

# SOSYAL MEDYADA PROPAGANDA VE ALGI YÖNETİMİ: İSRAİL-FİLİSTİN SAVAŞI ÖRNEĞİ

## Propaganda and Perception Management on Social Media: The Israel-Palestine War

Doç. Dr. Ali Fikret AYDIN\*

Geliş Tarihi: 29.01.2024 | Yayına Kabul Tarihi: 2.04.2024

### Öz

Kitlelerin tutum ve davranışlarını etkileyerek algılarını yönetmek amacıyla tek yönlü gerçekleşen propaganda faaliyetleri, sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte daha fazla yayılma olanağı bulmuştur. Her kullanıcının aynı zamanda içerik üreticisi konumuna geldiği sosyal ağlarda, yeterli denetim mekanizmasının olmaması ve haberlerin teyit edilmemesi, propaganda ve algı yönetimi için elverişli bir ortam oluşturmaktadır. Doğru haber alma ihtiyacının yoğun şekilde hissedildiği deprem ve savaş gibi olağan dışı durumlarda, abartılı ve çarpıtılmış bilgilerin sosyal medyada dolaşımına sokularak hızlı yayılması, toplumsal açıdan önemli sorunlara yol açabilmektedir. Özellikle belirli kesimleri hedef gösterme amaçlı yapılan paylaşımlar, toplumsal ayrışmaya ve çatışmaya neden olmaktadır. Bireylerin korku ve endişe duygularını sömürerek kitlelerin algılarını yönlendirmeye çalışan propaganda yapımcılar, aynı zamanda toplumun haber alma özgürlüğünü de engellemektedir. Daha önce pandemi ve Kahramanmaraş deprem sürecinde dezenformasyon örnekleri görüldü. Yalan bilgiler toplumda ciddi bir karmaşaya yol açtı. Şu anda ise dezenformasyon ve yalan bilgiler

### Abstract

One-way propaganda activities aimed at managing the perceptions of the masses by influencing their attitudes and behaviors have found the opportunity to spread further with the emergence of social media. In social networks, where every user is also a content producer, the lack of adequate control mechanisms and the lack of confirmation of news create a favorable environment for propaganda and perception management. In extraordinary situations such as earthquakes and wars, where the need for accurate news is felt intensely, rapidly disseminating exaggerated and distorted information on social media can lead to critical social problems. Posts that aim to target specific segments of society cause social segregation and conflict. Propaganda makers, who try to direct the perceptions of the masses by exploiting individuals' feelings of fear and anxiety, also hinder society's freedom to receive information. Examples of disinformation were seen before during the pandemic and the Kahramanmaraş earthquake. False information has caused severe confusion in society. Currently, disinformation and false information are also seen in the Israel-Palestine War. From the mo-

\* Afyon Kocatepe Üniversitesi, Radyo-TV Uygulama ve Araştırma Merkezi, aliyadin@aku.edu.tr, ORCID:0000-0003-2915-9608

İsrail-Filistin Savaşı'nda da görülmektedir. Savaşın başladığı andan itibaren sosyal medya üzerinde çok fazla yanıltıcı haber paylaşılarak yoğun bir propaganda faaliyeti yürütülmüştür.

Bu makale, İsrail-Filistin Savaşı sırasında sahte haber içeriklerinin sosyal medyada yaygın şekilde paylaşılmasıyla propaganda ve algı yönetimi faaliyetlerinin hangi boyutta gerçekleştiği problemine odaklanmıştır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada veri analiz tekniği olarak betimsel analiz tercih edilmiştir. Araştırma kapsamında doğrulama platformu teyit.org tarafından tespit edilen, 7 Ekim-31 Aralık 2023 tarihleri arasındaki tüm iddialara yer verilmiştir. Sosyal medyada yaygın olarak paylaşılan şüpheli iddiaları inceleme konusu yapması nedeniyle ilgili platform seçilmiştir. Çalışmada tüm iddialara detaylı olarak yer vermek mümkün olmadığı için analiz sonucu ortaya çıkan yanlış haber türlerinden birer örnek ele alınmıştır. Araştırma kapsamında incelenen örnekler bakıldığında, sosyal medyada paylaşılan yalan içeriklerin sıklıkla görüldüğü tespit edilmiş ve bu sorunla mücadelede nelerin yapılması gerektiğine dair önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Propaganda, Algı Yönetimi, Dezenformasyon, İsrail-Filistin Savaşı.

ment the war started, an intense propaganda activity was carried out by sharing much misleading news on social media.

This article focuses on the problem of the extent to which propaganda and perception management activities were carried out by the widespread sharing of fake news content on social media during the Israel-Palestine War. In the study where the qualitative research method was used, descriptive analysis was preferred as the data analysis technique. Within the scope of the research, all claims between October 7 and December 31, 2023, detected by the verification platform teyit.org, were included. The relevant platform was chosen because it examines suspicious claims widely shared on social media. Since it is impossible to include all the allegations in detail in the study, a sample of the types of false news that emerged due to the analysis was discussed. Looking at the examples examined within the scope of the research, it was determined that false content shared on social media was frequently seen, and suggestions were made on what should be done to combat this problem.

**Key words:** Social Media, Propaganda, Perception Management, Disinformation, Israel-Palestinian War.

## GİRİŞ

İnsanlık tarihi boyunca farklı amaçlarla kitlelerin tutum ve davranışlarını etkileyerek algılarını yönlendirmeye yönelik propaganda faaliyetleri var olmuştur. Bu faaliyetler, bulunduğu dönemin koşulları ve iletişim araçları doğrultusunda gerçekleşmiştir. Dünyada hızla değişen teknoloji, kitle iletişim araçlarını değiştirirken bilgilerin daha kolay ve hızlı şekilde iletilmesine olanak sağlamıştır. Özellikle sosyal medya, propagandanın gerek hız gerekse yöntem bakımından farklı bir boyuta evrilmesine yol açmıştır. Eskiden beri var olan propaganda faaliyetleri her ne kadar aynı amacı taşısa da aktarılan mesajların taşındığı ortam ve yayılma hızı değişmiştir. Geleneksel medya aracılığı ile uzun vadede yayılma fırsatı bularak hedef kitleye ulaşan bilgiler artık sosyal medya ile birlikte saniyeler içerisinde geniş kitlelere

erişebilmektedir. Günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelen sosyal medya, bireylerin algıları, tutumları ve davranışları üzerinde büyük etki yaratabilmektedir. Sosyal medyanın etkileşimli yapısı, hızı ve içeriklerin yeniden paylaşılmasına izin vermesi, algı yönetimine olanak sağlayan propagandanın etkisinin daha fazla artmasına yol açmıştır.

Sosyal medyada özellikle algoritmalar tarafından yürütülen ve gerçek bir sosyal medya hesabı gibi davranan bot hesaplar (Gorwa ve Guilbeault, 2020: 228), sosyal medya denetimini zorlaştırmaktadır. Bu hesaplar başka kullanıcılarla etkileşim içerisine girerek çeşitli gönderiler paylaşmakta ve iyi amaçlar için kullanıldığı gibi kara propagandaya hizmet etmek amacıyla da kullanılmaktadır. Gerçekliği çarpıtılmış, abartılı ve yanıltıcı bilgiler paylaşmakta ya da gönderilere yorumlar yapılabilmektedir. Böylelikle sosyal medyanın, algı yönetimi aracı olarak da kullanıldığı söylenebilir.

