



IV. ULUSLARARASI
İLETİŞİM
SEMPOZYUMU:
DİJİTAL ÇAĞDA
DEZENFORMASYON

IV ЭЛ АРАЛЫК
КОММУНИКАЦИЯ
СИМПОЗИУМУ:

САНАРИП ДООРДОГУ
ДЕЗИНФОРМАЦИЯ

IV INTERNATIONAL SYMPOSIUM
ON COMMUNICATION:
DISINFORMATION
IN THE DIGITAL AGE

www.comsymposium.manas.edu.kg
comsymposium@manas.edu.kg





KIRGIZİSTAN-TÜRKİYE MANAS ÜNİVERSİTESİ
KYRGYZ-TURKISH MANAS UNIVERSITY
КЫРГЫЗ-ТҮРК “МАНАС” УНИВЕРСИТЕТИ

İLETİŞİM FAKÜLTESİ
FACULTY OF COMMUNICATION
КОММУНИКАЦИЯ ФАКУЛЬТЕТИ

IV. ULUSLARARASI İLETİŞİM SEMPOZYUMU:
DİJİTAL ÇAĞDA DEZENFORMASYON
IV INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON COMMUNICATION:
DISINFORMATION IN THE DIGITAL AGE
IV ЭЛ АРАЛЫК КОММУНИКАЦИЯ СИМПОЗИУМУ:
САНАРИП ДООРДОГУ ДЕЗИНФОРМАЦИЯ

ÖZET BİLDİRİ KİTAPÇIĞI/ ABSTRACT PAPER BOOKLET/АННОТАЦИЯЛАР
ЖЫЙНАГЫ

Bişkek – Kırgızistan
15-17 Mayıs 2024

KURULLAR/ COMMITTEES/ КОМИТЕТЕП

**SEMPOZYUM BAŞKANLARI/ SYMPOSIUM PRESIDENTS/ СИМПОЗИУМДУН
ТӨРАГАЛАРЫ**

Prof. Dr. Alpaslan CEYLAN Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Rektörü
Prof. Dr. Almaz İBRAYEV Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Rektör Vekili

ONUR KURULU/ HONOR COMMITTEE/ АРДАКТУУ КЕҢЕШ

Prof. Dr. Fahrettin ALTUN Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı
Ebubekir ŞAHİN Radyo ve Televizyon Üst Kurul Başkanı
Prof. Dr. Edibe SÖZEN Cumhurbaşkanlığı Basın İlan Kurulu Yönetim Kurulu
Başkanı ve Maltepe Üniversitesi Rektörü
Prof. Dr. Alpaslan CEYLAN Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Rektörü
Prof. Dr. M. Naci BOSTANCI Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Rektörü
Prof. Dr. Hasan KILIÇ Doğu Akdeniz Üniversitesi Rektörü
Prof. Dr. Abdulhamit AVŞAR İstanbul Ticaret Odası Üniversitesi Rektörü
Prof. Dr. Mehmet Zahid SOBACI Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Genel Başkanı
Erkin YILMAZ Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürü

DÜZENLEME KURULU/ ORGANISING COMMITTEE / УЮШТУРУУ КОМИТЕТИ

Prof. Dr. Mehmet Sezai TÜRK Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Prof. Dr. Oktay ÖZGÜL Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Doç. Dr. Uğur ÜNAL Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Doç. Dr. Erdoğan AKMAN Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Doç. Dr. Niyazi AYHAN Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Doç. Dr. Gökçe YOĞURTCU Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Doç. Dr. Abdülhakim Bahadır DARI Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Venera NARİNOVA Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Regina CAMANKULOVA Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Meerim ARTIŞEVA Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Gülzada STANALİEVA Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Kanışay MUKTAROVA Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Banu ERDOĞAN ÇAKAR Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Topçugül NARMAMATOVA Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Bakıtbek ORUNBEKOV Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Öğr. Gör. Kanıbek ÖMÜRBEKOV Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Öğr. Gör. Stambulbek MAMBETALİYEV Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Öğr. Gör. Marat ERGEŞOV Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Öğr. Gör. Nargiza MAMATKULOVA Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Öğr. Gör. Müslim ŞAHİN Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Araş. Gör. Zeki OKYAY Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Araş. Gör. Camila ABDİMALİKOVA Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Ak. Uzm. Fahri TARHAN Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi

IV. ULUSLARARASI İLETİŞİM SEMPOZYUMU: DİJİTAL ÇAĞDA DEZENFORMASYON

Ayday İBRAYEVA
Aynura CARMATOVA
Turdukan KIŞTOOBAYEVA
Tolkun BEKTURGAN KIZI
Asan DJANTALIYEV
Hayrulla RAHMATİLLA UULU
Muhammed ÜLGER
Coşkun KALA
Kayahan KÜÇÜK

Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi

DİL EDİTÖRLERİ/LANGUAGE EDITORS/ТИЛ РЕДАКТОРЛОРУ

Yrd. Doç. Dr. Gülzada STANALİYEVA (Kırgızca) Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Döölötbek EŞKENOV (Kırgızca) Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Dr. Kadir YOĞURTÇU (Türkçe) Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
İsmail Şen (Türkçe) Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Nurgül KARİBEKOVA (İngilizce) Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Tolkun BEKTURGAN KIZI (İngilizce) Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Leyla BABATÜRK (Rusça) Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Alla NAROZYA (Rusça) Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi

BİLİM KURULU/ SCIENCE COUNCIL/ ИЛИМИЙ КЕҢЕШ

Prof. Dr. Abdullah ÖZKAN İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Ahmet KALENDER Selçuk Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Amina Siljak JESENKOVIC Saraybosna Üniversitesi, Bosna Hersek
Prof. Dr. Bahadır KARİMOV Ali Şir Nevai Taşkent Devlet Özbek Dili ve Edebiyatı Üniversitesi, Özbekistan
Prof. Dr. Burhanettin Aykut ARIKAN Türk Alman Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Celalettin Aktaş İstanbul Ticaret Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Ekrem CAUSEVİC Zagreb Üniversitesi, Hırvatistan
Prof. Dr. Enderhan KARAKOÇ Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Elif Asude TUNCA Lefke Avrupa Üniversitesi, KKTC
Prof. Dr. Emine YAVAŞGEL İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Erdem TAŞDEMİR Trabzon Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Fadil HOCA Başkurdistan Uluslararası Vizyon Üniversitesi, Makedonya
Prof. Dr. Fayruza H. GARİPOVA Başkurt Beşeri Bilimler Enstitüsü, Başkurdistan
Prof. Dr. Fevzi KASAP Yakın Doğu Üniversitesi, KKTC
Prof. Dr. Flera Sagitovna SAYFULİNA Kazan Federal Üniversitesi, Tataristan, Rusya

Prof. Dr. Galina MİŞKİNİENE	Vilnius University, Litvanya
Prof. Dr. Gülmira DJUNUŞALİYEVA	Boris Yeltsin Kırgız-Rus Slavyan Üniversitesi, Kırgızistan
Prof. Dr. İrfan MORİNA	Priştine Üniversitesi, Kosova
Prof. Dr. İmperiyat HALİPAYEVA	Dağıstan Devlet Pedagoji Üniversitesi, Dağıstan, Rusya
Prof. Dr. Jarkınbike SULEYMANOVA	Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi, Kaza- kistan
Prof. Dr. K. Oya PAKER	Ege Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Kadir CANÖZ	Selçuk Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Kanipaş KAYSANOVA	Muhtar Auezov Edebiyat ve Sanat Enstitüsü, Ka- zakistan
Prof. Dr. Karim MİRZAEV	Tebriz İslami Sanatlar Üniversitesi, İran
Prof. Dr. Mehmet Naci BOSTANCI	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Mesut YÜCEBAŞ	Gaziantep Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Metin Aksoy	Doğu Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Mahmut ÇELİK	İştip Gotse Delçev Üniversitesi, Makedonya
Prof. Dr. Metin IŞIK	Sakarya Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ	Erciyes Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Nurettin GÜZ	İstanbul Ticaret Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Şahin MUSTAFAYEV	Uluslararası Türk Akademisi Başkanı, Kazakistan
Prof. Dr. Suat GEZGİN	Yeditepe Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Ümit ARKLAN	Süleyman Demirel Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Vugar ALİYEV	Bakü Devlet Üniversitesi, Azerbaycan
Prof. Dr. Zakir AVŞAR	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Cavit YAVUZ	Ordu Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. Altın ASANOVA	Bişkek Sosyal Bilimler Üniversitesi, Kırgızistan
Doç. Dr. Ayşe ÇATALCALI CEYLAN	Ege Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. Caynagül SADIKBEK KIZI	İşenali Arabaev Kırgız Devlet Üniversitesi, Kırgızistan
Doç. Dr. Edina SOLAK	Zenica Üniversitesi, Bosna Hersek
Doç. Dr. Elman CEFERLİ	Nahtivan Devlet Üniversitesi, Azerbaycan
Doç. Dr. Konur Alp KOZ	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. Oğuz GÖKSU	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. Semiray YÜCEBAŞ	Gaziantep Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. Şirin KOSTYÜK	Cusup Balasagun Kırgız Milli Üniversitesi, Kırgızistan
Doç. Dr. Tümönbay KOLDOSHOV	Bübüsara BEYŞENALİEVA Kırgız Devlet Kültür ve Sanat Üniversitesi, Kırgızistan
Doç. Dr. Yasemin KILINÇARSLAN	Uşak Üniversitesi, Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Tuba Çevik ERGİN	Sakarya Üniversitesi, Türkiye

İÇİNDEKİLER

Tөлөгөн САБЫРБЕКОВ - Марат ЭРГЕШОВ - Социалдык медиадагы дезинформациянын адамдарга тийгизген таасири-----	1
B. Aykut ARIKAN - Doğal Afet Dezenformasyonu Konusunda bir Tipoloji Denemesi:6 Şubat 2023 Depremlerindeki Dezenformasyon Girişimlerinin Bağlamsal Analizi -----	3
Шахризада ЭШАНКУЛОВА - Дезинформация в СМИ Кыргызстана: типология и сравнительный анализ-----	4
Leyla BABATÜRK - İletişim Aracı Olarak Çeviri ve Dezenformasyon -----	5
Erdem TAŞDEMİR - Aytaç Burak DERELİ - Betül KARADENİZ DEMİRATA - Savaşın Dijital Propagandası: İsrail – Hamas Savaşında İsrail Savunma Kuvvetleri'nin Propaganda Faaliyetleri ---	6
Konur Alp KOZ - Bir Keşif Aracı Olarak Google Trendler -----	8
Гүлина ЖАМГЫРЧИЕВА - ТЕМИРОВА Махбубахан– Коммуникациялык Дезинформациянын Коомго Тийгизген Терс Таасиринин Алдын Алуу (Ч.Айтматовдун “Кассандра Тамгасы” Романынын Негизинде) -----	9
Алла КОВАЛЕВА - Роза ТОКСОНАЛИЕВА - Дезинформация как цифровая угроза современного общества -----	11
Самира ШАРИПОВА - Фарида КАЧЫБЕКОВА - Орусия- Украина согушунда дезинформация: factcheck.kg сайтынын мисалында -----	13
Татьяна МИХАЙЛОВА - Способы борьбы с паникой в медиaprостранстве -----	14
Назгул ЭШАНКУЛОВА - Инструменты ИИ как один из факторов дезинформации в деятельности политической элиты -----	15
Bakıtbek İSAKOV – Дезинформациянын табияты -----	16
Каныкей КАЛИЕВА - Жылдыз ЧЫМАНОВА - Семетейдин Саякаты: “Семетей” Эпосун Изилдөөдө Google Earth Адабий Карта Түзүү Санариптик Ыкмасы -----	17
Nurgul KARYBEKOVA - Fostering Quality Education And Sustainable Growth in Kyrgyzstan Through Integration Of Digital Technologies -----	19
Бакытбек ОРУНБЕКОВ - Кыргызстан: социалдык тармактардагы экстремисттик, диний радикал идеялардын жайылышы жана кесепети -----	20
Гүлзада СТАНАЛИЕВА – Соцтармактарда агартуу иштерин жүргүзгөн блогингдерде маалыматтын сабаттуулугу: кыргыз тилин окутуу боюнча контенттердин мисалында -----	21
Алексей МИХАЙЛОВ - Форматирование и переформатирование «повестки дня»: параметры медиaprостранства сегодня -----	23
Махабат МАМЫРОВА - «Ош жаңырыгы» газетасы көтөргөн көйгөйлөр анын чечилиши, электрондук форматка өтүшү -----	24
Bülent ÖZTÜRK - Bölücü Terör Örgütünün Sosyal Medya Dezenformasyonları -----	27
Mustafa DEMİR - Deepfake Teknolojileri ve Dijital Dezenformasyon -----	29
Zeynep ZELAN - Dijital Medyada Dezenformasyon: İsrail-Filistin Çatışması Süreci Örneği -----	30
Fatoş PARSA - Kenan SUBAŞI - İmgenin Maruz Kaldığı Şiddet: Sentetik İmgeler ve Dijital Dezenformasyon -----	31
Gözde KOSA - Makbule Evrim GÜLSÜNLER - Bahadır AVŞAR - Disinformation On Social Media:	

Distinguishing Fact From Fiction -----	33
Saynur URAL - Dijital Medyada Manipülasyon, Manipülasyonun Doğuşu ve Manipülasyon Yöntemleri -----	34
İsrafil KURALAY - Televizyon ve Enformasyon Teknolojileri Bağlamında Dezenformasyon Sorununa Yeni Yaklaşımlar -----	36
Nazlı YOLBAKAN - İsrail'in Dezenformasyon Stratejisini Çözümlemek Gazze Saldırıları Örneği -----	37
Zeynep EKMEKÇİ - Dezenformasyon ve Algı Yönetimi -----	39
Bahadır AVŞAR - Gözde KOSA - Bülent NAMAL - Dezenformasyon Çağında Dijital Medyada Kriz Yönetimi Vaka İncelemeleri -----	40
Ali ÇAKIR - Gazetecilikte Dezenformasyona Karşı Editoryal Süreç Üzerine Bir Deneme:Yurttaş Gazeteciliği Mi? Mobil Gazetecilik Mi? -----	41
Abdulsamet GÜNEK - Orta Asya'da Kamu Diplomasisi: İletişim Biçimleri, Aktörler, Eylemler ve Söylemler -----	42
Özlem DUĞAN - İletişim Fakültelerinin Doktora Eğitiminde Dijital Dönüşüm: Geleceğin Akademisyenleri Geleceğe Hazırlanıyor Mu? -----	43
Özen ÇATAL - Emin AKKOR - Tıklama Ekonomisi, Dijital Kapitalizm ve Değişen Habercilik: Kıbrıs Örneği -----	45
Mustafa Doğukan BAŞALAN - Yapay Zeka ve Yapay Zeka Kullanımında Dezenformasyonlar --	46
Anıl Kaan UÇAR - Hakikatin Kaybı ve Yapay Zekâ Okuryazarlığı -----	47
Nihan ATİLA - Dijital Dünyada Enformasyon Çağının Uluslararası Sorunsalı: Dezenformasyondan Anlık Yapay Argümana -----	48
Samra HASANZADE - Michael Halliday'in Dilbilgisel Metafor Kavramına Yaklaşımı -----	50
Rayhan ABNASSYROVA - Kuralay MUKHAMADI - Aliya ZAKARIYA - Use Of Distance Education Technologies in Teaching Kazakh As A Foreign Language -----	52
Филипп ГУРОВ - МУРЗАХАЛИЛОВ - Канатбек Сайтмуратович - Противодействие Информационным Войнам В России И Кыргызстане -----	53
Begayım MAKSUTOVA – Aikokul MAKSUTOVA - Digital Platforms And Disinformation in Conflict Zones: A Case Study Of The Kyrgyz-Tajik Border Conflict 2021 -----	54
Умида РАСУЛОВА - Трактовка человеческой гармонии в прозе -----	55
Onur KAYA - Dijital Diplomasi ve Kamu Diplomasisi Faaliyetlerini Tehdit Eden Unsurlar "Dezenformasyon ve Post Truth" -----	56
K. Ayfer KOÇ - Kültürel Bellek Bağlamında Digital Teknolojik Gelişmelerin Film Arşivciliğine Etkilerinin Değerlendirilmesi -----	57
Tevfik Fikret KOLOĞLU - Cavit YAVUZ - Egemenlerin Hegemonyasında Bir Araç Olarak İnternet ve Sosyal Medya -----	58
Mirhossein SERVATMAND - "Bir Ayrılık" Filminde Anlatısal Bilgilerin İzleyiciden Saklanması Üzerine Bir Araştırma -----	60
Ayhan YİĞİTER - Dezenformasyona Karşı Etkin Bir Savunma Medya Okuryazarlığı -----	61
Maleyka MİRZALİ - Azerbaycan Dilinde Dügünle İlgili Terimlerin Diğer Türk Dilleri İle Karşılaştırmalı Tahlili -----	62

IV. ULUSLARARASI İLETİŞİM SEMPOZYUMU: DİJİTAL ÇAĞDA DEZENFORMASYON

- Erdem TAŞDEMİR - Betül KARADENİZ DEMİRATA - Aytaç Burak DERELİ - Döngü Uzmanlarının Dezenformasyon İçerikli Haberlerin Üretilmesi ve Yaygınlaştırılmasındaki Rolü: 31 Mart Yerel Seçimleri Örneği ----- 64
- Топчугүл НАРМАМАТОВА - Социалдык медиада дезинформация: Колдонуучу кантип манипуляцияланат? ----- 66
- Erdoğan AKMAN - Niyazi AYHAN - İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medyada Gerçeklik Algısı Üzerine Bir Analiz ----- 67
- Tolkun BEKTURGAN KIZI - Gökçe YOĞURTÇU - Yapay Zekâ ve Dezenformasyon: Algoritmik Manipülasyonun Yeni Çağı ----- 69
- Sedat ŞİMŞEK - Tugay ARAT - Dijital Reklam: Youtube'deki İçecek Reklamları Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma ----- 70
- Рашид ЗАЙНУЛИН - «Отношение горожан к наружной рекламе: социологическое исследование на примере г. Бишкека» ----- 72
- Uğur ÜNAL - Kayahan KÜÇÜK - Tolkun BEKTURGAN KIZI - Türk Dünyası Adına Dijital Diplomasi Faaliyet Yürüten Uluslararası Kurumlar Üzerine Bir İnceleme ----- 73
- Erdem TAŞDEMİR - Aytaç Burak DERELİ - Hilal SEVİMLİ - Enformasyon Sağlayan Yapay Zekâ Dezenformasyonla Mücadele Edebilir Mi? ChatGPT Örneği ----- 75
- Kadir YOĞURTÇU – Jean-Luc Godard'ın Sinema Estetiğinde Anlatı Retoriği Olarak Şizofrenik İmge Kullanımı: “Dile Veda” Filmi Örneği ----- 77
- Meerim ARTIŞEVA - Halkla İlişkilerin Dijitale Dönüşümü: Kırgızistan'da Yeni Gerçekler ---- 79
- Mehmet Sezai TÜRK - Banu ERDOĞAN ÇAKAR - Sinemada Dijitalleşme: Algılar Arası Sınırların Yeniden Tanımlanması ----- 80
- Айдай ӨМҮРБЕКОВА – Регина ЖАМАНКУЛОВА - Венера НАРИНОВА - Мультфильмдерде маданий баалуулуктарды чагылдыруу: “Козулар” мультфильминин мисалында ----- 82
- Жанбулат ЖУМАБЕКОВ - Наргиза МАМАТКУЛОВА - Социалдык Медиада Кибербуллинг: Кыргызстан Мисалында ----- 83
- Tugay ARAT - Sedat ŞİMŞEK - Görselliğin Önemi Fotoğrafta Dijitalleşme ve Basın Fotoğrafçılığına Etkisi ----- 84
- Гульмира СУЛТАНБАЕВА - Изучение проблем некорректной информации и дезинформации в социальных медиа и массовой коммуникации ----- 85

СОЦИАЛДЫК МЕДИАДАГЫ ДЕЗИНФОРМАЦИЯНЫН АДАМДАРГА ТИЙГИЗГЕН ТААСИРИ

Төлөгөн САБЫРБЕКОВ*

Марат ЭРГЕШОВ**

*Кыргыз-Түрк “Манас” университети, 2103.03004@manas.edu.kg

**Кыргыз-Түрк “Манас” университети, marat.ergeshov@manas.edu.kg

Абстракт

Социалдык медиа акыркы жылдары дезинформацияны жайылтуунун эң натыйжалуу куралдарынын бири болуп калды. Дезинформация – бул чындыкка дал келбеген маалыматты атайылап таратуу жана адамдарды адаштыруу, манипуляциялоо максатын көздөйт. Бул жагдай өзгөчө коомдук окуяларда олуттуу кесепеттерге алып келиши мүмкүн. Буга чейин жасалган изилдөөлөр көрсөткөндөй, адамдар социалдык тармактарда окуган маалыматтын чындыгын текшерүү аракеттери жок экендиги жана жалган маалыматка оңой ишенгендиктери жана социалдык медиа аркылуу билбестен жалган маалыматтын жайылышына салым кошкондугу аныкталган. Ошондуктан социалдык медиадагы жалган маалыматтын адамдарга тийгизген таасирин жакшыраак түшүнүү жана ага каршы күрөшүү үчүн көбүрөөк илимий изилдөөлөргө муктажбыз.

Бул илимий изилдөө социалдык медиадагы жалган маалыматтын адамдарга тийгизген таасирин аныктоого багытталган. Изилдөөдө социалдык медиа жалган маалыматты жайылтууда адамдар окуган маалыматка кандай реакция көрсөтөрүн жана ага каршы стратегиялардын натыйжалуулугу изилденди. Бул илимий изилдөөдө социалдык тармактардагы дезинформациянын адамдарга тийгизген таасирин аныктоо үчүн туш келди тандалган 130 кишиге сурамжылоо жүргүзүлдү. Статистикалык ыкма катары анкета колдонулуп сурамжылоо аркылуу маалыматтар чогултулду. Изилдөөнүн жыйынтыгында катышуучулардын жарымынан көбү жалган маалыматтар колдонуучулардын ишенимине терс таасирин тийгизет деп белгилен жана катышуучулардын 80%ы социалдык тармактардагы дезинформация адамдарга манипуляция жасай алат деген ойдо. Кошумчалай кетсек, адамдардын дээрлик жарымы туура эмес маалыматты окуганда тынчсыздануу сезимин баштан кечиргенин айтышса, адамдардын үчтөн бир бөлүгү социалдык медиадагы туура эмес маалыматтар алардын оюн өзгөрткөндүгүн айтышкан.

Бул жыйынтыктардын негизинде социалдык тармактардагы туура эмес маалымат адамдарга олуттуу таасирин тийгизип жаткандыгы, колдонуучулардын так, ишенимдүү маалыматтын жайылышына салым кошуусун камсыздоо зарыл жана бул изилдөө дезинформациянын кесепеттерин азайтууга өбөлгө түзөт деген тыянак чыгарылды.

Ачкыч сөздөр: социалдык медиа, дезинформация, манипуляция, таасир.

**THE EFFECTS OF DISINFORMATION ON SOCIAL MEDIA
AND ITS INFLUENCE ON PEOPLE**

Abstract

Nowadays, the social media has become one of the most effective tools for spreading disinformation. Disinformation is the intentional dissemination of untrue information and aims to mislead and manipulate people. This situation can lead to serious consequences, especially in social events. Previous studies show that people do not tend to question the accuracy of the information they encounter on social media, they easily believe misleading information, and mechanisms such as the filter bubble effect of social media contribute to the spread of disinformation by keeping people away from different points of view. Therefore, it is necessary to better understand the impact of disinformation on people on social media and more scientific research is needed to combat the effects. This paper aims to determine the impact of disinformation on social media on people. The research examined how social media promotes disinformation, how people react to this information, and the effectiveness of combat strategies. In this way, it may be possible to ensure that social media contributes to the dissemination of accurate and reliable information and minimize the effects of disinformation. In this study, a survey was administered to 130 randomly selected people to determine the impact of disinformation on social media. The survey was used as a statistical method and data collection was conducted. As a result of the research, more than half of the participants think that the information they receive negatively affects the trust of users and 80% of the participants think that social networks manipulate people. Additionally, nearly half of people reported experiencing anxiety when reading disinformation, and a third said disinformation changed their minds. Based on these results, it was concluded that disinformation on social media has a significant impact on people, and that it is important to ensure that users contribute to the spread of accurate, reliable information and to reduce the effects of disinformation.

Key Words: Social Media, Disinformation, Manipulation, Influence

DOĞAL AFET DEZENFORMASYONU KONUSUNDA BİR TİPOLOJİ DENEMESİ: 6 ŞUBAT 2023 DEPREMLERİNDEKİ DEZENFORMASYON GİRİŞİMLERİNİN BAĞLAMSAĞAL ANALİZİ

B. Aykut ARIKAN*

*Türk-Alman Üniversitesi, aykut.arikan@tau.edu.tr

Öz

Bu çalışma, 6 Şubat 2023 tarihinde Türkiye’de yaşanan yıkıcı depremler sırasında ortaya çıkan dezenformasyon girişimlerini analiz etmektedir. Bildiride, Türkiye Cumhuriyeti İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından resmi olarak tanımlanan yaklaşık 200 dezenformasyon vakasının detaylı bir bağlamsal analizi sunulmaktadır. Araştırma, dezenformasyon girişimlerinin hedeflerini, bağlamlarını ve dezenformasyon türlerini ampirik olarak inceler. Bildiri, deprem sonrası bilgi kirliliği ile mücadelede karşılaşılan zorlukları ve dezenformasyonun yayılma dinamiklerini ortaya koyar. Analiz, dezenformasyon olaylarını sistematik bir şekilde sınıflandırarak, hangi tür bilgilerin daha fazla yanıltıcı içerik barındırdığını ve bu girişimlerin toplumsal etkilerini belirlemeye çalışır. Bu tipolojik yaklaşım, deprem gibi doğal afetler sırasında bilgi yönetimi stratejilerinin geliştirilmesine katkı sağlayarak, etkili iletişim ve doğru bilgilendirme yöntemleri üzerine önerilerde bulunur. Sonuç olarak, çalışma, afet yönetimi ve kriz iletişimi alanında dezenformasyonla mücadelede kullanılacak yöntemsel bir çerçeve önermektedir.

Anahtar Kelimeler: Dezenformasyon, bilgi kirliliği, dezenformasyonla mücadele

ДЕЗИНФОРМАЦИЯ В СМИ КЫРГЫЗСТАНА: ТИПОЛОГИЯ И СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Шахризада ЭШАНКУЛОВА *

*Кыргызский национальный университет им. Ж. Баласагына, shshankulova@gmail.com

Аннотация

В данном докладе проводится сравнительный анализ распространения дезинформации в СМИ Кыргызстана в эпоху цифровизации. Рассматриваются различные типы дезинформации, распространяемые посредством СМИ в Кыргызстане, такие как фейковые новости, пропаганда и информационные вбросы. Помимо этого будет анализироваться роль СМИ в обеспечении политической стабильности в Кыргызстане, включая необходимость учета политической разновекторности всех политических сил и подачи отражающей различные точки зрения информации.

Ключевые слова: Дезинформация, Фейковые новости, Социальные сети

DISINFORMATION IN THE MEDIA OF KYRGYZSTAN: TYPOLOGY AND COMPARATIVE ANALYSIS

Abstract

This article provides a comparative analysis of the spread of disinformation in the media of Kyrgyzstan in the era of digitalization. The article examines various types of disinformation disseminated in the media in Kyrgyzstan, such as fake news, propaganda and hoaxes.

The role of the media in ensuring political stability in Kyrgyzstan is analyzed, including the need to take into account the political diversity of all political forces and provide information that reflects different points of view.

Keywords: Disinformation, Fake news, Social media

İLETİŞİM ARACI OLARAK ÇEVİRİ VE DEZENFORMASYON

Leyla BABATÜRK*

Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, leyla.babaturk@manas.edu.kg

Farklı dillerde konuşan ve ortak olabilecek başka yabancı bir dili bilmeyen iki farklı kültür mensubunun iletişimi sadece aracı yoluyla mümkün olabilmektedir. Söz konusu süreçte aracı rolünü ya tercüman ya da internet aracılığıyla kolayca ulaşılabilen ve günden güne daha sık kullanılan çeviri programları üstlenmektedir. İki süreç arasında büyük fark vardır. İletişim süreci tercüman aracılığıyla gerçekleşiyorsa çeviri kalitesi ve alıcı tarafında dezenformasyon olasılığı tamamıyla tercümanın uzmanlık becerilerine ve yabancı dil ile kültür bilme derecesine bağlıdır. İletişim süreci makine çevirisi aracılığıyla gerçekleşiyorsa dezenformasyon olasılığı daha da artmaktadır. Bunun temelinde ise makine çevirisi programlarının belirli algoritmalar temelinde çalışması ve kelimelerdeki bağlama göre anlam değişmelerini algılayamaması yatmaktadır.

Yapılan araştırmanın temel amacı, tercüman ve çeviri programları aracılığıyla gerçekleşen iletişim süreçlerindeki dezenformasyon alanlarını tespit edip dezenformasyonun ortaya çıkmasının muhtemel sebeplerini saptamak ve bunları önleme stratejileri geliştirmektir. Araştırma esnasında belge taraması, betimleme ile karşılaştırmalı analiz gibi bilimsel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Varılan neticelere göre uzmanlık seviyesi yüksek olan tercüman aracılığıyla gerçekleşen iletişim sürecinde daha az oranda dezenformasyona rastlanır. Çünkü tercüman çevirisi makine çevirisine göre daha yüksek kalite arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çeviri, İletişim süreci, Dezenformasyon, Çeviri hataları, Çeviri kalitesi.

