

Dijital Dünyanın Yeni Tehlikesi: Sosyal Medyada İtibar Suikastı

Dr. Batuhan Mumcu/Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı

Dijital çağın yükselişi, iletişim dinamiklerini köklü bir şekilde değiştirmiş ve sosyal medyanın hayatımızdaki rolünü önemli ölçüde artırmıştır. Bu çağın en belirgin özelliklerinden biri, bilgi akışının hızının ve erişiminin olağanüstü derecede artmış olmasıdır. Sosyal medya platformları, bireylerin ve grupların bilgi üretme, paylaşma ve tüketme biçimlerini tamamen değiştirmiştir. Bu dijital devrim, sadece bilgiye erişim imkânı sunmakla kalmamış, aynı zamanda dezenformasyon ve manipülasyon stratejilerine de zemin hazırlamıştır.

Kişiler ve kurumlar, bilgi paylaşımı, etkileşim ve toplumsal hareketliliğin merkezi olan bu platformlarda geniş kitlelere ulaşabiliyor. Ancak bu güçlü araç, aynı zamanda yeni bir tehdidin de yayılmasına imkân veriyor; itibar suikastı.

İtibar Suikastı Nedir?

Kökünü Arapça olan “İtibar” kelimesinin anlamı saygınlık olarak tanımlanmaktadır. (www.tdk.gov.tr, 2018). Genel olarak itibar; kişinin yaşamı, mesleği, statüsü neticesinde kazanmış olduğu değerler bütünü olarak ifade edilebilir.

İtibar, bir kişi, kurum, siyasetçi veya kamu figürünün toplumda algılanma biçimini değiştirerek hem değer kazandırma hem de kaybettirme özelliklerine sahiptir. İtibar kazanmış bir kişi veya kurumdan, toplumun beklentilerine göre belirli davranışlar sergilemesi ve bazı davranışlardan kaçınması beklenir.

İtibar suikastı, bir birey, kurum veya organizasyonun toplumsal veya profesyonel imajını kasıtlı ve sistematik bir şekilde zedelemeyi amaçlayan bir eylem olarak tanımlanabilir. Bireyin veya kurumun sistematik olarak karalanması, saygınlığının zedelenmesi için gerçekleştirilen organize bir saldırıdır. İtibar suikastı genellikle sosyal medya, haber siteleri, forumlar ve diğer dijital platformlarda yapılır.

İtibar suikastı; kişisel, profesyonel, ticari veya siyasi çıkarlar doğrultusunda gerçekleştirilir ve hedef alınan kişinin ruhsal sağlığını, kariyerini ve sosyal ilişkilerini ciddi şekilde etkileyebilir.

İtibar Suikastının Aracı Olarak Sosyal Medya

Dijital iletişim ve sosyal medya, modern toplumlardaki bilgi akışını ve toplumsal etkileşimi köklü bir şekilde değiştirmiştir. Gelişen iletişim teknolojileriyle birlikte geleneksel medya araçları olarak bilinen gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi tek yönlü bilgi aktarımı sağlayan araçlar, yerini

etkileşimli ve çift yönlü bilgi alışverişine olanak tanıyan çeşitli sosyal medya ve dijital yayıncılık gibi yeni nesil medya platformlarına bırakmıştır. Bu platformlar, çok daha dinamik ve etkileşimli bir iletişim süreci sağlayarak herkesin kendi içeriğini oluşturmasını ve en önemlisi de dağıtmasını kolaylaştırmıştır.

Sosyal medya, modern iletişimin merkezine yerleşirken, aynı zamanda itibar suikastının en etkili araçlarından biri haline gelmiştir. Sosyal medya platformları, geniş kitlelere ulaşma imkanları sayesinde, dezenformasyon ve karalama kampanyalarının hızla yayılmasına elverişli bir zemin hazırlar.

İtibar suikastının en tehlikeli yönlerinden biri, gerçeklerle yanıltıcı bilgilerin iç içe geçmesidir. Sosyal medya, dezenformatif ve manipülatif içeriğin hızla yayılmasına olanak tanır ve bu bilgilerin doğruluğunu denetlemek her zaman mümkün olmaz. Yanıltıcı başlıklar, çarpıtılmış alıntılar ve değiştirilmiş görseller, hedef alınan kişinin itibarını sarsmak için kullanıldığında ve bu içerik viral hale geldiğinde yanlış algıyı düzeltmek için yapılan girişimler genellikle dezenformatif içeriğin gölgesinde kalır.

Sosyal Medyada İtibar Suikastının Nedenleri

Gündelik hayatın normal akışı içinde; kimi zaman başarılarıyla ön planda oldukları için, kimi zaman da kişisel husumete varan birtakım sebeplerle sanat, spor, siyaset dünyasından isimler, kamu kurumları ve kuruluşlar hedef seçilerek itibar suikastına uğramaktadır.

Kişilerin veya kurumların itibarını sarsacak dezenformatif ve manipülatif içeriklerin bir anda sosyal medyada dolaşıma sokulması neticesinde hızlıca ülke gündemi şekillenebilmektedir.