Sosyal medyada propaganda amacıyla paylaşılan sahte bilgilerin çok hızlı yayılması ve kullanıcıların kendilerine ulaşan bilgileri teyit etmeden paylaşması, bilgi kirliliğinin artmasına yol açmaktadır. Öte yandan içerik üreten kaynağın belirsiz olması ve tespit edilememesi büyük sorun oluşturmaktadır. Özellikle toplumsal olaylarla salgın, deprem, savaş gibi kriz durumlarında doğru bilgi alma ihtiyacı normal döneme kıyasla daha fazla olmaktadır. Bu süreçte propaganda kaynağının çıkarları doğrultusunda algıları yönlendirilen bireyler, doğruluğunu sorgulamadıkları yanlış bilgileri yeniden paylaştıkça dezenformasyonun ve manipülasyonun daha çok artmasına sebep olabilmektedir. Bunun en belirgin örneği hem Covid-19 pandemi sürecinde hem de geçen sene yaşanan Kahramanmaraş depreminde görülmüştür. Benzer durumun şu anda yaşanan İsrail-Filistin Savaşı'nda da devam ettiği görülmektedir. Her iki taraf da sosyal medya üzerinden yürüttükleri propaganda faaliyetleriyle kitlelerin algılarını yönlendirmeye ve yönetmeye çalışmaktadır.

Bu araştırma, İsrail-Filistin Savaşı sırasında sahte haber içeriklerinin sosyal medyada yaygın şekilde paylaşılmasıyla propaganda ve algı yönetimi faaliyetlerinin hangi boyutta gerçekleştiğini araştırmaya odaklanmıştır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada veri analiz tekniği olarak betimsel analiz kullanılmıştır. Çalışma kapsamında doğrulama platformu teyit.org tarafından tespit edilen, 7 Ekim-31 Aralık 2023 tarihleri arasındaki tüm iddialara yer verilmiştir. Araştırmada tüm iddialara yer vermek mümkün olmadığından, analiz sonucu ortaya çıkan

yanlış haber türlerinden (Hatalı İlişkilendirme, Çarpıtma, Uydurma, Manipülasyon, Bağlamdan Koparma, Taklit, Parodi) birer örnek ele alınmıştır.

## 1. PROPAGANDA VE ALGI YÖNETİMİ

Propaganda, kitlelerin düşüncelerini ve davranışlarını belirli çıkarlar doğrultusunda değiştirmek üzere önceden planlanmış mesajların tümüdür. Bilgilerin, fikirlerin veya söylentilerin kasıtlı şekilde yayılması olarak da tanımlanmaktadır. Öte yandan baskı gruplarının ve siyaset dışı oluşumların amaçlarına ulaşmak için kullanılan yöntem görevini görmektedir. Bir öğretiyi ve düşünceyi yayma amacı taşıyan propagandanın uygulama alanı, içinde bulunulan döneme göre çeşitlenmektedir. Bu bağlamda kampanyalar, broşürler, pankartlar vb. klasik dönem propaganda araçları kullanılmıştır (Barnhizer, 2007: 18; Doğan, 2020: 2). İktidarlar bu araçları kullanmak suretiyle kendi ideolojilerini kitlelere benimsetmeye ve onları kendi çıkarları doğrultusunda harekete geçirmeye çalışmaktadır.

Propagandada doğruluk, özgünlük, saygı ve hakkaniyet gibi ilkeler ihlal edilmekte (Lock ve Ludolph, 2020: 106), iletişim kaynağından hedef kitleye tek yönlü bir iletişim süreci işlemekte ve kitlelerin kendilerine ulaşan mesajları tartışması istenmemektedir (Çalışkan, 2020: 90). Propaganda mesajları, bireylerin ayrıntılı düşünmesine fırsat vermeden, doğrudan duygulara hitap edecek şekilde tasarlanmaktadır (Avcı, 2018: 75-76). Propagandanın amacına ters düşecek ve dikkati dağıtabilecek gerçeklerden söz edilmez. Önceden ayıklanmış, abartı ve yalan üzerine kurulu bilgiler kitlelere sunulurken ikna edilmeye çalışılır. Bununla birlikte, propagandanın amacı yalnızca bir düşünceyi benimsetmek değil, aynı zamanda insanların aktif olarak sürece katılmasını sağlamaktır (Özel vd., 2018: 85; Sproule, 1994: 8). Aktarılan mesajlar doğrultusunda eylemsel boyutta da işin içerisinde yer alması istenir. Böylelikle fikirlerin içselleştirilmesi daha kolay hale gelecektir.

Herman ve Chomsky (1988: 32) propagandadaki iknanın amacının genellikle seçkinlerin çıkarlarıyla yakından ilişkili olduğu belirtirken, Messina (2007: 33) propagandanın doğasında, özgürlüğü kısıtlayarak ve itaati teşvik ederek tutum ve davranışları değiştirmeye yönelik ikna edici girişim olduğunu ifade etmiştir. Brennan'a (2017: 46) göre ise propaganda insanların içinden çıkamayacakları düşünce tuzaklarına düşmesine neden olmakta ve sağlıklı düşünmesini engellemektedir. Bu durum, bazılarının, kendilerinin daha büyük bir ahlaki otoriteye sahip olduklarına

inanmaları nedeniyle diğerlerinin bakış açılarını göz ardı etmelerine neden olabilmektedir.

Propagandanın başarıya ulaşabilmesi için hedef kitlenin özelliklerinin iyi bilinmesi ve bu özelliklere göre propagandanın şekillendirilmesi önemlidir. Bunun yanında mesajların anlaşılır olabilmesi için, uzun ve karmaşık cümlelerden oluşan metinler yerine kısa ve öz metinlerin kullanılması gereklidir. Burada hedef kitlenin sosyolojik özelliklerinin göz önünde bulundurularak hazırlanan propaganda içeriğinin kitle psikolojisine uygun şekilde oluşturulması elzemdir (Koroğlu, 2023: 58). Hedef kitlenin hassasiyetleri ve öncelikleri ön planda tutularak bu yönde mesajların tasarlanması ve iletilmesi kitle üzerinde daha fazla etki yaratabilecektir.

Tüm bu açıklamalar ışığında propagandaya ilişkin ortak özellikler şu şekilde özetlenebilir (Cülük, 2018: 313) :

- Propaganda bir tarafın savunulduğu, tek yönlü bir iletişim biçimidir.
- Hem bireyi hem de kitleyi hedef olarak belirleyen bilinçli bir eylemdir.
- Tarafı olması nedeniyle objektif değildir. Farklı seçenekler sunulmaz.
- İyi niyet ve dürüstlük temeline dayanmaz. Abartı ve yalan üzerine kuruludur.
- Yanıltıcıdır ve yıkıcı bir etki bırakabilir.

