumlayıcı bir şekilde sosyal medya mecralarında yayınlanması medya içeriklerine karşı eleştirel yaklaşmayan bireyler tarafından sorgulanmadan gerçek bilgi olarak kabul edilebilmektedir. Sorgusuz doğru kabul edilen içerikler ise dezenformasyonun hızlıca yayılmasına katkı sağlamakta olup toplumsal düzenin bozulmasına sebebiyet verebilmektedir. X, bu tür dezenformasyonların rahatlıkla yapılabileceği sosyal medya

platformu olarak örnek gösterilebilir. Nitekim X platformunda dünya genelinde daha çok siyasi, toplumsal ve ekonomik olayların paylaşıldığı görülmüştür. Buna karşın Instagram, Tik Tok vb. gibi daha çok görsel içeriklerin paylaşıldığı platformların eğlenceli içeriklere yoğunlaştığı kabul edilmiştir (Sarıkaya, 2023).

Maymun çiçeği virüsü, 2022 yılının ortalarında, özellikle mayıs ve haziran aylarında, dünya genelinde artan vakalarla birlikte Türkiye basınında da gündeme gelmeye başlamıştır. O tarihten itibaren, hastalığın belirtileri, bulaşma yolları ve aşılama ile ilgili bilgiler sıkça yayılmaya başlamıştır. Koronavirüs pandemisinin aksine devamlılığı olan bir hastalıktan ziyade, dönemsel olarak, hasta sayısı veya tespit edilen vaka sayısı dünyada arttıkça Türkiye'deki basında da yer alan bulaşıcı bir hastalık olarak gündeme gelmektedir. Bu çalışmanın konusu maymun çiçeği virüsü haberlerindeki dezenformasyon olduğundan dolayı X platformu üzerinden konuyla alakalı paylaşılan içerikler ele alınmış olup, bu hastalık konusunda oluşturulan dezenformasyon girişimleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma için X platformu üzerinden #maymunçiçeği hashtagiyle arama yapılmıştır. Arama sonucunda en popüler kategorisinde yer alan ve etkileşim oranları en yüksek olan 2 farklı hesap ele alınmış olup, bu hesaplar tarafından paylaşılan en güncel ve en çok etkileşime ulaşmış içerik analiz edilmiştir.

Çalışma kapsamında incelenen ilk hesap mavi tikli bir hesaptır. Hesap adı ise Maymun Çiçeği Virüsü/MPox Virus'tur.



Görsel 1. Maymun Çiçeği Virüsü adlı X Hesabı

Hesabın biyografisinde “Maymun Çiçeği virüsüyle ilgili son dakika haberleri paylaşım hesabı. Breaking news sharing account regarding the Monkeypox virüs” açıklaması yer almaktadır.

Yaklaşık 62 bin takipçisi⁴ bulunan hesabın gerek isminin gerekse biyografisinin hem Türkçe hem İngilizce olması, hesap sahibinin hedef kitlesinde sadece Türkiye’de yaşayanların olmadığı, aksine yabancı ülkelerde yaşayanlar tarafından da görülmek istendiği şeklinde yorumlanabilmektedir.

Hesapla ilgili dikkat çeken bir başka detay ise hesabın Haziran 2011 yılında kurulmuş olmasıdır. Maymun çiçeği virüsü Türkiye’de ilk defa 2022 tarihinde görülmüş olup, ilk defa 2022 tarihinde basına yansımıştır. Hesabın 2011 yılından bu yana faaliyet gösteriyor olması, maymun çiçeği virüsüyle beraber hesabın içerik anlamında bir değişime uğradığını göstermektedir. Bu değişim çeşitli şekilde yorumlanabilir ancak en yaygın görülen sebep, takipçi sayısını artırmak uğruna gündemde sıklıkla tartışılan konular bağlamında içeriklerin değiştiriliyor olmasıdır.

Hesabın dışarıdan bir takipçi tarafından güvenilir olarak nitelendirilip nitelendirilmeyeceği sorusu ise mavi tik sahibi olmasıyla açıklanabilir. Twitter’da mavi tik, 2022 yılının sonlarında, Elon Musk’ın platformu devralmasının ardından parayla satılmaya başlandı. Bu değişiklik, Twitter Blue adlı abonelik hizmetinin bir parçası olarak sunuldu. Kullanıcılar, bu hizmete abone olduklarında hesaplarına mavi tik ekletme imkânı buldular. Böylece, mavi tik, sadece doğrulama için değil, aynı zamanda bir abonelik hizmeti olarak da işlev görmeye başladı. Her ne kadar artık mavi tik herkes tarafından parayla satın alınıyor olabilse de mavi tike sahip olan hesapların daha güvenilir olma özelliği devam etmektedir. Buna ek takipçi sayısı ne kadar yüksekse o hesaba güven o kadar yükselmektedir. Düz oran mantığıyla eşleştirilen güven olgusunun bu hesapla oluşturulduğu düşünülmektedir.