**SAVAŞIN DİJİTAL PROPAGANDASI: İSRAİL – HAMAS SAVAŞINDA İSRAİL SAVUNMA
KUVVETLERİ'NİN PROPAGANDA FAALİYETLERİ**

Erdem TAŞDEMİR*,
Aytaç Burak DERELİ**,
Betül KARADENİZ DEMİRATA***

* Trabzon Üniversitesi, tasdemir@trabzon.edu.tr

**Trabzon Üniversitesi, abdereli@trabzon.edu.tr

***Trabzon Üniversitesi, betulkaradeniz@trabzon.edu.tr

Öz

Kendi kitlesine koşulsuz bir şekilde mesaj aktaran ve söz konusu bu kitlede kendi çıkarları için tutum ve davranış değişikliğini amaçlayan propaganda, tarihin birçok devrinde farklı koşul ve şartlar altında kişiler, kurumlar, kuruluşlar, organizasyonlar, işletmeler ve devletler tarafından kullanılan bir iletişim tekniği olmuştur. Savaşlar ise yalnızca sahada kuvvetlerin gücü ile değil aynı zamanda ulusal ve uluslararası kamuoyunu etkileme, yönlendirme ve ikna etme gücü ile de gerçekleştirilmektedir. Savaş alanı dışında gerçekleştirilecek psikolojik savaşın en etkili araçlarının bir tanesi de propaganda faaliyetleridir. Savaş propagandası, savaş döneminde kullanılan iletişim stratejilerinin ve propaganda tekniklerinin incelendiği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Savaş propagandaları, kitlelerin desteğini kazanmayı, düşmanı zayıf ve haksız göstermeyi, moral ve motivasyon sağlamayı, savaşa ve savaş döneminde gerçekleştirilen tüm faaliyetlere meşruiyet kazandırmayı amaçlamaktadır. Söz konusu bu propaganda faaliyetleri içerisinde çeşitli enformasyonları, dezenformasyonları, mezenformasyonları ya da melenformasyonları bünyesinde barındırabilmektedir. Savaş anında gerçekleşen bu propaganda faaliyetleri infodemiye de dönüşebilmektedir. Günümüzde ülkelerin propaganda faaliyetleri doğrudan dijital iletişim araçları üzerinden gerçekleştirilmektedir. Dijital iletişim araçlarının yapıları, kullanım amaçları ve kullanıcı profilleri düşünüldüğünde ise Twitter propaganda faaliyetleri açısından ideal bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışma, Dünya siyasi dengeleri açısından önemli bir konumda yer alan İsrail-Hamas savaşının ilk bir aylık döneminde İsrail tarafından gerçekleştirilen propaganda faaliyetlerinin neler olduğunu bulgulamayı, stratejilerine odaklanmayı ve İsrail Savunma Kuvvetleri'nin nasıl propaganda faaliyetinde bulunduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışma, nitel araştırma yöntemiyle gerçekleştirilerek durum çalışması deseni ile tasarlanmıştır. İsrail-Hamas savaşının başladığı 7 Ekim 2023 tarihinden 7 Kasım 2023 tarihine kadar olan süre zarfı içerisinde İsrail Savunma Kuvvetleri'nin Twitter hesabı üzerinden gerçekleştirdiği propaganda niteliğindeki paylaşımları içerik analizi tekniği ile analiz edilmiştir. Veri analizinde Maxqda programından yararlanılmıştır. Çalışmada paylaşılan dijital propaganda içeriklerin türü, paylaşım amacı, propaganda çeşidi, propaganda tekniği, mesaj çekiciliği ve enformasyon bozukluğu temaları üzerinden incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital propaganda, Savaş propagandası, Twitter propagandası, İsrail-Hamas Savaşı

DIGITAL PROPAGANDA OF WAR: PROPAGANDA ACTIVITIES OF THE ISRAELI DEFENSE FORCES IN THE ISRAEL-HAMAS WAR

Abstract

Propaganda, which unconditionally conveys messages to its own audience and aims to induce attitude and behavior changes for its own interests within this audience, has been a communication technique used by individuals, institutions, organizations, businesses, and states under different conditions and circumstances throughout history. Wars are conducted not only with the power of forces in the field but also with the power to influence, direct, and persuade national and international public opinion. Outside the battlefield, one of the most effective tools for conducting psychological warfare is propaganda activities. War propaganda emerges as a field where communication strategies and propaganda techniques used during wartime are examined. War propagandas aim to gain the support of the masses, portray the enemy as weak and unjust, provide morale and motivation, and legitimize all activities during wartime and wartime activities. Within these propaganda activities, various forms of information, disinformation, misinformations, or malinformations can be included. These propaganda activities during wartime can also turn into an infodemic. Today, countries' propaganda activities are carried out directly through digital communication tools. Considering the structures, purposes, and user profiles of digital communication tools, Twitter appears as an ideal platform for propaganda activities. This study aims to reveal what propaganda activities were carried out by Israel during the first month of the Israel-Hamas war, which occupies an important position in the world political balances, to focus on its strategies, and to reveal how the Israel Defense Forces conducted propaganda activities. The study was conducted using qualitative research method and designed with a case study pattern. Propaganda-like posts made by the Israel Defense Forces on Twitter from October 7, 2023, the start date of the Israel-Hamas war, until November 7, 2023, were analyzed using content analysis technique. Maxqda software was used for data analysis. In the study, the types of digital propaganda content shared, the purpose of sharing, the type of propaganda, propaganda techniques, message attractiveness, and information distortion themes were examined.

Key Words: Digital propaganda, War propaganda, Twitter propaganda, Israel-Hamas War

BİR KEŞİF ARACI OLARAK GOOGLE TRENDLER

Konur Alp Koz*

*Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, kalpkoz@gmail.com

Öz

Google Trendler, Google’da anonim arama isteklerinin sınıflandırılmış verilerini kapsamaktadır. Gerçek zamanlı ve 2004 yılından bugüne geçmiş aramaları kapsayan bu veriler, 1 ile 100 arasında olacak biçimde yüzdelik oranla ölçeklendirilmektedir. Bu oranlar, Google’da gerçekleşen arama hacimlerini yansıtmamaktadır. Ölçekler, ilgili anahtar kelimenin popülerlik derecesini yansıtırken, ilgili aramanın belirli bir zaman dilimindeki en yüksek değeri 100, düşük hacim ise 1 zaman serisi ile gösterilmektedir. Belirtilen ölçeklemede; spam, düşük hacimli, yinelenen ve özel karakterlerle yapılan aramalar ise filtrelenerek gösterilmemektedir.

Google Trendler, bilimsel bir anket niteliğinde olmasa da belirli bir konudaki ilgiyi yansıması açısından değerli görülmektedir. Araştırmacıların her geçen gün ilgisinin artmasına neden olan bu kıymet, Google Trendler’in potansiyel kullanımları konusundaki birtakım endişeler nedeniyle gölgelenmektedir. Bu endişelerin ana kaynağını ise araştırmalar için Google Trendler ile ilgili henüz belirli bir bilimsel standardın keşfedilmemiş olması oluşturmaktadır.

Belirtilen endişe ve olumsuzluğa rağmen, her yıl gerçekleşen trilyonlarca arama verisi, Google Trendler’i dünyanın en büyük veri kümelerinden biri haline getirirken, bu büyük veri kümesi araştırmacıları da heyecanlandırmaktadır. Literatür, Google Trend verilerinin pek çok alanda kullanılabilmesine işaret etmektedir. Toplum sağlığı alanına ilişkin Google Trend verilerinin kullanıldığı çalışmalarda, Covid-19 başta olmak üzere bulaşıcı hastalıkların araştırmacılar tarafından gerçek zamanlı izlenmesine yardımcı olurken, hastalıkların sosyal yaşam ve ruh sağlığı üzerindeki etkilerinin ölçülmesine olanak sağlamaktadır. Arama eğilimlerinin, finansal piyasalar üzerindeki etkilerinin araştırıldığı çalışmalarda ise başta fiyat dalgalanmaları olmak üzere piyasa hareketleri ile arama eğilimleri arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu ortaya konulmaktadır. Yine benzer biçimde bir sinema filminin gişe potansiyeli, Google Trendler üzerinden hesaplanabilirken, bu benzersiz veri kaynağı sayesinde işletmeler, tüketici eğilimlerini takip edebilmekte ve geleceğe dair riski minimuma indiren planlamalar yapabilmektedir.

Yukarıda bahsedilen ve literatürde yer alan çok sayıda çalışma Google Trendler’i, araştırmacılar için eşsiz ve benzersiz bir veri kaynağı haline getirmektedir. Google Trendler’in milyarlarca arama sorgusunun sunduğu bu devasa fırsat, bilimsel kaygıların da giderilmesiyle önümüzdeki yıllarda çok daha değerli hale gelecektir.

Anahtar Kelimeler: Google, Google Trends, Büyük Veri,

**КОММУНИКАЦИЯЛЫК ДЕЗИНФОРМАЦИЯНЫН КООМГО ТИЙГИЗГЕН ТЕРС
ТААСИРИНИН АЛДЫН АЛУУ (Ч.АЙТМАТОВДУН “КАССАНДРА ТАМГАСЫ”
РОМАНЫНЫН НЕГИЗИНДЕ)**

Гүлина ЖАМГЫРЧИЕВА*

Махбубахан Темирова**

*ОшМУ, gulina65@inbox.ru

**Андижан мамлекеттик педагогикалык институту, temirova_65@mail.ru

Аннотация

Дезинформация – саясий, үгүт-насыят, жеке кызыкчылык жана башка максаттарга жетүү үчүн булганч ыкмаларды колдонуп, айрым маселелер, ачылыштар, окуялар жөнүндө туура эмес, бузуку маалыматтарды атайылап таратуучу, элге жалган көз караштарды таңуулоо менен ишти чаташтыруучу, туура жолдон чыгаруучу аракет экендиги белгилүү. Жазуучу Ч.Айтматовдун “Кассандра тамгасы” романында журналист Энтони Юнгер жана президенттикке талапкер Оливер Ордоктун ортосунда дезинформацияга байланыштуу конфликт келип чыгат. Ага космостук монах Филофейдин Жерге, андагы адамзатка, анын ичинен эне болууга даярданган аялзатка кайрылып жазган каты себеп болот. Генетик окумуштуу Андрей Крыльцовдун адамзат коомун жалганчылык, зомбулук, баскынчылыктан рухий жана генетикалык тазалоого аракети Ордок сыяктуу чагымчы-саясатчынын жеке кызыкчылыгы үчүн пайдалангысы келгендигинин айынан коомго тескери бурулуп түшүндүрүлүп берилет. Натыйжада планетада будуң-чаң түшүп, коом чайкалып, тынчтык кетет, футуролог окумуштуу профессор Роберт Борк жубайы менен эзелки кылымдагыдай таш бараңга алынып өлтүрүлөт. Демек, кайсы кылым болбосун, кандай гана алдынкы илимий ачылыш же элге пайдалуу аткарылган иш болбосун анын элге түз маалыматта жетүүсүнө бөгөт болгон дезинформация коомдун өүгүшүнө жолтоо болуп келет, аны өз чурунда токтотуп, чындыкты кашкайта айтуу, жазуу элге түшүндүрүү учурда актуалдуу бойдон калууда.

Ачкыч сөздөр: дезинформация, түз маалымат, “Кассандра тамгасы”, илимий ачылыш, Филофейдин каты, бурмаланган информациянын кедергиси, чындыктын коомго зарылдыгы, жалган маалыматты жокко чыгаруу

PREVENTION OF THE NEGATIVE IMPACT OF COMMUNICATION DISINFORMATION ON SOCIETY (BASED ON THE EXAMPLE OF CH. AYTMATOV'S NOVEL "CASSANDRA'S BRAND")

Annotation

It is well known that disinformation is the act of deliberately spreading incorrect and distorted information about certain issues, discoveries, events, using false methods to achieve political, propaganda, personal interests and other goals, as well as confusing things by imposing false views on people. In the novel by the writer Ch. Aitmatov "Cassandra's Brand," a conflict arises between journalist Anthony Junger and presidential candidate Oliver Ordok due to disinformation. It is caused by a letter written by the cosmic monk Philotheus to the Earth, to humanity on it, to women preparing to become mothers. The attempt of geneticist Andrei Kryltsov to spiritually and genetically cleanse human society from lies, violence and invasion is misinformation explained to society, this is due to the selfish desire of such a provocateur politician as Ordok, he plans to use it in his own interests. As a result, the planet will be destroyed, society will be shocked, the world will be lost, futurist scientist Professor Robert Bork and his wife will be stoned to death, just like in the ancient times of mankind. Therefore, no matter what the century, no matter what advanced scientific discoveries or works are useful to the people, misinformation that prevents direct information from reaching the people is an obstacle to the development of society.

Key words: disinformation, direct information, "Cassandra's Brand", scientific discovery, Filofey's letter, prevention of false information, need for truth in society, rejection of false information

ДЕЗИНФОРМАЦИЯ КАК ЦИФРОВАЯ УГРОЗА СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Алла Ковалева*

Роза Токсоналиева**

* Алтайского государственного университета, alla_k65@mail.ru

**Кыргызского национального университета им. Ж. Баласагына, ru_rt@mail.ru

Аннотация

«Ложь летит, а истина хромает за ней»

Джонатан Свифт

В данной статье рассматривается дезинформация как глобальная угроза цифрового медиапространства, основные причины возникновения цифровой дезинформации и способы ее решения.

С развитием информационно-коммуникационной технологии в современном обществе дезинформация, как одна из цифровых угроз, становится не только средством информационного воздействия, но и специфическим информационным процессом в обществе. Цифровые устройства и услуги с каждым годом сильнее интегрируются в повседневную жизнь людей. Современный человек не может представить себя без социальных медиа, которые стали платформой распространения дезинформации, представляющей серьезную угрозу информационной безопасности и общественно-социальной стабильности государства. Цифровая дезинформация создает параллельную медиареальность (виртуальный и реальный мир). Социальные сети, мессенджеры, форумы ради «хайпа» и повышения охвата мгновенно отправляют информацию. Это привело к неконтролируемому распространению контента и к росту недостоверной информации, негативно влияющей на массовое сознание и поведение. Каждый день появляется целая волна дезинформации, интерпретирующая ежедневные события.

Анализ открытых источников показывает, что более 80% жителей многих государств беспокоятся распространением сетевой дезинформации, которая оказывает значительное влияние на общественно-политическую жизнь своей страны. Распространение дезинформации с использованием искусственного интеллекта в ближайшие годы остается глобальной угрозой. В условиях цифровизации для предотвращения распространения дезинформации, кроме принятия нормативно-правовой документации, нужно обратить внимание на повышение медийной грамотности населения – потребителей контента.

Ключевые слова: Информация, Дезинформация, Современного общества

DISINFORMATION AS A DIGITAL THREAT TO MODERN SOCIETY

Abstract

“A lie flies, but the truth limps behind it”

Jonathan Swift

This article examines disinformation as a global threat to the digital media space, the main causes of digital disinformation and ways to solve it.

With the development of information and communication technology in modern society, disinformation, as one of the digital threats, becomes not only a means of information influence, but also a specific information process in society. Digital devices and services are becoming more integrated into people’s daily lives every year. A modern person cannot imagine himself without social media, which has become a platform for the dissemination of misinformation, posing a serious threat to information security and the social stability of the state. Digital disinformation creates a parallel media reality (virtual and real world). Social networks, instant messengers, forums instantly send information for the sake of “hype” and increasing coverage. This has led to the uncontrolled distribution of content and the growth of false information, negatively affecting mass consciousness and behavior. Every day there is a wave of misinformation interpreting daily events.

An analysis of open sources shows that more than 80% of residents of many countries are concerned about the spread of online disinformation, which has a significant impact on the socio-political life of their country. The spread of disinformation using artificial intelligence remains a global threat in the coming years. In the context of digitalization, in order to prevent the spread of misinformation, in addition to the adoption of regulatory documents, attention must be paid to increasing the media literacy of the population - consumers of content.

Key Words: Information, Disinformation, Modern society

ОРУСИЯ-УКРАИНА СОГУШУНДА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ: FACTCHECK.KG САЙТЫНЫН МИСАЛЫНДА

Самира Шарипова*

Фарида Качыбекова**

*Анкара Хажы Байрам Вели университети

**Кожатели университети

Абстракт

Согуш, жаңжал, табигый кырсык сыяктуу өзгөчө кырдаал учурларында адамдар маалыматтарды жалпыга маалымдоо каражаттары аркылуу алышат. Коммуникациялык технологиялардын өнүгүшү менен биргеликте согуш, жаңжал болуп жаткан аймактардагы маалыматтар интернет, социалдык тармактар аркылуу коомчулукка жете баштады. Коммуникациялык технологиялар маалыматты тез арада көптөгөн адамдарга акысыз жеткирүү сыяктуу медиа тармагына өзгөрүүлөрдү алып келгени менен жалган маалыматтын жайылышы өндүү көйгөйлөрдү жаратып маалыматтын чын төгүнүн айырмалоого тоскоолдук жаратып келет. Бул изилдөө макалада Орусия менен Украинанын ортосундагы болуп жаткан согуш жөнүндө соц тармактарда тараган маалыматтар дезинформация түшүнүгүнүн негизинде талдоого алынат. Изилдөө Кыргызстандагы жалпыга маалымдоо каражаттарынын алкагында factcheck.kg сайтынын мисалында жүргүзүлөт. Анализ бир айлык убакыт менен чектелип согуш башталган күндөн тактап айтканда 2022-жылдын 24-февралынан 24-мартына чейинки аралыкта жогоруда аталган сайттагы чын-төгүнү аныкталган маалыматтар талдоого алынат. Изилдөөнүн максаты соц тармактарда жайылган Орус-Украина согушу жөнүндөгү жалгын маалыматтардын жалпыга маалымдоо каражаттарынын ишине канчалык деңгээлде таасирин тийгизээрин аныктоо.

Ачык сөздөр: Орусия-Украина согушу, дезинформация, соцтармактар, factcheck.kg сайты.

DISINFORMATION IN THE RUSSIA-UKRAINE WAR: THE EXAMPLE OF THE SITE FACTCHECK.KG

Abstract

In times of emergency such as war, conflict, natural disaster, people get information through mass media. Together with the development of communication technologies, information about war and conflict areas began to reach the public through the Internet and social networks. Although communication technologies have brought changes to the media industry, such as the rapid delivery of information to many people for free, it has created problems such as the spread of false information and hindered the distinction between the truth and the truth of information. In this article, the information about the ongoing war between Russia and Ukraine in social media was analyzed based on the concept of disinformation. The study was conducted on the example of factcheck.kg, a site that clarifies information within the mass media in Kyrgyzstan. The analysis was limited to a two-year period from the start of the war, that is, from February 24, 2022 to February 24, 2024, and the data found on the aforementioned site were analyzed. The purpose of the study is to identify the types of disinformation in the content of the data by analyzing the disproved data about the Russian-Ukrainian war.

Key Words: Russia-Ukraine war, disinformation, social networks, web site factcheck.kg

СПОСОБЫ БОРЬБЫ С ПАНИКОЙ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Татьяна МИХАЙЛОВА *

*Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева, ta.rada@mail.ru

Аннотация

Автор описывает приемы для преодоления паники среди масс в медиaproстранстве. Рассматриваются вопросы классификации панических настроений в медиасреде, способы распространения паники и ее нагнетания. Выявляются семантические механизмы формирования алармистских проявлений, их замедления и затухания. В работе выявляются разные подходы к описанию массовой паники, технологий ее индукции, — психологические, социологические, с точки зрения теории массовых коммуникаций. Автор описывает также ряд примеров распространения массовых панических слухов 2020-2024 гг. в России, среди которых причины заболеваний ковидом, вопрос о прививках от ковида, пожары в лесах и др. Материалом работы послужили медиатексты ряда русскоязычных сетевых органов массовой информации (YouTube.ru, Lenta.ru, Vzglyad.ru, Gazeta.ru, Kp.ru и др.), в которых нашли отражение мотивы и темы, вызывающие панические настроения.

Ключевые слова: Медиaproстранство, Паники, Ковид

WAYS TO DEAL WITH PANIC IN THE MEDIA SPACE

Abstract

The author describes techniques for overcoming panic among the masses in the media space. The issues of classification of panic moods in the media environment, ways of spreading panic and its escalation are considered. Semantic mechanisms of alarmist manifestations formation, their deceleration and attenuation are revealed. The paper identifies different approaches to the description of mass panic and its induction technologies — psychological, sociological, from the point of view of the theory of mass communications. The author also describes a number of examples of the spread of mass panic rumors in 2020-2024 in Russia, among which are the causes of covid diseases, the issue of covid vaccinations, forest fires, etc. The material of the work was the media texts of a number of Russian-language online media outlets (YouTube.ru, Lenta.ru, Vzglyad.ru, Gazeta.ru, Kp.ru and others), which reflect the motives and themes that cause panic moods.

Key Words: Media space, Panic, Covid

ИНСТРУМЕНТЫ ИИ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ДЕЗИНФОРМАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭЛИТЫ

Назгул ЭШАНКУЛОВА *

* Бишкекский государственный университет им.К.Карасаева, nazgul.eshankulova@mail.ru

Аннотация

Процесс активного внедрения техники и новых технологий в жизнь людей, а также проблема появления и распространения дезинформации стала особо актуальной. Внедрение цифровизации и появление инструментов ИИ - генеративных речевых моделей, нейросетей - вызывают серьезные изменения в различных сферах нашей жизни, в частности в политике, а также в процессе предвыборной кампании.

Цель статьи проведение анализа инструментов искусственного интеллекта, выявления факторов дезинформации и их влияние на политический процесс.

Методы исследования проведен сравнительный анализ инструментов и понятий искусственного интеллекта. На основе субъективности оценок влияния информации ИИ на человека, временной протяженности обнаружения искажений в информации, единства понимания на уровне закона сделаны соответствующие выводы по применению методов мониторинга, контент и ивент анализа. Почти каждая демократия, общество находится в состоянии стресса, независимо от внедряемых технологий. А в процессе влияния дезинформации, это будет простор создания возможностей для нанесения еще большего вреда.

Выводы. Подводятся итоги о возможностях более активного использования ИИ в различных политических процессах. Также выявляются усилия использования инструментов ИИ по дезинформации и искажения восприятие реальности во время избирательных гонок.

Рекомендации.

ИИ может быть, как инструментом для решения политических проблем, так и опасным фактором для политической стабильности. Также может способствовать как прогрессу, так и регрессу в политике и в обществе в целом. Рекомендуется использование методов критического мышления, также активное внедрение информационной технологии во все структуры социума для обработки и получения достоверных информаций и фактов.

Ключевые слова: Искусственный интеллект, Генеративные речевые модели, Нейросети

AI tools as one of the factors of disinformation in the activities of the political elite

Abstract

Artificial intelligence The introduction of digitalization, the emergence of AI tools - generative speech models, neural networks - cause serious changes in various areas of our life, in politics, in particular during the election campaign. The process of active introduction of technology and technology in people's lives, the problem of the emergence and spread of disinformation has become especially urgent.

ДЕЗИНФОРМАЦИЯНЫН ТАБИЯТЫ
(Социалдык Антропологиялык Көз Караш)

Бактыбек ИСАКОВ*

*Кыргыз-Түрк «Манас» университети, baktybek.isakov@manas.edu.kg

Аннотация

Бул илимий макала, борбор жана чет-жака (*периферия*) ортосундагы физикалык жана социалдык аралык (*дистанция*), дезинформациянын чыныгы табиятын социалдык антропологиялык багытта изилдейт жана “физикалык жана социалдык аралык (*дистанция*) дезинформациянын чыныгы табиятын жаратат” деген пикирин айтат. Себеби, борбордо айтылган маалымат, сөз же кабар, периферияга (жакынкы жана алыскы региондорго) ара баскычтар (*инстанция*) аркылуу басып өтүп жеткиче, баштапкы өзөгүнөн-оригиналдуулуганан алыстап кетет. Демек, дезинформация социалдык антропологиялык көз карашта, физикалык жана социалдык аралыкка көз каранды кубулуш. Мисалы, учурунда СССРдин курамына жалпысы 15 республика кирген болсо, “советтик түзүлүш” борбор менен региондо бирдей болгон эмес. Атап айтканда, борбордон “советтик түзүлүштүгү колхоз-совхоздор кандай болоору” айтылса да, Сибирдеги элдер *тундура*, *тайга* шартына, Кавказдагы элдер тоолуу-токойлуу жагдайга жана Борбор Азиядагылар өз өзгөчөлүктөрүнө (Өзбек республикасы өздөрүнүн *махалла* системасына, ал эми Кыргыздар болсо *уруулук-туугандык* түзүлүшүнө) ылайык түптөшкөн.

Ачкыч сөздөр: физикалык жана социалдык аралык, дезинформация, уруулук түзүлүш

THE NATURE OF DISINFORMATION
(SOCIAL ANTHROPOLOGICAL PERSPECTIVE)

Abstract

The article explores the true nature of the disinformation in the context of center and the periphery (periphery) relations. This is because the information, word or message spoken in the center moves away from its original core until it reaches the periphery (near and far regions) through intermediate steps. Therefore, from a social anthropological point of view, disinformation is a phenomenon dependent on physical and social distance. For example, if the USSR included a total of 15 republics, the “Soviet structure” was not the same in the capital and the regions. If we take the example of the “Soviet structure” of collective farms and state farms, the center said how collective farms and state farms should be formed, received instructions, and issued several orders. In particular, even though the center says that “soviet collective farms and state farms will be like that”, each established according to their own conditions. The peoples of Siberia prefer the tundra and steppe conditions, the peoples of the Caucasus have mountainous and forested conditions, and the people of Central Asia have their own characteristics (the Uzbek Republic has its own neighborhood system, and the Kyrgyz have a tribal-kinship system).

Keywords: physical and social distance, misinformation, tribalism.

**СЕМЕТЕЙДИН САЯКАТЫ: “СЕМЕТЕЙ” ЭПОСУН ИЗИЛДӨӨДӨ GOOGLE EARTH
АДАБИЙ КАРТА ТҮЗҮҮ САНАРИПТИК ЫКМАСЫ**

Каныкей КАЛИЕВА*

Жылдыз ЧЫМАНОВА**

* Кыргыз-Түрк Манас университети, kanykei.kalieva@manas.edu.kg

**Кыргыз-Түрк Манас университети, cildiz.cimanova@manas.edu.kg

Аннотация

Макалада кыргыз эпикалык чыгармаларында сүрөттөлгөн географиялык маалыматтарды визуализациялоо жана адабиятта берилген пейзаждарды изилдөөдө санариптик каражаттарды колдонуу жолдору сунушталат. «Семетей» эпосундагы Семетейдин Букардан Таласка чейин басып өткөн саякатын аныктоодо геомейкиндик технологиялары, алардын ичинен Google Earth колдонулуп, эпосто сүрөттөлгөн географиялык ландшафттын картасын түзүү менен аларды азыркы реалдуу дүйнөлүк географиялык аталыштарга салыштырма анализи жүргүзүлдү. Теориялык негиз катары Франко Мореттинин адабий карталарды түзүү концепциясы жана Райан Корделл менен Джон Пеннингтондун адабий талдоонун санариптик багыттары колдонулду. Эпикалык чыгармалардын санариптик картасын түзүү эпостун динамикасын түшүнүүгө шарт түзөт. Башкача айтканда, тексттердин ичиндеги конкреттүү элементтерди картага түшүрүү менен, каармандарды саякатынын масштабы, ар бир мезгилдин өзгөчөлүгү жана эпостун тарыхый-маданий аспектилери да талдоого кеңири түшүнүк алууга болот. Адабий карта түзүүдө аталган жерди тексттеги маалымат менен аннотациялап, тарыхый-маданий маалыматты да кошуу менен тексттеги окуялар геомейкиндикте талданат, бул ыкма тексттеги окуя же саякат жөнүндө түшүнүктү кандайча өзгөртө алганы жөнүндө пикир менен толукталат. Ошондой эле, Дэвид Рамсинин “Карталар жыйнагы” эмгегин пайдалануу менен бул изилдөө Семетейдин саякатын Борбордук Азиянын кеңири тарыхый жана маданий чөйрөсүндөгү контексттин алкагында чечмеленет. Семетей эпосунда сүрөттөлгөн Алтай, Букар, Талас, Сыр-дайра, Ак-Сай, Чатыр-көл, Оолуя Ата жана башка географиялык ландшафттардын картасын түзүүдө табигый өзгөрүү, убакыттын өтүшү, адамзаттын өнүгүүсү жана географиялык өзгөрүүлөр сыяктуу факторлор эске алынат жана алардын эпостогу ландшафтка дал келүүсү же дал келбестиги же башка өзгөрүүлөрү иликтенет. Изилдөөнүн натыйжасында, эпикалык чыгармаларды геомейкиндик маалыматтар аркылуу салыштырып талдоо менен адабияттын, тарыхтын жана географиянын интердисциплинардык өз ара байланышы аныкталат.

Ачкыч сөздөр: адабият, эпос, “Семетей” эпосу, санариптик ыкма, Google Earth, геомейкиндик.

**SEMETEI'S JOURNEY: THE GOOGLE EARTH LITERARY MAPPING METHOD FOR
RESEARCHING THE EPIC "SEMETEI"**

Abstract

This article explores methods for visualizing geographical information described in Kyrgyz epic works and employing digital tools to study the landscapes depicted in literature. Geospatial technologies, including Google Earth, were used to trace the journey of Semetey from Bukar to Talas in the epic "Semetey." By creating a map of the geographical landscape described in the epic, a comparative analysis was made with modern real-world geographical names. The theoretical framework is based on Franco Moretti's concept of literary mapping and the digital literary analysis methods of Ryan Cordell and John Pennington.

Creating a digital map of epic works offers an opportunity to understand the dynamics of the epic. By mapping specific elements within the texts, one can gain a broader understanding of the scale of the characters' journey, the characteristics of each period, and the historical and cultural aspects of the epic. Literary mapping analyzes events geospatially by annotating named places with information from the text and adding historical-cultural context, providing insights into how the text may alter the understanding of events or journeys.

Additionally, using David Rumsey's Map Collection, this study interprets Semetey's journey within the broader historical and cultural context of Central Asia. When mapping locations such as Altai, Bukar, Talas, Syr-Darya, Ak-Sai, Chatyr-Kol, and Ooluya Ata as described in the Semetey epic, factors such as natural changes, the passage of time, human development, and geographical changes are considered. The study investigates how these factors correspond to the epic's landscape or highlight inconsistencies or other changes.

As a result of this research, the interdisciplinary interrelationship between literature, history, and geography is elucidated through the comparative analysis of epic works using geospatial data.