İnsanlık tarihi boyunca farklı amaçlar için propagandaya başvurulmuştur. Bununla birlikte propagandanın 20. yüzyılın başlarında özellikle uluslararası siyasette daha sistematik şekilde uygulandığı söylenebilir. Bolşevik İhtilali'nde Sovyet Rusya, 1. Dünya Savaşı sırasında İngiltere ve Amerika, 2. Dünya Savaşı boyunca Hitler Almanyası, propagandayı aktif kullanarak propaganda ve karşı propaganda tekniklerinin gelişmesini sağlamıştır (Ayhan ve Çifçi, 2021: 21). İletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte propagandanın yayılma hızı ve etki alanı da artmıştır (Farkas ve Neumayer, 2020: 708; Jowett ve O'Donnell, 2012: 51). Propaganda, basın, radyo, televizyon, film, internet, e-posta, toplantılar, el ilanları, açık hava panoları, anıtlar, madeni paralar, kitaplar, oyunlar, çizgi romanlar, şiir, müzik, ritüeller, sportif ve kültürel olaylar gibi kullanılabilir tüm medyayı kullanmaktadır (Jowett ve O'Donnell, 2012: 296). Öte yandan modern propaganda, güçlü bir ka-

muoyuna ve kitle toplumuna ihtiyaç duyar. Kitle toplumunda bireylerin kontrolü ve manipülasyonunda belirli amaçlar için kullanılan ideolojik bir aygıttır. Propagandanın başarısı, bilinçlerin ve duyguların harekete geçirilmesine bağlıdır (Stivers, 2012: 207).

Propaganda ile ilgili çeşitli sınıflandırmalar yapılmıştır. En yaygın sınıflandırmalardan biri de mesajın kaynağına göre yapılan ve kara, beyaz, gri propaganda şeklinde üç türü bulunan sınıflandırmadır (Mezda, 2017: 7). Beyaz propaganda da kaynak bilinmektedir ve genellikle resmidir. Açıklık ve şeffaflık ön plandadır. Yalan ve gerçeğin iç içe geçtiği gri propagandanın kaynağını rivayetler ve komplo teorileri oluşturmaktadır. Aktarılan bilgilerin ilgi çekici ve zihinleri karıştırmayı ister. Sinsi yöntemlerin uygulandığı kara propagandada ise bilginin kaynağı belli olduğu halde sanki farklı bir kaynaktan çıkıyormuş şeklinde gösterilmektedir. İftiraya, yalana ve bozgunculuğa başvurulmaktadır. Özellikle savaş dönemlerinde bu propaganda türü daha etkili olabilmektedir (Doğan, 2015: 302-303; Vanlıoğlu, 2018: 208). Bununla birlikte afet ve deprem gibi olağanüstü durumlarla seçim dönemlerinde kara propagandaya sıklıkla başvurulduğu ve çok fazla bilgi kirliliğinin ortaya çıktığı görülmektedir.

Propaganda faaliyetleri, kitlelerin algılarını yönlendirmek için planlanmaktadır. Bu bağlamda karşımıza algı yönetimi kavramı çıkmaktadır. İlk kez Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı (United States of Department of Defense) tarafından tanımlanan algı yönetimi, seçilen enformasyonları hedef kitlenin duygularını, tutumlarını ve yargılarını değiştirerek bu enformasyonları istihbarat sistemleri ve liderlere iletme faaliyetleri olarak açıklanabilir (Özdoğru, 2021: 129). Algı yönetimini bir tür psikolojik operasyon olarak değerlendiren Garfield'a (2002: 33) göre, algı yönetiminde mesajlar, hedef kitlenin anlayabileceği şekilde biçimlendirilerek hedef kitlede istenilen tutum ve davranış değişikliği yaratmak amaçlanmaktadır.

Propagandanın algı yönetimi için kullanılan bir araç olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin Soğuk Savaş döneminde, antikomünist bir algı oluşturma amacıyla haberde ve haber içeriğinde propaganda unsuru yaygın olarak kullanılmıştır. Nazi Almanyası'nda propaganda bakanlığı yapan Goebbels'in, propagandanın bir sonuç değil sonuca götüren bir araç olduğunu söylemesi de propagandanın algı yönetimi için bir araç olarak değerlendirilmesi gerektiğini düşündürmektedir. Benzer

şekilde Hitler de propagandanın bir araç mı yoksa amaç mı olduğu noktasında kesinlikle bir araç olduğu noktasında kanaat kullanmaktadır (Bozkanat, 2021: 80).

İnsanların bilgiye kolay ve hızlı erişimi aynı miktarda bilgi kirliliğine neden olmakta ve bu durum algıları dış müdahalelere karşı savunmasız hale getirmektedir. Dolayısıyla algılar kolayca yönetilmekte, kitle hareketleri oluşturulabilmekte ve toplumsal olaylar kolayca manipüle edilebilmektedir (Köroğlu, 2023: 58). Algı sürecinde medya yoluyla yaratılan gerçeklik, bireyin kendi kanaatlerinden ve gerçekliğinden daha baskın gelmektedir. Dolayısıyla sahte ve yanıltıcı bilgilere maruz kalan kişilerin algılarını yönetmek daha kolay olabilmektedir.

Algı yönetiminin temelde üç amaca sahip olduğu söylenebilir (Siegel, 2005: 118-119) :

- Algı yönetimi öncelikle yapılan eylemlere meşruiyet kazandırarak kamuoyunun desteğini almayı amaçlamaktadır.
- Düşman ve / veya üçüncü taraflara niyetlerin ve amaçların iletilmesi hedeflenmektedir.
- Algı yönetimi ile hedef kitlenin tutum ve davranışlarını etkileyerek harekete geçmesini sağlamak amaçlanmaktadır.

Teknolojinin gelişmesi ve medyanın küreselleşmesi sonucunda algı yönetiminin de farklı bir boyuta ulaştığı görülmektedir. Medyanın küresel düzeyde yayın yapma olanağına sahip olması, herhangi bir olayın sadece yerel değil dünya çapında da etkiye yol açmasına sebep olabilmektedir. Bu durum dünyanın farklı yerindeki bir bireyi bile algı yönetiminin hedefi haline getirebilmektedir (Özdoğru, 2021: 129). Özellikle küresel medyanın farklı ülkelerde yaşanan olaylarla ilgili haberlerde kullandıkları çerçeveler, bireylerin güncel olayları anlamasını ve yorumlamasını etkileyebilmektedir.

Callamari ve Reveron (2003:15) algı yönetiminin genel olarak dört aşamadan oluştuğunu belirtmektedir:

- Hedef kitlenin dikkatinin çekilmesi,
- Benzer bilgilerin paylaşılarak hedef kitlenin dikkatini kontrol altında tutmak,

- Sunulan bilgilerin hedef kitlenin algılarıyla tutarlı hale getirilmesi,
- Bilginin iletişim kaynaklarında devamlı tekrar edilmesi.

Medya, gerçekliğin belli boyutlarını ön plana çıkararak bilgileri kendi istediği şekilde değiştirmekte ve algıları yönlendirebilmektedir. Yanlış veya doğruluğu bulunmayan ve kasıtlı olarak yayılan sahte bilgilerle kitleler yönlendirilmekte ve etki altına alınmaktadır (Mumford, 1996: 45). Mesajların geniş kitlelere sürekli ve anında ulaştırılmasını sağlayan medya, kanaatlere yön verme gücüne sahiptir. Dolayısıyla aynı zamanda ve ortamda bulunma zorunluluğunu ortadan kaldıran kitle iletişim araçları, propagandaya da yeni bir boyut kazandırmıştır (Tosyalı ve Sütcü, 2019: 65). Radyo, televizyon ve gazete gibi geleneksel medya dışında yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkardığı sosyal medya araçları da propaganda çalışmalarında sıklıkla ve aktif şekilde kullanılmaktadır.