İçerik bağlamında incelenen hesabın en güncel paylaşımının 6 Ekim 2024 tarihinde yapıldığı saptanmıştır. Bahsi geçen paylaşım ise şu şekildedir:

⁴ Hesaba erişim tarihi 20.10.2024.



Görsel 2. Maymun Çiçeği Virüsü İsimli X Hesabının Paylaşımı

Altındaki en güncel yorum ise dikkat çekici niteliktedir. Technick adlı hesabın yorumu “Konya sandım bir an çok korktum.” şeklindedir. Kenya’nın Konya şeklinde bir kullanıcı tarafından okunması gayet doğaldır çünkü kullanıcı kendi sosyal çevresi bağlamında içerikleri anlamlandırmaktadır. Dolayısıyla okuyucunun Kenya’yı Konya olarak kodlaması doğal bir sonuçtur.

Dikkat çekici bir başka detay ise paylaşılan içeriğin kaynağının belli olması. Halk sağlığını tehdit eden hastalıklar hakkında en güncel gelişmelerin ülkelerin resmî kanallarından takip edilmesi, dezenformasyonun yayılmasına bir önlem teşkil etmektedir. Örnek alınan bu içeriğin doğruluğu tespiti esnasında ise buna benzer resmî kuruluşlar tarafından herhangi bir haber yayımlanmadığı tespit edilmiştir. Hesap sorumlusu tarafından herhangi bir kaynak referans verilmemiş olması, bu haberin yanlış bir haber olduğu algısını güçlendirmektedir.

Aynı şekilde kaynaksız bir paylaşım ise 28 Eylül 2024’te yapılmıştır. Bu paylaşım ise Rusya’nın maymun çiçeği virüsü tespit testlerinin Kongo’ya devretmiş olmasıyla alakalıdır. Haberin kaynağı diğer paylaşımında olduğu gibi bilinmemektedir ancak Türkiye’de haber yayını yapan hiçbir haber kanalının veya gazetenin bu şekilde bir haber yayımlamadığı tespit edilmiştir. Bu tespitin sonucunda ise bu haberin de yanlış bir haber olduğu düşünülmektedir.

Her bir gönderisinin 10 binin üzerinde etkileşim alan bu hesabın rutin bir şekilde her 2-3 günde bir maymun çiçeği virüsü hakkında çeşitli haberler yayımladığı dikkat çekmiştir. Yukarıda bahsi geçen ve gerçekliği tespit edilemeyen haberlerin yanı sıra kaynak belirtilmiş ve gerçekliği tespit edilen haberlerin de yayımlandığı gözlemlenmiştir.



Görsel 3. Maymun Çiçeği Virüsü İsimli X Hesabının Paylaşımı

Örneğin İstanbul Beyoğlu'nda 11 Eylül 2024 tarihinde maymun çiçeği endişesiyle karantinaya alınmak istenen yabancı bir turist, yapılan araştırmalar sonucunda maymun çiçeği virüsünü taşımadığı tespit edildiğine dair haber, gerçeği yansıttığı yapılan haber kaynak taraması sonucunda anlaşılmıştır.

Bilinçli ve kasten yayılan yanlış haberlerin arasına gerçek ve doğru haberlerin eklenmesi, okuyucuların güvenini kazanmayı hedeflemekle alakalı olarak algılanmalıdır. Lakin paylaşılan her içeriğin kaynaksız ve takip edilemeyecek şekilde yayımlanması uzun vadede takipçi sayısının azalmasına ve hesap sahibine karşı güven kaybına neden olabilmektedir.



Görsel 4. Maymun Çiçeği Virüsü İsimli X Hesabının Paylaşımı

6 Eylül 2024 tarihinde yayımlanan bu haber ise bir sosyal medya kullanıcının yapmış olduğu paylaşımı referans alındığını göstermektedir. Bu habere göre bir kişinin komşusunda maymun çiçeği tespit edilmiş ve yetkililer tarafından bu durum gizlenmek istenmiş. Haberi inanılır kılmak için de maymun çiçeği virüsü belirtisi gösterdiği iddia edilen bir kişinin ayakları paylaşılmıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda bu haberin doğruluğunu kanıtlayan bir kaynağa veya açıklamaya rastlanılmamıştır. Ancak bu paylaşımın yanlış olma ihtimali göz ardı edildiği ve kaynaklarca doğruluğu tespit edilmeden yayımlanmış olduğu anlaşılmıştır. Yetkililerin bu durumu gizlemek istediği şeklindeki açıklama ise itibar suikastı olarak değerlendirilebilir. Bu yanlış haberin 76 bin kişiye ulaştığı tespit edilmiştir. Doğruluğuna kanıtlamadan bir sosyal medya kullanıcısının iddialarını referans alarak büyük bir güvensizliğe sebebiyet verebilecek bir haberi doğruymuş gibi yayınlamak dezenformasyona açık bir örnektir.