Key Words: literature, epic, Semetey epic, digital method, Google Earth, geospatial

**FOSTERING QUALITY EDUCATION AND SUSTAINABLE GROWTH IN
KYRGYZSTAN THROUGH INTEGRATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES**

Nurgul KARYBEKOVA*

*Kyrgyz Turkish Manas University, nurgul.karybekova@manas.edu.kg

Abstract

The article focuses on the importance of integrating digital technologies into higher educational curriculum in the era of globalization and digitalization. The Ministry of Education and Science of the Kyrgyz Republic is putting its efforts to equip students of Higher Educational Institutions (HEIs) with digital skills, aligning with the National Strategy for Sustainable Development of the Kyrgyz Republic 2018-2040 and the Education Development Program for 2021-2040. The study was inspired by the fact that the traditional approaches used in the most universities in Kyrgyzstan are increasingly outdated. Therefore, the objective of this research is to integrate contemporary educational methodologies and frameworks within higher education institutions to keep pace with the time. These approaches aim at developing students' digital competencies and fostering important skills needed for lifelong learning and personal development, enabling them to thrive in today's digital world. The research was conducted at the Humanities Faculty of Kyrgyz Turkish Manas University. The findings demonstrate that innovative teaching methods used for both undergraduate and graduate students play a crucial role in connecting education with the needs of the job market. This fosters quality education and contributes to long-term sustainable growth in Kyrgyzstan.

Key Words: Digital technologies, Higher education, Innovative methods, Quality education

**КЫРГЫЗСТАН: СОЦИАЛДЫК ТАРМАҚТАРДАГЫ ЭКСТРЕМИСТТИК, ДИНИЙ
РАДИКАЛ ИДЕЯЛАРДЫН ЖАЙЫЛЫШЫ ЖАНА КЕСЕПЕТИ**

Бакытбек ОРУНБЕКОВ*

*Кыргыз-Түрк “Манас” университети, bakyt.ogunbekov@manas.edu.kg

Аннотация

Учурда социалдык тармактардын маалымат мейкиндигинде улутчулдук, экстремисттик маанайлар, диний радикал идеялары кеңири жарык көрүүдө. Алардын жайылышы коомдо ар кандай кызуу талаш-тартыштарды туудуруп, пайлалануучулар арасында терс таасирлери артууда, өзгөчө диний радикализмдин күч алганы байкалууда. Ошондуктан диний радикалдык аракеттердин экстремизм жана терроризм менен тамырлаш, үндөш материалдардын мазмунун, формасын, баяндоо стилин иликтөө, талдоо, көйгөйдү чечүүнүн жолдорун сунуштоо бүгүнкү күндүн актуалдуу маселеси. Биз бул докладыбызда социалдык тармактардагы маалыматтарда радикалдык жана экстремисттик идеялардын камтылышы, чагылдыруу формасы жана ыкмаларын кароого кадамдар жасалды. Экстремисттик жана террористтик уюмдардын социалдык тармактар аркылуу таратылган көз караштары, идеялары, түшүнүктөрү жана таңуулаган баалуулуктарды аныктоо жана баалоого аракеттер болду.

Ачкыч сөздөр: экстремисттик, диний радикал идеялар, социалдык тармактар, Кыргызстан, террористтик уюмдар.

**KYRGYZSTAN: THE SPREAD OF EXTREMIST, RELIGIOUS RADICAL IDEAS ON SO-
CIAL NETWORKS AND ITS CONSEQUENCES**

Abstract

Currently, nationalism, extremist sentiments, and religious radical ideas are widely published on social networks. Their spread causes various heated discussions in society, negative consequences are increasing among users, and religious radicalism is especially gaining strength. Therefore, today the question of research and analysis of the content, form and style of narration of materials of religious radical activities associated with extremism and terrorism, as well as proposing ways to solve this problem, is very relevant. This report attempts to identify and evaluate the views, ideas, concepts and values promoted by extremist and terrorist organizations through social media. In addition, steps are described to consider the content of radical and extremist ideas, forms and methods of their expression in social media.

Key Words: extremist, religious radical ideas, social networks, Kyrgyzstan, terrorist organizations.

**СОЦТАРМАКТАРДА АГАРТУУ ИШТЕРИН ЖҮРГҮЗГӨН БЛОГИНГДЕРДЕ
МААЛЫМАТТЫН САБАТТУУЛУГУ: КЫРГЫЗ ТИЛИН ОКУТУУ БОЮНЧА
КОНТЕНТТЕРДИН МИСАЛЫНДА**

Гүлзада Станалиева*

*Кыргыз-Түрк “Манас” университети, gulzada.stanaliyeva@manas.edu.kg

Аннотация

Маалыматтык технологиялардын кеңири өнүгүшү менен адамдардын жашоосунун бардык тармактарында кошумча мүмкүнчүлүктөр түзүлдү. Учурда блог же блоггингди агартуу ишинде да кеңири колдонуу күч алды. Ошону менен бирге бул блогерлердин жоопкерчилиги, алар жайылткан маалымат сабаттуулугу тууралуу бир катар маселелер жаралган учурлар да бар.

Макалабызда биз социалдык тармактар аркылуу агартуу иштерин жүргүзгөн блогдордо маалыматтар кандай берилет, ал маалыматтардын сабаттуулугу кандай, көрүүчүлөрү, популярдуулугу, кайтарым байланыштарда алган баалары канчалык деген суроолор изилденет. Себеби агартуу тармагы боюнча иш жүргүзгөн блогерлердин иши көзөмөлгө алынбайт, эркин ишке ашып келет. Мунун негизинде агартуу тармагындагы айрым маалыматтар сабатсыз, жаңылыш берилген учурлар да болот. Аны менен катар агартуу жаатында ал кыргыз тилиндеги медиа контенттердин орду абдан зор жана пайдасы арбын. Бирок учурда ал контенттер илимий изилдөөнүн объектиси болбой келет.

Биз изилдөөбүздө соцтармактардагы, тагыраагы инстаграмдагы, агартуу ишин жүргүзгөн, б.а., кыргыз тилин окуткан, пайдалуу билимди жайылткан контенттердин өнүгүү тенденциясын, алардын мазмун-формалык сапатын, маалыматтарынын сапатын, популярдуулугун, кайтарым байланыштарынын натыйжалуулугун анализдейбиз.

Изилдөө объектиси катары инстаграмдан таркатылган кыргыз тили боюнча блогдор каралды. Тагыраагы, 2023-жылдын сентябрынан бүгүнкү күнгө чейинки контенттер талдоого алынды. Ал контенттер катталуучуларынын жана көрүмдөрдүн санынын көптүгү боюнча тандалды.

Контенттердин төмөнкү критерийлер менен талданды: блогдордо берилген маалыматтардын сапаттуулугу, б.а., тилдин эрежелеринин жана мисалдардын туура берилиши; контенттин визуалдык сапаты, тартуулоонун кызыктуулугу, б.а., соцтармак колдонуучуларын кармап калуу үчүн жасалган иш-аракеттери, аудитория менен кайтарым байланыш түзүүсү, мында суроолорго сылык, так жана түшүнүктүү жооп бериши, же болбосо, ал суроолордун негизинде кийинки контенттерин даярдоого умутулушу.

Изилдөөнүн жыйынтыгында соцтармактар аркылуу кыргыз тилин окутууда, кыргыз тилинин жазуу эрежелерин үйрөтүүдө жана жайылтууда сапаттуу контент жаратуу үчүн сунуштар иштелип чыкты.

Түйүндүү сөздөр: маалымат сабаттуулугу, контент, кыргыз тили, кыргыз тилиндеги контенттер, агартуу иши, соцтармак, блог, блоггинг, блогер, инстаграм.

INFORMATION LITERACY IN EDUCATIONAL BLOGGING ON SOCIAL MEDIA: A CASE STUDY OF CONTENT ON TEACHING THE KYRGYZ LANGUAGE

Abstract

With the wide development of information technologies, additional opportunities have been created in all spheres of people's lives. Currently, there is also a growing trend in the use of blogs for educational purposes. However, the responsibility of these bloggers raises questions about the information literacy they disseminate.

This article will examine how information is provided in blogs used for educational purposes through social networks, the literacy of this information, their audience, popularity, and the feedback they receive. This is because the work of bloggers engaged in education is not regulated but carried out freely. Consequently, there are cases where some information in the field of education is ignorant and misleading. Nonetheless, in the field of education, the role and benefit of media content in the Kyrgyz language are significant. However, currently, these materials are not the subject of scientific research.

In our study, we analyze the trends in content development on social networks, specifically on Instagram, which engages in educational activities, namely teaching the Kyrgyz language and disseminating useful knowledge, its substantive-formal quality, information quality, popularity, and feedback effectiveness.

The object of the study was blogs in the Kyrgyz language distributed on Instagram. In particular, content from September 2023 to the present day was analyzed. This content was selected due to its large number of subscribers and views.

The content was analyzed according to the following criteria: the quality of the information presented in the blogs, i.e., the correctness of the presentation of language rules and examples; the visual quality of the content, the attractiveness of the presentation, i.e., actions taken to retain social media users, creating feedback with the audience, where they respond to questions politely, clearly, and comprehensibly, or alternatively, strive to prepare their next content based on these questions.

As a result of the research, recommendations were developed for creating quality content for teaching the Kyrgyz language, teaching, and disseminating written rules of the Kyrgyz language through social networks.

Key Words: Information Literacy, Content, Kyrgyz Language, Content in the Kyrgyz Language, Educational Activities, Social Networks, Blog, Blogging, Blogger, Instagram

**ФОРМАТИРОВАНИЕ И ПЕРЕФОРМАТИРОВАНИЕ «ПОВЕСТКИ ДНЯ»:
ПАРАМЕТРЫ МЕДИАПРОСТРАНСТВА СЕГОДНЯ**

Алексей МИХАЙЛОВ*

* Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева, avm_2006_64@mail.ru

Аннотация

Автор выявляет технологии управления тематикой дискурса средств массовой информации со стороны авторов и влиятельных лиц и групп. Речь идет о периодическом включении тематических направлений и отдельных тем в медиадискурс. Среди наиболее крупных тем для аудиторий медиа за последние 20 лет можно отметить такие: «глобальное потепление», «борьба с ИГИЛ», «необходимость масштабной миграции», «динамика и мобильность трудовых ресурсов», «совершенствование систем высшего и среднего образования», «устойчивое развитие» и ряд других. В 2019 году в мировой медиадискурс вошел «ковид 2019». После «эпохи ковида» медиа предлагают для масс темы вируса «X» и «искусственного интеллекта». Внедрение тем в медиадискурс различных стран можно назвать манипуляцией повесткой дня. Собственно, сам термин «повестка дня» может играть подобную роль. Группы заинтересованных лиц, организации и учреждения играют роль формирования настроений общественности, управляют оценками событий, создают прогнозные сценарии. Медиапространство современности представляет собой арену взаимодействия противоположных устремлений.

Ключевые слова: Повестки дня, массовой информации, Ковид

**FORMATTING AND REFORMATTING THE “AGENDA”: THE PARAMETERS OF THE
MEDIA SPACE TODAY**

Abstract

The author identifies technologies for managing the topic of media discourse on the part of authors and influential individuals and groups. We are talking about the periodic inclusion of thematic areas and individual topics in the media discourse. Among the largest topics for media audiences over the past 20 years, the following can be noted: “global warming”, “the fight against ISIS”, “the need for large-scale migration”, “dynamics and mobility of labor resources”, “improvement of higher and secondary education systems”, “sustainable development” and a number of others. In 2019, Covid 2019 entered the global media discourse. After the “covid era”, the media offer the topics of the “X” virus and “artificial intelligence” to the masses. The introduction of topics into the media discourse of various countries can be called agenda manipulation. Actually, the term “agenda” itself can play a similar role. Stakeholder groups, organizations and institutions play the role of shaping public sentiment, managing assessments of events, and creating predictive scenarios. The media space of our time is an arena of interaction between opposing aspirations.

Key Words: Agenda, Mass media, Covid

«ОШ ЖАҢЫРЫГЫ» ГАЗЕТАСЫ КӨТӨРГӨН КӨЙГӨЙЛӨР АНЫН ЧЕЧИЛИШИ, ЭЛЕКТРОНДУК ФОРМАТКА ӨТҮШҮ

Махабат МАМЫРОВА*

*ОшМУ, mmamyrova83@mail.ru

Аннотация

Бул макалада «Ош жаңырыгы» газетасы көтөргөн көйгөйлөр анын ачылыш жолу, редактордук иш анын татаалдыгы баяндалат. Журналистикада жаңыдан кадам таштап жаткан жаштарга да сынай турган медианын ар кандай тенденциялары жана учурдагы басма сөздүн өнүгүшү, электрондук форматка өтүшү, журналистиканын кичинекей, бирок маанилүү критерийлери менен тааныштырылат.

Кыргызстандагы гезиттердин электрондук форматка өтүшү «Ош жаңырыгы» гезитинин мисалга алсак 2023-жылы «Ош жаңырыгы» гезитинин 85-жылдык мааракеси белгилендик. Биздин гезит 1938-жылы негизделген. Анын 1940-50-жылдарындагы архивин таап чыктык. Ал кезде латын ариби менен басылган экен. Бул эмне? Бул өткөн замандын жазма маданияты! Бул тарых! Бул маданий баалуулук! 100, 150 же 300 жылдан кийин биздин урпактар кантип тааныйт? Жазма булактардан, анын ичинен ушул гезиттер аркылуу көрүп танышууга болот. Бул жерде гезиттин орду чоң экени талашсыз го. Ошондуктан азыркы мезгилде биз «Ош жаңырыгы» гезитибизди электрондук форматка өтсөк да азыр гезиттерде тарыхтын аскерлери иштеп жатат. Кандай болгон күндө да, гезиттер ишмердүүлүгүн улантышы керек. Ошондо дагы да биз замандын талабына жооп берген шарттарды коомго ыңгайлуу иретинде. Ыкчам, бат электрондук форматта коомго маалыматты жеткирүүдөгү оперативдүү жеткирүүгө жол ачат. «Ош жаңырыгы» газетасы түштүк регионунда эң эски, эң көп тажырыйбага ээ болгон мамлекеттик газета болуп эсептелет. Газета 1938-жылдан бери жашап коомго кызмат өтөп келүүдө. Газета журналистика илиминдеги күндөлүк турмушунда колдонгон бардык жанрлар менен иштеди. Биздин алдыбыздагы көйгөйлөрдүн чечилиши үчүн, ар дайым журналист же кабарчы болобу маалыматты же макаланы коомго туура таркатуу менен өзгөчөлөнөт. Ошондо редакция өз максатына жетүү менен бирге, коомдогу көптөгөн проблемалардын да чечилишине себепкер болууда. Маалыматтын максаты басылмадагы ар бир жанрдын жана интервью жанрынын колдонуудагы орду, берилүү ыкмаларына илимий иликтөө жасоо болду. Албетте, газетанын мурдагы чыккан «Ленин жолу» убагындагы айрым фактыларга да токтолуп кетүүнү эп көрдүк. Газета кайсыл жанрда иш алып барбасын биринчи кезекте эл мүдөөсүн аткаууга басым жасайт. Газета облустун элин күнүмдүк информация менен камсыз кылууда, бүгүнкү күндүн технологиялык жаңы жабдуулар менен ишке ашырып жатышат. Ар кандай көйгөйлөрдү, чечилбеген маселелерге жандашуу менен иш алып барып, окурмандын талабын гана элдин мүдөөсүн дагы биринчи жагдай редакциянын чыгармачыл жамаатына чоң аброй, чоң ийгилик алып келүүдө. Азыркы учурда жаңы адамды тарбиялоо өзгөчө маанилүү коом – өлкөбүздүн коомдук маселеси болуп саналат. Ал эми программасында «Коомдун активдүү куруучусу болгон жаңы адамды калыптандыруудагы массанын бүтүндөй тарбиялык иштеринде эң башкы роль басма сөздөр, радио, кино жана телекөрсөтүүгө таандык» деп көрсөтүлгөн. Басма сөз, жалындуу сөздү, анын ички жана тышкы саясатын улуттук идеаларды калайык – калктын кеңири катмарына жетеирүү менен аны аткарууга, аларды пропагандалоодо, уюштурууда жана жаңы коомдук курулушун бардык этаптарындагы чарбалык жана жаңы коомдун курулушун бардык этаптарындагы чарбалык жана маданий курулуштун маселелерин чечүүдө, эмгекчилерди жыңы духта тарбиялоо менен коомдук пикирди калыптандырууда жоопту жана ардактуу милдет катары аткарып келүүдө. «Ош жаңырыгы» бул сыяктуу жооптуу милдетти жогорку саясий жоопкерчиликте аткарып келе жатат. «Ош жаңырыгы» негизинен шаар газетасы болгондуктан өзүнүн ар бир санындагы жарыяланган материалдары менен шаардыктарды жогорку идеялуулуктун жана Мекенге, өз ишине берилгендиктин, эмгекке жана коомдук менчикке жоопкерчилик мамиле жасоонун духунда тарбиялоо, ар кандай эски үрп-адаттардын калдыктарынын толук өнүктүрүү, адамды ар тараптан гармониялык өнүктүрүү жана элге чыныгы рухий байлыкты тартуулоо менен жаңы коомдук калыптанган жаңы адамын тарбиялоо багытына негизделген. «Ош жаңырыгы» газетасы бул багытта акыркы мезгилде жарыяланган басма сөздүн таасирдүүлүгүн арттыруу менен иш алып барышууда [2, 8-б.]. Ошону менен бирге тарбиялоодо, анан коомдук активдүүлүгүн арттыруу жана жат идеология

менен моралга болгон саясий кыраакылыгын көрсөтүү боюнча максатка ылайык чоң иштерди чыгармачылык менен жүргүзүп келе жатат.

Ачкыч сөздөр: ММКлар, электрондук гезиттер, макала, аналитикалык макала, идея, фактылар, журналисттик иликтөө, универсалдуу журналист.

THE PROBLEMS RAISED BY THE “OSH YANGYRI” NEWSPAPER ARE HIS SOLUTION, TRANSITION TO ELECTRONIC FORMAT

Annotation

This article describes the problems raised by the Osh Echo newspaper, the ways of its opening, and the complexity of editorial work. Even young people who are just starting to engage in journalism will be familiar with various trends in the media development of the modern press, the transition to electronic format, small but important criteria of journalism.

The transition of newspapers in Kyrgyzstan to electronic format. Taking the example of the newspaper “Osh Yangyrygy”, in 2023, the 85th anniversary of the newspaper “Osh Yangyrygy” was celebrated. Our newspaper was founded in 1938. We found his archive from the 1940s and 50s. At that time it was printed in Latin script. What is that? This is the written culture of the past! This is history! This is a cultural value! How will our descendants recognize in 100, 150 or 300 years? It can be seen from written sources, including these newspapers. There is no doubt that the newspaper has a great place here. Therefore, even if we have switched our newspaper “Osh Yangyrygy” to electronic format, now the soldiers of history are working in newspapers. In any case, newspapers must continue to operate. And still we meet the requirements of the times in a way that is convenient for the society. It paves the way for prompt delivery of information to the society in fast, electronic format.

“Osh Yangyrygy” newspaper is considered to be the oldest and most experienced state newspaper in the southern region. The newspaper has been serving society since 1938. He worked with all the genres used in daily life in newspaper journalism. In order to solve the problems before us, always be it a journalist or a reporter, it is distinguished by the correct dissemination of information or articles to the society. In addition to achieving its goal, the editorial office also contributes to the solution of many problems in society. The purpose of the information was to conduct a scientific investigation into the use of each genre and the interview genre in the publication, and the methods of transmission. Of course, we tried to dwell on some facts from the time of the previous publication of the newspaper “Lenin’s Way”.

Regardless of the genre, the newspaper focuses on serving the people’s interests first. The newspaper provides the people of the region with daily information, which is implemented with modern technological equipment. Dealing with various problems and unsolved issues, putting only the reader’s demand and the people’s interest first, brings great reputation and great success to the creative team of the editorial office.

Currently, educating a new person is a particularly important social problem of our country. And in the program, it is indicated that “the main role in the educational activities of the masses in the formation of a new person who is an active builder of society belongs to printed words, radio, cinema and television.” The press, the passionate speech, its domestic and foreign policy, let alone the national ideals - carry them out by bringing them to a wide segment of the population, promote them, organize and solve the problems of the economic and cultural construction at all stages of the new social construction, the construction of a new society, and inspire the workers It is a responsible and honorable duty to educate and shape public opinion. “Osh Yangyri” has been performing such a responsible task with high political responsibility. “Osh Yangyrygy” is mainly a city newspaper, and with its published materials in each issue, it educates citizens in the spirit of high idealism and loyalty to the Motherland, their work, responsibility towards work and public property, the full development of the remnants of various old customs, and the harmonious development of a person in all aspects. and is based on the direction of educating a new socially formed new person by presenting real spiritual wealth to the people. The newspaper “Osh Yangyrygy” is working in this direction by increasing the influence of the recently published press. At the same time, he is creatively carrying out great work in education, then increasing his social activity and showing his political awareness of foreign ideology and morality.

One of the most important special pages in the newspaper is the “Terendyk” page, which is devoted to political studies in the “Osh Echo”. “Depth” is prepared by the propaganda and agitation department of the editorial office. As the name suggests, the special page greatly helps city dwellers to learn the science of the world in depth, and to achieve deep political and economic education in the period of a developed capitalist society. On a special page, articles describing the experience of propagandist work methods, the agitator’s opinion, advice for propagandists and life successes achieved by citizens are published. Sometimes there are critical materials that reveal flaws. “Being a propagandist is a great honor and responsibility. To be worthy of this task, it is necessary to study a lot and know a lot.”

Key Words: mass media, electronic newspapers, article, analytical article, idea, facts, journalistic investigation, universal journalist

BÖLÜCÜ TERÖR ÖRGÜTÜNÜN SOSYAL MEDYA DEZENFORMASYONLARI

Bülent ÖZTÜRK*

* Kafkas Üniversitesi, bulent-ozturk@hbv.edu.tr

Öz

Sosyal medya, günümüzde terör örgütleri tarafından dezenformasyonun yayılmasında öncelikli bir platform haline gelmiştir. Bu sanal sosyal platform, sadece yenilikçi iletişim kanalları sağlamakla kalmaz, aynı zamanda haberlere erişim ve yayılma konusunda yeni olanaklar sunar. Ancak, genellikle amatör habercilere dönüşen sosyal medya kullanıcılarının paylaşımlarının gerçekliğini doğrulamak için göstermeleri gereken titizlik ve dikkat ihmal edilmektedir. Bu durum, bilgi kirliliğine neden olmakta ve iletişim ortamlarında güvenilirliği azaltmaktadır.

Sosyal medya, gerçeklerin dezenformasyon yoluyla çarpıtılabileceği bir ortam sunar. Bu durum, terör örgütlerine ideolojilerini iletirmek için fırsatlar sunmaktadır. Terör örgütleri ve destekçileri, fotoğraf ve videoları düzenleyerek, yanıltıcı bilgiler yayarak ve sosyal medya kullanıcılarını sahte hesaplar aracılığıyla manipüle etmeye çalışırlar.

Sosyal medya, siyasal iletişimde önemli bir rol oynamakla birlikte, dezenformasyon, yanlış bilgi yayılması, algı yönetimi gibi sorunları beraberinde getirir. Dezenformasyon, manipülasyon amaçlı kullanılır ve sosyal medyada önemli başarılar elde edebilir. Yeni medya da bu tür manipülasyonlara oldukça elverişlidir çünkü haberler ve görüntüler kontrolsüz bir şekilde dolaşabilir ve kullanıcıları etkileyebilir. Terör örgütü mensupları tarafından yönetilen hesaplardan yapılan paylaşımlar, eylemsellik süreçlerinde tehlikeli olabilir, en azından algıları şekillendirip kafa karışıklığına neden olabilir.

Bu çalışmanın odak noktası, sosyal medyanın PKK terör örgütü tarafından nasıl kullanıldığı ve yürüttükleri dezenformasyon faaliyetleridir. PKK terör örgütü, kolluk kuvvetlerinin teröre karşı yürüttüğü yasal müdahaleleri, sosyal medyadaki dezenformasyon faaliyetleri yoluyla gayri meşru ve orantısız göstererek algı yönetimi yürütmektedir. Böylelikle örgüt, destekçilerini kışkırtarak sempatizan sayısını artırmayı ve sonunda onları militan veya diriyan haline getirmeyi amaçlamaktadır. Örgütün sosyal medya hesapları haber ve verileri manipüle ederek, onlara yeni anlamlar kazandırarak amaçlarına hizmet etmeye çalışır.

Bölücü terör örgütünün sosyal medyada yürüttüğü dezenformasyon faaliyetleri siyasal iletişim çalışmalarını bağlamında incelenmiştir. Ek olarak, İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından yürütülen başarılı çalışmalardan örnekler de verilecektir. Merkez <https://www.dmm.gov.tr/> web adresinden hem iç hem de dış algı operasyonlarının, komplo teorilerinin ve manipülasyon girişimlerinin önemli bir parçası olan dezenformasyonu erken aşamada tespit etmeyi ve ele almayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Dezenformasyon, İletişim, Siyasal iletişim

SOCIAL MEDIA DISINFORMATION OF THE SEPARATIST TERRORIST ORGANIZATION

Abstract

Social media has emerged as a primary platform for the dissemination of disinformation by terrorist organizations in contemporary times. This virtual social sphere not only introduces innovative communication avenues but also offers novel opportunities for accessing and proliferating news. However, the diligence and scrutiny that social media users, often transitioning into amateur communicators, should exercise to authenticate their posts are often overlooked. This neglect leads to information pollution and undermines trustworthiness in communication environments.

Social media creates a milieu where truth and facts can be distorted through disinformation, thereby furnishing terrorist organizations with opportunities to propagate their ideologies. These groups and their adherents endeavor to manipulate perceptions by altering photos and videos, disseminating misleading information, and influencing social media users via counterfeit accounts.

Despite playing a significant role in political communication, social media brings forth issues such as disinformation, the dissemination of misinformation, and perception management. Disinformation is employed for manipulation purposes and can yield substantial success on social media platforms. Moreover, new media is highly susceptible to such manipulations as news and images can circulate uncontrollably, impacting users. Shares originating from accounts managed by members of terrorist organizations can pose dangers during their operations, at the very least shaping perceptions and instigating confusion.

This study focuses on the utilization of social media by the PKK terrorist organization and their disinformation endeavors. The PKK engages in perception management by depicting legal interventions against terrorism by law enforcement agencies as unjust and disproportionate through disinformation campaigns on social media, thereby seeking to legitimize its unlawful actions. Consequently, the organization aims to augment its sympathizers by inciting its supporters and ultimately recruiting them as militants or operatives. The organization's social media accounts strive to serve their agenda by distorting news and data, imbuing them with new meanings.

The disinformation campaigns conducted by the separatist terrorist organization on social media have been scrutinized within the realm of political communication studies. Furthermore, examples of successful studies conducted by the Center for Combating Disinformation of the Directorate of Communications will also be cited. The Center, through its website <https://www.dmm.gov.tr>, endeavors to identify and counter disinformation at an early stage, constituting a crucial component of both domestic and international perception operations, countering conspiracy theories, and thwarting manipulation attempts.