## 2. PROPAGANDA VE ALGI YÖNETİMİ ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA

İletişim teknolojilerindeki gelişmeyle beraber sosyal medya günlük hayatın ayrılmaz bir parçası olmuştur. Etkileşim içerisinde bilgi paylaşımına olanak sağlayan sosyal medya, propagandanın kapsamını, yayılma hızını ve yöntemlerini de değiştirmiştir. Küresel bir propaganda aracı haline gelen sosyal medya, mesajların çok geniş bir kitleye hızlı şekilde ulaşmasını sağlayabilmektedir (Doğan, 2022: 72; Durmuş, 2023: 44). Özellikle görseelliğin ön planda olması mesajların hızını ve etkisini daha çok artırmaktadır.

Jenkins'e (1992: 331) göre sosyal medyanın en önemli özelliği hızlı ve zamansız bir şekilde yayılabilir olmasıdır. Birbirleriyle sürekli etkileşimde olan katılımcılar, yeni bir içeriğin yaratılmasında ve yayılmasında aktif rol alarak katılımcı bir kültür oluşturmaktadır. Katılımcı kültürde bireyler, ürettikleri içeriklerin önemli olduğunu düşünmekte ve çevrim içi ağa bağlılık göstermektedir (Jenkins, 2009: 7). Manovich (2001: 55) ise üretilen içeriklerin diğerlerinin müdahalesine açık hale geldiğini ve içerik üretiminin kolaylaşmasıyla birlikte gerçekliğe olan bakışın da değiştiğini belirtmiştir. Bu modüler yapıda görüntü, ses ve metin değiştirilerek yeni içerikler üretilmektedir. Sosyal medyanın değişken yapısı, orijinal içerikten çok çeşitli kopyalar ya da yeni sürümler üretilmesi anlamına gelmektedir. Fuchs'a (2016: 113) göre de sosyal medyanın sahip olduğu güç, simgesel ve kültürel bo-



yutları ile irdelendiğinde, içeriğin üretimi ve yayılım hızı bakımından hem bireysel hem de topluluk hâlinde etkileşimlere olanak sağlamaktadır.

Öte yandan sosyal medyanın ucuz ve güncellenebilir olması, mobilizasyon oluşturabilmesi, hedef kitlede ortaya çıkan etkinin anında izlenebilmesi ve en önemlisi de interaktifliği, propaganda açısından sosyal medyayı etkili bir araç haline getirmektedir. Kitleler üzerinde tahakküm kurmak isteyen iktidarlar, sosyal medya sayesinde mesajlarının geniş halk kitlelerine ulaşabileceğini gördüklerinde, bu aracı aktif bir propaganda aracı olarak kullanmaya başlamışlardır (Toktay, 2019: 65; Tosyalı ve Sütcü, 2019: 66). Mesajın yayılım hızının artmasıyla birlikte kitlelerin algılarını yönetmek de daha kolay hale gelmiştir.

Devletler, kurumlar, şirketler, siyasi partiler ve sivil toplum örgütleri propaganda yapmak amacıyla sosyal medyayı kullanabilmektedir. Bu kullanımlar çoğu kez kötü niyetle yapılmaktadır. Devletler, sahte haberler ve manipülasyon konusunda giderek daha fazla endişe duymaktadır. Modern propaganda, yeni teknolojiler sayesinde dezenformasyon yoluyla halkın algısını bozmaktadır. Bu nedenle ABD, Almanya, Fransa ve Türkiye gibi ülkeler, çıkardıkları yasalarla sosyal medyanın kötü niyetlerle kullanılmasını engellemeye çalışmaktadır (Doğan, 2022: 73). Örneğin Türkiye’de kamuoyunun “Dezenformasyon Yasası” olarak adlandırdığı kanun<sup>1</sup> 2022 yılında yürürlüğe girmiştir (Oymak, 2022: 504). Hatta geçen yıl yaşanan Kahramanmaraş depreminde, deprem bölgesi dışında bir şehirde yaşayan ve göçük altında olduğunu belirterek sosyal medyadan dezenformasyon amaçlı paylaşım yaptığı tespit edilen kişi, ilgili yasa kapsamında tutuklanmıştır.

Medyada yer alan bir haber, yayımlanmadan önce haberin yapıldığı kurumda editöryal süreçlerden geçmektedir. Sosyal medyanın yaygınlaşması ile birlikte bu süreç ortadan kalkarak kullanıcılara yeni bir alan açılmıştır. Bu durum sosyal medyayı propagandaya açık bir mecra haline getirmiştir. Çeşitli içerikleri tek bir mecrada iletme özelliğine sahip olan sosyal medya, kitlelere kolayca ulaşarak (Taşdemir, 2017: 734) onların algılarını değiştirerek istediği şekilde yönetebilmektedir.

Sosyal medyanın yaygın olarak propaganda ve algı yönetimi aracı olarak kullanılmasının en önemli sebebi, dijital mecralardaki sınırlama ya da denetlenme mekanizmasının zor olmasıdır. Sosyal medya yoluyla hedef kitlenin yönlendirilebil-

1 7418 sayılı “Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun”

mesi ve bilginin kasıtlı olarak çarpıtılarak insanların manipüle edilmesi mümkün olmaktadır (Balcı ve Keser, 2023: 151). Bireylerin sosyal ağlarda paylaşılan bilginin doğruluğunu veya yanlışlığını öğrenmesi gittikçe zorlaşmaktadır (Ceng, 2018: 669). Özellikle popüler sosyal medya platformlarındaki “filtre balonu” olarak da bilinen algoritmalar, kullanıcıların etkileşimde bulunduğu içeriklere benzer daha fazla içerik sunmaktadır. Sosyal medyada kullanılan bu algoritmalar, bireylerdeki önyargıları pekiştirerek onları propaganda karşısında savunmasız duruma getirebilmektedir (Akbuğa, 2023: 371; Aydın, 2020: 79). Bilhassa bot hesapların ürettiği sahte içeriklere maruz kalan kullanıcıların karşısına yalan bilgi sunan başka hesaplar çıkmakta ve bireylerin doğru bilgiye erişimi engellenmektedir.

Yanlış bilgilerin yapay olarak çoğaltılarak popüler içerik şeklinde gösterilmesi gibi sosyal medya manipülasyonlarının farklı platformlara göre farklılık gösterdiğini göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Örneğin Instagram’daki sahte takipçiler ve X platformundaki (eski adıyla Twitter) bot hesaplar endişe verici olabilmektedir (Rogers, 2023: 11). Dolayısıyla sosyal medya yoluyla hedef kitleye iletilen mesajların güvenilirliği, etkinliği ve geçerliliği, üzerinde durulması gereken önemli bir husustur. Algıyı yönetebilmek için hedef kitlenin motive edilerek onunla duygusal iletişim kurulması önemlidir. Bu iletişim, algıyı yönetenlerin ana stratejilerini belirleyecek bir faaliyet haline gelmektedir. İnsan psikolojisinin dış faktörlere son derece açık bir yapısı vardır. Bu sebeple büyük şirketler, devletler, hükümetler ve özellikle yasa dışı örgütler, gerçekleri çarpıtılarak sunmaktadır (Aslan, 2015: 70). Farklı sosyal ağlar üzerinden aynı manipülatif içerikler sürekli tekrar yoluyla paylaşılarak algı yönetimi yapılmaktadır.