Özellikle iş dünyası ve popüler kültür figürleri arasındaki rekabet, kişisel anlaşmazlıklar ya da basit bir kıskançlık, bu tür saldırıların temel motivasyonları arasında yer alır. Başarılı bir kişiyi ya da kurumu karalamak ve kendi çıkarlarını korumak isteyen rakipler, sosyal medya platformlarını etkin bir şekilde kullanarak saldırılar başlatabilirler.

Siyasi ve ideolojik farklılıklar da itibar suikastının sık görülen nedenlerindedir. Karşıt görüşlü gruplar, rakiplerini itibarsızlaştırarak kendi ideolojilerini öne çıkarmak amacıyla sosyal medyada karalama kampanyaları düzenleyebilir. Bu tür saldırılar, bireylerin veya grupların politik duruşlarına zarar verme amacı güder.

Ayrıca bireyler, kişisel hayal kırıklıkları ya da düşmanlık duyguları nedeniyle hedef aldıkları kişiyi sosyal medya üzerinden itibarsızlaştırma yoluna başvurabilmektedir.

İnternette yalnızca kaos yaratmayı ve insanları provoke etmeyi amaçlayan troll ve provokatör gruplar da itibar suikastının bir parçası olabilir. Bu gruplar, gerçek hedeflerinin kim olduğuna bakmaksızın, kişilerin ya da kurumların itibarlarını zedelemek için çeşitli taktikler kullanırlar.

İtibar suikastının psikolojik ve sosyal etkilerinin ötesinde, son dönemlerde kötü niyetli bireylerin veya grupların, bir kişi ya da kurumun itibarını zedeleyerek maddi kazanç elde etmeyi amaç edinmeleri giderek daha sık rastlanan bir durum haline gelmiştir. Bu kişiler, sosyal medya üzerinden bir kişi ya da kurum hakkında yalan veya yanıltıcı bilgiler yayarak, tehdit ve şantaj yoluyla maddi kazanç elde etmeye çalışırlar. Şantajcılar, gerçek hayatta sergilemeye cesaret edemedikleri davranış ve eylemleri dijital dünyanın sağladığı soyutluktan cesaret alarak sanal zorbalık yoluyla ortaya koymaya çalışır ve bu yöntemle haksız kazanç sağlamayı hedeflerler.

Sosyal Medyada İtibar Suikastının Yöntemleri: Dijital Karalama

Sosyal medyada dezenformasyon ve manipülasyon, bilgi kirliliği yaratma, kamuoyu oluşturma ve bireylerin düşünce süreçlerini etkileme amacı güden stratejiler olarak ön plana çıkmaktadır. Manipülatif haberler ve yanlış yönlendirmeler, bir kişinin ya da kurumun imajını kısa sürede zedeleyebilir.

Dezenformasyon ve manipülasyon kavramları, sosyal medyanın sunduğu fırsatlarla birleştiğinde, algı yönetimi bağlamında önemli bir rol oynamaktadır. Dezenformasyon, yanlış bilgi yayma ve gerçeği çarpıtma amacı güderken; manipülasyon ise bilgi veya algıları belirli bir yönde yönlendirmeyi hedefler. Bu süreçler, sosyal medyada yüksek takipçili hesaplar üzerinden yapılan algı operasyonları ile daha da belirgin hale gelmektedir. Bu kullanıcılar, geniş takipçi kitleleri ve yüksek etkileşim oranları ile sosyal medyada güçlü bir etkiye sahiptir ve bu etki, dezenformasyon ve manipülasyon stratejilerinin uygulanmasında kritik bir araç olarak kullanılmaktadır.

Sosyal medya itibar suikastı, çeşitli stratejilerle gerçekleştirilebilir. Sahte hesaplar açarak hedef alınan kişiye ya da kuruma yönelik sürekli eleştiri ve karalama içerikleri paylaşmak, en yaygın yöntemlerden biridir. Bunun yanı sıra gerçek olmayan ya da çarpıtılmış bilgilerin dolaşıma sokulmasıyla, fotoğrafların veya videoların kasıtlı olarak değiştirilmesi ve yanlış bir bağlamda sunulmasıyla hedef alınan kişiler toplum nezdinde zor durumda bırakılır.

İtibarın zedelenmesi ve tahrip edilmesi noktasında en yaygın yöntemlerden biri de “linç girişimi”dir. Bu tür saldırılarda hedef alınan bireyler veya kurumlar, hakaret, küfür ve tehditlerle karşılaşabilirler. İddialar, gerçeği yansıtmayı yansıtmadığına bakılmaksızın, yüksek sesle ve saldırgan bir şekilde gündeme

getirilir. Bu saldırılar, kişilik haklarını ihlal edecek boyutlara ulaşabilir, bu durum lince uğrayan kişinin psikolojik ve profesyonel anlamda ciddi zararlar görmesine neden olabilir.

İtibar Suikastına Karşı Nasıl Korunulur?