Çalışma kapsamında ele alınan ikinci hesap ise maymun çiçeği (monkeypox) adlı hesaptır.

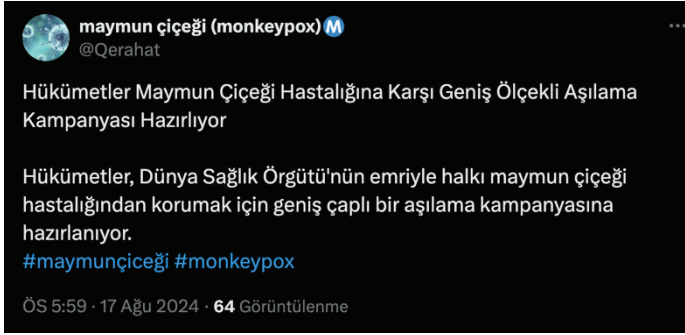


Görsel 5. Maymun Çiçeği İsimli X Hesabı

Hesabın takipçi sayısı sadece 104⁵ olmasına rağmen X'in en popüler kategorisinde yer alması nedeniyle bu hesap çalışmaya dâhil edilmiştir. Biyografisinde "Haber ve Tavsiyeler" yazılan Ağustos 2024 tarihinde açılmıştır.

Hesap üzerinden yapılan ilk paylaşımın tarihi 17.08.2024. Bu paylaşım ise şu şekildedir:

⁵ Hesaba erişim tarihi 21.10.2024.



Görsel 6. Maymun Çiçeği İsimli X Hesabının Paylaşımı

Diğer hesapta olduğu gibi bu hesabın bu paylaşımında herhangi bir kaynak belirtilmediği tespit edilmiştir. Hükümetlerin aşı kampanyası başlatılacağı iddia edilmiş, fakat hangi hükümetler olduğu belirtilmemiş. Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) emriyle bu aşı kampanyasının başlatılacağı iddia edilmiş ancak bununla alakalı DSÖ'den herhangi bir resmî açıklamaya rastlanılmamıştır. Bilinçli bir şekilde yayımlanan bu yanlış haberin takipçilerinin algısını farklı bir yere çekme ve bilinçli şekilde toplumsal yanlış yönlendirmeye çalışılmaktadır. Nitekim Covid-19 pandemisi sonrasında birçok kişi, yapılan aşılarda kanıtlanmamış bilinçli komplo teoriler üretmeye ve hatta pandemi süresinde birçok kişinin aşı olmamasına sebebiyet vermiştir.

Yine aynı tarihte yayımlanan farklı bir haber ise şu şekildedir:

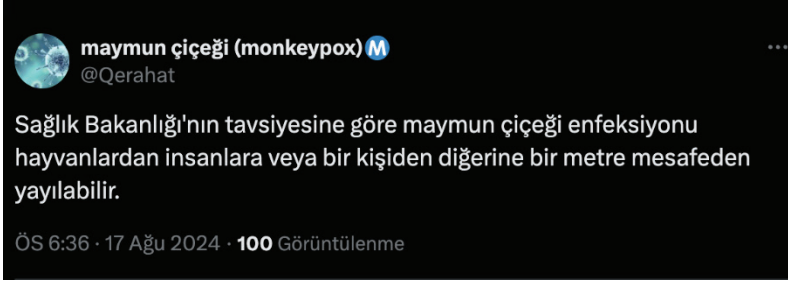


Görsel 7. Maymun Çiçeği İsimli X Hesabının Paylaşımı

Bu sefer Fas hükûmetinin turist akımını tehlikeye atmamak için çok sayıda kişinin maymun çiçeği virüsüne yakalandığını gizlediği iddia edilmektedir. Diğer örneklerde olduğu gibi bu haberde de herhangi bir referans veya kaynak gösterilmemiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda bu haberin doğruluğunu destekleyen resmî kuruluşlarca yayımlanan benzer bir habere de rastlanılmaması, bu içeriğin dezenformasyon olduğu düşüncesini güçlendirmektedir.