Dijital tüketiciler olarak adlandırılan sosyal medya kullanıcıları, popüler ve güncel olaylardan haberdar olabilmek için sosyal medyanın akışı içinde gezinirken dijital sürü haline gelmektedir. Zamanla sürekli bir döngü içerisinde farklı parçalara bölünen ve arzularını doyuma ulaştırmaya çalışan bireylerde bilincin fethedilmesi söz konusu olmaktadır. Bu nedenle dikkati dağılmış kitleler, sosyal medya tarafından kolayca yönlendirilebilmektedir (Tekke ve Lale, 2021: 51). Dolayısıyla yanlış yönlendirilen kullanıcılar, sosyal medyanın yarattığı gerçeklik doğrultusunda düşünmeye ve davranmaya başlamaktadır.

Sosyal medyanın yapısı, sahte haberlerin yayılmasını ve hızlandırılmasını sağlayarak komplo teorilerinin daha çok artmasına yol açmaktadır (Rogers ve Niederer,

2020: 24). Zira bu mecradaki bilginin çok hızlı yayılması, bilgiyi teyit etmek için gereken süreci devre dışı bırakabilmektedir. Öte yandan yayılan mesajlara büyük bir kitlenin aynı anda tanık olması ve onların da bu mesajları yayması, mesajın inandırılığını artırabilmektedir. Sonuç olarak doğrulanmamış bir bilgi, binlerce hatta milyonlarca kişiye aynı anda yayılabilmektedir. Böylelikle komplo teorileri ve sahte bilgiler sosyal medyada yaygınlaşarak gerçekliği inşa etmekte ve yayılma hızı arttıkça inandırıcılık oranı da artabilmektedir (Değer, 2017: 77). Bu döngü içerisinde yanıltıcı içerikler daha fazla dolaşımında kalarak propagandanın etkisinin artarak devam etmesine neden olmaktadır.

Sosyal medyadaki paylaşımlarla ilgili başka bir tartışmalı konu ise teyit edilme-ye muhtaç içeriklerin, özel hayatın gizliliğinin ihlali ve nefret söylemi gibi etiksel problemlere yol açarak algı yönetimine sebep olmasıdır. Sosyal medyada içeriklerin bir an önce paylaşılma arzusu, yanlış bilgilerin hızlıca yayılmasına neden olmakta ve sosyal medya içeriklerinin teyit edilmeden paylaşılması problemini gündeme getirmektedir (Aydın, 2023: 2606; Kiraz, 2019: 11). Bu sorunun çözümü noktasında, kişilerin özellikle şüpheli buldukları bilgileri doğrulama platformlarından faydalanarak araştırmaları ve doğru bilgiye ulaşmaları kritik önem taşımaktadır.

Sosyal medyada sahte söylemler ve manipülatif bilgilerle içi boşaltılan gerçeğin yerine çeşitli çıkarlarla oluşturulan yeni bir gerçeklik algısı üretilmektedir. Böylece dijital mecradan beslenen kişilerin hakikat algısı şekillendirilerek yeni üretilen hakikate inanması amaçlanmaktadır. Böylelikle birey, ait olduğu kitlenin hakikatinin peşinde koşmaya devam etmektedir. Bu şekilde yeni bir aidiyetle kimliklendirilerek üretilen bireyler, kitleyi yöneten gücün emirleri ve amacı doğrultusunda sorgulama yapmaksızın hareket etmektedir (Arslan, 2022: 1877). Sosyal medya üzerinden yoğun bir propaganda sonucu algıları yönlendirilen kullanıcılar, gittikçe gerçeklerden uzaklaşmaya başlamaktadır.

Sosyal medyanın girift yapısı nedeniyle bu mecradaki haber kaynakları, geleneksel medyaya kıyasla daha karmaşık ve yanıltıcı olabilmektedir. Gerçek ile yalanın iç içe geçtiği bu ortamda, kullanıcıların farkında olmadığı pek çok yalan ve yanıltıcı içerik, kişilerin algılarını yönetmek için kullanılmaktadır (Durmuşahmet, 2021: 178). Yalan temeli üzerine oluşturulan mesajlarla propagandanın yayılma fırsatı bulunduğu sosyal medyada, bireyler neyin gerçek neyin sahte olduğunu anlamamakta ve yönlendirmeye açık hale gelebilmektedir.

Özetle sosyal medyanın propagandaya ve algı yönetimine sağladığı olanaklar şu şekilde sıralanabilir (Durmuş, 2023: 51) :

- Sosyal medyada propaganda yapmak daha düşük maliyetlidir.
- Geniş kitlelere hızlı ve kolay ulaşılması, algı yönetimini kolaylaştırmaktadır.
- Mesajların gönderilmesinde süre ve yer kısıtlamasının olmaması büyük avantaj sağlamaktadır.
- Hedef kitlenin geri bildirimleri hızlı ve eş zamanlı olarak alınabildiği için kitlenin tepkileri doğrultusunda farklı stratejiler belirlenebilmektedir.

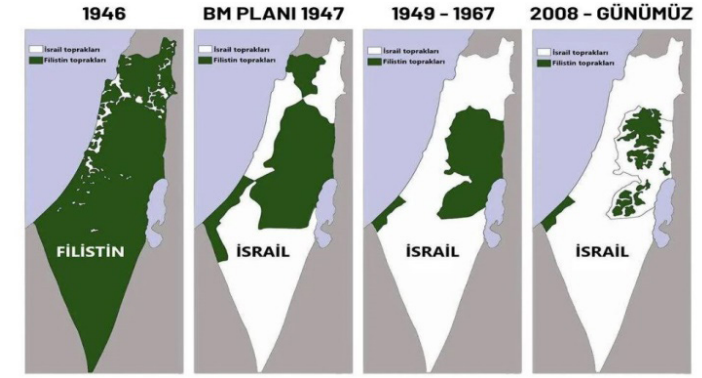
Sosyal medya üzerinden salgın, deprem ve savaş gibi kriz dönemlerinde yapılan kara propaganda, kitleler üzerinde manipülasyona neden olmaktadır. Özellikle kriz dönemlerinde haberleşme aracı haline gelen sosyal platformlar, bilginin iletilmesinde bazı problemlere yol açmaktadır. Gerçekliğin bağlamdan koparılarak dezenformasyon ortamının hızlı oluşması, propagandanın sosyal medyada daha kolay oluşmasına sebep olmaktadır. Siyasal ve ekonomik çıkarların da etkisiyle sahte hesaplar tarafından paylaşılan iddialar, doğru enformasyona ulaşmayı zorlaştırmaktadır. Sahte belgeler ve gerçeği çarpıtan görüntüler (Akyıldız, 2023: 525) propagandanın etkisinin artarak daha çok yayılmasına neden olmaktadır.