Key Words: Social Media, Disinformation, Communication, Political Communication

DEEFAKE TEKNOLOJİLERİ VE DİJİTAL DEZENFORMASYON

Mustafa DEMİR*

*Fırat Üniversitesi, mfdemir@firat.edu.tr

Öz

Yapay zekâ kavramının 1956 yılında ilk kez kullanılmasından bu yana bilişim alanında önemli gelişmeler yaşanmış ve kriptoloji ile başlayan algoritmalar, insan zekasını taklit eden yapılara evrilmiştir. Yapay zekâ kavramı günümüzde teknolojik bir altyapıyı temsil etmenin ötesine geçmiş, endüstriden sosyo-kültürel yapıya kadar her türlü insan yapısı oluşumu değiştirecek potansiyele ulaşmıştır. Bu süreçte ortaya çıkan yapay zekâ ile ilişkili kavramlardan biri ses ve görüntünün değiştirilmesini hedefleyen “deepfake” adlı teknolojidir. Bu teknoloji, ses ve görüntünün tamamen değiştirilmesini mümkün kılmakta; çoğu zaman manipülasyon amacıyla kullanılmaktadır. Bu durum dezenformatif sonuçlar doğuran bir sorun alanını beraberinde getirmiştir. Çalışma, deepfake yoluyla üretilen içeriklerin manipülasyon potansiyelini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla deepfake teknolojilerinin tanımı yapılmış, bu teknolojilerin olası tehditleri üzerine durulmuştur. Deepfake kavramına ait literatürle birlikte, 2024 yılı ocak ve mart ayları arasında toplam 90 günlük sürede dijital alanlarda yayınlanan deepfake ile ilgili haber, yorum, video vb. içerikler taranmıştır. Elde edilen veriler, içerik analizi yoluyla değerlendirilerek deepfake içerikler ve manipülasyon bağlantısı araştırılmıştır. Çalışmada ayrıca deepfake kavramı çerçevesinde, manipülatif ve dezenformasyon içeren haberler sınıflandırılmış, deepfake teknolojilerinin hangi amaçlarla kullanıldığına yönelik bir çerçeve oluşturulmuştur. Deepfake teknolojisinin çoğunlukla görsel ve işitsel materyal üretmekte kullanıldığı, bu materyallerin yaygın olarak yasadışı amaçlar için üretildiği ve bireyin kişisel alanına müdahale edilmesinin amaçladığı görülmüştür. Ayrıca elde edilen bilgi haber ve tartışmalar neticesinde, özellikle bireyin kişilik haklarının korunması, dijital alanların dezenformatif bilgilerden uzak tutulması için, ivedi yasal düzenlemelerin zorunlu olduğu; deepfake teknolojilerinin tespit edilebildiği yeni teknolojilerin geliştirilmesinin gerekli olduğu düşüncesine ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, Deepfake, Manipülasyon, Dezenformasyon

DEEFAKE TECHNOLOGIES AND DIGITAL DISINFORMATION

Abstract

Since the concept of artificial intelligence was first used in 1956, there have been significant developments in the field of computer science and algorithms that began with cryptology have evolved into structures that mimic human intelligence. Today, the concept of artificial intelligence goes beyond merely representing a technological infrastructure and has the potential to change all kinds of human constructs from industry to socio-cultural structure. One of the concepts related to artificial intelligence that has emerged in this process is the technology called “deepfake”, which aims to alter voice and image. This technology makes it possible to completely change sound and image and is often used for manipulation purposes. The study aims to uncover the manipulation potential of content produced with deepfake. To this end, deepfake technologies are defined and the potential threats posed by these technologies are highlighted. In addition to the literature on the term deepfake, news, comments, videos, etc. on the topic of deepfake published in digital spaces for a total of 90 days between January and March 2024 were scanned. The data obtained was evaluated through a content analysis and the relationship between deepfake content and manipulation was examined. It has been observed that deepfake technology is mostly used to produce visual and audio materials, that these materials are commonly produced for illegal purposes. As a result of the information news and discussions, it has been reached the opinion that urgent legal regulations are mandatory, especially in order to protect the personal rights of the individuals

Key Words: Artificial Intelligence, Deepfake, Manipulation, Disinformation

DİJİTAL MEDYADA DEZENFORMASYON: İSRAİL-FİLİSTİN ÇATIŞMASI SÜRECİ ÖRNEĞİ

Zeynep ZELAN

T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, zeynepzelan@gmail.com

Öz

İletişim teknolojilerinin hızla geliştiği günümüzde, uçtan uca bilgi akışı da takip edilemez boyuta gelmiştir. Gündem, anlık olarak değişmekte, bilgi çok kısa bir zaman diliminde geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Enformasyon akışının bu kadar hızlı olduğu bir ortamda bilginin doğruluğunu tespit etmek kolay olmamaktadır. Bir konu hakkında ne kadar az veri varsa, doğruluğu teyit edilmemiş bilginin dolaşıma girmesi de kaçınılmazdır. Her gün milyonlarca verinin aktığı dijital medyada dezenformasyon karşımıza çıkmaktadır. Bilginin kasıtlı olarak yanlış aktarılması anlamına gelen dezenformasyon, yeni iletişim çağının sınaması olarak herkesi etkilemektedir. Sadece art niyetli kullanıcıların değil, ülkelerin de bizzat politika olarak uygulayabildiği dezenformasyon dolayısıyla dijital medya da güvenilirliğini sorgulatır hale gelmiştir. Özellikle kriz, savaş, çatışma gibi bilgiye en çok ihtiyaç duyulan olağanüstü dönemlerde dezenformasyonun yoğunlaştığı görülmektedir. Bu çalışmanın konusu McCombs ve Shaw'ın 1968 yılında ortaya koyduğu, "kamunun gündemini medyanın belirleyebileceğini" savunan gündem belirleme kuramı bağlamında 7 Ekim 2023 sonrası İsrail-Filistin çatışmalarına ilişkin dezenformasyon haberlerini incelemektir. Çalışmanın amacı çatışma döneminde dezenformasyonun nasıl yoğunlaşabileceğini, bilginin nasıl çarpıtılabileceğini ele almaktır. Çalışma, dezenformasyonun gündem belirleme yaklaşımı açısından ele alınması ve güncel örnekler içermesi bakımından önem taşımaktadır. Çalışmada dijital medya ve dezenformasyon konuları kavramsal çerçevede ele alındıktan sonra kuramsal çerçevede gündem belirleme kuramından bahsedilmiştir. Çalışma kapsamında yapılan araştırmada 7 Ekim 2023-25 Nisan 2024 tarihleri arasında Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi'nin yayınladığı 10 adet "Filistin Özel Dezenformasyon Bülteni" gündem belirleme kuramı çerçevesinde betimsel analiz yöntemiyle amaçlı örneklem alınarak incelenmiştir. Çalışma sonucunda dijital medyada bilginin nasıl çarpıtıldığı, dezenformasyonun hangi yöntemlerle yapıldığı ortaya konulmuş; doğru bilginin nasıl tespit edilebileceği ve medyayı tüketirken nelere dikkat edilmesi gerektiğine dair önerilerde bulunulmuştur.

İMGENİN MARUZ KALDIĞI ŞİDDET: SENTETİK İMGELER VE DİJİTAL DEZENFORMASYON

Alev Fatoş PARSA*

Kenan SUBAŞI**

Ege Üniversitesi, alev.parsa@ege.edu.tr

İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, kenansubasi@iuc.edu.tr

Öz

Dijitalleşme kavramı, fotoğraf ve sinema sanatının imge ile olan ilişkisinde evrimsel bir değişimden ziyade devimsel bir tahribat olan sentetik imge krizini temsil etmektedir. Görselin yolculuğu, tarih öncesi çağlarda mağara duvarlarına çizilen figürlerle başlayıp zaman içerisinde tuval aracılığıyla resimde, pelikül aracılığıyla fotoğraf ve sinema sanatında fiziki bir materyal vasıtasıyla devam etmişse de günümüzde malzemenin ontolojisi değişerek sayılarla temsil edilmektedir. Sözü edilen bu sayısal temsil, sinemanın ana malzemesi olan fotoğrafın gerçekle olan ilişkisini zedeleyip geri dönüşü mümkün olmayacak bir dönüşüme uğratarak sinemanın kimliğinin sorgulanmasına neden olmuştur. Bu sorgulama, görsel yapı birimini oluşturan “imge”nin sayısal olarak var edilmesine neden olmuş ve ardından söz konusu bu kavramın temsil ettiği “şey” ile arasındaki “gerçekliği” de yok etmiştir.

Bu çalışma “fotoğraf çekmek, yapmak ve yazmak” arasındaki fark nedir? sorusundan yola çıkarak bazı kuramcıların sinemanın ölümü, bazı kuramcıların ise sinemanın rönesansı olarak nitelendirdiği dijital devrimi merkezine alarak imgenin pelikülden sayısala olan serüveninde sentetik imgelerin gerçeklik kavramı ile olan ilişkisini ve imgenin sayılar karşısında maruz kaldığı şiddetin izini sürmektedir.

Çalışmada, dijitalleşme ile sınırları son derece muğlak hale gelen ve günümüzde tanımlanması oldukça güç olan gerçek kavramını sinema perspektifinde bilgisayar üretimli imgeleme tartışmaları üzerine temellendirerek imge ve gerçek ilişkisini irdeleyip sentetik imge ve dijital dezenformasyon kavramlarını tartışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İmge, Sentetik İmge, Dijital dezenformasyon, Sayısal temsil

VIOLENCE TO WHICH THE IMAGE IS SUBJECTED SYNTHETIC IMAGES AND DIGITAL DISINFORMATION

Abstract

The concept of digitalization represents the crisis of the synthetic image, which is a dynamic destruction rather than an evolutionary change in the relationship of photography and cinema art with the image. Although the journey of the image began with figures drawn on cave walls in prehistoric times and continued over time through a physical material in painting on canvas, photography and cinema through pellicle, today the ontology of the material has changed and is represented by numbers. This numerical representation has caused to the questioning of the identity of cinema by damaging the relationship of photography, the main material of cinema, with reality and causing an irreversible transformation. This questioning has led to the digitalization of the “image”, which constitutes the visual structural unit, and then destroyed the “reality” between this concept and the “thing” it represents.

Based on the question “what is the difference between taking, making and writing photographs?”, this study traces the relationship of synthetic images with the concept of reality and the violence that the image is subjected to in the face of numbers in the adventure of the image from the digital to the digital, centering on the digital revolution, which some theorists describe as the death of cinema and some theorists as the renaissance of cinema.

The study examines the relationship between image and reality by basing the concept of reality, whose boundaries have become extremely blurred with digitalization and which is very difficult to define today, on the discussions of computer-generated imagery in the perspective of cinema, and discusses the concepts of synthetic image and digital disinformation.

Key Words: Image, Synthetic Image, Digital disinformation, Digital representation

DISINFORMATION ON SOCIAL MEDIA: DISTINGUISHING FACT FROM FICTION

Gözde KOSA*

Makbule Evrim GÜLSÜNLER**

Bahadır AVŞAR***

*Kafkas Üniversitesi, gozdekosa@gmail.com

**Selçuk Üniversitesi, ecil@selcuk.edu.tr

***Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, bahadir.avsar@trt.net.tr

Abstract

In today's world, social media plays a significant role in communication and information exchange. People can easily access current news, trends, and various other information about the world through the information shared on different platforms. However, along with providing individuals with the opportunity to express their opinions, social media has also contributed to creating equality among people in society. Yet, with the popularity of social media, this equalizing effect has been exploited as a tool of pressure and hegemony in favor of certain individuals and groups. Similar to influential figures in real life who impact society, virtual opinion leaders have emerged on social media platforms. Intentionally disseminated false information, known as disinformation, often serves the various purposes of unidentified or falsely identified individuals or organizations. Those who are well-versed in the workings of algorithms on social media platforms can quickly disseminate false information to millions of people. The rapid spread of such misinformation on social media and people's belief in it can lead to serious consequences. Therefore, preventing and controlling disinformation on social media is of great importance.

In this context, this study aims to examine the relationship between social media and disinformation while emphasizing the ethical importance of the subject. The study seeks to help people understand the impact of their social media posts, encourage them to use reliable sources, and raise awareness.

Keywords: Social media, Disinformation, Ethics

DİJİTAL MEDYADA MANİPÜLASYON, MANİPÜLASYONUN DOĞUŞU VE MANİPÜLASYON YÖNTEMLERİ

Saynur URAL*

*Fırat Üniversitesi, saynursert@gmail.com

Öz

İnternet teknolojilerindeki ilerlemeler dijital medyada olumlu gelişmelerin yolunu açsa da manipülasyon ve dezenformasyon gibi olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir. Bu çalışmada dijital medyada manipülasyon kavramı ele alınmış, manipülasyonun doğuşu ve manipülasyon yöntemleri detaylandırılmıştır. Böylece dijital medyada manipülasyon konusunu derinlemesine incelemek amaçlanmıştır.

Sosyal medyada manipülasyon, kasıtlı olarak çarpıtılmış içeriklerin yayılması, insanların düşünce ve davranışlarının belirli bir tarafa yönlendirilmesi veya değiştirilmesi sürecini ifade etmektedir. Manipülasyon sürecinde sahte haberler, kurgulanmış görseller, bot hesaplar ve duygusal manipülasyon gibi uygulamalar sıklıkla kullanılmaktadır. Bu yolla kullanıcıların fikir ve eylemlerini etki altına alarak hedeflenen sonuca ulaşmak istenmektedir. Saldırganın istediği şekilde davranmasını sağlayan psikolojik bir saldırı türü olan sosyal mühendislik de karşımıza çıkan unsurlardan biri olmaktadır. Genellikle politik, ekonomik veya siyasi amaçlar için manipülasyon yapılmaktadır.

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi tekniği ile yürütülmüştür. Araştırma verilerinin birincil kaynağı olarak konuyla ilişkili dokümanlar toplanmış, gözden geçirilmiş ve analiz edilmiştir.

Dijital medyanın avantajları arasında bilgi ve haberin geleneksel medya ve onu yönetenlerin tekelinden çıkmış olması, asparagas ya da saptırılmış haberin kolaylıkla ortaya çıkarılması gösterilebilmektedir. Çünkü artık bireylerin bilgi ve haber paylaşma olanağı bulunmaktadır. Ancak, teknoloji sayesinde saniyeler içerisinde geniş kitlelere ulaşabilen içerikler manipülasyona açıktır. Bu durumda etik kavramı, içerik üreticisi olan hem birey hem de kurumlar için önemli bir nokta olmaktadır. Kitleleri yönlendirme işlevi bulunan medyanın çıkar gruplarınca kötüye kullanımı toplumsal sorunlara yol açabilmektedir. Sonuç olarak medya kullanıcısı olan vatandaşların ve medya kanallarının, kişi hak ve özgürlüklerini dikkate alarak hareket etmesi, etik değerleri göz önünde bulundurması günümüz ağ toplumunun sağlıklı iletişimi devam ettirebilmesi için zorunludur.

Anahtar Kelimeler: Dijital Medya, Manipülasyon, Dezenformasyon, Etik

MANIPULATION IN DIGITAL MEDIA, BIRTH OF MANIPULATION AND MANIPULATION METHODS

Abstract

Although advances in internet technologies have paved the way for positive developments in digital media, they have also brought along negative effects such as manipulation and disinformation. In this study, the concept of manipulation in digital media is discussed, the birth of manipulation and manipulation methods are detailed. Thus, it is aimed to examine the issue of manipulation in digital media in depth.

Manipulation in social media refers to the process of spreading deliberately distorted content and manipulating or changing people's thoughts and behaviors in a certain way. In the manipulation process, practices such as fake news, fictionalized images, bot accounts and emotional manipulation are frequently used. In this way, it is aimed to achieve the targeted result by influencing the opinions and actions of users. Social engineering, which is a type of psychological attack that enables users to behave in the way the attacker wants, is one of the elements we encounter. Generally, manipulation is done for political, economic or political purposes.

This study was conducted with document analysis technique, one of the qualitative research methods. Relevant documents were collected, reviewed and analyzed as the primary source of research data.

The advantages of digital media include the fact that information and news are no longer monopolized by the traditional media and those who manage it, and that asparagas or distorted news can be easily uncovered. This is because individuals now have the opportunity to share information and news. However, content that can reach large audiences within seconds thanks to technology is open to manipulation. In this case, the concept of ethics is an important point for both individuals and organizations that produce content. The misuse of the media, which has the function of directing the masses, by interest groups can lead to social problems. As a result, it is imperative for citizens who are media users and media channels to act by taking into account individual rights and freedoms and to take ethical values into consideration in order to maintain healthy communication in today's network society.

Key Words: digital media, manipulation, disinformation, ethics

TELEVİZYON VE ENFORMASYON TEKNOLOJİLERİ BAĞLAMINDA DEZENFORMASYON SORUNUNA YENİ YAKLAŞIMLAR

İsrafil KURALAY*

*İstanbul Ticaret Üniversitesi, i.kuralay@yedirenk.com

Öz

Televizyon ve enformasyon teknolojilerinin ulaştığı seviye görüntülü materyal üretimini, yayıncılığı vs. önceki dönemlerle kıyas edilemeyecek ölçüde kolaylaştırmış, hızlandırmış ve ucuzlatmıştır. Bu olumlu durum aynı zamanda çok önemli tehditleri de beraberinde getirmektedir. Yakın tarihte ABD ürettiği ve gerçek olmayan bilgiler içeren video kayıtlarıyla Irak'ı işgal etmiş ve bunun sonucunda bir milyona yakın masum sivil insan yaşamını yitirmiştir. Irak'ın kimyasal silahlara sahip olduğuna dair BM Genel Kurulunda izlettirilen ve baştan aşağı yalanlardan ibaret olan video değişik kurgu teknikleri kullanılarak üretilmişti. Bu konuda Amerikan sineması da dezenformasyonla alakalı başarılı bir film üretmiştir. 'Başkan'ın Adamları' adlı filmde, yaklaşan ABD seçimlerinde, adı skandala karışan başkan kurtarmak için bir Hollywood yapımcısının Blue Box teknolojisiyle hazırladığı haberlerle savaş senaryosunun nasıl gündeme getirildiği ve insanların mevcut krize odaklanmalarının önüne geçilerek başka tarafa yönlendirildiği anlatılmaktadır. Filmde savaştan kedisi ile kaçan bir kadının videosunun bu teknoloji ile nasıl çekildiği açıkça görülmektedir. Günümüzde ise yapay zekâ teknolojisi ile doğrudan görüntünün, sesin, ışığın vs. üretimi söz konusudur. Dolayısıyla bu teknolojiyi kullanan herkes, kolayca istediği görsel malzemeyi üreterek kısa süre içerisinde yayabilmektedir.

Teknoloji alanındaki bu gelişmeler yıkıcı tehditleri ve ciddi etik sorunları da beraberinde getirmektedir. Şöyle ki, dezenformasyon malzemeleriyle bireyler ve kitleler kolaylıkla manipüle edilebilir; savaş, iç karışıklık, cinayet, itibar suikastı gibi büyük felaketlere yol açılabilir. Bu nedenle de ciddi bir etik sorunla karşı karşıya olduğumuz bir dönem yaşanmaktadır.

Bu çalışmada teknolojinin dezenformasyon bağlamında sunduğu imkanların etik boyutları tartışılmış ve bu anlamda sorumluluk bilincinin nasıl geliştirilebileceği üzerinde durulmuştur.

İSRAİL'İN DEZENFORMASYON STRATEJİSİNİ ÇÖZÜMLEMEK GAZZE SALDIRILARI ÖRNEĞİ

Nazlı YOLBAKAN*

*Selçuk Üniversitesi, Nazliylbknn@gmail.com,

Öz

Çarpıtılmış ve yanlış bilgi ile kamuoyu oluşturmak ya da kaosa yol açmak için sıklıkla kullanılan bir yöntem olan dezenformasyon, günümüzde internet ve sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte faaliyet ve etkisini giderek arttırmaktadır. Belirli kişi ve gruplar tarafından küçük bilgi birikimlerinin topluma yayılmasıyla başlayan ve daha büyük karmaşalara neden olan dezenformasyon faaliyetleri, hareketlenmelere yol açacak şekilde büyüyebilir (Madanoğlu, 2023). Bu faaliyetler, toplum ve siyaset üzerinde kamuoyunu belirli konularda yanıltarak veya yanlış yönlendirerek kamuoyu algısını etkileme, kutuplaşma ve çatışmaya yol açma, demokratik süreçleri zayıflatarak engelleme gibi sonuçlara yol açabilir. Bireylerin önyargılarını güçlendirerek, doğruları sağlıklı bir şekilde algılamasını ve değerlendirmesini zorlaştıran kötü içerikli fotoğraflar, sahte belgeler, haritalar ve web siteleri, internet dolandırıcılığı, aldatıcı reklamlar dezenformasyonun örnekleri olabilir. İnsanların karar verme sürecini etkileyerek, doğru kararlar almalarını zorlaştıran gerek topluma gerek kurumlara karşı güven duygusunu azaltan dezenformasyon faaliyetleri kültür, siyaset, tıp, ekonomi gibi alanlarda yanlış ve yanıltıcı bilgi vermesi açısından bireylerde finansal, duygusal hatta ciddi manada fiziksel hasarın meydana gelmesi açısından oldukça tehlikelidir. Yanlış, eksik veya başka bir deyişle inandırıcı olmaktan uzak bilginin, gerçekler hakkında belli bir kitleyi yanıltmak amacıyla yayılması olarak ifade edilen dezenformasyon, “Kara propaganda” ifadesiyle de gizli servislerin, askeri kurumların, politikacıların, hükümetlerin tarihin tüm sürecinde devletlerin ve bireylerin itibarının sarsılması amacıyla yararlandığı önemli bir propaganda aracıdır. Doğrudan yalan bilgi üretmek, yalan ile gerçek bilgiyi harmanlayarak, gerçeği eksik sunarak, fazladan yanlış bilgi ekleyerek farklı şekillerde bilgi ve algıyı yöneten dezenformasyonun (ERTEM, 2019) tarihte Vietnam, Irak, Afganistan Savaşı gibi bariz örnekleri mevcuttur. Buna örnek olarak yakın tarihte başlayan ve halen devam eden İsrail’in Gazze saldırılarında uyguladığı dezenformasyon stratejisini örnek verebiliriz. Bu çalışmada İsrail’in savaş stratejisi olarak kullandığı ve medya kuruluşları üzerinden yaydığı dezenformasyonun literatür taraması yoluyla incelenmesi amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İsrail, Medya, Literatür, Dezenformasyon.

ANALYZING ISRAEL'S DISINFORMATION STRATEGY THE EXAMPLE OF GAZA AT-TACKS

Abstract

Disinformation, which is a frequently used method to create public opinion or cause chaos with distorted and false information, is gradually increasing its activity and impact with the widespread use of the internet and social media. Disinformation activities, which start with the dissemination of small amounts of information to the society by certain individuals and groups and cause greater confusion, may grow to lead to mobilizations. (Madanoğlu, 2023) These activities can lead to consequences on society and politics, such as influencing public perception by misleading or misleading the public on certain issues, causing polarization and conflict, and hindering democratic processes by weakening them. Photos with bad content, fake documents, maps and websites, internet fraud, and deceptive advertisements that strengthen individuals' prejudices and make it difficult to perceive and evaluate the truth in a healthy way can be examples of disinformation. When considered in this context, disinformation activities, which are based on lies and affect people's decision-making process, make the right decisions, and reduce the sense of trust in both society and institutions, can cause financial, emotional and even serious harm to individuals in terms of providing false and misleading information in areas such as culture, politics, medicine and economy. It is very dangerous in terms of causing physical damage. Disinformation, which is defined as the spread of false, incomplete or, in other words, unconvincing information in order to mislead a certain audience about the facts, is also referred to as "Black propaganda", an important tool used by secret services, military institutions, politicians and governments to undermine the reputation of states and individuals throughout history. It is a propaganda tool. There are obvious examples in history, such as the Vietnam, Iraq and Afghanistan War, of disinformation, which manages information and perception in different ways by directly producing false information, blending other lies with real information, presenting the truth incompletely, and adding additional false information (ERTEM, 2019). As an example, we can give an example of the disinformation strategy implemented by Israel in the recent and ongoing attacks on Gaza. In this study, it is aimed to examine the disinformation used by Israel as a war strategy through a literature review of the examples of disinformation produced and disseminated by media organizations through the Gaza attacks.

Keywords: Israel, Media, Literature, Disinformation.

DEZENFORMASYON VE ALGI YÖNETİMİ: BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ

Zeynep EKMEKÇİ*

Fatma Betül AYDIN VAROL**

*Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, zeynep.ekmekcirzincan.edu.tr

**Selçuk Üniversitesi, betulaydin@selcuk.edu.tr

Öz

Eski çağlarda insanlığın bilgiyle ilgili temel sorunu ulaşılabilirlikti. Ancak 21. yy. da bilgiyle ilgili temel sorun doğruluğuyla ilgilidir. Dijital ortamların gelişimdeki hız ve yaygın kullanımı doğru olmayan bilginin dolaşıma sokulmasına olanak sağlamaktadır. Özellikle sosyal medyanın gördüğü yoğun ilgi bu dolaşım hızını daha artırmaktadır. Ortaya çıkan bu durum dezenformasyon fenomeni hakkında ciddi endişelerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Enformasyon çağı olarak da adlandırılan bu yüzyıl, bilgi kirliliğini beraberinde getirdi. Dolayısıyla bilgi, algının yönetilmesinin en başat aktörü olarak yer almaktadır. Çalışma kapsamında özellikle son yıllarda bilgi kirliliği ile başa çıkma yollarının aranmasından kaynaklı lisansüstü tezler bibliyometrik olarak incelenmiştir. Böylelikle dezenformasyon konusu ile ilgili alan yazına derli toplu bir bakış sunulmaya çalışılmıştır. Bibliyometrik analizler herhangi bir fenomenle ilgili akademik literatüre katkı sağlamanın en iyi yollarından biri sayılabilir. Bu bağlamda özellikle son yıllarda dezenformasyonla ilgili yapılan akademik çalışmalar, konu başlıkları, çalışıldıkları alanlar, çalışma yöntemi, çalışma yılı ve elde edilen sonuç bağlamında değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular neticesinde dezenformasyonla başa çıkmada yapılabileceklerle ilgili önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Dezenformasyon, Algı yönetimi, Bibliyometrik analiz

Abstract

In ancient times, humanity's main problem with knowledge was accessibility. In the 21st century, however, the main problem with information is its accuracy. The speed of development and the widespread use of digital media enable the circulation of inaccurate information. In fact, the intense interest in social media increases the speed of this circulation. This raises serious concerns about the phenomenon of disinformation. This century, also called the information age, has brought information pollution. Therefore, information is the most dominant actor in the management of perception. Within the framework of the study, especially in the last few years, doctoral theses have been examined bibliometrically to find ways of dealing with information pollution. In this way, an attempt has been made to provide a comprehensive overview of the literature on disinformation. Bibliometric analysis can be considered one of the best ways to contribute to the academic literature on any phenomenon. In this context, academic studies on disinformation, especially in recent years, have been evaluated in terms of subject headings, fields of study, study method, study year, and the results obtained. As a result of the findings, suggestions have been made on what can be done to deal with disinformation.

Keywords: Disinformation, Perception Management, Bibliometric Analysis

**DEZENFORMASYON ÇAĞINDA DİJİTAL MEDYADA KRİZ YÖNETİMİ VAKA İNCE-
LEMELERİ**

Bahadır AVŞAR*

Gözde KOSA**

Bülent NAMAL***

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, bahadir.avsar@trt.net.tr

Kafkas Üniversitesi, gozdekosa@gmail.com

Kırgızistan- Türkiye Manas Üniversitesi, bulent.namal@manas.edu.kg

Öz

Kriz iletişimi yönetimi, hızla değişen ve bilgiye kolay erişimin sağlandığı dijital çağda büyük önem taşımaktadır. Özellikle dezenformasyonun yaygınlaştığı bu dönemde, kriz anlarında doğru ve etkili bir şekilde iletişim kurulması hayati önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, dezenformasyon çağında kriz iletişimi yönetiminin nasıl gerçekleştirilmesi gerektiği konusunda bilgi sunmak ve farkındalık oluşturmaktır. Çalışmada, günümüzde bilgi çağının hızla gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan dezenformasyonun etkisi ve kriz iletişimi yönetiminin bu süreçteki önemi incelenmiştir. Çalışmanın birinci bölümünde dezenformasyonun ne olduğu ve neden gün geçtikçe daha büyük bir tehdit haline geldiği ele alınmıştır. Hızla gelişen teknoloji, sosyal medyanın yaygınlaşması ve anonimliğin kolayca sağlanabilmesi gibi faktörler dezenformasyonu artırmıştır. Ayrıca, insanların güvenilir kaynakları sorgulamadan aldığı bilgilere inanma eğilimi de bu sorunu derinden etkilemektedir. İkinci bölümde ise, kriz iletişiminin neden önemli olduğu üzerinde durulmuştur. Kriz iletişimi, doğru bilginin hızlı bir şekilde paylaşılması, açık ve şeffaf bir iletişim stratejisi oluşturulması ve farklı paydaşların ihtiyaçlarına yanıt verilmesini içermektedir. Çalışmanın son bölümünde ise çeşitli vaka incelemeleri yapılarak, dijital medyada dezenformasyonun etkileri ve kriz iletişimi stratejilerinin nasıl uygulandığı analiz edilmiştir. Örnek vakalar arasında sosyal medya üzerinden yayılan yanlış bilgilerin kontrol altına alınması, ortaya çıkan krizin nasıl yönetildiği konuları ele alınmıştır. Çalışma, dezenformasyon çağının etkisini ve dijital medyada kriz iletişimi yönetiminin önemini vurgulamaktadır. Ayrıca, dijital medyada etkili bir kriz iletişimi stratejisinin nasıl oluşturulacağına dair önerilere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital medya, Dezenformasyon, Kriz yönetimi

GAZETECİLİKTE DEZENFORMASYONA KARŞI EDITORYAL SÜREÇ ÜZERİNE BİR DENEME: YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ Mİ, MOBİL GAZETECİLİK Mİ?

Ali ÇAKIR*

**Kastamonu Üniversitesi, alicakir@kastamonu.edu.tr

Öz

Kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasıyla beraber iletişim alanında yeni meslekler doğmuştur. Profesyonel anlamda gazetecilik de bunlardan biri olarak yaklaşık üç yüz yıldır varlığını sürdürmektedir. Usta-çırak ilişkisine dayalı, izle-gör-yap metoduyla uzun yıllar “müfredat” olmaksızın gelişimini sürdürmüştür. Ancak yirminci yüzyılın başında, ABD’de bulunan Missouri Üniversitesi’nde sistematik bir program çerçevesinde gazetecilik eğitimi verilmeye başlanmıştır. Gazeteciliğin ne olup olmadığıyla ilgili tartışmalar günümüzde de devam etmekle birlikte, formal eğitimin ilk ortaya çıktığı dönemlerde yoğun olarak tartışılmıştır. Nitekim bunun sonucu olarak farklı gazetecilik uygulamalarının ortaya çıktığı bilinmektedir. Türkiye’de ise gazetecilik eğitiminin temeli 1950 yılına kadar geri götürülebilmektedir. Dünyadaki muadillerine göre gazeteyle de geç tanışıldığı göz önüne alınırsa meslek eğitiminin de geç başlaması anlaşılır olmaktadır. Osmanlı Devleti’nden miras alınan meslek pratikleri korunarak, ilerleyen süreçte zamanın ruhuna uygun olarak geliştirilmiştir.

Günümüzde, gazetecilik eğitiminin yaygınlaştığı vaki olmakla birlikte, tarihsel süreç içerisinde mesleği mutfağında öğrenme pratiği de varlığını sürdürmektedir. İlaveten internetin ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla, haberciliğin mecra değiştirmesi de gazetecilik pratiklerinde keskin dönüşümlere sebebiyet vermiştir. Bunun sonuçlarından biri olarak yeni mecranın özellikleri hem gazetecilerin mesleki yönden dönüşmelerine hem de meslekten bağımsız olarak “sivil” bireylerin gazetecilik yapmasına imkân tanımıştır. Yıllarca basılı olarak yayın hayatında bulunan ve sadece internet ortamında yayın yapmaya başlayan gazetelerin internet sayfaları, mesleki nosyonu devam ettirme yönünden görece kontrollü bir alan sunarken, sosyal medyanın yapısı kontrollü sahayı oldukça daraltmıştır. Adı geçen “kontrollü saha”yı “gazetecilik etiği” olarak kodlamak mümkündür. Teknolojik gelişmenin bir sonucu olarak başlangıçta gazetecilik pratiğinden ziyade serbest bir şekilde kayda alınan görüntü ve konuşmaların zamanla çoğalması “yurttaş gazetecilik” teriminin daha sık duyulmasına yol açmıştır. Karşılıklı etkileşime müsait olan bu yeni alan vasıtasıyla “yurttaş gazeteciler” de informal yoldan edindikleri bilgi ve deneyimle haberi oluşturmada yeni pratikler edinmiştir.