Türkiye de Fas gibi her yıl milyonlarca turiste ev sahipliği yapan tatil ülkeleri arasında en üst sırada yer almaktadır. Bu şekilde bir haberin yayınlanması, Türkiye'nin resmî kuruluşlarına olan güveni zedeleyebilecek niteliktedir.

Dikkat çeken bir yanıltıcı haber ise şu şekildedir:



Görsel 8. Maymun Çiçeği İsimli X Hesabının Paylaşımı

Yine 17.08.2024 tarihinde yapılan bir paylaşımında Sağlık Bakanlığınca yapılan bir açıklama referans gösterilmiştir. Buna göre maymun çiçeği virüsü hayvanlardan veya başka bir kişiden bir metre mesafeden yayıldığı açıklaması yapılmıştır. Ancak yapılan araştırma neticesinde bu paylaşımın eksik bir şekilde yapıldığı tespit edilmiştir. Nitekim maymun çiçeğinin nasıl bulaştığına dair geniş çaplı açıklama Sağlık Bakanlığı tarafından şu şekilde yapılmıştır:

“M-Çiçeği cilt döküntüsü, kabuklar veya vücut sıvılarıyla doğrudan temas yoluyla kişiden kişiye bulaşabilir. Ayrıca uzun süreli, yakın temas veya cinsel temas (öpmek, sarılmak veya cinsel ilişki gibi) sırasında yayılabilir”⁶

Resmî kanallarınca yapılan açıklamada “bir metre mesafe” tabirine rastlanıl-

⁶ Sağlık Bakanlığı, <https://www.saglik.gov.tr/TR-105540/m-cicegi-mpox-hakkinda-sik-sorulan-sorular-sosyal-medya-hesaplarindan-paylasildi.html#:~:text=G%C3%BCn%C3%BCm%C3%BCzdeki%20salg%C4%B1nda%2C%20vir%C3%BCs%20esas%20olarak,da%20vir%C3%BCs%C3%BCn%20bula%C5%9Fmas%C4%B1na%20neden%20olabilir.> (Erişim Tarihi: 21.10.2024).

mamıştır. Yakın temas tabirini bu hesabın kullanıcısı kendince 1 metre olarak anlamlandırılmış olması, dezenformasyona işaret etmektedir. Ayrıca hayvanlardan insanlara geçmesiyle alakalı yapılan paylaşım da muğlak bir paylaşımdır çünkü Sağlık Bakanlığının resmî kanallarında buna ilişkin herhangi bir açıklamaya rastlanılmamıştır sadece çeşitli kurumsal hastanelerince yapılan açıklamalarda enfekte olan hayvanlarla temas hakkında bilgi verilmiştir. Buna göre “Maymun çiçeği virüsünün en yaygın bulaşma yollarından birisidir. Enfekte hayvanlarla doğrudan temas eden bir kişi Mpox virüsünü alabilir. Genellikle Afrika kökenli kemirgenler ve primatlar gibi hayvanlarla etkileşimde olan kişilere bulaşır. Hayvanların ısırması, tirmalması veya vücut sıvıları ile doğrudan temas edildiğinde bulaşma riski daha yüksektir. Ayrıca enfekte hayvanlarını etini tüketme yoluyla da bulaşması mümkündür. Özellikle kırsal bölgelerde avcılık yapan veya hayvan ticareti ile uğraşan kişilerin bu virüse yakalanması daha olasıdır.”⁷

Resmî ve kurumsal kanallardan yapılan açıklamalarla bu hesabın yaptığı açıklama arasında detay eksikliği ve bütünlük açısından kopukluk olduğu tespit edilmiştir. Halk sağlığı gibi ciddi bir konuda eksik veya yanıltıcı bilgi yayılımının uzun vadedeki olumsuz etkileri göz ardı ederek sadece gündemde olabilmek ve hatta takipçi ve veya etkileşim sayısını yükseltebilmek uğruna yapıldığı anlaşılmıştır.

Bilinçli şekilde yanlış ve eksik içerik paylaşımı dezenformasyona örnektir. Bu paylaşımında ve incelenen diğer paylaşımlarda da bilinçli şekilde yanlış/eksik içeriklerin paylaşıldığı tespit edilmiştir.