Sosyal medya üzerinden itibar suikastı gerçekleştirilebileceği gibi, zarar görmüş bir itibarı onarma çalışmaları da yapılabilir. Ancak, "çamur at, izi kalsın" sözünde olduğu gibi, bir kez zedelenen itibarı tamamen geri kazanmanın her zaman kesin bir çözümü yoktur. Bu nedenle, bu tür saldırılara karşı bilinçli olmak, doğru stratejiler geliştirmek ve yasal hakları savunmak, itibarın korunması için son derece önemli süreçlerdir.

İtibar suikastına karşı alınabilecek önlemler arasında, bilinçli medya kullanımı ve kaynak doğrulama süreçleri öne çıkmaktadır. Sosyal medyada karşılaşılan her bilginin doğru olmayabileceği konusunda bilinçli olmak ve öncelikle içeriğin doğruluğunu teyit etmek büyük önem taşır.

Hükümetler, sivil toplum kuruluşları ve medya organları da itibar suikastıyla mücadelede kilit bir rol oynar.

Bu konuda yürütülen çözüm arayışında tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de sosyal medya uygulamaları ve internet siteleri aracılığı ile yapılan paylaşımların doğruluğunun kontrol altına alınması adına dezenformasyon kanunu olarak bilinen bir kanun çıkartılmıştır. "7418 sayılı Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" 18.10.2022 tarih ve 31987 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu kanun, dezenformasyonu yeni bir suç olarak tanımlamıştır.

7418 sayılı Kanun, 5187 sayılı "Basın Kanunu", 5237 sayılı "Türk Ceza Kanunu" ve 5651 sayılı, "İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun" da yapılan ek düzenlemeleri içermektedir.

7418 sayılı Kanun, 29 uncu maddesiyle dezenformasyon konusunda Türk Ceza Kanununa 217/A maddesini eklemiştir. Kanunun 29. Maddesinin metni aşağıdaki şekildedir:

"MADDE 29- 26/9/2004 tarihli ve 5237 sayılı Türk Ceza Kanununa 217 nci maddesinden sonra gelmek üzere aşağıdaki madde eklenmiştir.

"Halkı yanıltıcı bilgiyi alenen yayma

MADDE 217/A- (1) Sırf halk arasında endişe, korku veya panik yaratmak saikiyle, ülkenin iç ve dış güvenliği, kamu düzeni ve genel sağlığı ile ilgili gerçeğe

aykırı bir bilgiyi, kamu barışını bozmaya elverişli şekilde alenen yayan kimse, bir yıldan üç yıla kadar hapis cezasıyla cezalandırılır.

(2) Fail, suçu gerçek kimliğini gizleyerek veya bir örgütün faaliyeti çerçevesinde işlemesi hâlinde, birinci fıkraya göre verilen ceza yarı oranında artırılır.”

Kanunun gerekçesine bakıldığında; Devletin bu alanda, temel hak ve özgürlüklerin korunması, aynı zamanda ifade özgürlüğünün de güvence altına alınacağı düzenleyici bir rol üstlenmesi yükümlülüğünden ve bunun sonucunda devletlerin vatandaşlarının temel hak ve özgürlüklerini hem diğer kullanıcılara hem de sosyal medya platformlarına karşı koruması gerektiğinden söz edildiği görülmektedir. Anayasanın ilgili hükümleri ile tanınan ve koruma altına alınan temel hak ve özgürlüklerin, gerçek dünyada olduğu gibi, dijital dünyada da korunmasının amaçlandığı, dijital dünyada da insanların onur, şeref ve saygınlığının, kişisel haklarının, özel hayatlarının dokunulmazlığının ve kişisel verilerinin korunmasının gerektiği, bu bağlamda, yalan haberi kasıtlı olarak üretme ve yayma eyleminin (dezenformasyon), birey ve toplum iradesini ipotek altına alan ve vatandaşların gerçek bilgiye ulaşma hakkını engelleyen ciddi bir tehdit haline geldiği, bu tehditin, aynı zamanda çeşitli özgürlükleri istismar etmek suretiyle başta ifade özgürlüğü ve haber alma özgürlüğü olmak üzere temel hak ve özgürlüklerin kullanılmasını engellemeye yönelik olduğu, gelişen teknoloji ile birlikte dezenformasyonun vardığı noktanın, temel hak ve özgürlükleri korumak adına bu tehditle mücadele etmeyi zorunlu kıldığı ifade edilmiştir.

Uygulaması oldukça yeni olan bu düzenlemenin Anayasaya aykırı olduğu gerekçesiyle açılan dava Anayasa Mahkemesince reddedilmiştir.

Yasal düzenlemelere ek olarak; Türkiye Cumhuriyeti İletişim Başkanlığı bünyesinde, yalan haberle mücadeleye yönelik Dezenformasyonla Mücadele Merkezi oluşturulmuştur.

Sonuç olarak, dijital çağın getirdiği risklerle başa çıkabilmek için tüm paydaşların, bilgi akışını doğru yönetme ve dijital dünyada etik değerleri koruma konusunda ortak bir çaba içinde olmaları önem arz etmektedir. Bu çaba, dijital ortamda daha güvenli ve saygılı bir etkileşim ortamı oluşturulmasına katkıda bulunacaktır.