Sosyal medya yapısı itibariyle etkileşim odaklı olduğu için, yurttaş gazeteciliğini mobil gazeteciliğin besleyicisi konumuna taşımıştır. Bununla birlikte asıl problemin oluşmaya başladığı alan “editorial süreç”tir. Zira gazetecilik eğitimine sahip olmayan bireylerin “çok takipçili” hesapları vasıtasıyla elde ettikleri bilgi ve görüntüleri “etik” kaygılar olmaksızın topluma sundukları görülmektedir. İlaveten sosyal medya platformlarının kendi “topluluk kuralları” da editorial sürecin yönetiminde dikkat edilmesi gereken hususlardan biri haline gelmiştir. Daha fazla takipçi elde ederek gelirini arttırmaya yönelik kişiler, insanların ilgisini çeken “ölüm, kaza, intihar” gibi olayları duyurmak için kurdukları “anlık” hesaplar üzerinden “habercilik” faaliyeti yürütmeye başlamıştır. Özellikle seçim dönemleri veya deprem gibi kamuoyunun habere olan ilgisinin arttığı dönemlerde, var olan etkileşimdeki payını arttırmaya yönelik sosyal medya hesapları, editorial süreci daha da görünmez kılmaktadır. Bilgi akışının zayıfladığı ve insanların manipüle edilmeye daha yatkın hale geldiği bu gibi dönemlerde, dezenformasyon artmakta ve bilgi kirliliği oluşmaktadır. Bu noktada yurttaşlık ve mobil gazetecilik kavramları anlamını yitirmekte ve sosyal medya hesapları adeta bir dezenformasyon aygıtına dönüşmektedir. Gazetecilik eğitimine sahip bireylerin yönettiği sosyal medya hesaplarının, meslekten olmayan hesap yöneticilerine nazaran daha dikkatli davranması beklenmektedir. Bilimsel bir çalışmada belki anılan hesapların sahiplerini öğrenmek mümkün olmakla birlikte eğer hesap sahibi belirtmemişse “çok takipçili” haber sayfalarının kimler tarafından yönetildiği bilinmemektedir. Bu kişilerin de dezenformasyon için kullanışlı alanlar oluşturmasının daha olası olduğu iddia edilebilir. Hülasa; maddi kazanç sağlamanın ana amaca döndüğü sosyal medya platformlarında, haberciliğin geleceğine yönelik önemli tehditlerden birinin “sosyal medya fenomeni” olgusu olduğu iddia olunabilir. Gazeteciliğin yerini adı geçen olgunun alması durumunda dezenformasyon için uygun ortamın oluşması, tehdidin ana unsuru olarak görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yurttaş gazeteciliği, Mobil gazetecilik, Gazetecilik eğitimi, Sosyal medya, Dezenformasyon

ORTA ASYA'DA KAMU DİPLOMASİSİ: İLETİŞİM BİÇİMLERİ, AKTÖRLER, EYLEMLER VE SÖYLEMLER

Abdulsamet GÜNEK*

*Muş Alparslan Üniversitesi, a.gunek@alparslan.edu.tr

Öz

Orta Asya ülkeleri ekonomik, stratejik ve bölgesel birçok farklı bileşenin ortaya çıkardığı özel şartlardan dolayı gittikçe artan bir öneme sahip olmaktadır. Türk Cumhuriyetleri olarak da adlandırılan devletler Türkiye ile dil ve kültür birlikteliğine sahiptir. Bağımsızlıklarını kazanan Türk Cumhuriyetleri bir taraftan kendi uluslaşma süreçlerini tamamlarken, diğer yandan da dünya ile entegre olmaktadır. Bölgesel ve küresel entegrasyon sürecinin en önemli araçlarından biri de kamu diplomasisidir. Bölge ülkeleri kamu diplomasinin farklı araçlarını kullanarak ticari, politik ve kültürel etkiler oluşturmayı amaçlamaktadır. Benzer şekilde Türkiye, Rusya, Çin, ABD ve Avrupa Birliği gibi aktörler bölge ile ilişkilerinde kamu diplomasisini önemli bir araç olarak kullanmaktadır. Farklı aktörlerle farklı boyutlarda yürütülen kamu diplomasisi ilişkisi ortaya bir kamu diplomasisi ekolojisi çıkarmaktadır. Söz konusu kamu diplomasisi ekolojisinde karşılıklı ve çok boyutlu ilişkiler yürütülmekte ve her bir ülkenin kullandığı araçlar ve söylemler değişebilmektedir.

Bu çalışmada, Türk Cumhuriyetlerinin kamu diplomasisi eylemleri ile bu ülkelere yönelik küresel aktörlerin kamu diplomasisi eylemleri karşılaştırmalı bir biçimde ele alınacaktır. Örnek kamu diplomasisi faaliyetleri üzerinden, iletişim biçimleri, söylemler, aktörler ve araçlar analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Diplomasisi, Orta Asya, Türk Cumhuriyetleri, Stratejik iletişim, Yumuşak güç

PUBLIC DIPLOMACY IN CENTRAL ASIA: COMMUNICATION FORMS, ACTORS, ACTIONS AND DISCOURSES

Abstract

Central Asian countries are gaining increasing importance due to their economic, strategic and regional influence. The states, also called Turkic Republics, have linguistic and cultural unity with Türkiye. Turkic Republics, which have completed their independence process, are completing their nationalization processes on the one hand, and are also integrating with the world. One of the most important tools of the regional and global integration process is public diplomacy. Turkic Republics aim to create commercial, political and cultural effects by using different tools of public diplomacy. Similarly, actors such as Türkiye, Russia, China, the USA and the European Union use public diplomacy as an important tool in their relations with the region. Public diplomacy relationship carried out in different dimensions with different actors creates a public diplomacy ecology. A mutual and multidimensional relationship is carried out in the public diplomacy ecology in question. In this system, the tools and discourses used by each country vary. In this study, public diplomacy actions of the Turkic Republics and public diplomacy actions of global actors towards these countries will be discussed comparatively. Communication styles, discourses, actors and tools will be analyzed through sample public diplomacy activities.

Key Words: Public diplomacy, Central Asia, Turkic Republics, Strategic communication, Soft power

İLETİŞİM FAKÜLTELERİNİN DOKTORA EĞİTİMİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM: GELECEĞİN AKADEMİSYENLERİ GELECEĞE HAZIRLANIYOR MU?

Özlem DUĞAN*

*Uşak Üniversitesi, ozlem.dugan@usak.edu.tr

Öz

Eğitim ve öğretimde dijitalleşme her geçen gün artarak devam etmektedir. Dünyada ve Türkiye’de Covid-19 Pandemisi sürecinden sonra eğitimde dijitalleşme daha bir hız kazanmıştır. Eğitimde önemli bir yeri olan yükseköğretim kurumları bu dijitalleşmeden en çok etkilenen kurumlar arasında yer almaktadır. Üniversitelerin ön lisans, lisans, lisansüstü programlarında bulunan derslerin içerikleri de dijitalleşmeye yönelik olarak güncellenmekte ve dolayısıyla üniversiteler çağın ihtiyaçları doğrultusunda öğrencilerine daha iyi bir eğitim hizmeti verme çabası içerisinde olmaktadır. Eğitimde en üst düzey olarak kabul doktora eğitimi de dijitalleşme sürecinden önemli oranda etkilenmektedir. Dijitalleşmenin arttığı günümüzde ders içerikleri de bu doğrultuda sürekli güncellenmektedir. Geleceğin akademisyenlerinin iyi yetişmesi bu derslerden elde edecekleri kazanımlarla doğru orantılıdır. Bu çalışmada devlet ve vakıf üniversiteleri iletişim fakültelerinde verilen doktora eğitimlerinde derslerin ne kadarının dijital olduğu, söz konusu derslerin zorunlu/seçmeli, teorik/uygulama ve AKTS olma oranları ve akademik profil durumları incelenmiştir. **Söz konusu derslerin ne kadarının dijitalleşme üzerine olduğu araştırılmış, devlet ile vakıf üniversiteleri karşılaştırılmıştır.**

Çalışmada içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler, üniversitelerin iletişim fakülteleri, sosyal bilimler enstitüleri, lisansüstü eğitim enstitüleri, Bologna bilgi paketleri üzerinden toplanmıştır. Dijital derslerin zorunlu/seçmeli, teorik/uygulamalı olmasına, dijital dersi veren akademisyenin unvanlarına ve AKTS puanlarına da bakılmıştır. Çalışmanın verileri 20 Ocak - 31 Mart 2024 tarihleri arasında toplanmış ve ders programlarında 2023-2024 eğitim-öğretim dönemi baz alınmıştır.

Çalışmanın sonuçlarına göre gazetecilik anabilim dalının devlet üniversitelerinde açıldığı, vakıf üniversitelerinde açılmadığı belirlenirken, bu eğitimde Marmara Üniversitesi’nin en fazla aktif anabilim dalına sahip olduğu, dijital derslerin en fazla Marmara Üniversitesi Bilişim Anabilim Dalında verildiği tespit edilmiştir. Gazetecilik anabilim dalında dijital dersler seçmeli ve teoriktir. Devlet üniversiteleri arasında Marmara Üniversitesi Radyo TV Sinema Anabilim Dalı en fazla dijital derse sahipken, Vakıf üniversitelerinde İstanbul Ticaret Üniversitesi Sinema Anabilim Dalında en fazla dijital ders olduğu saptanmıştır.

Marmara Üniversitesi Halkla İlişkiler, Reklamcılık ve Tanıtım ile Kişilerarası İletişim, İstanbul Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Ankara Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Atatürk Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Selçuk Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım ve Reklamcılık, Ege Üniversitesi Kişilerarası, Halkla İlişkiler ve Tanıtım ve İletişim Araştırmaları, Reklamcılık, Erciyes Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Sakarya Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Kocaeli Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım ve Trabzon Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dallarında dijital dersler mevcuttur ancak alan yazında da belirtildiği gibi bu derslerin yeterli oranda olmadığı belirlenmiştir. Vakıf üniversiteleri arasında ise, İstanbul Ticaret Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalında en fazla dijital ders bulunurken, en az dijital ders Bahçeşehir Üniversitesi Reklamcılık ve Halkla İlişkiler Anabilim Dalında bulunmaktadır. Dijital derslerin zorunlu ve seçmeli durumu incelendiğinde, Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalında 3 dijital dersten 2’sinin, Kocaeli Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalında 3 dersten 1’inin ve İstanbul Ticaret Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalında 8 dersten 1’inin zorunlu olduğu görülmüştür. Diğer dersler seçmeli ve teoriktir.

Devlet üniversitelerinde 14 adet fakültede iletişim bilimleri programı mevcutken, vakıf üniversitelerinin iletişim fakültelerinde 4 iletişim bilimleri anabilim dalı olduğu tespit edilmiştir. Dijital dersler açısından devlet üniversiteleri arasında Süleyman Demirel Üniversitesi ile Aksaray Üniversitesi ön plana çıkarken, vakıf üniversiteleri arasında Yaşar Üniversitesi ön plana çıkmaktadır. İnönü Üniversitesi’nde dijital derslerin 3’ünden 2’si zorunlu ve Yaşar Üniversitesi’nden dijital derslerin 6’sından 1’i zorunlu ve diğerleri seçmelidir. Devlet Üniversiteleri’nden İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi’nde Medya ve İletişim Anabilim Dalında dijital dersler yoğunlukta, Vakıf Üniversiteleri’nden İstanbul Ticaret Üniversitesi Medya ve İletişim Anabilim Dalında 12 dijital dersten 3’ü zorunlu iken diğerleri

seçmelidir.

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim dalı dijital derslerde ön plana çıkarken, İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü bünyesinde İletişim Tasarımı ve Yönetimi Anabilim Dalında (n=15) ders dijitalleşme üzerinedir. Üsküdar Üniversitesi Yeni Medya ve İletişim Anabilim Dalında dijital dersler yoğunluktayken, Görsel İletişim Tasarım Anabilim Dalı ve Yeditepe Üniversitesi Medya Çalışmaları Anabilim Dalında da dijital dersler bulunmaktadır. Mersin Üniversitesi'nde 3 dijital dersten 1'i zorunlu, İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde 15 dijital dersten 4'ü zorunlu, Üsküdar Üniversitesi Yeni Medya ve İletişim Anabilim Dalında 20 dijital dersten 1'i zorunlu ders olarak belirlenmiştir.

Anabilim dallarının AKTS puanlarının farklılık ve benzerlik gösterdiği belirlenmiştir. Akademik profil açısından incelendiğinde devlet üniversitelerinde bilgiler verilirken, vakıf üniversitelerinde bilgilerin olmadığı tespit edilmiştir.

Çalışma sonucunda birçok üniversitede seçmeli dijital derslerin çok, zorunlu dijital derslerin az olduğu ve derslerin teorik olarak verildiği tespit edilmiştir. Bu çalışma sadece Türkiye'de iletişim fakültesi bünyesinde bulunan doktora derslerini incelemeye yöneliktir. Bundan sonraki çalışmalarda farklı ülkelerdeki iletişim fakültelerinde doktora eğitiminde verilen dijital derslerin veya farklı disiplinlerin karşılaştırılması yapılabilir.

Anahtar Kelimeler: Üniversite, İletişim fakültesi, Lisansüstü, Doktora dersleri, Dijitalleşme

TIKLAMA EKONOMİSİ, DİJİTAL KAPİTALİZM VE DEĞİŞEN HABERCİLİK: KIBRIS ÖRNEĞİ

Özen ÇATAL*

Emin Akkor**

*Yakın Doğu Üniversitesi

**Doğu Akdeniz Üniversitesi

Öz

Dijital medyanın yükselişi, haber içeriklerinin dönüşümünü beraberinde getiriyor. Haber içeriklerinin tıklanmaya dayalı olarak şekillenmesine neden olan finansal yapı, kullanıcıların iletişim faaliyetlerinden oluşan iş gücünü kullanarak gelir artırmayı hedeflerken, haber içeriklerinin tıklanmaya dayalı olarak üretilmesi sonucunu da beraberinde getiriyor. Bu bağlamda Kuzey Kıbrıs'taki internet gazetelerinin haber içeriklerinin tıklanmaya dayalı olarak nasıl şekillendiğini anlamayı amaçlayan bu çalışma, Medyanın Politik Ekonomisi alanındaki teorik çerçeveyi temel alıyor. Bu teorik yaklaşım, ekonomik ilişkilerin medya işletmelerinin faaliyetlerini nasıl etkilediğini vurgulayarak, medya içeriğinin üretim, dağıtım ve tüketim ilişkilerini değerlendirmek için bir çerçeve sağlıyor. Çalışmada, Kuzey Kıbrıs'taki en etkileşimli ilk yirmi internet gazetesinden dört tanesinin sosyal medya hesapları, içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Sonuçlar, izleyici etkileşiminin haber üretiminde özellikle konu seçimi ve haber kalitesini etkilediğini göstermekle birlikte haber üretim sürecinin, içeriğinin ve konusunun etkilenme şeklini de ortaya koymaktadır. Çalışmada yazarların Media, Literacy and Academic Research dergisinin altıncı sayısında yayınlanan "The Clicking Economics of Media and Shifts in News Content: The Case of North Cyprus Online Media" verilerinden de yararlanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital gazetecilik, Medyanın ekonomi politikası, Tıklama, Sosyal medya, İş modelleri

THE CLICKING ECONOMY, DIGITAL CAPITALISM AND CHANGING JOURNALISM: THE CASE OF NORTH CYPRUS

Abstract

The rise of digital media brings about a transformation in news content. The financial structure that leads to the shaping of news content based on clicks aims to increase revenue by utilizing the labour force constituted by users' communication activities, resulting in the production of news content based on clicks. This study, aiming to understand how the news content of online newspapers in North Cyprus is shaped based on clicks, draws on the theoretical framework of the Political Economy of the Media. This theoretical approach highlights how economic relationships impact the activities of media enterprises, providing a framework to evaluate the production, distribution, and consumption relationships of media content. In the study, the social media accounts of four out of the top twenty most interactive online newspapers in North Cyprus were analysed using content analysis methodology. The results reveal how audience interaction affects the news production process, its content, and subject matter, particularly influencing topic selection and news quality. The study also draws on data from "The Clicking Economics of Media and Shifts in News Content: The Case of North Cyprus Online Media," published in the sixth issue of the Journal of Media, Literacy, and Academic Research.

Keywords: Digital Journalism, Political Economy of the Media, Clicks, Social Media, Business Models

YAPAY ZEKÂ VE YAPAY ZEKÂ KULLANIMINDA DEZENFORMASYONLAR

Mustafa Doğukan BAŞALAN*

*Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, dokayazilim@gmail.com

Öz

Yapay zekâ, çağımızın en kritik meselelerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Bu teknolojinin ilerlemesi, bilgi işleme ve iletişimde devrimsel değişikliklere yol açarken, yanıltıcı bilgilerin yayılmasını da kolaylaştırmaktadır. Yapay zekâ tabanlı sistemlerin yanıltıcı bilgileri saptama ve engelleme süreçlerinde ve doğrulama araçlarının genişletilmesinde nasıl etkili olabileceği üzerinde durulmaktadır. Aynı zamanda yapay zekânın yanıltıcı bilgilerin siyasi, ahlaki ve toplumsal tehditlerini inceleyerek, yapay zekâ destekli yanıltıcı içeriklerin toplum üzerindeki siyasi, ahlaki ve toplumsal etkilerini de analiz etmektedir. Yapay zekâ, deepfake gibi teknolojiler ve algoritmalar aracılığıyla, gerçek haberlerin çarpıtılması, meşruiyetlerinin zayıflatılması ve halkın yönlendirilmesi gibi yöntemlerle yanıltıcı bilgilerin yayılmasını artırmaktadır. Bu nedenle, yapay zekâ sistemlerinin yanıltıcı içeriklerin oluşturulması ve yayılmasındaki rolü ve bu sistemlerin ahlaki kullanımına yönelik politikaların nasıl şekillendirilmesi gerektiği önemlidir. Bu makaleler, yapay zekâ ve yanıltıcı bilgiler hakkında derinlemesine bir bakış sunmanın yanı sıra, bu alandaki güncel araştırmaların ve tartışmaların bir özetini de sağlamaktadır. Yapay zekâ sistemlerinin yanıltıcı bilgilerle mücadelede potansiyel rolleri ve kullanılan bu teknolojilerin ahlaki ve sorumlu bir şekilde kullanılması gerekliliği hakkında da kritik bilgiler içermektedir. Ayrıca, yapay zekâ ve yanıltıcı bilgiler arasındaki karmaşık ilişkiyi ve bu teknolojilerin toplum üzerindeki etkilerini anlamak için önemli bir kaynak niteliğindedir. Sonuç olarak, yapay zekâ ve yanıltıcı bilgiler hakkındaki literatür, bu teknolojilerin toplum üzerindeki etkilerini anlamamız ve bu etkilerle başa çıkmamız için gerekli araçları ve bilgileri sunar. Araştırmacılara ve politika yapıcılara rehberlik ederek, yapay zekânın sorumlu bir şekilde kullanılmasını teşvik eder ve yanıltıcı bilgilerle mücadelede stratejiler geliştirilmesine katkıda bulunur.

Anahtar Kelimeler: Sistem, Yanıltıcı, Yapay zekâ

Abstract

Artificial intelligence is emerging as one of the most critical issues of our time. The advancement of this technology is leading to revolutionary changes in information processing and communication, while also facilitating the spread of misleading information. The effectiveness of AI-based systems in detecting and blocking misleading information and in expanding verification tools is being examined. At the same time, artificial intelligence is analyzing the political, moral, and social threats of misleading information by examining the political, moral, and social impacts of AI-supported misleading content on society. Through technologies and algorithms like deepfakes, artificial intelligence is increasing the spread of misleading information by methods such as distorting real news, weakening its legitimacy, and directing the public. Therefore, the role of AI systems in the creation and dissemination of misleading content and how policies for the ethical use of these systems should be shaped is important. These articles provide an in-depth look at artificial intelligence and misleading information, as well as a summary of current research and discussions in this field. They also contain critical information about the potential roles of AI systems in combating misleading information and the necessity of using these technologies ethically and responsibly. Additionally, they serve as an important resource for understanding the complex relationship between artificial intelligence and misleading information and the effects of these technologies on society. In conclusion, the literature on artificial intelligence and misleading information provides the necessary tools and information for us to understand the impacts of these technologies on society and to cope with these effects. It guides researchers and policymakers, encouraging the responsible use of artificial intelligence and contributing to the development of strategies to combat misleading information.

Keywords : Artificial Intelligence, Misleading, System

Hakikatin Kaybı ve Yapay Zekâ Okuryazarlığı

Anıl Kaan Uçar*

Dr. Öğr. Üyesi, Ulubey Meslek Yüksekokulu Gazetecilik ve Habercilik Bölümü, Ordu Üniversitesi

Öz

Yapay zekâ; makinelerin, insanların yaptıkları işlerin benzerlerini gerçekleştirmelerine olanak sağlayan ve tamamlanan her sürecin ardından elde ettiği deneyimle biliş ve öğrenme düzeyini yükselten bir sistemdir. Ancak yapay zekâ uygulamalarının yaygınlaşması, insanın özne olarak toplumsal rolünü aşındırırken bir yandan da bilginin sıradanlaşmasına, kaynağının sorgulanmamasına, metin ve görüntülerle olay ve olguların manipüle edilmesine neden olabilmektedir. Bu durum, hakikatin önemli görülmediği bir dijital çağın oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Buradan hareketle bu çalışma, eleştirel medya okuryazarlığı ile sosyal medya okuryazarlığının eleştirel ve sorgulayıcı yaklaşımlarını temel alan bir yapay zekâ okuryazarlığına dikkat çekmeyi amaçlamaktadır. Çünkü yapay zekâ uygulamalarının haber medyası ve sosyal medya gibi alanlar başta olmak üzere tüm sektörlerde yaygınlaşmasının potansiyel sonuçlarıyla başa çıkılmasının ve buna yönelik tedbirler alınmasının en önemli yolu, sorgulayıcı ve eleştirel nitelikte bir yapay zekâ okuryazarlığından geçmektedir. Bu bağlamda çalışmada, öncelikle yapay zekâ teknolojisinin gelişim sürecine, kullanım alanlarına ve uygulama pratiklerine değinilmektedir. Ardından dijital çağ ve dijital kültür bağlamında hakikat olgusu ele alınmaktadır. Sonrasında ise, eleştirel medya okuryazarlığı ve sosyal medya okuryazarlığı çerçevesinde bilginin hakikiliğini gözetten bir yapay zekâ okuryazarlığı kavramına odaklanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Hakikat, Yapay Zekâ Okuryazarlığı, Eleştirel Medya Okuryazarlığı, Sosyal Medya Okuryazarlığı

The Loss of Truth and Artificial Intelligence Literacy

Abstract

Artificial intelligence is a system that enables machines to perform tasks similar to those performed by humans and increases the level of cognition and learning with the experience gained after each completed process. However, the proliferation of artificial intelligence applications, while eroding the social role of humans as subjects, can also lead to the trivialization of information, the unquestioning of its source, and the manipulation of events and phenomena through texts and images. This situation paves the way for a digital age in which truth is not considered important. From this point of view, this study aims to draw attention to an artificial intelligence literacy based on the critical and questioning approaches of critical media literacy and social media literacy. Because the most important way to deal with the potential consequences of the proliferation of artificial intelligence applications in all sectors, especially in areas such as news media and social media, and to take measures against this is through a questioning and critical artificial intelligence literacy. In this context, the study first addresses the development process, areas of use and application practices of artificial intelligence technology. Then, the phenomenon of truth in the context of digital age and digital culture is discussed. Then, within the framework of critical media literacy and social media literacy, it focuses on the concept of an artificial intelligence literacy that observes the truthfulness of information.

Key Words: Truth, Artificial Intelligence Literacy, Critical Media Literacy, Social Media Literacy

DİJİTAL DÜNYADA ENFORMASYON ÇAĞININ ULUSLARARASI SORUNSALI: DEZENFORMASYONDAN ANLIK YAPAY ARGÜMANA

Nihan ATİLA*

*Global Savunma Dergisi. nihanatila@gmail.com

Öz

Sosyal medyada karşılaşılan şüpheli içeriklerin, sorgulanması, güvenilir kaynaklardan teyit edilmesi ve iddiaların doğruluk kontrolü için **resmî açıklamaları** takip etmek büyük önem taşımaktadır; ancak **“yapay argüman”** sürecinde resmî kaynakların paylaşım ya da açıklamalarında amaçlı olarak bu dezenformasyonlara yapılan atıf, resmî kaynaklara duyulması gereken **güven ikliminde** dezenformasyonu argümanlaştırmakta, “yapay argüman” olarak karşımıza çıkarmakta böylece dezenformasyon ile mücadelede kritik başkaca bir mücadele cephesi açılmaktadır. Yapay argüman, dijital diplomasi gibi günümüzde dijital dünyanın sunduğu olanak ve avantajların yanında devletler arası ilişkilerde bir güvenlik ve risk unsuru dezavantaj olarak karşımıza çıkmaktadır. Zira dijital dünyada resmi paylaşımlara duyulan güven bu iklimde sorgulanır olabilmektedir.

Bu çalışmanın konusu bilgi ve psikolojik savaş kapsamında, günümüz enformasyon çağında dijital dünyanın sunduğu olanaklarla birlikte artan ve güncel sorunlar arasında yerini alan dezenformasyonun devletlerin resmî kurumlarınca da “belge” niteliğinde kullanılabilmesine dikkat çekerek; “yapay argüman” kavramını ortaya koymak; bu bağlamda 7 Ekim 2023- 7 Nisan 2024 tarihleri arasında İsrail-Hamas çatışması çerçevesinde konuyu örneklendirerek günümüz ve gelecekte dijital dünyanın etki gücü ile uluslararası ilişkilerde karşılaşılabilecek yeni bir sorunu tartışmaktadır. Çalışma sonucunda içinde bulunduğumuz bu hız/enformasyon çağında özellikle karmaşa/çatışma ortamında dijital dünyanın ulaşabildiği hedef kitle etki gücü ile İsrail’in “yapay argümana” başvurduğu görülmüş; Türkiye’nin genel anlamda dezenformasyon ile mücadele kapsamındaki çalışmaları ile dünya kamuoyunu da aydınlatmada kritik rol oynadığı gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dezenformasyon, Yapay argüman, Dijital dünya, Bilgi savaşı, Psikolojik savaş, Enformasyon

IN THE DIGITAL WORLD THE INTERNATIONAL PROBLEMATIC OF THE INFORMATION AGE: FROM DISINFORMATION TO INSTANT ARTIFICIAL ARGUMENT

Abstract

It is of great importance to follow official statements in order to question suspicious content encountered on social media, to confirm it from reliable sources and to check the accuracy of claims; however, the purposeful reference to these disinformation in the posts or statements of official sources in the process of “artificial argument” argues disinformation in the climate of trust that should be felt in official sources, and presents it as an “artificial argument”, thus opening another critical front of struggle in the fight against disinformation. In addition to the opportunities and advantages offered by the digital world today, such as digital diplomacy, the artificial argument is a security and risk factor disadvantage in inter-state relations. In this climate, the trust in official exchanges in the digital world can be questioned.

The subject of this study, within the scope of information and psychological warfare, is to draw attention to the fact that disinformation, which has increased with the opportunities offered by the digital world in today’s information age and has taken its place among the current problems, can also be used as a “document” by the official institutions of states; to put forward the concept of “artificial argument”; in this context, to discuss a new problem that may be encountered in international relations with the influence power of the digital world today and in the future by exemplifying the issue within the framework of the Israel-Hamas conflict between October 7, 2023 and April 7, 2024. As a result of the study, it has been observed that in this age of speed/information, especially in the environment of chaos/conflict, Israel has resorted to “artificial argument” with the influence power of the target audience that the digital world can reach; It has been observed that Turkey plays a critical role in enlightening the world public opinion with its efforts to combat disinformation in general.

Key Words: Disinformation, Artificial argument, Digital world, Information warfare, Psychological warfare, Information

MICHAEL HALLIDAY'IN DİLBİLGİSEL METAFOR KAVRAMINA YAKLAŞIMI

Samra HASANZADE*

*Bakü Devlet Üniversitesi, semrahesenzade@yahoo.com

Öz

Yeniden kelimelendirme veya anlam aktarımı olarak da bilinen dil bilgisel metafor, bir kavramın veya fikrin tipik veya edebi ifadeden farklı bir dilsel formda ifade edilmesi sürecini ifade eder. Bu, bir fiilin isme, bir sıfatın fiile veya bir ismin zarfa dönüştürülmesini içerebilir. Dilbilgisi metaforunun temel işlevlerinden biri, konuşmacıların veya yazarların karmaşık veya soyut kavramları daha somut veya maddî bir şekilde tartışmasına olanak sağlamaktır. Bu dilsel olgu, çevremizdeki dünyayı algılama ve onunla iletişim kurma yollarımızı şekillendirmede önemli bir rol oynar.

Ünlü dilbilimci Michael Halliday, dil kullanıcılarının anlamı iletmek için sıklıkla gerçek olmayan dilbilgisi yapılarını kullandıklarını kabul ederek dil bilgisel metafor kavramını ilk ortaya atan kişi oldu. Halliday'in sistemik işlevsel dilbilim üzerine çalışması, bir kavramın farklı yönlerini vurgulamak veya belirli iletişimsel bağlama uymak için bireylerin fikirleri yeniden ifade etme veya yeniden ifade etme yollarını vurguladı.

Michael Halliday'in dil bilgisel metafor kavramına yaklaşımı, dilin anlamlarını literal formların ötesinde ifade etmek için çeşitli şekillerde kullanılabileceği fikrine odaklanır. Halliday, geleneksel dilbilgisinin yalnızca anlamın birebir veya doğrudan temsiline odaklandığını, dil bilgisel metaforun ise dilin daha yaratıcı ve soyut bir şekilde kullanılmasına olanak tanıdığını savunur.

Halliday'in dil bilgisel metafor teorisi, metaforik fiiller, nominalizasyon ve pasif yapılar gibi dilbilimsel seçimler yoluyla anlamın dönüştürülmesini içerir. Bu seçimler, konuşmacıların karmaşık veya soyut kavramları daha incelikli ve etkileyici bir şekilde ifade etmelerini sağlar. Dil bilgisel metafor, konuşmacıların yeni anlamlar yaratmak için dili manipüle etmelerine ve böylece dilin ifade potansiyelini genişletmelerine olanak tanır.