İki hesap arasında görülen en büyük fark burada takipçi sayısı olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat yapılan geniş çaplı araştırma sonucunda maymun çiçeği virüsü hakkında paylaşım yapan en yüksek takipçi sayılı tek bir hesabın olduğu, bu hesabın ise 2011 yılından beri X'te var olduğu anlaşılmıştır (Maymun Çiçeği Virüsü/MPox Virus). Bu durum ise bu hesabın daha önce farklı içerikler ürettiği düşüncesini güçlendirmektedir. Nitekim toplam 349 gönderisi bulunan hesap üzerinden geriye dönük incelendiğinde ilk paylaşımın 14 Ağustos 2024 tarihinde yapıldığı tespit edilmiştir. 2011 yılında X'e katılan bu hesap sahibinin bu tarihe kadar farklı bir içerik paylaştığı, 14 Ağustos'tan sonra ise maymun çiçeği virüsüyle alakalı paylaşım yapmaya

⁷ Acıbadem Hastanesi, <https://www.acibadem.com.tr/ilgi-alani/maymun-cicegi-virusu-mpox-nedir-nasil-gecer/>, (Erişim Tarihi: 22.10.2024).

başladığı düşünülmektedir. X'te en popüler kategorisinde yer alan ve bu çalışmaya dâhil edilen ikinci hesabın (maymun çiçeği (monkeypox) ise Ağustos 2024'te açıldığı ve bu sebepten dolayı takipçi sayısının az olduğu düşünülmüştür. Fakat iki hesabın en büyük ortak noktası, Ağustos 2024'ten sonra aktif olarak maymun çiçeği virüsü hakkındaki içerik paylaşımını gerçekleştirdikleri.

Dikkat çeken bir başka olgu ise incelenen her iki hesabın da ağustos ayında aktif şekilde bahsi geçen hastalıkla alakalı aktif bir şekilde paylaşım yapmaları. Yapılan haber araştırmasında Ağustos 2024'te maymun çiçeğiyle alakalı Sağlık Bakanı Kemal Memişoğlu'nun "Türkiye'de 2024'te maymun çiçeği hastalığıyla ilgili bir tanı konulmadı."⁸ şeklindeki açıklamasına rastlanılmıştır. Sağlık Bakanlığınca yapılan bu resmî açıklamanın aksini gösterir nitelikte tüm dünyada maymun çiçeği virüsünün bir tehdit olduğunu gösterecek nitelikte yanlış ve eksik bilgilerin paylaşılıyor olması, resmî kurumlarca yapılan açıklamalara itibar edilmemesini ve toplumsal korkunun dinç tutulmasını amaçlar nitelikte olduğu düşünülmektedir.

5. Sonuç

Sağlık haberlerindeki dezenformasyon, bireylerin sağlıkla ilgili kararlarını derinden etkileyen ve toplum sağlığını tehdit eden karmaşık bir sorundur. Bu sorun, yalnızca bireylerin sağlığını değil, aynı zamanda genel kamu sağlığını da riske atarak bulaşıcı hastalıkların yayılmasına ve sağlık sisteminin sürdürülebilirliğine zarar verebilir. Dezenformasyonun yarattığı olumsuz etkiler, toplumun sağlık hizmetlerine olan güvenini zedeleyerek sağlık profesyonellerinin ve kurumlarının etkinliğini azaltabilir.

Güvenilir sağlık bilgilerinin eksikliği, bireylerin yanlış bilgilere yönelmelerine ve bu bilgilerin sosyal medyada hızla yayılmasına neden olmaktadır. Bu durum, özellikle savunmasız gruplar için ciddi riskler taşımaktadır. Dezenformasyon, yalnızca bireylerin sağlıkla ilgili kararlarını değil, aynı zamanda toplumun genel sağlık politikalarını da etkileyebilir. Aşı karışıklığı, alternatif tıp uygulamaları veya sağlık hizmetlerinden uzaklaşma gibi eğilimler, sağlık sistemini zayıflatmakta ve toplumun genel sağlığını tehdit etmektedir.

⁸ Anadolu Ajansı, <https://www.aa.com.tr/tr/saglik/saglik-bakani-memisoglu-turkiyede-2024te-maymun-cicegi-hastaligiyla-ilgili-bir-tani-konulmadı/3306783>, (Erişim Tarihi: 21.10.2024).

Dezenformasyonla başa çıkmak için atılacak adımlar, yalnızca bireylerin sağlık bilgilerine erişimini sağlamakla kalmayıp aynı zamanda kamu sağlığına olan güveni yeniden tesis etmeye yönelik olmalıdır. Eğitim ve farkındalık programları, bireylerin sağlık konularındaki bilgi düzeyini artırarak yanlış bilgiye karşı savunmalarını güçlendirebilir. Medya okuryazarlığı, bireylerin doğru bilgiyi yanlış bilgilerden ayırt etme yeteneklerini geliştirerek, dezenformasyonun etkisini azaltabilir. Ayrıca, bireylerin sağlık okuryazarlığını artırmak amacıyla, sağlık profesyonellerinin ve gazetecilerin iş birliği içinde yürütülecek seminerler ve atölye çalışmaları düzenlenebilir. Bu tür etkinlikler, bireylerin doğru bilgilere ulaşmasını ve sağlık kararlarını daha bilinçli bir şekilde vermesini destekleyecektir.