### 3. İSRAİL-FİLİSTİN SAVAŞI'NDA PROPAGANDA AMAÇLI SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Geçmişten günümüze süregelen ve halen devam etmekte olan en kırılgan ve problemlili bölge Ortadoğu'dur (Sarp ve Cihan, 2020: 4). Bu problemlerin farklı nedenleri olmakla birlikte iki temel nokta önem taşımaktadır. İlki Ortadoğu'nun petrol kaynakları yönünden büyük bir zenginliğe sahip olması, ikinci ise üç semavi din için de kutsal topraklar olarak kabul edilmesidir. Bu iki temel faktör çerçevesinde devam eden ve Ortadoğu'nun kanayan yarası olarak bilinen en büyük problem ise İsrail - Filistin sorunudur (Kanat, 2022: 26). Semavi dinler açısından stratejik bir coğrafya olan ve Kudüs'ü içinde barındıran Filistin, geçmişte çeşitli şekillerde istilaya uğramış ve göçe maruz kalmıştır (Kişi, 2023: 266). Tarihsel süreçte İsrail- Filistin meselesi pek çok çatışma ve savaşla sürse de bir türlü kalıcı barışa gidecek çözümler üretilmemiştir. Kutsal topraklar konusundaki hassasiyetler, diğer dini farklar, zaman içerisinde oluşan karşılıklı

nefret ve insani açıdan yaşanan olumsuz gelişmeler sorunu uluslararası hale getirmiştir (Mucuk vd.,2023: 106).

1917'den 1948 yılına kadar geçen dönemde, Filistin topraklarının, bir Yahudileştirme süreci içerisine çekilmeye çalışıldığı görülmüştür. 1948 yılında İsrail'in resmi olarak kurulması ile beraber Arap dünyasının, oldukça sert tepki verdiği görülmüştür. Daha sonrasında ise aynı yıl I. Arap-İsrail Savaşı yaşanmıştır. Yaşanan savaş sonucunda, Arap dünyasının güçlü bir şekilde bir araya gelmesine karşın İsrail, Batılı destekçileri sayesinde galip gelmiştir (Kişi, 2023: 266). Savaş sonunda İsrail, Birleşmiş Milletlerin (BM) taksim kararıyla belirlenen toprakların çok daha ötesinde topraklar elde ederek sınırlarını genişletmiştir. Böylece İsrail, Filistin topraklarının dörtte üçünü ele geçirmiştir. BM Genel Kurulu, kararında Kudüs'ün milletlerarası bir kent olacağını belirtse de İsrail, savaş sonucunda Kudüs'ün yarısını topraklarına katmıştır. 1967 Arap-İsrail Savaşında ise İsrail, daha önce işgal edemediği Filistin topraklarının geri kalan yüzde 22'sini işgal etmiştir. Bu topraklar, Batı Şeria'nın geri kalan kısmı, Doğu Kudüs ve Gazze'yi kapsamaktaydı (Yıldırım, 2021: 3847-3848).



**Şekil 1.** 1946'dan Günümüze İsrail/Filistin Topraklarının Değişimi (bianet.org, 2023)

Uzun yıllardır devam eden İsrail-Filistin çatışması günümüzde de artarak devam etmektedir. 2007 yılından beri Gazze Şeridi'ni yöneten Filistinli örgüt Hamas, 7 Ekim 2023'te "Aksa Tufanı" adını verdikleri operasyonla Gazze Şeridi yakınında bulunan yerleşim bölgelerine farklı noktalardan sızarak İsrail'e yönelik saldırılar başlatmıştır (Kökmen, 2023). Saldırıları sonrası İsrail'in de karşılık vermesiyle birlikte yaşanan gerilim savaşa dönüşmüştür.

Savaş sürecinde taraflar sosyal medya üzerinden de psikolojik savaş yürütmeye başlamıştır. İsrail ve Hamas, sosyal ağlarda dolaşıma soktukları sahte ve manipülatif haberlere dayalı propaganda faaliyetleri ile kitlelerin algılarını yönetmeye çalışmıştır. Bu durum, gerçeği öğrenmek isteyen kişilerin haber alma özgürlüğünün önünde büyük bir engel oluşturmuştur.

#### 4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Bu araştırma, İsrail-Filistin Savaşı sırasında sahte haber içeriklerinin sosyal medyada yaygın şekilde paylaşılmasıyla propaganda ve algı yönetimi faaliyetlerinin hangi boyutta gerçekleştiğini araştırmayı amaçlamıştır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada veri analiz tekniği olarak betimsel analiz tercih edilmiştir. Bu tür analizde amaç, elde edilen bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 159). Veri toplama tekniği olarak doküman incelemesine başvurulmuştur. Doküman incelemesi, araştırılması amaçlanan olgu ya da olgulara ilişkin bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 140).

Çalışmada, Türkiye’de faaliyetlerini yürüten teyit.org doğrulama platformunun 2023 İsrail-Filistin Savaşı sonrasında sosyal medyada ortaya atılan iddialara yönelik inceleme sonuçları ile ilgili verileri, “haber inddiası”, “analiz sonucu” ve “yanlış haber türü” kategorileri çerçevesinde ortaya konmuştur. Çalışma kapsamında ilgili platform tarafından ele alınan 7 Ekim-31 Aralık 2023 tarihleri arasındaki tüm iddialara yer verilmiştir. Sosyal medyanın gündemindeki şüpheli iddiaları inceleyerek kanıtlarıyla birlikte gerçekleri ortaya koymasından dolayı söz konusu platform seçilmiştir. Çalışmada tüm iddialara ilişkin detaylara yer vermek mümkün olmadığından, analiz sonucunda ortaya çıkan yanlış haber türlerinden birer örneğin ele alınması araştırmanın sınırlılığı olarak belirtilebilir.

#### 5. BULGULAR

Türkiye’de çalışmalarını yürüten doğrulama platformu teyit.org (2024), 7 Ekim 2023 İsrail-Filistin Savaşı sırasında sosyal medyada sıklıkla paylaşılan iddiaları inceleyerek sahte haberleri belirlemiştir. Teyit.org platformu ele aldığı iddiaları belirli aşamalardan geçirdikten sonra, bu iddialar ile ilgili dört farklı kategoride sonuca ulaşmaktadır. “Doğru” etiketi, ele alınan iddianın doğru, “Yanlış” etiketi ise iddianın yanlış olduğuna dair verilerin elde edildiği sonucunu belirtmektedir.

“Karma” ifadesi incelenen iddianın hem doğru hem de yanlış bilgiler içerdiğini, “Belirsiz” etiketi ise eldeki verilerin iddiaya dair bir sonuca ulaşılması için yetersiz olduğu belirtmektedir. Teyit.org ayrıca yanlış olarak etiketlediği haberleri inceledikten sonra sonunda hangi yanlış haber türüne girdiğini belirtmektedir. Bu türlerle ve açıklamalarına tablo 1’de yer verilmiştir.