Bu çalışmamız dil bilgisel metafor kavramına Halliday'in işlevsel dilbilim sistemi üzerinden yaklaşıyor.

Anahtar Kelimeler: Dilbilgisel metafor, M. Halliday, nominalizasyon, pasif yapılar, metaforik fiiller, SFL

MICHAEL HALLIDAY'S APPROACH TO THE CONCEPT OF GRAMMATICAL METAPHOR

Grammatical Metaphor, also known as rewording or meaning transference, refers to the process of expressing a concept or idea in a linguistic form that is different from the typical or literal expression. This can involve transforming a verb into a noun, an adjective into a verb, or a noun into an adverb. One of the key functions of grammatical metaphor is to enable speakers or writers to discuss complex or abstract concepts in a more tangible or concrete manner. This linguistic phenomenon plays a significant role in shaping the ways in which we perceive and communicate about the world around us. Renowned linguist Michael Halliday was the first to introduce the concept of grammatical metaphor, acknowledging that language users frequently utilize non-literal grammatical constructions to communicate meaning.

Halliday's work on systemic functional linguistics highlighted the ways in which individuals can rephrase or reword ideas in order to emphasize different aspects of a concept or to suit the specific communicative context.

Michael Halliday's approach to the concept of grammatical metaphor focuses on the idea that language can be used in a variety of ways to express meanings beyond their literal form. He argues that traditional grammar only focuses on the literal or direct representation of meaning, while grammatical metaphor allows language to be used in a more creative and abstract way.

Halliday's theory of grammatical metaphor involves the transformation of meaning through linguistic choices such as metaphorical verbs, nominalization, and passive constructions. These choices enable speakers to express complex or abstract concepts in a more nuanced and expressive manner. Grammatical metaphor allows speakers to manipulate language to create new meanings and thus expand the expressive potential of language.

This research approaches the concept of grammatical metaphor through Halliday's system of functional linguistics.

Key Words: Grammatical metaphor, M.Halliday, nominalization, passive constructions, metaphorical verbs, SFL

USING DISTANCE EDUCATION TECHNOLOGIES IN TEACHING KAZAKH AS A FOREIGN LANGUAGE

Rayhan ABNASSYROVA*, **Kurulay MUKHAMADI****, **Aliya ZAKARIYA*****

*SDU University, raikhan.abnassyrova@sdu.edu.kz,

**SDU University, aliya.zakariya@sdu.edu.kz

***Al-Farabi Kazakh National University, kuralay.mukhamadi@gmail.com

Abstract

In the era of modern digital technologies, a person who wants to learn the language efficiently can master it via the Internet. Computers, smartphones, tablets, and other devices serve not only as tools for communication but also as essential aids for acquiring new knowledge and skills. In today's digital age, individuals seeking to learn a language can now do so efficiently through the Internet. Computers, smartphones, tablets, and other devices serve not only as tools for communication but also as essential aids for acquiring new knowledge and skills. The advantage lies in the accessibility of study materials anytime and anywhere.

Considering the methodology of teaching a global language, the proliferation of mobile technologies has led to the development of numerous open educational platforms. These platforms enable language learners to independently study their desired language at their convenience, thus undergoing comprehensive examination.

The article provides a review of research work to identify the scientific and theoretical foundations of the methodology of teaching a foreign language through open educational platforms. It also explores the potential of using information and communication technologies to develop alternative teaching methodologies for foreign language students. By effectively using these technologies, we can increase the interest of foreign students in learning the Kazakh language. This article briefly outlines language learning methods, as well as the various games and tasks utilized within them.

Key Words: Open educational platform, Distance learning, Kazakh language, Teaching as a foreign language, Digital technologies, Game-based tasks, Effective programs

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ ИНФОРМАЦИОННЫМ ВОЙНАМ В РОССИИ И КЫРГЫЗСТАНЕ

Филипп ГУРОВ*

Канатбек МУРЗАХАЛИЛОВ**

*МГУ имени М.В. Ломоносова, filipp.gurov@rsv.ru

**Коммуникационной группы «Гуров и Партнеры - Центральная Азия»

Аннотация

В докладе рассматриваются актуальные инструменты противодействия информационным войнам и другому деструктивному влиянию в цифровой среде. Анализируется опыт России и Кыргызстана, проводится сравнительный анализ используемых подходов. В качестве примеров рассматривается противодействие конкретным PR-кампаниям нескольких последних лет, направленным на ухудшение отношений двух стран и дестабилизацию социально-политической обстановки на постсоветском пространстве.

Особое внимание в представленной работе уделяется феномену постправды в социальных сетях и средствах массовой информации, а также распространению фейковых материалов. Проблема усугубляется с появлением новейших технологий, в том числе нейросетей третьего поколения и метавселенных.

Острой проблемой, по мнению докладчиков, является формирование так называемых «информационных пузырей». Эта проблема рассматривается как со стороны индивидуального медиапотребления, так и в контексте государственных коммуникаций (public affairs). Такие «пузыри» осложняют донесение социально значимой информации до населения, а также способствуют радикализации общества.

Показано, что важными элементами защиты информационного суверенитета являются совершенствование нормативно-правовой базы, повышение цифровой грамотности населения и организация профессионального медиамониторинга – как на государственном, так и на корпоративном уровне.

Ключевые слова: Информационные войны, Фейковые новости, Постправда, Информационные пузыри, Цифровая грамотность, Медиамониторинг

COUNTERING INFORMATION WARS IN RUSSIA AND KYRGYZSTAN

The report examines current tools for countering information wars and other destructive influences in the digital environment. The experience of Russia and Kyrgyzstan is analyzed, and a comparative analysis of the approaches used is carried out. As examples, we consider the opposition to specific PR campaigns of the last few years aimed at worsening relations between the two countries and destabilizing the socio-political situation in the post-Soviet space.

Special attention in the presented work is paid to the phenomenon of post-truth in social networks and mass media, as well as the spread of fake materials. The problem is getting worse with the advent of new technologies, including third-generation neural networks and metaverses.

An acute problem, according to the speakers, is the formation of so-called “information bubbles”. This problem is considered both from the perspective of individual media consumption and in the context of public communications (public affairs). Such “bubbles” complicate the communication of socially significant information to the population, and also contribute to the radicalization of society.

It is shown that important elements of protecting information sovereignty are the improvement of the regulatory framework, increasing digital literacy of the population and the organization of professional media monitoring – both at the state and corporate levels.

Keywords: Information wars, Fake news, Post-truth, Information bubbles, Digital literacy, Media monitoring

**DIGITAL PLATFORMS AND DISINFORMATION IN CONFLICT ZONES: A CASE
STUDY OF THE KYRGYZ-TAJIK BORDER CONFLICT 2021**

Begayım MAKSUTOVA*

Aikokul MAKSUTOVA**

*Kyrgyz National University named after J. Balasagyn, bg.zad@mail.ru

** International Peacebuilding Advisor, maksut.aikokul@gmail.com

Abstract

This article explores the role of digital communication platforms as channels for disseminating disinformation, shaping public opinion, and exacerbating hostilities during the Kyrgyz-Tajik border conflict of 2021. It analyzes these dynamics from the perspectives of communication and media studies, as well as peace and conflict studies. Engaging with various theories on information warfare, media manipulation, disinformation, propaganda, and hate speech, the study seeks to explain the strategic use of digital platforms in conflict settings. The paper employs a mix of data analysis methods, including qualitative and quantitative content analysis and sentiment analysis, and examines raw data from media platforms utilized by Tajikistani and Kyrgyzstani user communities. It aims to contribute to the academic discourse on the potential roles of social networks in conflict dynamics.

Keywords: Disinformation, social networks, fake news, public opinion, media manipulation, information warfare.

**ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ И ДЕЗИНФОРМАЦИЯ: ИССЛЕДОВАНИЕ
КЫРГЫЗСКО-ТАДЖИКСКОГО ПОГРАНИЧНОГО КОНФЛИКТА 2021 Г.**

Аннотация

В данной статье рассматривается функционирование цифровых коммуникационных платформ как площадки для распространения дезинформации, формирования общественного мнения и разжигания вражды во время кыргызско-таджикского пограничного конфликта 2021 года. Авторы анализируют динамику развития конфликта как с точки зрения изучения коммуникации и медиа, так и с точки зрения изучения мира и конфликтов. Основываясь на различные теории информационной войны, манипулирования СМИ, дезинформации, пропаганды и языка вражды, авторы пытаются объяснить феномен стратегического использования цифровых платформ в условиях конфликта. В работе применяется комплекс методов анализа данных, включая качественный и количественный контент-анализ, анализ настроений, тщательно изучаются исходные данные с медиаплатформ, используемых пользователями Таджикистана и Кыргызстана. Результаты данной работы могут применяться в академическом дискурсе о потенциальной роли социальных сетей в динамике конфликта.

Ключевые слова: дезинформация, социальные сети, фейковые новости, общественное мнение, манипулирование СМИ, информационная война.

ТРАКТОВКА ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ГАРМОНИИ В ПРОЗЕ

Расулова Умида*

*Тошкент давлат ўзбек тили ва адабиёти университети, rasulovaumida12@gmail.com

Аннотация

В структуре прозаического произведения общность художественного образа с растениями и животными ярко выражена. Причиной является поведение человека, восприятие окружающего мира, отражение его духовного состояния, характера, философской позиции, эстетического идеала. При передаче художественного замысла пропаганда автором духовно-нравственной ценности персонажа усиливает смысл, а сложность и загадочность окружающего мира раскрывают духовную, философскую наблюдательность, а также мудрость человека и создают определенный образ.

Вселенная – сложный человеческих отношений, и его правильная интерпретация является дорогой к мудрости. На Земле актуален определенный баланс: от микрослоя до макромира. При этом смысл жизни для автора художественного произведения оценивается силой слова. В связи с этим необходимо соблюдение таких принципов как точность и глубина высказывания. В этом контексте будет уместным отметить, что сущность и талант автора всегда отражаются в его творчестве.

Стихией жизни являются трава, вода, воздух и почва, что является реалистичным представлением веры предков, стремления познать и понять вселенную. Прозрачная вода, целебные травы, чистейший воздух, плодородная почва – уникальные дары щедрой природы человеку. Вода и почва – универсальные символы в мифологии не только тюркских народов, но и других народов мира. То, что они являются символом достатка, удачи, честности и чистоты, интерпретируется в народных песнях и легендах (сезонные обрядовые песни, вода и хлеб, сопровождающие героя в путешествии, горсть родной земли - все это народные поверья, пример маслаги). Данная гармония показывает, что все элементы стихии всегда направлены на достижение единой цели.

Ключевые слова: Проза, Поэтика, Мир, Бытие, Образ, Чувство.

Abstract

In the composition of a prose work, the commonality of the artistic image with plants and animals is clearly expressed in the section of earthly and heavenly addresses. His behavior, understanding of world events, showing his spiritual image, nature of character, philosophical position, aesthetic ideal are used. In conveying the artistic intention of the creator, the promotion of spiritual and moral value of the character strengthens the meaning. The complexity and mystery in the world reveal the spiritual, philosophical observation, wisdom of a person and create a reliable image.

The universe is a complicated talisman of human relations, and reading it reveals wisdom. Kurrai is subjected to a certain balance on the ground from the micro layer to the macro world. Their quality, sign, feature always points to industry. The artist evaluates the meaning of life with the power of words. In this regard, it is advisable to observe principles such as accuracy, density, and depth. In this sense, it is no exaggeration to say that the artist's existence and talent are reflected in his work.

The element of life is grass, water, air, and soil, which is a realistic representation of the belief of the ancestors, the desire to know and understand the universe. Clear water, healing herbs, clean air, fertile soil are unique gifts of generous flora to mankind. Water and soil are universal symbols in the mythology of not only Turkic peoples, but also the world. The fact that he is a symbol of sustenance, fortune, honesty, and purity is interpreted in folk songs and legends (seasonal ritual songs, water and bread accompanying a hero on a journey, a handful of native soil - all this is the belief of the people, an example of maslagi). This harmony shows that the three elements have always been unified towards a single goal.

Key words: Prose, Poetics, World, Being, Image, Feeling

DİJİTAL DİPLOMASİ VE KAMU DİPLOMASİSİ FAALİYETLERİNİ TEHDİT EDEN UNSURLAR “DEZENFORMASYON VE POST TRUTH”

Onur KAYA*

*Güney Federal Üniversitesi

Öz

Bu araştırmanın amacı dijital diplomasi ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin ana odak noktası sayılabilecek enformasyon kavramının, dezenformasyon ve post truth (gerçek ötesi) kavramları ile birlikte değerlendirilmesidir. Enformasyon, dezenformasyon ve post truth olgularının dijital diplomasi ve kamu diplomasisi faaliyetlerine etkileri analiz edilecektir. Çalışmada üzerine durulacak temel konular, dezenformasyon ve post truth olgularının toplum temelli bir biçimde dijital diplomasi ve kamu diplomasisi faaliyetlerini ne derecede etkileyebileceği üzerine olacaktır. Araştırmanın yöntemi olarak iki bölümlü analiz yapılması tercih edilmiştir. Birinci analiz bölümünde toplumun enformasyon ile ilişkisi ve enformasyonun dijital diplomasi ve kamu diplomasisi faaliyetlerinde kullanımı, ikinci bölümde ise dezenformasyon ve post truth (gerçek ötesi) kavramlarının toplum tarafından kabulü ve dijital ve kamu diplomasisi uygulayıcılarının bu kavramlara karşı tutum ve çalışmaları bilgi felsefesi bağlamında analiz edilecektir. Çalışmanın temel argümanı olarak sosyal medyanın insanlar tarafından haber ve bilgi alım kaynağı olarak değerlendirilmesi ile birlikte dezenformasyon ve post truth olgusunun dijital diplomasi ve kamu diplomasisi faaliyetlerinde dezenformasyon hedef ülke toplum/ toplumlari ve hatta hükümetler düzeyinde olan etkileşimi ve ilişkiyi bozabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Enformasyon, Dezenformasyon, Post Truth, Kamu diplomasisi, Dijital diplomasi

ЭЛЕМЕНТЫ, УГРОЖАЮЩИЕ ЦИФРОВОЙ ДИПЛОМАТИИ И ОБЩЕСТВЕННОЙ ДИПЛОМАТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «ДЕЗИНФОРМАЦИЯ И ПОСТПРАВДА»

Аннотация

Целью данного исследования является анализ влияния концепции информации, которая может рассматриваться как основной фокус цифровой дипломатии и общественной дипломатии, на восприятие обществом явлений информации, дезинформации и «постправды» в контексте концепций дезинформации и «постправды», а также на итоговое обсуждение последствий для цифровой дипломатии и общественной дипломатии. Основные вопросы, на которых будет сосредоточено внимание в исследовании, включают в себя влияние явлений дезинформации и «постправды» на цифровую и общественную дипломатию с точки зрения общества, а также анализ работ и мероприятий, проводимых или могущих быть проведенными в отношении явлений дезинформации и «постправды». В качестве метода исследования был выбран двухэтапный анализ. На первом этапе анализа рассматривается отношение общества к информации и использование информации в цифровой и общественной дипломатии, на втором этапе проанализировано принятие обществом концепций дезинформации и «постправды», а также отношение и мероприятия практиков цифровой и общественной дипломатии по отношению к этим концепциям в контексте философии информации. Основным аргументом исследования является то, что с учетом того, что социальные медиа рассматриваются людьми как источник новостей и информации, явление дезинформации и «постправды» может нарушить взаимодействие и отношения между целевыми обществами или группами и даже правительствами в рамках деятельности по цифровой дипломатии и общественной дипломатии.

Ключевые слова: Информация, Дезинформация, Постправда, Общественная дипломатия, Цифровая дипломатия

KÜLTÜREL BELLEK BAĞLAMINDA DİJİTAL TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN FİLM ARŞİVCİLİĞİNE ETKİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

K. Ayfer Koç*

*Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, kayferkoc@gmail.com

Öz

Geçmişten günümüze teknolojinin etkisiyle biçim ve içerik olarak çeşitli değişimlere uğrayan sinema, son yıllarda yaşanan ve hayatın her alanında var olan dijitalleşme ile en büyük dönüşümlerinden birisini yaşamaktadır. Çekildiği dönemin siyasi, sosyal, kültürel, ekonomik yapısını yansıtmaya ne deniyle öne çıkan filmler, geçmişi yansıtan önemli bir belge niteliğindedir ve ciddiyetle korunması gerekmektedir. Toplumsal bellek, toplumun geçmişe ait olaylarla tanışık olması, kimi zaman geri gidebilmesi şeklinde tanımlanabilmektedir. Belleğin yeniden kurgulanmasında ve özellikle anlatı oluşturma ve bağlam kurma konusunda sinema önemli rol oynamaktadır. Bir ülkenin görsel belleğini oluşturan her türlü sinematografik malzemeyi koruyan film arşivleri aynı zamanda bu malzemelerin gelecek kuşaklara aktararak kültürel belleğin sürdürülmesi görevini de üstlenmektedir. Bu çalışmanın amacı, kültürel mirasın önemli bir nesnesi olan sinema filmlerinin dijital teknolojilerden yararlanarak korunmasının toplumsal bellek bağlamında önemini ortaya koymaktır. Çalışmada veriler, bir niteliksel araştırma yöntemi olan betimsel analiz ve içerik analizi yoluyla değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucunda, sürekli değişen ve gelişen dijital teknolojilerden yararlanarak film arşivciliğinin desteklenmesinin toplumsal belleğe katkıları sunacağı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Teknoloji, Kültürel Bellek, Sinema, Film Arşivciliği, Restorasyon

Evaluation of The Effects of Digital Technological Developments on Film Archiving in The Context of Cultural Memory

Abstract

Cinema, which has undergone various changes in form and content under the influence of technology from past to present, is experiencing one of its biggest transformations with the digitalization that has been experienced in recent years and exists in every aspect of life. Films, which are important because they reflect the political, social, cultural and economic structure of the period in which they were shot, are an important document reflecting the past and need to be protected seriously. Social memory can be defined as society's acquaintance with past events and sometimes being able to go back in time. Cinema plays an important role in reconstructing memory, especially in creating narratives and establishing context. Film archives, which preserve all kinds of cinematographic materials that constitute the visual memory of a country, also undertake the task of maintaining cultural memory by transferring these materials to future generations. The aim of this study is to reveal the importance of preserving motion pictures, which are an important object of cultural heritage, by using digital technologies in the context of social memory. The data in the study were evaluated through descriptive analysis and content analysis, which is a qualitative research method. As a result of the study, it was determined that supporting film archiving by using ever-changing and developing digital technologies will contribute to social memory.

Keywords: Digital Technology, Cultural Memory, Cinema, Film Archiving, Restoration

EGEMENLERİN HEGEMONYASINDA BİR ARAÇ OLARAK İNTERNET VE SOSYAL MEDYA

Tevfik Fikret KOLOĞLU*, Cavit YAVUZ**

Ordu Üniversitesi, tfkologlu@hotmail.com

Ordu Üniversitesi, yavuzcavit@hotmail.com

Öz

Günümüzde, internet ve sosyal medya platformlarının, küresel iletişimde ve bilgi paylaşımında güçlü ve merkezi bir role sahip olduğu görülmektedir. Bu platformlar, sadece bireyler arasında iletişimi kolaylaştırmakla kalmayıp aynı zamanda dünya genelinde toplumsal ve politik etkiler oluşmasına da sebep olmaktadır. Egemenlik kavramı güç ilişkileri ve toplumsal düzenin temelini oluştururken, iletişim bu egemenlik ilişkilerinin merkezi bir parçası durumundadır. Egemen hegemonyanın etkilerinin arttırılmasında ve toplumsal algıların şekillenmesinde iletişim ortamlarının kritik bir rol oynadığı aşikâr olup internet ve sosyal medyanın bu iletişim stratejilerinin ana eksenini oluşturduğu düşünülmektedir. Söz konusu ortamlar, sadece bilgi ve haberlerin yayılmasını sağlamakla kalmayıp aynı zamanda toplumsal hareketlerin koordinasyonu ve toplumun farkındalığını artırma gibi önemli işlevleri de yerine getirmektedir. Egemen güçlerin, internet ve sosyal medya platformlarını çeşitli amaçlar için etkin bir şekilde kullandıkları görülmektedir. Bu amaçlar arasında propaganda, algı yönetimi, toplumsal kontrol ve politik manipülasyon gibi stratejiler bulunmakta, medya kuruluşları, devlet, sivil toplum kuruluşları vb. güçler de söz konusu bu platformları etkili bir propaganda aracı olarak kullanmaktadır. Medya kuruluşları ve devletler de bu platformları etkileyici birer propaganda aracı olarak kullanmaktadır. Ancak bununla birlikte egemenlerin internet ve sosyal medya üzerindeki hegemonyasına karşın bazen toplumsal tepkilerin de görüldüğü gözlenmektedir. Örneğin, sivil toplum kuruluşları, aktivistler ve bireyler, alternatif bir söylem geliştirerek ve bilgi paylaşımını teşvik ederek bu hegemonyaya karşı çıkabilmektedirler. Egemen hegemonya bu tepkilere karşı sansür, baskı, manipülasyon ve dezenformasyon gibi çeşitli yöntemlerle toplumsal tepkileri kontrol altına almaya çalışmaktadır. Çalışmanın amacı egemen güçlerin her alanda hegemonya kurmalarında internet ve sosyal medya ortamlarını birer araç olarak kullandıklarını ortaya koymaya çalışmaktır. Çalışma literatür taramasına dayalı olarak konuyla ilgili kapsamlı veriler toplanması ve bunların derlenmesi şeklinde gerçekleştirilmiştir. Gelecekteki çalışmalar, egemenlerin iletişim stratejileri üzerindeki etkisinin yanı sıra, toplumsal tepkilerin ve direnişin analizine odaklanmalıdır. Ayrıca, bu çalışmaların, demokratik değerlerin korunması ve toplumsal adaletin sağlanması açısından büyük önem ve hassasiyet taşıdığı da unutulmamalıdır.

Anahtar Kelimeler: Egemenlik, İnternet, Hegemonya, Sosyal Medya

THE INTERNET AND SOCIAL MEDIA AS TOOLS IN THE HEGEMONY OF DOMINANT POWERS

Abstract

In today's world, it is evident that the internet and social media platforms play a powerful and central role in global communication and information sharing. These platforms not only facilitate communication among individuals but also contribute to the formation of societal and political impacts worldwide. While the concept of sovereignty forms the basis of power relations and social order, communication stands as a central component of these sovereign relationships. It is clear that communication environments play a critical role in enhancing the effects of dominant hegemony and shaping societal perceptions, with the internet and social media being considered as the main axis of these communication strategies. These environments not only facilitate the spread of information and news but also serve important functions such as coordinating social movements and increasing societal awareness. Dominant powers effectively utilize the internet and social media platforms for various purposes. These purposes include strategies such as propaganda, perception management, social control, and political manipulation, with media organizations, governments, civil society organizations, etc., utilizing these platforms as effective propaganda tools. However, despite the hegemony of dominant powers over the internet and social media, societal reactions are sometimes observed. For instance, civil society organizations, activists, and individuals can resist this hegemony by developing alternative discourses and promoting information sharing. In response to such reactions, dominant hegemony attempts to control societal responses through various methods such as censorship, repression, manipulation, and disinformation. The aim of this study is to demonstrate that dominant powers utilize internet and social media environments as tools to establish hegemony in all areas. The study was conducted by collecting comprehensive data related to the subject based on a literature review. Future studies should focus not only on the impact of dominant powers' communication strategies but also on the analysis of societal reactions and resistance. Furthermore, it should be noted that these studies carry great importance and sensitivity in terms of preserving democratic values and ensuring social justice.

Keywords: Sovereignty, Internet, Hegemony, Social Media

“BİR AYRILIK” FİLMİNDE ANLATISAL BİLGİLERİN İZLEYİCİDEN SAKLANMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Mirhossein SERVATMAND*

*İran, mir.servat@gmail.com

Öz

Asghar Farhadi'nin “Bir Ayrılık” filmi İran sinema tarihinin en ünlü filmlerinden biridir. 2012 yılında En İyi Uluslararası Film Akademi ödülü de dahil olmak üzere elliden fazla uluslararası ödül kazanan bu film, birçok kez eleştirilmiştir. Bazı eleştirmenlere göre Asghar Farhadi bu filmin anlatımında bazı bilgileri gizlemeye çalışmış ve filmini daha çekici kılmak adına izleyiciye yeterli bilgi vermemiş ve böylelikle izleyici için hikâyenin bir kısmı karanlıkta kalmıştır. Bazı sekanslar tamamen kaldırılmış, bazı sekanslarda ise mizansen seçimi nedeniyle filmin anlatısında kahramanların yaşadığı önemli olaylar geride bırakılmıştır. Ayrıca filmin bazı kısımlarında karakterler yalan söyleyerek izleyiciyi gerçeği bulma konusunda yanıltmışlardır. Bu makale, filmin anlatımından çıkarılan ya da gizlenen öğelerin, hikâyenin önemli olayları mı, yoksa sinema ortamının yarattığı zaman sınırı nedeniyle yönetmenin çıkarmak zorunda kaldığı daha az önemli öğeleri mi olduğunu incelemeye çalışmaktadır. Ayrıca filmin anlatımından bazı olayların çıkarılmasının tür kurallarına göre yapılıp yapılmadığı da araştırılmaktadır. Bu makalede kullanılan yöntem, “Gérard Genette” in anlatıbilim kuramına dayanan anlatı analizidir. Bu bağlamda “Bir Ayrılık” filminin anlatısı yapısalcı bir yaklaşımla çözümlenmiştir. Edebî metinlerden yola çıkan ve özellikle Marcel Proust'un “Kayıp Zamanın İzinde” adlı romanına odaklanan Genette, anlatımı “olay örgüsü”, “öykü”, “anlatı metni” ve “anlatı” başlıkları altında ayırmıştır. Bu anlatısal bölümlendirme film için de geçerli olduğundan bu makalede “Bir Ayrılık” filminin anlatısının analizinde de aynı yöntem kullanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Anlatı, Gérard Genette, Anlatısal parça çıkarma, Tür

DEZENFORMASYONA KARŞI ETKİN BİR SAVUNMA: MEDYA OKURYAZARLIĞI

Ayhan YİĞİTER*

*Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, ayigiter@mku.edu.tr

Öz

Yaşadığımız toplumda önemli fonksiyonları bulunan okuryazarlık yetisi, asırlardır toplumlar tarafından kullanılmaktadır. Her geçen gün iletişim alanında ortaya çıkan yeni teknolojiler, okuryazarlığın yalnızca okuma ve yazma eylemiyle değil aynı zamanda içinde bulunduğumuz toplumla birlikte ele alınmasını da gerekli hale getirmektedir. Bilhassa, yeni iletişim araçlarının bireylerin yaşantısında önemli bir yer kazanması okuryazarlık kavramının da dijital alanda karşılık bulmasını sağlamaktadır. Her geçen gün artan medya ortamları ve araçları tüketicilere daha fazla içeriklere erişim imkânı sunmaktadır. Ortaya çıkan bu durum medya okuryazarlığının biz tüketiciler için hayati bir ihtiyaç olması sonucunu doğurmaktadır. Medya okuryazarı bireyin kitle iletişim araçları vasıtasıyla kendine ulaşan iletileri hem anlamak hem de bu iletilerin artalanında yatanları fark edip çözümlemesi beklenmektedir. Unutulmamalıdır ki dijital medya üzerinden gönderilen fotoğraf, video ve içerikler kişilerin algılarını yönetmek için kullanılmakta, birçok insan paylaşılanların doğruluğunu teyit etmeden kabul ettiği için, algılar hedeflenen biçimde yönetilebilmektedir. Dijital medya sayesinde yanlış bilgiler çok hızlı bir biçimde kullanıcılara sunulmakta bu ise, dezenformasyonun yayılma hızını arttırmaktadır. İnternet sayesinde sosyal medya günümüzde herkese paylaşım imkânı sunmakta, bu durum bilgi kirliliğine ve doğru olmayan yayınların kişilere ulaşmasına sebep olmaktadır. Bu çalışma da medya okuryazarlığının önemini ve dezenformasyonu önlemek için medya okuryazarlığına neden ihtiyaç duyulduğunu anlatmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dezenformasyon, Medya Okuryazarlığı, Dijital Medya

AN EFFECTIVE DEFENSE AGAINST DISINFORMATION: MEDIA LITERACY

Abstract

Literacy, which has important functions in the society we live in, has been used by societies for centuries. New technologies that emerge in the field of communication every day make it necessary to consider literacy not only with the act of reading and writing, but also with the society we live in. In particular, new communication tools gaining an important place in individuals' lives ensures that the concept of literacy finds its counterpart in the digital field. Increasing media environments and tools offer consumers access to more content. This resulting situation results in media literacy being a vital need for us, the consumers. A media literate individual is expected to both understand the messages that reach him/her through mass media and to recognize and analyze what lies behind these messages. It should not be forgotten that photos, videos and contents sent via digital media are used to manage people perceptions, and since many people accept what is shared without verifying its accuracy, perceptions can be managed in a targeted way. Thanks to digital media, false information is presented to users very quickly, which increases the speed of disinformation spread. Thanks to the internet, social media today offers everyone the opportunity to share, and this causes information pollution and inaccurate publications to reach people. This study explains the importance of media literacy and why it is needed to prevent disinformation.

Key Words: Disinformation, Media Literacy, Digital Media

AZERBAJYAN DİLİNDE DÜĞÜNLE İLGİLİ TERİMLERİN DİĞER TÜRK DİLLERİ İLE KARŞILAŞTIRMALI TAHLİLİ

Maleyka MİRZALİ*

*Bakü Devlet Üniversitesi, maleyka.mirzali@icloud.com

Öz

Ünlü dilbilimci V. F. Humboldt şöyle demiştir: «Dil, halkın ruhudur.» Nitekim dil, ait olduğu halkın değerlerini koruyan bir «sandık» işlevi görmektedir. Başka bir deyişle dil, etnosun millî pasaportudur. Bu anlamda, 20. yüzyılda multidisipliner dilbilimin bir dalı olarak gelişen etnolinguistiki yorumlayan araştırmacılar, burada hem etnolojik hem de dilsel özellikler olmak üzere iki faktörü önemsiyorlar. Önde gelen etnik dilbilimci E. Sepir ve onun devamcısı B. Whorf'un fikirleri bu alandaki ilk teorik temelleri oluşturdu.