Sosyal medya platformlarının düzenlenmesi, sağlıkla ilgili yanlış bilgilerin yayılmasını önlemek için etkili bir strateji olarak öne çıkmaktadır. Platformların kullanıcı paylaşımlarını denetleyen ve yanlış bilgilere karşı etkili algoritmalar geliştiren mekanizmalar oluşturması, dezenformasyonun yayılma hızını önemli ölçüde azaltabilir. Ayrıca, platformların yanlış bilgiye karşı kullanıcıları bilgilendiren ve uyarı yapan sistemler geliştirmesi, yanlış bilgilerin yayılma potansiyelini azaltabilir. Bununla birlikte, sosyal medya kullanıcılarının, doğruluğunu sorgulama ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirmelerine yardımcı olacak eğitim programları da hayata geçirilmelidir. Bu eğitimler, bireylerin karşılaştıkları bilgilerin doğruluğunu sorgulama alışkanlığı kazanmalarını sağlayacak ve dezenformasyon karşısında daha dayanıklı hâle gelmelerine yardımcı olacaktır.

Gazeteciler ile sağlık profesyonelleri arasındaki iş birliği, doğru ve güvenilir sağlık haberlerinin yayılmasını teşvik edecek, böylece kamuoyunun güvenliğini yeniden kazanma yolunda önemli bir adım olacaktır. Bu iş birliği, sağlık profesyonellerinin sağlık konularında derinlemesine bilgi sahibi olmaları sayesinde, gazetecilerin doğru ve bilimsel temellere dayalı içerikler üretmesine olanak tanıyacaktır. Ayrıca, medya kuruluşlarının, sağlık konularında daha sorumlu bir yayın politikası benimsemeleri ve dezenformasyona karşı proaktif bir yaklaşım sergilemeleri, toplumun doğru bilgilere ulaşmasını kolaylaştıracaktır.

Bunun yanı sıra, sağlık kuruluşları ve hükümetler, dezenformasyonla mücadelede kapsamlı stratejiler geliştirebilir ve bu stratejilerin etkinliğini artırmak için sürekli bir değerlendirme mekanizması oluşturabilirler. Toplumun deği-

Ŗen ihtiyaçları ve dijital medya ortamındaki dinamikler göz önünde bulundurularak, sağlık iletiŖimi stratejilerinin güncellenmesi, sağlık bilgi akıŖının güvenilirliğini artırabilir. Ayrıca, sağlık otoriteleri, yanlış bilgilere karŖı hızlı ve etkili yanıt verme yeteneğini geliŖtirmek için kriz iletiŖimi planları oluŖturabilir. Bu tür planlar, yanlış bilgi yayıldığında, doğru bilgi ile toplumu hızlı bir Ŗekilde bilgilendirmeyi amaçlayacaktır.

Nitekim, sağlık haberlerindeki dezenformasyonun üstesinden gelmek, sağlık profesyonelleri, medya kuruluŖları, sosyal medya platformları ve kamu arasında iŖ birliğini gerektirmektedir. Bu stratejiler, sağlık sisteminin güçlenmesine, bireylerin sağlıkla ilgili bilinçli kararlar almasına ve toplumun genel sağlık düzeyinin yükselmesine katkıda bulunabilmektedir. Özellikle, dezenformasyonun önlenmesi ve sağlık bilgi sistemlerinin güçlendirilmesi, toplumun genel sağlık düzeyini artırmanın yanı sıra, sağlık hizmetlerine olan eriŖimin iyileŖtirilmesine de katkıda bulunacaktır.

Çıkar ÇatıŖması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatıŖması olmadığını beyan etmiŖtir.

Kaynakça

- Acerbi, A., Altay, S., Mercier, H., 2022. Research note: Fighting misinformation or fighting for information? *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-87>.
- Ackerknecht, E. H., 2016. *A short history of medicine*. Johns Hopkins University Press.
- Arora, V. M., Rousseau, D., Schwitzer, G., 2019. Why bolstering trust in journalism could help strengthen trust in medicine. *JAMA*, 321(22), 2159. <https://doi.org/10.1001/jama.2019.0636>.
- Austin, E. W., Borah, P., Domgaard, S., 2021. Kovid-19 disinformation and political engagement among communities of color: The role of media literacy. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 1, 1–15. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-58>.
- Agley, J., Xiao, Y., 2021. Misinformation about Kovid-19: Evidence for differential latent profiles and a strong association with trust in science. *BMC Public Health*, 21(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-10103-x>.
- Bago B, Rand D. G., Pennycook, G., 2022. Does deliberation decrease belief in conspiracies? *J Exp SocPsycho*. 1103:104395.
- Brashier NM, Schacter D.L., 2020. Aging in an era of fake news. *CurrDirPsychol Sci* 29:316–323.

- Butler L, Fay, N., Ecker, U., 2022. Social endorsement influences the continued belief in corrected misinformation <https://doi.org/10.31234/osf.io/3fv4d>.
- Chomsky, N., Herman, E. S., 1988. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Pantheon Books.
- Cinelli M, Quattrociochi, W., Galeazzi, A., 2020. The Kovid-19 social media infodemic. *Sci Rep* 10:16598.
- Ecker, U. K., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N., Kendou, P., Vraga, E. K., Amazeen, M. A., 2022. The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychology*, 1(1), 13–29. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>.
- Freiling I, Krause N. M., Scheufele, D. A., Brossard D., 2023. Believing and sharing misinformation, factchecks, and accurate information on social media: the role of anxiety during Kovid-19. *New Media Soc.* 25:141–162.
- Gilbert, D. T., 1991. How Mental Systems Believe. *American Psychologist*, 26(2), s. 107-119.
- Globig, L. K., Holtz, N., Sharot, T., 2022. Changing the incentive structure of social media platforms to halt the spread of misinformation. *PsyArXiv*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/26j8w>.
- Gollust, S. E., Fowler, E. F., Niederdeppe, J., 2019. Television news coverage of public health issues and implications for public health policy and practice. *Annual Review of Public Health*, 40(1), 167–185. <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-040218-044017>.
- Gorwa, R., Binns, R., Katzenbach, C., 2020. Algorithmic content moderation: Technical and political challenges in the automation of platform governance. *Big Data & Society*, 7(1), 1–15. <http://dx.doi.org/10.1177/2053951719897945>.
- Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., Lazer, D., 2019. Fake news on Twitter during the 2016 US presidential election. *Science*, 363(6425), 374–378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>.
- Guess A. M., Malhotra, N., Pan, J., 2023. How do social media feed algorithms affect attitudes and behavior in an election campaign? *Science* 381:398–404.
- Horne, Benjamin D., Adalı, S., 2017. This Just In: Fake News Packs a Lot in Title, Uses Simpler, Repetitive Content in Text Body, More Similar to Satire than Real News. https://www.researchgate.net/publication/315682536_This_Just_In_Fake_News_Packs_a_Lot_in_Title_Uses_Simpler_Repetitive_Content_in_Text_Body_More_Similar_to_Satire_than_Real_News, çevrim içi 10.09.2024.
- Hsu, T., Thompson, S. A., 2023. Chatbots and AI are helping spread misinformation online. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2023/02/08/technology/ai-chatbots-disinformation.html>, çevrim içi 15.09.2024.
- Kohring, M., Zimmermann, F., 2020. *Aktuelle Desinformation: Definition – Konsequenzen – Gegenmassnahmen, Was ist Desinformation? Betrachtungen aus sechs wissenschaftlichen Perspektiven içinde*, Düsseldorf, Landesanstalt für Medien NRW.