Diğer diller gibi Azerbaycan dili de etnolinguistik unsurlarını koruyor. Yalnız edebî dilde değil dilin lehçelerinde bile renkli bir etno-dünyayla karşılaşırız. Bazen bir dilin ağzında korunan herhangi bir etnik sözcük, o dilin ait olduğu diğer dil gruplarında da kendini gösterebilir. Örneğin Azerbaycan dilinin çoğu ağzında “düğünü idare eden” anlamında “toybabası”, “toybäyi”, “toybaşı” gibi kelimeler kullanılmaktadır ki aynı anlamda Özbekçe’de “tuyboyi” şeklinde sözcük bulunmaktadır. Veya Azerbaycan dilinde “gälingätirdi, gälingätidi” şeklinde “gelinin kız evinden oğlan evine götürülmesi” anlamında kullanılan kelimeye Tatarcada “kilën töşerüv” şeklinde rastlarız.

Elbette yukarıda bahsettiğimiz örneklere benzeyen başka anlamsal kelime grupları da vardır. Örnek olarak çoğu Türk dilinde aynı kökten olan evliliğe dayalı akrabalık terimlerini söyleyebiliriz. Örneğin, Azerbaycan edebî dilinde “damat” anlamında “kürəkən” sözü kullanılıyor. Fakat bu söz Azerbaycan dilinin Derbend ağzında “göm”, Guba ağzında “giyo\giyov”, Şerur, Şahbuz, Zengilan, Nahçıvan ağızlarında “gəv\ gev\giyəv\ciyəv”, Cebrayıl ağzında “gəyəv”, Bakı ağzında “göv”, Zagatala ağzında ise “göyüm” şeklindedir. Bu kelimeler ile aynı kökten gelen, aynı anlamlı, benzer fonetik yapıda sözlere diğer Türk dillerinde de rastlamaktayız. Bu kelime Türkçede “güvey, güveyi”, Kırgızcada “küyö”, Kazakçada “küyöü”, Tatar, Başkurtça “kiyeü”, Kırım tatarça “güyü”, Gagavuzca “güwä”, Altayca “küyä, küyü”, Yakutça “kütüö”, Çuvaşçada “küre” şeklindedir. Bu kelime “küdegü” şeklinde eski türk yazıtlarında da geçer. Ayrıca, Moğol ve Tunguz dillerinde de rastlandığı için bu kelimeyi türkologlar Altay dilleri kapsamında araştırmaktadır.

Bunun gibi pek çok örnek var. Makalemizde Azerbaycan edebî dilinde ve ağızlarında bulunan düğünle ilgili etnik sözcükleri Türk dilleri bağlamında incelenmesinin amacı, dilimizin derin yapılarındaki gelenek ve göreneklerle bağlı ortak noktalarını gün yüzüne çıkarmaktır.

Anahtar Kelimeler: etnolinguistik, etnik sözcükler, Türk dilleri ailesi, Azerbaycan dili, ağızlar, düğün gelenekleri isimleri

COMPARATIVE ANALYSIS OF WEDDING-RELATED TERMS IN AZERBAIJANI LANGUAGE WITH OTHER TURKIC LANGUAGES**Abstract**

The famous linguist V. F. Humboldt said: “Language is the soul of the people.” As a matter of fact, language functions as a “chest” that protects the values of the people it belongs to. In other words, language is the national passport of the ethnos. In this sense, researchers interpreting ethnolinguistics, which developed as a branch of multidisciplinary linguistics in the 20th century, pay attention to two factors here: ethnological and linguistic features. The ideas of the leading ethnolinguist E. Sepir and his successor B. Whorf formed the first theoretical foundations in this field.

Like other languages, the Azerbaijani language preserves its ethnolinguistic elements. We encounter a colorful ethno-world not only in the literary language but even in the dialects of the language. Sometimes any ethnic words preserved in the dialect of a language can also manifest itself in other language groups to which that language belongs. For example, in most dialects of the Azerbaijani language, words such as “toybabası”, “toybəyi”, “toybashi” are used in the meaning of “the one who manages the wedding”, and there is a word with the same meaning in Uzbek as “tuyboyi”. Or, the word used in Azerbaijani language as “galingätirdi, galingätidi” meaning “taking the bride from the girl’s house to the boy’s house” is used as “kilën töşerüv” in Tatar.

Of course, there are other semantic word groups similar to the examples we mentioned above. For example, we can say the terms of kinship based on marriage, which have the same root in most Turkic languages. For example, the word “kürəkən” is used in the Azerbaijani literary language to mean “groom”. However, this word is “göm” in the Derbend dialect of the Azerbaijani language, “giyo\giyov” in the Guba dialect, “göv\gev\giyöv\ciyöv” in the Şerur, Şahbuz, Zengilan, Nakhchivan dialects, “gəyöv” in the Cebrayıl dialect, “göv” in the Bakı dialect, “Göyüm” in the Zagatala dialect. We also encounter words with the same root, the same meaning, and similar phonetic structure as these words in other Turkic languages. This word is “güvey, güveyi” in Turkish, “küyö” in Kyrgyz, “küyöü” in Kazakh, “kiyeü” in Tatar, Bashkir, “güyü” in Crimean Tatar, “güwä” in Gagauz, “küyä, küyü” in Altay, “kütüö” in Yakut, “kütüö” in Chuvash. This word also appears in old Turkish inscriptions as “küdegü”. In addition, since it is also found in Mongolian and Tungus languages, turkologists research this word within the scope of Altai languages.

There are many examples like this. In our article, the purpose of examining ethnic words related to weddings in the Azerbaijani literary language and dialects in the context of Turkic languages is to reveal the common points related to traditions and customs in the deep structures of our language.

Key Words: Ethnolinguistics, ethnic words, Turkic languages family, the language of Azerbaijan, dialects, names of wedding traditions

DÖNGÜ UZMANLARININ DEZENFORMASYON İÇERİKLİ HABERLERİN ÜRETİLMESİ VE YAYGINLAŞTIRILMASINDAKİ ROLÜ: 31 MART YEREL SEÇİMLERİ ÖRNEĞİ

Erdem TAŞDEMİR*, **Betül KARADENİZ DEMİRATA****, **Aytaç Burak DERELİ*****

* Trabzon Üniversitesi, tasdemir@trabzon.edu.tr

**Trabzon Üniversitesi, betulkaradeniz@trabzon.edu.tr

***Trabzon Üniversitesi, abdereli@trabzon.edu.tr

Öz

Dezenformasyon, internet teknolojilerinin hızla yaygınlaşması ve küreselleşmenin yeni bir boyuta taşınmasıyla birlikte günümüz dünyasında önemli bir gerçeklik haline gelmiştir. Bu gerçeklik, gündelik hayatın her alanında var olan ve kamuoyunu yönlendirme amacı taşıyan manipüle edilmiş bilgidir. Geçmişten günümüz dünyasına kadar insanları manipüle etmek amacıyla kullanılan dezenformasyon, modern teknolojik iletişim araçlarının gelişmesi ile bugün hiç olmadığı kadar yaygınlaşmış ve her geçen gün giderek daha fazla yaygınlaşmaktadır. Özellikle siyasal alanda dezenformasyon faaliyetleri sıklıkla tercih edilmekte, siyasal aktörlerin ve partilerin aleyhine çokça kullanılmaktadır. Bu faaliyetler seçim dönemlerinde daha da artmaktadır. Bu çalışmanın amacı ise insanlarda davranış ya da kanaat değişikliği yaratmaya çalışan döngü uzmanlarının (spin doctors) dezenformasyon içerikli haberlerin üretilmesinde ve yaygınlaşmasında oynadığı rolü ortaya çıkarmaktır. Bu bağlamda çalışmada, seçim dönemlerinde önemli bir role sahip olan döngü uzmanlarının dezenformasyon amacıyla üretilmiş haberler üzerindeki etkisi ele alınmaktadır. Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan örnek olay incelemesi kullanılmıştır. Çalışmanın örneklemini 31 Mart 2024 Yerel Seçimleri öncesinde internet haber sitelerinde yayınlanan dezenformasyon içerikli haberler oluşturmaktadır. Çalışmanın sınırlılığı 1 Mart-31 Mart 2024 tarihleri arasında yayınlanan dezenformasyon içerikli haberler olarak belirlenmiştir. Çalışma kapsamında kullanılacak dezenformasyon içerikli haberler resmî kaynaklar tarafından yayımlanan dezenformasyon bültenlerinden tespit edilmiş, ardından belirlenen haberlerin internet haber sitelerinde nasıl yayınlandığı ve döngü uzmanlarının haberler üzerindeki etkisi örnek haberler üzerinden ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dezenformasyon, Spin Doctors, 31 Mart Yerel Seçimleri

ROLE OF SPIN DOCTORS IN THE PRODUCTION AND DISSEMINATION OF DISINFORMATION

NEWS: A CASE STUDY OF THE MARCH 31 LOCAL ELECTIONS

Abstract

Disinformation has become a significant reality in today's world with the rapid proliferation of internet technologies and the globalization taking on a new dimension. This reality refers to manipulated information aimed at directing public opinion, which exists in every aspect of daily life. Disinformation, used to manipulate people from past to present, has become more widespread than ever with the development of modern technological communication tools and continues to grow increasingly prevalent with each passing day. Especially in the political arena, disinformation activities are frequently preferred and extensively used against political actors and parties, particularly during election periods. The aim of this study is to uncover the role of spin doctors, who are experts in creating behavioral or opinion changes in people, in the production and dissemination of disinformation content. In this context, the study examines the influence of spin doctors on disinformation news produced during election periods. The study utilizes a qualitative research method known as a case study analysis. The sample of the study consists of disinformation news published on internet news sites before the March 31, 2024 Local Elections. The limitation of the study is determined as disinformation news published between March 1 and March 31, 2024. Disinformation news to be used in the study were identified from official sources, and then the dissemination of the identified news on internet news sites and the influence of spin doctors on the news were examined through sample news articles.

Key Words: Disinformation, Spin Doctors, March 31 Local Elections

СОЦИАЛДЫК МЕДИАДА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ: КОЛДОНУУЧУ КАНТИП МАНИПУЛЯЦИЯЛАНАТ?

Топчугүл НАРМАМАТОВА*

*Кыргыз-Түрк “Манас” университети, topcugul.narmamatova@manas.edu.kg

Аннотация

Маалыматтык-коммуникациялык технологиялардын өнүгүшү коомдук структуранын өзгөрүүсүн, тактап айтканда, индустриалдык коомдон маалымат коомуна өтүүсүн шарттады. Маалымат коомунун жаралышы жана өнүгүшү коомдо башка аспектилердин дагы алдыңкы планга чыгуусуна себепкер болду. Бүгүнкү ааламдашуу шартында маалыматтардын абдан оперативдүү түрдө дүйнөлүк деңгээлде жайылуусу көпчүлүк учурда дезинформация, мизинформация деген түшүнүктөрдүн жайылышына алып келди. Бул болсо өз кезегинде маалыматтын баалуулугун жоготуп, анын ишенимдүүлүгүнө да шек жарата баштады. Бүгүнкү күндүн “коомдук чөйрөсү” болуп саналган социалдык тармактар адамдар арасындагы маалымат алмашууну камсыздаган, байланышты жеңилдеткен жана монетизация жасоого, жеке брендди түзүүгө мүмкүнчүлүк берген негизги каражат болуп саналат. Бирок ошол эле учурда социалдык тармактардагы ар кандай такталбаган дезинформациялардын жайылышы, фейк аккаунттардын, фейк маалыматтардын болушу колдонуучулардын маалымат коопсуздугунун камсыздалбашына, колдонуучулардын ар кандай жолдор менен алданышына жана моралдык паниканын жаралышына себепкер болууда. Аталган илимий баяндамада социалдык тармактарда дезинформацияны жана фейк маалыматтарды таратуунун жана колдонуучуну манипуляция кылуунун жолдору каралат.

Ачкыч сөздөр: Дезинформация, фейк маалымат, манипуляция, социалдык медиа, Кыргызстан

DISINFORMATION ON SOCIAL MEDIA: HOW TO MANIPULATE THE USER?

Abstract

The development of information and communication technologies caused a change in the social structure, namely, the transition from an industrial society to an information society. The creation and development of the information society caused other aspects to come to the fore in society. In the context of today's globalization, the rapid spread of information at the global level has led to the spread of the concepts of disinformation and misinformation in most cases. This, in turn, lost the value of the information and began to raise doubts about its reliability. Social networks, which are today's “public sphere”, are the main means that provide the exchange of information between people, facilitate communication and provide an opportunity for monetization and creation of a personal brand. However, at the same time, the spread of various unverified disinformation in social networks, the presence of fake accounts, fake data, causes the lack of security of users' information, deceives users in various ways and creates moral panic. In this scientific article examines ways of spreading disinformation and fake information and manipulating users in social networks.

Keywords: Disinformation, fake information, manipulation, social media, Kyrgyzstan

İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA GERÇEKLIK ALGISI ÜZERİNE BİR ANALİZ

Erdoğan AKMAN*·Niyazi AYHAN**

*Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, erdogan.akman@manas.edu.kg

**Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, niyazi.ayhan@manas.edu.kg

Öz

Son dönemde iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, internet ve sosyal medya platformlarının, bilgiye erişim açısından geleneksel medya ile rekabet edebilir hale gelmiştir. Bu ilerlemeler, bilgiye erişimin kolaylaşmasının yanı sıra maliyetinin de azalmasında ön ayak olmuştur. Ancak, yeni medya mecralarındaki bilgi bolluğu, bilgi çeşitliliği ve bilginin hızlı yayılması, dezenformasyonun da artmasına neden olmuştur. Bu durum, beraberinde toplumda toplumsal bölünme ve çatışma, kamu güvenliği tehlikesi, demokratik süreçlere zarar verme gibi bir dizi problemleri de getirmiştir. Tam da bu nedenle son günlerde sosyal medyada dezenformasyon, dezenformasyon vb. gibi konular akademik literatürde kendine geniş bir yer edinmiştir. Dolayısıyla, iletişim bilimlerinde son dönemde yapılan çalışmaların ana odak noktası yanlış bilgi ve dezenformasyon üzerinedir.

Bu bağlamdan hareketle, çalışmanın temel amacı, sosyal medyada paylaşılan haber içeriklerine ilişkin kullanıcıların gerçeklik algısını anlamaktır. Çalışma kapsamında, haberlerde gerçeklik ve sosyal medyada yanlış bilgi yayılma olguları üzerine durulmuştur. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmış ve basit örnekleme yöntemiyle seçilen katılımcılar aracılığıyla bazı bulgular elde edilmiştir.

Araştırmanın sonuçlarına göre, sosyal medya platformlarında edinilen bilgilerin ve haberlerin hızla yayıldığı belirlenmiştir. Ancak, sosyal medya kullanıcılarının haberlerin doğruluğunu kontrol etmeden paylaşım yapmaları, dezenformasyonun yayılmasına katkı sağlamaktadır. Bu çalışma, toplumun bu konudaki algısını anlamak ve yanlış bilgiye karşı etkili önlemler geliştirmek için betimsel bir değerlendirme sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Haber, Sosyal medya, Gerçeklik algısı, Sosyal medyada gerçeklik

AN ANALYSIS ON THE PERCEPTION OF REALITY AMONG COMMUNICATION FACULTY STUDENTS ON SOCIAL MEDIA

Abstract

Recent advancements in communication technologies have made the internet and social media platforms competitive with traditional media in terms of accessing information. These developments have not only facilitated access to information but also played a crucial role in reducing its costs. However, the abundance of information and the rapid dissemination of knowledge on new media platforms have also led to an increase in disinformation. Consequently, this has brought along a plethora of societal issues such as social division and conflict, threats to public safety, and damage to democratic processes. Therefore, topics related to disinformation, misinformation, and similar issues have garnered significant attention in academic literature in recent times. Consequently, recent research efforts in communication sciences have primarily focused on addressing misinformation and disinformation.

Against this backdrop, the main aim of the study is to comprehend the perception of reality among users concerning news content shared on social media. The study delves into the phenomena of truthfulness in news and the dissemination of misinformation on social media platforms. Utilizing survey methodology as the data collection tool, the study obtained certain findings through participants selected via simple random sampling.

According to the results of the research, it has been determined that information and news acquired through social media platforms spread rapidly. However, the lack of fact-checking by social media users before sharing news contributes to the dissemination of misinformation. This study provides a descriptive evaluation aiming to understand the society's perception of this issue and to develop effective measures against misinformation.

Key Words: News, Social media, Perception of reality, Reality on social media

YAPAY ZEKÂ VE DEZENFORMASYON: ALGORİTMİK MANİPÜLASYONUN YENİ ÇAĞI

Tolkun Bekturgan*, Gökçe Yoğurtçu**

*Kırgızistan- Türkiye Manas Üniversitesi, tolkun.bekturgan@manas.edu.kg

** Kırgızistan- Türkiye Manas Üniversitesi, gokce.yogurtcu@manas.edu.kg

Öz

Yapay zekâ ve makine öğrenimi teknolojilerinin hızla gelişmesi, bilgiye erişimi kolaylaştırmakla birlikte, aynı zamanda dezenformasyon ve manipülasyon riskini de artırmaktadır. Bu çalışma, yapay zekânın dezenformasyonla ilişkisini ve algoritmik manipülasyonun önemini incelemektedir.

Yapay zekâ tabanlı algoritmalar, internet üzerindeki bilgi akışını manipüle etme yeteneğine sahiptir. Derin öğrenme algoritmaları, kişiselleştirilmiş içerik sunarak kullanıcıları belirli bir düşünceye yönlendirebilir. Bu, dezenformasyonun etkili bir şekilde yayılmasına neden olabilir. Geleneksel medya organları, sosyal medya platformları ve arama motorları, algoritmik manipülasyonun yeni çağında anahtar roller oynamaktadır. Bu platformlar, kullanıcıların tercihlerini belirleyerek içerik sunar ve bu da kullanıcıları belirli bir düşünceye doğru yönlendirebilir. Dolayısıyla, algoritmik manipülasyon, dezenformasyonun yayılmasında önemli bir faktördür.

Yapay zekâ destekli dezenformasyonun ciddi sonuçları vardır. Yanlış bilgi, toplumda güvensizliğe, bölünmelere ve hatta şiddete neden olabilir. Bu nedenle, yapay zekâ destekli dezenformasyonla mücadele etmek için etik yönergeler ve yasal düzenlemeler geliştirilmelidir. Bu çalışma, algoritmik manipülasyonun yeni çağında yapay zekânın rolünü vurgulamaktadır. Dezenformasyonla mücadele etmek için, etik kuralların ve yasal düzenlemelerin yanı sıra, bilinçli kullanıcıların yetiştirilmesi bağlamında öneriler geliştirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, Dezenformasyon, Algoritmik Manipülasyon, Derin Öğrenme, Sosyal Medya, Etik Kurallar, Yasal Düzenlemeler

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND DISINFORMATION: THE ERA OF ALGORITHMIC MANIPULATION

Abstract

The rapid development of artificial intelligence and machine learning technologies has facilitated access to information while simultaneously increasing the risks of disinformation and manipulation. This study aims to examine the relationship between artificial intelligence and disinformation, as well as the significance of algorithmic manipulation.

Artificial intelligence-based algorithms possess the capability to manipulate the flow of information on the internet. Deep learning algorithms, in particular, can steer users towards specific ideologies by presenting personalized content, thereby effectively propagating disinformation. Traditional media outlets, social media platforms, and search engines play pivotal roles in the era of algorithmic manipulation. These platforms curate content based on user preferences, which can consequently guide users towards particular ideologies. Thus, algorithmic manipulation emerges as a significant factor in the spread of disinformation.

The consequences of AI-supported disinformation are profound. False information can breed distrust, division within society, and even incite violence. Therefore, ethical guidelines and legal regulations must be developed to combat AI-supported disinformation. This study underscores the role of artificial intelligence in the era of algorithmic manipulation and proposes recommendations for combating disinformation, including the development of ethical standards, legal regulations, and the cultivation of informed users.

Keywords: Artificial intelligence, Disinformation, Algorithmic manipulation, Deep learning, Social media, Ethical standards, Legal regulations

DİJİTAL REKLAM: YOUTUBE'DEKİ İÇECEK REKLAMLARI ÜZERİNE UYGULAMALI BİR ARAŞTIRMA

Sedat ŞİMŞEK*

Tugay ARAT**

*Selçuk Üniversitesi, ssimsek@selcuk.edu.tr

**Akdeniz Üniversitesi, arat@akdeniz.edu.tr

Öz

Bir hizmet veya malın kitle iletişim araçları yardımıyla (veren firma ya da kişinin belli olması kaydıyla) para karşılığında tanıtımının yapılması işlevi olarak tanımlanan reklam kavramı, geleneksel medya, elektronik medya ve son olarak da dijital medya mecralarında karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde reklamlar, web tarayıcıları, bloglar, mobil uygulamalar, internet platformları ve sosyal medya sayfaları gibi mecralarda kendini göstermektedir.

Eskiden para karşılığı geleneksel medyada satın alınan sayfa ve ekranlarda saniye, spot ücreti şeklinde boy gösteren reklamlar artık bireysel ya da kurumsal olarak ücretli ya da ücretsiz olarak sosyal medya sayfalarında tıklanma sayısı vb. özellikleri dikkate alınarak yer almaktadır.

Sosyal medya reklamları günümüzde o kadar önem kazanmıştır ki tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de Influencer, youtuber, internet fenomeni vb. isimlerle nitelendirilen dijital kanaat önderleri bulunmaktadır. Dijital kanaat önderleri kendi sayfaları veya paylaşımlarında sponsorluk veya reklam anlaşmaları yaptıkları firmaların ya da kendi ürünlerinin reklamlarını gündeme getirmektedir.

Bu çalışmada ise sadece kurumsal firma dijital reklamları dikkate alınarak, 2023 yılında, sosyal medya sayfalarında reklam yapan dünyaca ünlü içecek firmalarının yaptıkları reklamlardan alınan film kareleri bilimsel araştırma yöntemleriyle analiz edilecek ve alana katkı sağlanmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Reklam, Dijital reklam, Sosyal medya, Fenomen, Influencer

**DIGITAL ADVERTISING: AN APPLIED RESEARCH ON BEVERAGE
ADVERTISEMENTS ON YOUTUBE**

Abstract

The concept of advertising, defined as the function of promoting a service or good in exchange for money, with the help of mass media (provided that the company or person providing it is known), appears as traditional media, electronic media and finally digital media. Nowadays, advertisements appear in media such as web browsers, blogs, mobile applications, internet platforms and social media pages.

Advertisements, which used to appear on pages and screens in the form of seconds and spot fees, which were purchased in traditional media for money, are now paid or unpaid, individually or corporately, by the number of clicks on social media pages, etc. are included, taking into account the characteristics.

Social media advertisements have gained so much importance today that Influencer, YouTuber, internet phenomenon, etc. are used in Turkey as well as all over the world. There are digital opinion leaders identified by names. Digital opinion leaders bring up advertisements of companies or their own products with which they have sponsorship or advertising agreements on their own pages or posts.

In this study, considering only corporate company digital advertisements, film frames taken from the advertisements of world-famous beverage companies advertising on social media pages in 2023 will be analyzed with scientific research methods and an attempt will be made to contribute to the field.

Key Words: Advertising, Digital advertising, Social media, Phenomenon, Influencer

ОТНОШЕНИЕ ГОРОЖАН К НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЕ: СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НА ПРИМЕРЕ Г. БИШКЕКА

Рашид Зайнулин*

*Кыргызско-Российского Славянского университета им. Б.Н. Ельцина,
zaynulin_rashid@mail.ru

Аннотация

Статья рассматривает историю, текущие тенденции и предпосылки развития наружной рекламы в столице Кыргызстана – Бишкеке. Особое внимание уделяется новому закону о наружной рекламе, представленному мэрией города. В статье анализируются ключевые положения этого закона, включая языковые требования к рекламным текстам, ограничения по размерам и местоположению рекламных конструкций. Также рассматриваются меры и санкции, применяемые в случае нарушения законодательства о наружной рекламе. Читатели получают представление о текущем состоянии наружной рекламы в Бишкеке, ее историческом контексте и влиянии на визуальное восприятие города. Статья также позволяет оценить перспективы развития рекламной индустрии в свете новых законодательных норм.

В статье рассматривается изменение рекламной среды в городе Бишкеке Кыргызской Республики, начиная от традиционных форматов и переходя к цифровым инновациям. Подробно анализируются результаты фокус-групповых исследований, анкетирования и экспертные интервью. Описываются практические кейсы digital indoor-рекламы. Обсуждаются социокультурные изменения и технологический прогресс, которые влияют на городскую рекламу, а также подчеркивается важность этих изменений для создания комфортной городской среды и улучшения визуального облика города.

Ключевые Слова: Наружная реклама, эволюция, традиционная реклама, цифровая реклама, digital indoor, survey, инновации, LED-экраны, технологический прогресс.

ATTITUDE OF CITIZENS TO OUTDOOR ADVERTISING: SOCIOLOGICAL RE- SEARCH USING THE EXAMPLE OF BISHKEK

Abstract

The article examines the history, current trends and prerequisites for the development of outdoor advertising in the capital of Kyrgyzstan - Bishkek. Particular attention is paid to the new law on outdoor advertising, presented by the city hall. The article analyzes the key provisions of this law, including language requirements for advertising texts, restrictions on the size and location of advertising structures. Measures and sanctions applied in case of violation of the law on outdoor advertising are also considered. Readers will gain an understanding of the current state of outdoor advertising in Bishkek, its historical context, and its impact on the visual perception of the city. The article also allows us to assess the prospects for the development of the advertising industry in the light of new legislative norms.

The article examines the change in the advertising environment in the city of Bishkek of the Kyrgyz Republic, starting from traditional formats and moving to digital innovations. The results of focus group research, questionnaires and expert interviews are analyzed in detail. Practical cases of digital indoor advertising are described. The sociocultural changes and technological progress that affect urban advertising are discussed, and the importance of these changes for creating a comfortable urban environment and improving the visual appearance of the city is emphasized.

Key Words: Outdoor advertising, Evolution, Traditional advertising, Digital advertising, Digital indoor, Focus groups, Innovation, LED screens, Technological progress.

**TÜRK DÜNYASI ADINA DİJİTAL DİPLOMASİ FAALİYET YÜRÜTEN ULUSLARARASI
KURUMLAR ÜZERİNE BİR İNCELEME**

Uğur ÜNAL*

Tolkun BEKTURGAN KIZI**

Kayahan KÜÇÜK***

*Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, ugur.unal@manas.edu.kg

**Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, kayahan.kucuk@manas.edu.kg

***Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, tolkun.bekturgan@manas.edu.kg

Öz

Kamu diplomasisi, uluslararası ilişkilerde devletlerin, hükümetlerin veya uluslararası kuruluşların dış politikalarını, halklar ve diğer devletlerle iletişim yoluyla tanıtmak ve şekillendirmek için kullanılan bir araçtır. Gelişen teknoloji ile birlikte söz konusu tanıtlar dijital platformlar aracılığıyla yapılmaktadır.

Dijital diplomasi, internet ve sosyal medya gibi dijital araçların kullanımını içerir ve devletlerin uluslararası politika yapma ve tanıtım süreçlerinde etkili bir şekilde kullanılabilir. Dijital diplomasi, hızlı bir şekilde geniş kitlelere ulaşabilme, etkileşimi artırma ve maliyetleri düşürme gibi faydalar sağlar. Ayrıca, dijital diplomasi, devletlerin imajlarını ve itibarlarını güçlendirebilir ve uluslararası ilişkilerde yumuşak güç kullanımını kolaylaştırabilir. Dijital diplomasi faaliyetleri, çevrimiçi platformlarda bilgi paylaşımını içerir. Bu faaliyetler arasında sosyal medya hesaplarının yönetilmesi, çevrimiçi videoların yayınlanması, blog yazıları ve web seminerleri gibi içeriklerin oluşturulması yer alır.

Bu kapsamda Türk Devletleri Teşkilatı, Türk Kültür ve Miras Vakfı, TÜRKSOY, TÜRKPA ve Uluslararası Türk Akademisi aracılığı ile yürütülen dijital diplomasi faaliyetleri incelenecektir. Bu doğrultuda Uluslararası sistemdeki dönüşümün Türk devletlerinin kurumlar üzerinden oluşturdukları dijital diplomasi faaliyetlerinin mevcut durumunu ve potansiyelini ortaya koyarak bunun üzerinden öneriler sunmak çalışmanın amacını teşkil etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Türk Dünyası, Dijital diplomasi, Kamu diplomasisi, Uluslararası kurumlar, Türk Devletleri Teşkilatı

A REVIEW OF INTERNATIONAL INSTITUTIONS CONDUCTING DIGITAL DIPLOMACY ACTIVITIES ON BEHALF OF THE TURKISH WORLD

Abstract

Public diplomacy serves as a crucial instrument for states, governments, and international organizations to disseminate and mold their foreign policies through direct engagement with both the public and other states within the realm of international relations. In an era marked by rapid technological advancements, such endeavors increasingly unfold across digital platforms. Digital diplomacy, encompassing the strategic utilization of digital tools such as the internet and social media, emerges as a pivotal mechanism facilitating states' international policy formulation and promotional endeavors. Its advantages include swift dissemination to broad audiences, heightened interaction, and cost efficiency. Furthermore, digital diplomacy holds the potential to fortify states' reputations and image, while fostering the deployment of soft power in global affairs. Noteworthy digital diplomacy practices entail the dissemination of information across online platforms, encompassing the management of social media profiles, the dissemination of online multimedia content, and the creation of various informational materials such as blog posts and webinars.

Within this scholarly framework, this paper scrutinizes the digital diplomacy initiatives undertaken by notable international institutions acting on behalf of the Turkish world, including the Organization of Turkic States, the Turkic Culture and Heritage Foundation, TURKSOY, TURKPA, and the International Turkic Academy. By examining these initiatives, the paper aims to present an analysis of the current status and potential of digital diplomacy activities orchestrated by Turkish states through these institutional frameworks against the backdrop of ongoing transformations within the international system. Drawing upon this analysis, the paper concludes by offering insightful recommendations for further enhancing the efficacy and impact of digital diplomacy endeavors within the Turkish world context.