- Krippendorff, K., 2013. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications.
- Krishnan, N., Gu, J., Tromble, R., Abrams, L. C., 2021. Research note: Examining how various social media platforms have responded to Covid-19 misinformation. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 2(6), 1–25. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-85>.
- Li, W., Watts, J., Tan, N., 2019. From screen to screening: Entertainment and news television media effects on cancer screening behaviors. *Journal of Health Communication*, 24(4), 385–394. <https://doi.org/10.1080/10810730.2019.1607954>.
- Martel, C., Pennycook, G., Rand, DG., 2020. Reliance One Motion Promotes Belief in Fake News. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5(47). <https://doi.org/10.1186/s41235-020-00252-3>.
- Mayring, P., 2014. *Qualitative Content Analysis: Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*. Beltz.
- Motta, M., Callaghan, T., 2020. The pervasiveness and policy consequences of medical folk wisdom in the U.S. *Scientific Reports*, 10(1), 10722. <https://doi.org/10.1038/s41598-020-67744-6>.
- Nadarevic, L., Reber, R., Helmecke AJ., Köse, D., 2020. Perceived truth of statements and simulated social media postings: an experimental investigation of source credibility, repeated exposure, and presentation format. *Cogn Res Princ Implic*.
- Nan, X., Wang, Y., & Thier, K., 2021. Health Misinformation. In *The Routledge Handbook of Health Communication* (3rd ed., pp. 318–332). Routledge. <http://dx.doi.org/10.4324/9781003043379-27>.
- Neuendorf, K. A., 2017. *The Content Analysis Guidebook*. SAGE Publications.
- Oxman, M., Larun, L., Gaxiola, G. P., Alsaïd, D., Qasim, A., Rose, C. J., Bischoff, K., Oxman, A. D., 2022. Quality of information in news media reports about the effects of health interventions: Systematic review and meta-analyses. *F1000 Research*, 45. <https://doi.org/10.12688/f1000research.52894.2>.
- Pennycook, G., Rand, DG., 2019. Lazy, not biased: susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*.
- Pennycook G., Rand, DG., 2020. Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking. *JPers*.
- Pennycook, G., Rand, D. G. 2020. Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking. *Journal of Personality*, 88(2), 185–200. <https://doi.org/10.1111/jopy.12476>.
- Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, JG., Rand, DG., 2020. Fighting Covid-19 misinformation on social media: experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention. *Psychol Sci* 31:770–780.
- Pennycook, G., Rand, D. G., 2022. Accuracy prompts are a replicable and generalizable approach for reducing the spread of misinformation. *Nature Communications*, 13(1), 1–12. <https://doi.org/10.1038/s41467-022-30073-5>.

- Pickles K., Cvejic E., Nickel B., 2021. Kovid-19 misinformation trends in Australia: prospective longitudinal national survey. *J Med Internet Res.*
- Sarikaya, B. F., 2023. Z-Kuşağı Influencer Olmak İstiyor Mu? Türk ve Alman Gençleri Üzerine Bir Çalışma. Eğitim Yayınevi, Konya.
- Scherer, L. D., Pennycook, G., 2020. Who is susceptible to online health misinformation? *Am J Public Health.*
- Scherer, L. D., McPhetres, J., Pennycook, G., Kempe, A., Allen, L. A., Knoepke, C. E., Tate, C. E., & Matlock, D. D. 2021. Who is susceptible to online health misinformation? A test of four psychosocial hypotheses. *Health Psychology.* <https://doi.org/10.1037/hea0000978>
- Schültz, B., Jones, Ch., 2024. Falsch- und Desinformation in sozialen Medien: Ansätze zur Minimierung von Risiken in digitaler Kommunikation über Gesundheit.
- Schwarz, N. 2018. Of fluency, beauty, and truth: Inferences from meta cognitive experiences. In J. Proust & M. Fortier (Eds.), *Metacognitive diversity: An interdisciplinary approach* (pp. 25–46). Oxford University Press.
- Shao, C., Hui, P-M., Wang, L., 2018. Anatomy of an online Misinformation Network. *PLoS One.*
- Sternisko, A., Cichocka, A., Cislak, A., & Van Bavel, J. J., 2021. National narcissism predicts the belief in and the dissemination of conspiracy theories during the Kovid-19 pandemic: Evidence from 56 countries. *Personality and Social Psychology Bulletin*, <https://doi.org/10.1177/01461672211054947>.
- Uscinski, J. E., Enders, A. M., Klobstad, C., Seelig, M., Funchion, J., Everett, C., Wuchty, S., Premaratne, K., Murthi, M., 2020. Why do people believe Kovid-19 conspiracy theories? *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 1(3), 1–12. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-015>.
- Vincent, J., 2020. Twitter is bringing its 'read before you retweet' prompt to all users. *The Verge.* <https://www.theverge.com/2020/9/25/21455635/twitter-read-before-you-tweet-article-prompt-rolling-out-globally-soo>, çevrim içi 20.08.2024.
- Vosoughi, S., Roy, D., Aral, S. 2017. The spread of true and false news online. *Science* 359:1146–1151.
- Wang, Y., McKee, M., Torbica, A., Stuckler D., 2019. Systematic Literature Review on the Spread of Health-related Misinformation on Social Media. *Soc Sci Med.* Nov; 240:112552. doi: 10.1016/j.socscimed.2019.112552. Epub 2019 Sep 18. PMID: 31561111; PMCID: PMC7117034.
- Zarocostas, J., 2020. How to fight an infodemic. *Lancet* 395:676.
- Zollo, F., Bessi, A., Vicario, M.D., 2017. Debunking in a World of tribes. *PLoS ONE.*