Keywords: Turkish World, Digital diplomacy, Public diplomacy, International institutions, Organization of Turkic States

ENFORMASYON SAĞLAYAN YAPAY ZEKÂ DEZENFORMASYONLA MÜCADELE EDEBİLİR Mİ? CHATGPT ÖRNEĞİ

Erdem TAŞDEMİR*, **Aytaç Burak DERELİ****, **Hilal SEVİMLİ*****

* Trabzon Üniversitesi, tasdemir@trabzon.edu.tr

**Trabzon Üniversitesi, abdereli@trabzon.edu.tr

*** Yüksek Lisans Öğrencisi, Trabzon Üniversitesi, hllsvmli@gmail.com

Öz

Dezenformasyon, bilinçli ya da bilinçsiz olarak manipüle edilmiş iletişim kanalları üzerinden kitlelere aktarılan yazılı, sesli ya da görsel içeriklerdir. Özellikle iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile haberler, herhangi bir kontrol merkezinde denetlenmeden kolayca kitlelere ulaşabilmektedir. Böylelikle kitleler sınırsız sayıda içeriğe hızlıca erişim sağlamakta; bilgi yoğunluğunun beraberinde getireceği dezenformasyona karşı savunmasız kalmaktadırlar. Enformasyon gibi oldukça hızlı yayılan dezenformasyon da kamu nezdinde önemli problemlere neden olabilmektedir. Bununla birlikte dezenformasyonun üretimi ve yayılmasını sağlayan kaynaklarından biri olan yapay zekâ, aynı zamanda dezenformasyonun tespit edilmesinde de etkin rol oynamaktadır. Yapay zekânın sahip olduğu bu misyon, dijital mecralarda yaşanabilecek problemlerin engellenebilmesi adına ondan en etkili ve doğru biçimde nasıl yararlanılması gerektiği ihtiyacını doğurmaktadır. İnsan zihnine yakın bir performans gösteren bir yapay zekâ aracı olan ChatGPT de dezenformasyonla mücadele konusunda sıklıkla değerlendirme altında olan önemli bir mecradır. Bu doğrultuda çalışma, dezenformasyon üretimi ve yayımının önemli kaynaklarından olan yapay zekâ, dezenformasyon niteliğindeki haber metinlerinin tespitini sağlayabilir mi, sorusuna cevap oluşturarak literatüre katkı yapmayı amaçlamaktadır. Çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması yapılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın amacı doğrultusunda amaçlı örneklem kullanılmış; İletişim Başkanlığı tarafından yalan haberle mücadeleye yönelik oluşturulan Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından “sahte haber” olarak doğrulanmış haber metinlerinin bir yapay zekâ sohbet robotu olan Chat GPT tarafından ne derece tespit edilebildiği kategorize edilerek analiz edilmiştir. Yapılan analiz neticesinde ise yapay zekânın dezenformasyonla mücadeledeki etkisinin ne derece olduğu değerlendirilerek çalışma tamamlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dezenformasyon, Haber, Yapay zekâ, ChatGPT,

CAN INFORMATION-PROVIDING ARTIFICIAL INTELLIGENCE FIGHT DISINFORMATION? CHATGPT EXAMPLE

Abstract

Disinformation refers to written, auditory, or visual content disseminated to masses through consciously or unconsciously manipulated communication channels. Especially with the advancement of communication technologies, news can easily reach the masses without being monitored at any control center. Consequently, the masses gain quick access to an unlimited number of contents, leaving them vulnerable to disinformation brought about by information overload. Like information, disinformation spreads rapidly and can cause significant problems in the public. Moreover, artificial intelligence, which is one of the sources facilitating the production and dissemination of disinformation, also plays an effective role in detecting disinformation. The mission of artificial intelligence in this regard necessitates understanding how to utilize it most effectively and accurately to prevent problems that may arise in digital platforms. ChatGPT, an artificial intelligence tool exhibiting performance close to the human mind, is frequently evaluated for its role in combating disinformation. In this context, this study aims to contribute to the literature by answering the question of whether artificial intelligence, particularly ChatGPT, can detect news texts with disinformation. The study employed a qualitative research method, specifically a case study. A purposive sample was used in line with the study's objectives, and news texts categorized as "fake news" by the Center for Countering Disinformation, established by the Directorate of Communication to combat misinformation, were analyzed to assess to what extent they could be identified by ChatGPT, an artificial intelligence chatbot. The analysis evaluated the extent of artificial intelligence's effectiveness in combating disinformation, concluding the study.

Key Words: Disinformation, News, Artificial intelligence, ChatGPT,

JEANLUC GODARD'IN SİNEMA ESTETİĞİNDE ANLATI RETORİĞİ OLARAK ŞİZOFRENİK İMGE KULLANIMI: "DİLE VEDA" FİLMİ ÖRNEĞİ

Kadir YOĞURTÇU*

**Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, kadir.yogurtcu@manas.edu.kg

Öz

Sinemanın kendine özgü dilinde radikal bir kırılma yaratan Jean-Luc Godard, sinematografik imgenin soyut konuları dile getirme yetkinliğinin en önemli temsilcilerindendir. O'nun filmlerinde dönemin öznesi ve toplumsal durumu filmlerin içine sızmakta ve böylece her film sosyal bir metin özelliği göstermektedir. Godard'ın sinema estetiği toplumsal gerçekliğin keşfedilmesine hizmet eder. Godard'da bu tarz bir gerçekliğin ortaya konması sinematografik imgenin deneysel bir süreçte işlenerek alışılmışın dışına çıkarılmasıyla mümkün olur. Bu anlamda Godard estetiğinin açıklanabilmesi için bazı özgün kavramlaştırmalara gereksinim duyulur. Bu kavramlaştırmalar aynı zamanda O'nun anlatı retorığının alt yapısını anlamaya yardımcı olmaktadır. Filmlerinde deneysel bir retorik elde eden ve bu retorığı, felsefi/politik/sosyolojik içerikli bir anlatı aracına dönüştürebilen Godard, 'imgeler pedagojisini' işlevsel hale getirmiştir. Bu nedenle Godard estetiği, imgeleri seyredilen/bakılan değil okunması gereken imgeler olarak ele almayı önerir. Adieu au Langage (Dile Veda, 2014) filmi, modernizmden bu yana süregelen gerçeklik anlayışının ve insanın varoluş olgusunun sorgulanması pratiğine dikkat çeken kayda değer postmodernist bir sanat ürünü örneğidir. Diğer yandan film, anlatı retorığı olarak bireyin düşünce, görme ve algılama biçimlerini hedef almakta onları 'patriche'ler ve kolajlar aracılığıyla kırılmaya uğratarak alışılmışın dışına taşımaktadır. Bu bağlamda filmin çok yönlü bir değerlendirmesinin yapılmasının ilgili alan çalışmalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmada, Godard'ın kavramlar yerine imgelerle düşünme ve düşündürme gücünü açıklamaya temel oluşturan sinema estetiği bağlamında oluşturduğu anlatı retorığı sinema göstergebilimi yöntemiyle çözümlenmiştir. Bu yolla, yönetmenin **şizofrenik imge** aracılığıyla 'toplumsal gerçekliği' nasıl yansıttığı, algılar, tutumlar ve değerler üzerinde etkisini nasıl oluşturduğu ve sinemayı toplumları yönlendirmede, sosyo-kültürel ve etiko-politik bir araç durumuna nasıl getirdiği gibi sorulara cevap aranmıştır.

Anahtar Sözcükler: Sinema estetiği, Anlatı retorığı, Şizofrenik imge, İmgeler pedagojisi

**THE USE OF SCHIZOPHRENIC IMAGERY AS NARRATIVE RHETORIC IN JEAN-LUC
GODARD'S CINEMATIC AESTHETICS: THE EXAMPLE OF "GOODBYE TO LAN-
GUAGE"**

Abstract

Jean-Luc Godard, through his groundbreaking approach to filmmaking, stands as a pivotal figure in disrupting the established norms of cinematic language. His works serve as conduits through which prevailing social issues and contextual realities infiltrate, rendering each film a veritable social commentary. Godard's cinematic aesthetics are instrumental in uncovering these societal truths, achieved through an experimental manipulation of cinematographic imagery, thereby transcending conventional boundaries. To comprehend Godard's aesthetic framework, novel conceptualizations are essential, aiding in unraveling the underlying narrative rhetoric. This paper delves into Godard's narrative rhetoric within the context of cinema aesthetics, elucidating his adeptness at employing images as vehicles for philosophical, political, and sociological discourse. By urging audiences to interpret images actively rather than passively consuming them, Godard pioneers a form of visual pedagogy. "Goodbye to Language" (Adieu au Langage, 2014) emerges as a seminal postmodernist work, provocatively challenging entrenched perceptions of reality and human existence inherited from modernism. Furthermore, as a narrative device, the film subverts conventional modes of cognition, perception, and interpretation through the employment of pastiche and collage techniques, thereby engendering a transformative cinematic experience.

By employing the methodology of cinema semiotics, this study seeks to decipher the intricacies of Godard's narrative rhetoric, illuminating his ability to provoke introspection and critical engagement through visual imagery. The analysis endeavors to explore how Godard employs the schizophrenic image to reflect societal realities and shape perceptual frameworks, thereby highlighting the multifaceted dimensions of his cinematic oeuvre. Ultimately, this exploration underscores the pivotal role of cinema as a socio-cultural and ethico-political instrument in shaping collective consciousness.

Key Words: Cinema aesthetics, Narrative rhetoric, Schizophrenic image, Pedagogy of images

HALKLA İLİŞKİLERİN DİJİTALE DÖNÜŞÜMÜ: KIRGIZİSTAN'DA YENİ GERÇEKLER

Meerim ARTIŞEVA*

*Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, meerim.artiseva@manas.edu.kg

Öz

Kurumlar, daha etkili bir şekilde hedef kitle ile etkileşim kurma yolları arayarak geleneksel halkla ilişkiler yöntemlerinden dijital platformlara geçiş yapmaktadır. Bu çalışmada, bu geçişin temel nedenleri ele alınmakta, Kırgızistan pazarındaki halkla ilişkiler için güncel dijital platformlar belirlenmekte ve bunların kullanım yöntemleri açıklanmaktadır. Kurumsal web siteleri, sosyal medya, mobil uygulamalar ve influencer - pazarlaması gibi dijital halkla ilişkilerin temel araçları incelenmektedir. Ayrıca, kurum ve şirketlerin dijital platformlara geçişle ilgili rolü ve dijital pazarlama ajanslarının rolü, Kırgızistan pazarındaki dijital halkla ilişkilere geçişle ilgili fırsatlar ve tehditler de tartışılmaktadır. Bunun yanı sıra, çalışma, şirketlerin küresel eğilimler ışığında dijital halkla ilişkilere olan ilgisinde bir değişimin olup olmadığı konusunda da ayrıntılı bir inceleme sunmaktadır. Böylece şirketleri dijital platformlara geçmeye iten ana faktörler belirlenmektedir. Ayrıca çalışmada, Kırgızistan pazarında dijital araçların etkin kullanımına ilişkin pratik öneriler sunulmakta, içerik oluşturma ve tanıtma stratejileri, analitik yöntemler ve sonuçların izlenmesi, influencer'larla etkileşim ve dijital itibar yönetimi alanlarında en iyi uygulamalar da tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital halkla ilişkiler, Dijital dönüşüm, Dijital pazarlama, Kırgızistan

THE TRANSFORMATION OF PUBLIC RELATIONS INTO DIGITAL: NEW REALITIES IN KYRGYZSTAN

In the modern world, companies are increasingly transitioning from traditional public relations methods to digital platforms in search of more effective ways to interact with their audience. This paper examines the main reasons for this transition, identifies the relevant digital platforms for public relations in the context of the Kyrgyzstan market, and describes the methods of their use. Special attention is paid to corporate websites, social media, mobile applications, and influencer marketing as the main tools of digital public relations. Additionally, the roles of digital marketing agencies and the opportunities and threats associated with the transition to digital public relations in the Kyrgyzstan market are discussed. Furthermore, the article thoroughly explores the shift in companies' focus to digital public relations in light of global trends such as the growth of internet users and active development of digital technologies. It identifies key factors driving companies to transition to digital platforms. Alongside this, the article provides practical advice and recommendations for the effective use of digital public relations tools in the Kyrgyz market, including content creation and promotion strategies, methods of analytics and results monitoring, as well as best practices in interacting with influencers and managing online reputation.

Key Words: digital public relations, digital transformation, digital marketing, Kyrgyzstan

SİNEMADA DİJİTALLEŞME: ALGILAR ARASI SINIRLARIN YENİDEN TANIMLANMASI

Mehmet Sezai TÜRK*

Banu ERDOĞAN ÇAKAR**

*Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, mehmetsezai.turk@manas.edu.kg

**Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, banu.erdogancakar@manas.edu.kg

Öz

Gerek bireysel gerekse toplumsal düzeyde etkisini giderek daha fazla hissettiğimiz, büyük değişimlere yol açan dijitalleşme, sinemaya da entegre edilmiş ve hem teknik hem de içerik açısından bir dönüşüm süreci yaşanmıştır. Filmin üretim, gösterim ve dağıtım süreçlerinde geniş yelpazede yaşanan değişimler sonucu dijital sinema ortaya çıkmıştır. İzleyicinin filmin anlatı yapısına aktif olarak katılmasını sağlayan interaktif içerikler sinema ve dijitalleşme birlikteliğinin sunduğu son gelişme olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital sinema, izleyici profilinde de değişime neden olmuş, analog dönem pasif izleyici profiline interaktif olarak çekilen filmlerle aktif izleyici profilini eklenmiştir. İzleyici bugüne kadar ki sinema izleme alışkanlığından farklı olarak hikâyenin gidişatına karar vererek aktif konuma getirilmiştir.

Bu bilgiler ışığında çalışmada geleneksel sinema sektörünü dönüştürerek dijital yayıncılıkta öncü rol oynayan, dijital yayın platformu Netflix'teki interaktif içerikli filmler incelenmiştir. Çalışma kapsamında 14'ü çocuklara yönelik olmak üzere toplam 22 interaktif içerikli film tespit edilmiştir. Filmlerde hikâye anlatımında doğrusallık yapısı kırılmış ve izleyiciye çoklu sonlar, olasılıklar ve seçtiği seçeneği geri alma imkânı sunulmuştur. Bu anlatı yapısı sinema ve izleyici arasında bugüne kadar görülmemiş bir ilişkiyi doğurmuştur. Sonuç olarak interaktif içerikli filmler, izleyici ve film arasındaki ilişkiye getirdiği yenilikle, film tüketimindeki algılar arası sınırları yeniden tanımlamıştır. Bu bağlamda, algılar arası sınırların yeniden tanımlanması, insanların fiziksel, sanal ve dijital dünyalar arasında gidip gelmesine, algılarını çeşitli platformlar aracılığıyla şekillendirmesine ve yeni deneyimler yaşamasına olanak tanımıştır. İzleyicinin aktif katılımı, kişiselleştirilmiş deneyim, hikâyenin anlatı yapısındaki değişim izleyicinin algısal sınırlarını genişleterek bugüne kadar yaşanmamış farklı bir deneyim sunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dijital sinema, İnteraktif, Aktif izleyici

DIGITALIZATION IN CINEMA: THE REDEFINITION OF PERCEPTUAL BOUNDARIES

Abstract

Digitalization, which we increasingly feel the impact of both on an individual and societal level, has been integrated into cinema, leading to a transformative process both technically and content-wise. The extensive changes experienced in the production, screening, and distribution processes of films have given rise to digital cinema. The latest development offered by the fusion of cinema and digitalization is interactive content that allows the audience to actively participate in the narrative structure of the film. Digital cinema has also led to a shift in the audience profile, adding an active viewer profile through interactive films to the passive viewer profile of the analog era. Unlike traditional cinema viewing habits, viewers are placed in an active role by deciding the course of the story. In light of this information, this study examines interactive content films on the digital streaming platform Netflix, which has played a pioneering role in digital broadcasting by transforming the traditional cinema industry. Within the scope of the study, a total of 22 interactive content films, including 14 aimed at children, were identified. In these films, the linear structure of storytelling has been broken, and viewers are offered multiple endings, possibilities, and the option to reverse their choices. This narrative structure has created an unprecedented relationship between cinema and the audience. As a result, interactive content films have redefined the perceptual boundaries in film consumption by introducing innovations in the relationship between the viewer and the film. In this context, the redefinition of perceptual boundaries has enabled individuals to navigate between physical, virtual, and digital worlds, shaping their perceptions through various platforms and experiencing new forms of engagement. The active participation of the audience, personalized experiences, and the change in the narrative structure of the story have expanded the perceptual boundaries of viewers, providing a unique and unprecedented experience.

Keywords: Digital cinema, Interactive, Active viewer

**МУЛЬТФИЛЬМДЕРДЕ МАДАНИЙ БААЛУУЛУКТАРДЫ ЧАГЫЛДЫРУУ:
«КОЗУЛАР» МУЛЬТФИЛЬМИНИН МИСАЛЫНДА**

Айдай ӨМҮРБЕКОВА*

Регина ЖАМАНКУЛОВА**

Венера НАРИНОВА***

*Кыргыз-Түрк «Манас» университети, 2050Y07001@manas.edu.kg

**Кыргыз-Түрк «Манас» университети, regina.camankulova@manas.edu.kg

***Кыргыз-Түрк «Манас» университети, venera.narinova@manas.edu.kg

Аннотация

Медиа маданий баалуулуктарды жана иденттүүлүктү окутууда жана жайылтууда активдүү роль ойнойт. Мында мультфильмдердин да өзгөчө орду бар. Мультфильмдер маданий баалуулуктарды калыптандырууда роль ойной алат жана маданий идентификацияга да таасир этиши мүмкүн. Көптөгөн мультфильмдер белгилүү бир коомдун же маданияттын баалуулуктарын, салттарын, мифологиясын жана окуяларын чагылдырат. Айрыкча балдар үчүн мультфильмдер ар кандай маданияттарды жана коомдорду таанууга, түшүнүүгө жана баалоого таасирин тийгизет.

Бул изилдөөдө мамлекеттик “Телеканал Баластан” телеканалында жана YouTube каналында көрсөтүлгөн “Козулар” аттуу мультфильмдин мазмуну талдоого алынган. Изилдөөнүн негизги максаты – мультфильмдеги маданий элементтерди аныктоо болуп саналат. Изилдөө «Козулар» мультфильминин 16 сериясын камтыйт. Бул талдоо процессинде мультфильмде үй-бүлө чөйрөсү, тил, улуттук символдор, улуттук сезимталдык, тамак-аш, элдик бийлер, музыка жана кийимдер сыяктуу маданий коддор аныкталды. Изилдөөнүн жыйынтыгы боюнча «Козулар» мультфильми кандай маданий элементтерди чагылдырганы тууралуу маанилүү маалыматтарды бере алат. Бул маалымат мультфильмдердин аудиторияга тийгизген таасирин түшүнүү жана мультфильмдердин коомдогу орду жөнүндө кошумча түшүнүк берүү үчүн баалуу болуп саналат.

Ачык сөздөр: Мультфильмдер, «Козулар», маданий баалуулуктар, улуттук символдор

CULTURAL VALUES TRANSMISSION IN CARTOONS: A CASE STUDY OF “KOZULAR” CARTOON

Abstract

Media plays an effective role in teaching and disseminating cultural values and identity. In this regard, cartoons have a distinct role. Cartoons can also play a role in shaping cultural values. They can be a reflection of cultural values and at the same time influence cultural identity. Many cartoons reflect the values, traditions, mythology, and stories of a particular society or culture. Especially for children, cartoons can help them understand and appreciate different cultures and societies. They are a very effective tool for conveying cultural heritage to children. In this study, the content of the cartoon “Kozular”, which is broadcasted on the state television channel “Telekanal Balastan” and on YouTube, has been analyzed. The main purpose of the study is to identify the cultural elements within the cartoon. The study covers 16 episodes of the “Kozular” cartoon. During this analysis, cultural codes such as family environment, language, national symbols, national sensitivity, food, folk dances, music, and clothing present in the cartoon have been identified. The results of the study can provide valuable information about which cultural elements “Kozular” reflects. This information can be valuable in understanding the impact of the cartoon on its audience and gaining further insight into its place in society.

Key Words: Cartoon, Kozular, cultural values, National Symbols

СОЦИАЛДЫК МЕДИАДА КИБЕРБУЛЛИНГ: КЫРГЫЗСТАНДЫН МИСАЛЫНДА

Жанбулат ЖУМАБЕКОВ*

Наргиза МАМАТКУЛОВА**

*Кыргыз-Түрк «Манас» университети, zhanbulatzhumabekov@gmail.com

**Кыргыз-Түрк «Манас» университети, nargiza.mamatkulova@manas.edu.kg

Абстракт

Интернет айдыңы бүгүнкү күндө адамдар арасындагы баарлашуу, маалымат алмашуу жана социалдашуу сыяктуу эң негизги аракеттер жана муктаждыктар жүзөгө ашырыла турган маанилүү аянтча болуп калды. Адамзат жер жүзүнө жаралгандан бери тынымсыз изденүүнүн, таанып-билүүнүн аркасы менен калыптанып, өнүгүп, жаңы ачылыштарды жасап келет. Маалымат доорунун башталышына жол ачкан интернеттин ойлонуп табылышы жогоруда белгиленгендей, адамдарга өзүнчө виртуалдуу дүйнө жаратып, буга чейин болуп келген коммуникативдик байланыштарга дагы жаңы мүмкүнчүлүктөрдү сунду. Анткен менен бул артыкчылыктар маалымат алмашуу процессин жакшыртууга гана багытталып чыгарылса да, өзү менен кошо бир катар коркунучтарды да алып келгени белгилүү. Алардын бири адамдардын коопсуздугуна таасирин тийгизген буллинг жана кибербуллинг түшүнүктөрү.

Бул изилдөөдө буллинг жана кибербуллинг термини, анын түрлөрү, формалары, катышуучулары, өзгөчөлүктөрү тууралуу теориялык маалымат берилди. Ошондой эле Кыргызстандын интернет айдыңындагы интернет буллингинин иштеши, формасы жана өлчөмү аныкталып, диаграммалар менен көрсөтүлдү. Изилдөөдө сапаттык изилдөө методу колдонулду. Анын ичинен контент анализи жүргүзүлдү.

Ачкыч сөздөр: Интернет, буллинг, кибербуллинг, коопсуздук

CYBERBULLYING IN SOCIAL NETWORKS: THE CASE OF KYRGYZSTAN

Abstract

Today, the internet has become an essential platform for fulfilling basic activities and needs such as interpersonal communication, information exchange, and collaboration. Humanity has been evolving, developing, and making new discoveries through continuous exploration and learning. The invention of the internet, which ushered in the information age, created a distinct virtual world and accelerated this development by offering new opportunities for communication and idea exchange.

However, it is widely acknowledged that these advantages also come with a number of threats, particularly concerning safety and security. Among these threats are the concepts of bullying and cyberbullying, which pose risks to individuals' well-being.

This study aims to provide theoretical insights into the terms “bullying” and “cyberbullying,” including their types, forms, participants, and characteristics. Additionally, it will analyze the prevalence and patterns of internet bullying in Kyrgyzstan during Internet Safety Month and present relevant diagrams. The study used a qualitative research method. A content analysis was made of this.

Key Words: Internet, bullying, cyberbullying, security

GÖRSELLİĞİN ÖNEMİ FOTOĞRAFTA DİJİTALLEŞME VE BASIN FOTOĞRAFÇILIĞINA ETKİSİ

Tugay ARAT*

Sedat ŞİMŞEK**

*Akdeniz Üniversitesi, tarat@akdeniz.edu.tr

**Selçuk Üniversitesi, ssimsek@selcuk.edu.tr

Öz

İnsanoğlunun dünyayı algılaması beş duyu organı ile gerçekleşir. Özellikle görme duyusu önemlidir çünkü imgeler görme aracılığıyla oluşur. Görsel imgeler iletişimde sözden çok daha güçlüdür. İlk çağlardan itibaren insanların mağara duvarlarına çizimler yaparak iletişim kurmaya başladığı bilinmektedir. Görüntünün yazılı metinlere oranla çok daha kolay anlaşılır özelliği vardır. Ayrıca görsel imge yazıya göre çok daha fazla bilgi ve anlam taşır. Matbaanın icadı gazete ve dergileri ortaya çıkarmış ve bir süre sonra gazete ve dergiler iletişimi sağlayan en önemli araçlar olmuştur. Gazete ve dergilerin iki önemli unsuru bulunmaktadır. Bunlar; yazı ve fotoğraftır. Ancak fotoğrafın gazetede yazı ile bir araya gelebilmesi neredeyse iki yüzyıl sonra gerçekleşmiştir. Bu süreçte görüntü ihtiyacı ressamlarının çizimleri ile giderilmeye çalışılmıştır.

Camera Obscura ile başlayan görüntüyü kaydetme isteği fotoğraf makinasının icadı ile basın sektörünün kitlelere gerçek görsel görüntüler sunmasını mümkün hale getirmiştir. Bu sayede görme ve gerçeklik ilişkisi fotoğrafı çok daha işlevsel hale getirmiştir. ‘Gerçeği resmetmek’ özelliği ile zamanı anlaşılır bir olgu haline getirmiştir. Teknolojik gelişmeler sayesinde imgenin üretilmesi, çoğaltılması ve tüketilmesi kolaylaşmıştır. Bu çalışmada görselliğin önemi, basında kullanılması, fotoğrafın icadının ve diğer teknolojik gelişmelerin basına etkisi, iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile dijitalleşme konuları ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Görsellik, Fotoğraf, Dijitalleşme ve basın

THE IMPORTANCE OF VISUALITY, DIGITALIZATION IN PHOTOGRAPHY AND ITS EFFECT ON PRESS PHOTOGRAPHY

Abstract

Human beings perceive the world through the five senses. Especially the sense of sight is important because images are formed through sight. Visual images are much more powerful than words in communication. It is known that people have been communicating by drawing on cave walls since ancient times. Images are much easier to understand than written texts. In addition, the visual image carries much more information and meaning than writing. The invention of the printing press led to newspapers and magazines, and after a while newspapers and magazines became the most important tools for communication. Newspapers and magazines have two important elements. These are writing and photography. However, it took almost two centuries for photography to come together with writing in newspapers. In this process, the need for images was met by the drawings of painters.

The desire to record the image that started with the Camera Obscura made it possible for the press sector to present real visual images to the masses with the invention of the camera. In this way, the relationship between vision and reality has made photography much more functional. It has made time a comprehensible phenomenon with its feature of ‘portraying reality’. Technological developments have facilitated the production, reproduction and consumption of images. In this study, the importance of visuality, its use in the press, the impact of the invention of photography and other technological developments on the press, the development of communication technologies and digitalization are discussed.

Key words: Visuality, Photography, Digitalization and press

ИЗУЧЕНИЕ ПРОБЛЕМ НЕКОРРЕКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ И ДЕЗИНФОРМАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА И МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Гульмира Султанбаева*

* Казахский национальный университет им. аль-Фараби, gulmira.sultanbayeva@kaznu.edu.kz, sultanbaeva@gmail.com

Аннотация

Анализируется разработка методов и инструментов для выявления индикаторов некорректной информации и дезинформации. Рассматривается подход, основанный на интегративных исследованиях, который позволяет извлекать данные и продвигать новые знания в этой области.

Актуальность данного исследования заключается в необходимости изучения дезинформации как одного из главных механизмов влияния на общество. Практическая значимость обусловлена тем, что результаты выявления дезинформации и некорректной информации могут быть использованы фактчекинговыми ресурсами и в процессе обучения медиаграмотности. Научная новизна и значимость работы заключаются в актуальных аспектах работы с некорректной информацией в социальных сетях Казахстана, таких как Facebook, Instagram, TikTok.

Цель данной работы – показать, как исследования позволяют выявить различные индикаторы некорректной информации и дезинформации. Этот подход позволяет преодолевать ограничения, связанные с использованием одного метода или подхода, и разрабатывать более эффективные инструменты для борьбы с дезинформацией.

Извлечение данных является ключевым этапом в выявлении дезинформации. Исследователи используют различные методы сбора информации, включая анализ текстов, аудио и видеоматериалов, а также социальных медиа.

Главный вывод исследования состоит в том, что появление электронных технологий и бурное развитие медиаплатформ привели к появлению не только новых стратегий формирования и распространения контента, но и к постоянному росту дезинформации. Это изменило тактику потребления информации, увеличило рост вовлеченности аудитории в производство и распространение контента.

Ключевые слова: дезинформации, индикаторы дезинформации, фактчекинг, социальные сети.

STUDYING THE PROBLEMS OF INCORRECT INFORMATION AND DISINFORMATION IN SOCIAL MEDIA AND MASS COMMUNICATION

Abstract

The development of methods and tools for identifying indicators of incorrect information and disinformation is analyzed. An integrative research-based approach is considered, which allows for data extraction and the advancement of new knowledge in this field. The relevance of this study lies in the need to examine disinformation as one of the main mechanisms of influence on society. The practical significance is due to the fact that the results of identifying disinformation and incorrect information can be used by fact-checking resources and in the process of media literacy education. The scientific novelty and significance of the work lie in the current aspects of dealing with incorrect information on social networks in Kazakhstan, such as Facebook, Instagram, and TikTok. The aim of this work is to demonstrate how research allows for the identification of various indicators of incorrect information and disinformation. This approach helps to overcome the limitations associated with using a single method or approach and develop more effective tools for combating disinformation. Data extraction is a key stage in identifying disinformation. Researchers use various methods of information collection, including the analysis of texts, audio and video materials, as well as social media. The main conclusion of the study is that the emergence of electronic technologies and the rapid development of media platforms have led to the appearance of not only new strategies for content formation and dissemination but also to a constant increase in disinformation. This has changed the tactics of information consumption and increased audience engagement in the production and dissemination of content.

Keywords: disinformation, disinformation indicators, fact-checking, social networks.



*Undeputemmen ga apbux
Bir universiteden ötesi...*