**Tablo 1.** Yanlış Bilgi Türleri (Foça, 2019)

Yanlış Bilgi Türleri	Açıklama
Hatalı İlişkilendirme	Farklı bir durumu yansıtan fotoğraf, video, alıntı ya da haber başlıklarının başka bir olayla ilişkilendirilmesi
Çarpıtma	Gerçek anlamından sapılarak yanlışla sürüklenme/yönlendirme
Uydurma	Gerçeklikten kopuk ve tamamen üretilmiş içerikler
Manipülasyon	Seçme, ekleme ve çıkarma yoluyla değiştirilmiş bilgi
Bağlamdan Koparma	Doğru bilginin, içinde bulunduğu olay veya ilişkil örgüsünden kopularak farklı şekilde anlatılması
Taklit	Bir kişiyi ya da kurumu taklit eden içerikler veya sosyal medya hesapları
Parodi	Eğlenmek ve dalga geçmek amacıyla hazırlanan yanıltıcı içerikler

Savaş sırasında sosyal medyada ortaya atılan iddiaların analiz sonuçları ve yukarıdaki yanlış bilgi türleri çerçevesinde hangi kategoriye girdiği tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2.** İsrail-Filistin Savaşı Sırasında Sosyal Medyada Yer Alan İddialar (Tablo, teyit.org sitesinde yer alan bilgilerden derlenerek oluşturulmuştur)

Haberin İddiası	Analiz Sonucu	Yanlış Haber Türü
İsrail’in Gazze’ye saldırısını gösteren görüntülerin güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Kudüs’ten kaçan İsrail vatandaşlarını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
İsrail ordusunun F-16 savaş uçakları dahil askeri teçhizat naklettiğini gösteren videonun güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
İsrail’in Gazze’ye düzenlediği hava saldırısını gösteren görüntülerin güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
İsrail Hamas hedeflerini vuruyor iddiasıyla paylaşılan görüntülerin güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
İsrail’i protesto etmek için sokağa kola döken vatandaş gösteren videonun güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
“Mehmetçik Gazze’ye” sloganlarının atıldığı gösterinin güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Hamas tarafından vurulan iki İsrail helikopterini gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Hamas tarafından roketle vurulan İsrail ordusuna ait bir helikopteri gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme

Videonun İsrail'e paraşütle inen Hamas güçlerini gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görüntülerin Kapıköy Sınır Kapısı'nda bekleyen İranlı sığınmacıların gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Video esir alınan İsraili komutanları mı gösteriyor?	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Kassam Tugayları'nın İsrail tankını imha ettiği anları gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun İsrail Silahlı Kuvvetleri tarafından gözaltına alınan Hamas güçlerini gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
İsrail askerlerinin isyan ettiğini gösteren videonun güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Fotoğrafın Hamas güçleri tarafından esir alınan İsraili askerleri gösterdiği iddiası	Yanlış	Uydurma
Görselin İsrail askerleri tarafından tankla ezilen bir aracı gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Filistin bayrağını söken İsrail askeri görüntüsü güncel mi?	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görüntülerin İsrail'in Gazze şeridinde düzenlediği saldırıyı İsrail bayrağı yakarak protesto eden Yahudi bir grubu gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görüntülerin Alanya'ya gelen İsraili sığınmacıların gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Hamas'ın kaçırdığı Yahudi bir bebeği gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görüntünün Kassam Tugayı tarafından Tel Aviv'in vurulduğunu gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Fotoğrafın güncel İsrail Filistin çatışmasından olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun El Kassam Tugayları'nın düşürdüğü helikopterleri gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görselin Hamas'ın esir aldığı İsraili binbaşım gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Putin'in ABD'yi İsrail-Filistin savaşına müdahil olmaması adına uyardığını gösterdiği iddiası	Yanlış	Uydurma
Video ile İsrail'de Hamas'ı hedef alan sahte çocuk infazı görüntüleri çekildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Sosyal medyada dolaşıma giren videoların güncel çatışmalar sırasında İsrail askerlerinin çektiği TikTok içeriklerini gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/ Çarpıtma
Görüntülerin müzik festivalinde Hamas tarafından öldürülen kadına ait olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun İsrail tarafından misket bombasıyla saldırılan Gazze'deki son durumu gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görüntünün sahte cenaze töreni düzenleyen Filistinlileri gösterdiği iddiası.	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun İsrail Başbakanı Netanyahu'nun, desteklerinden dolayı Türkiye'ye ilettiği teşekkür mesajını gösterdiği iddiası	Yanlış	Uydurma
Videonun Gazze'deki olayları protesto etmek için Azerbaycan, Türkiye ve İsrail bayraklarını yaktıkları iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Paylaşılan videolarla Hamas'a bir yamaç paraşütünün elektrik tellerine çarpıp alev aldığı iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme



Filistin'e destek vermek için sınırnı geçmeye çalışan Lübnanlılar gösteren videonun güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun İsrail'e paraşütle inen Hamas kuvvetlerini gösterdiği iddia edildi.	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun, Mısırlı sivillerin Gazze halkına su, yiyecek ve malzeme ulaştırmak için Filistin sınırını geçtiği anları gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görüntüde saldırıya uğrayan kişilerin İsrail askerleri olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
İsrail'in savunma sistemi demir kubbenin Hamas roketlerini imha ettiği görüntü güncel mi?	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Mısır'dan Filistin'e gıda ve ilaç yardımı taşıyan araçları gösteren videonun güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun camide salavat getirdikten sonra cihat için Gazze'ye giden Endonezyalıları gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Filistin bayrağı açan kişinin Cristiano Ronaldo olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Tel Aviv'de toplanan 500 bin İsrailli göstericinin İsrail başbakanı Binyamin Netanyahu'nun katliam politikasını protesto ettiği iddiası	Karma	
İsrailli kadın askerlerin dans videosunun güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Sosyal medyadaki bir paylaşımda, CNN International ekibinin Gazze sınırındaki görüntülerinin sahte olduğu iddiası	Yanlış	Uydurma/Manipülasyon
Görselel Tel Aviv'de meydana geldiği iddia edilen bir patlamayı gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Ronaldo'nun bir video çekerek Filistin'e destek çağrısında bulunduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/Bağlamdan Koparma
İsrail Savunma Kuvvetleri'nin Facebook'ta Gazze'deki yetersiz tıbbi koşullar nedeniyle hastanenin bombalanmasına karar verildiğini söylediği iddiası	Yanlış	Taklit
Görselel 1947 yılında Filistin topraklarına ulaşan bir gemideki Yahudileri gösterdiği iddiası	Doğru	
Katar'ın, Gazze'ye yönelik saldırıların devam etmesi halinde tüm dünyaya gaz ihracatını durduracağını açıkladığı iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/Uydurma
İsrail Ordusu sözcüsünün doğrudan hastane yerine hastanenin garajını bombalamayı hedeflediklerini açıkladığı iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Gazze'den olduğu iddia edilen bir videonun, yıkıntılar arasında yemek arayan çocukları gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videodaki çocukların İsrail Hamas Savaşı nedeniyle yaşadıkları zorlukları anlattıkları iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Fotoğrafın, Atletico Madrid taraftarlarının tribünde Filistin bayrağı açtığını gösterdiği iddiası	Yanlış	Manipülasyon
Ağaca sarılı halde bulunan çocuk görüntüsünün Gazze'de çekildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Biden ve Netanyahu görüşmesinde çekilen bir fotoğraftaki boy farkı sosyal medyada şüphe uyandırmış.	Yanlış	Uydurma
İsrail bayrağını yakarken alev alan kişiye ait görüntünün Yozgat'ta kaydedildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme

Hindistan'da düzenlenen bir gösteri yürüyüşünde Filistin bayrağı yerine yanlışlıkla İtalyan bayrağı kullanıldığı iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Bahreyn'deki İsrail Büyükelçilik binasının yakıldığı iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Fotoğrafın İsrail başbakanı Binyamin Netanyahu'nun oğlu Yair Netanyahu'nun Miami'de tatil yaptığını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görüntülerin İsrail'in Gazze'de bulunan bir su tankı yakınındaki sivilere yönelik yaptığı hava saldırısını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Katar Emiri El Sani'nin, Kahire Barış Zirvesi'ni Filistin'deki gruplar için "terör çeteleri" denmesi üzerine terk ettiğini gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Gazze yakınlarındaki ebabil kuşlarını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Gazze'ye kara harekati için İsrail'e iniş yapan ABD askerlerini gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Fotoğrafların 27 Ekim 2023'te Gazze'deki harekatta yaralanan İsrail askerlerini gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/ Manipülasyon
Sosyal medyada paylaşılan videonun Filistin'e destek için yürüyen Fransalı yurttaşları gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görüntülerin Kassam Tugayları'nın İsrail ordusuna ait askeri araçları imha ettiğini gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görseldeki kişilerin Hamas tarafından yeraltı tünellerinde rehin alınan İsrail askerleri olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
500 ABD vatandaşının rehin tutulduğunu belirten açıklamanın Beyaz Saray'a ait olduğu iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Videodaki büyük bir yük taşıyan nakliye aracının İsrail'e doğru yolda olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
İsrail Büyükelçisi'nin güncel İsrail Hamas Savaşı nedeniyle Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'ndan kovulduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Gazze'deki kara operasyonlarında yaralanan İsrail askerine ait olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/ Uydurma
ABD Başkanı Joe Biden'ın Muhammed Peygamber'den alıntı yaptığı konuşmasının güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Hamas tarafından imha edilen İsrail ordusuna ait tankları gösterdiği iddiası	Doğru	
Videonun İsrail'e ait bir tankın el bombası kullanılarak imha edildiği anları gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Eski Hamas Lideri Halid Meşal'in 5 milyar dolarlık servetiyle Forbes dergisine kapak olduğu iddiası	Yanlış	Manipülasyon
Videonun Jason Statham'ın arabasına Filistin bayrağı astığını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/ Uydurma
Videonun Teksas'ta düzenlenen Filistin'e destek yürüyüşünü gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Hakan Fidan ve Anthony Blinken görüşmesinde ay ve yıldız figürünün içinde Mescid-i Aksa olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/ Bağlamdan Koparma
Kamera arkasında bir çocuğa yaralı görüntüsü vermek için makyaj yapıldığı sahnelerin Filistin'de kaydedildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme

Fotoğraftaki kişinin İsrail'in en iyi keskin nişancılarından Barib Yariel olduğu ve bu kişinin öldürüldüğü iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/ Uydurma
Ceset torbasında "hapşırın" Filistinli videosu gerçek mi?	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görüntülerin Hamas'ın saldırısına uğrayan İsraili bir askeri gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Netanyahu'nun psikiyatristinin, yaşananlardan Netanyahu'yu sorumlu tutan bir not bırakarak intihar ettiği iddiası	Yanlış	Parodi
İspanyol Deportivo La Coruña takımının Filistin bayraklı formayla sahaya çıktığı iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
İsrailin Gazze'ye yönelik saldırıları sürerken İBB'nin İstanbulkart yüklemelerinde ücretsiz Starbucks kahvesi kampanyası başlattığı iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Videonun İsrail'e ait su altında kalan askeri araçları gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/ Uydurma
Videonun Londra'daki Filistin'e destek mitingine müdahale eden bir Yahudi'nin linç edildiğini gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Suudi Arabistan'da Filistin için dua edenlerin tutuklandığını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/ Bağlamdan Koparma
Görüntülerin Hamas'ın gizli tüneline gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Fotoğrafın Yemenli Husilerin ele geçirdiği gemiye ait olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Elon Musk'ın X'in reklam gelirleriyle ilgili konuştuğu bir söyleşi, güncel ve Filistin'e dair olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/ Bağlamdan Koparma
Marketler zinciri A101'in "Hadi" isminde ücretsiz bir Mastercard dağıttığı iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Videonun Empire State Binası'nın Filistin'e bayrağının renkleriyle aydınlatıldığını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videodaki caminin İsrail askerleri tarafından bombalandığı ve görüntülerin güncel İsrail Gazze savaşı olduğunu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
El Kassam Tugayları'nın İsrail askeri kıyafetleri giyerek keskin nişancıları pusuya düşürdüğü iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Bir papazın kilisede ezan okuyarak Netanyahu'yu protesto ettiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Fransa'da İsrail'i protesto etmek için McDonalds önüne gübre döktüğü iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Paylaşılan bir görüntü ile Filistin'de yaralı kurgusu yapıldığı iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görüntülerin İsrail'e ait olduğu iddiasıyla Yemen tarafından vurulan kargo gemisi Unity Explorer'ın yandığı anları gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Gazze'de ölen bir bebeğin gösterdiği video ve fotoğraflarda oyuncak bebek kullanıldığı iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Fotoğrafın İsrailli milyardere ait olduğu iddiasıyla bir gemiye Yemen tarafından düzenlenen saldırıyı gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Yanan otobüs ve otomobil görüntüsünün Tel Aviv'den olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme

Fotoğraftaki kişinin Suudi Arabistan'da imamlık yapan Mossad ajanını gösterdiği iddiası	Yanlış	Uydurma/Manipülasyon
Videonun Ronaldo'nun forması yırtılan Filistinli çocuk için ağladığı anları gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/Manipülasyon
Videonun giyim markası Zara'nın dünya genelinde protesto edildiğini gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görselin El Kassam Tugayları tarafından öldürülen İsrail askerlerini gösterdiği iddiası	Yanlış	Manipülasyon
Sosyal medyada çeşitli videolardan oluşan bir kolajın İsrail'de kuş saldırısını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/Manipülasyon
Videodaki İsraili askerinin İsrail karşıtı bir konuşma yaptığı iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/Uydurma
Videonun İsrail'in Kemal Advan Hastanesi'ne düzenlediği baskını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Fotoğrafın Gazze'de öldürülen Fransız Albay Emmanuel Senard'ı gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/Uydurma
Fotoğrafın Yemen tarafından saldırıya uğrayan gemiyi gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme

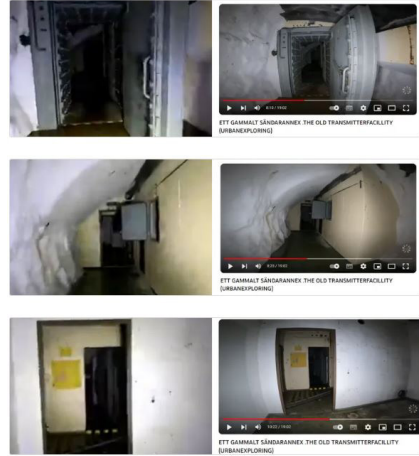
7 Ekim 2023 tarihinde İsrail-Filistin savaşının başlamasından sonra sosyal medyada ortaya çıkan iddialar incelendiğinde 109 tanesinin yanlış, 2 tanesinin doğru ve 1 haberin ise karma olduğu tespit edilmiştir. Yanlış haber türlerine bakıldığında 79'unun hatalı ilişkilendirme, 4'ünün çarpıtma, 4'ünün uydurma, 3'ünün manipülasyon, 1 tanesinin taklit, 1'inin parodi, 7'sinin hatalı ilişkilendirme/uydurma, 4'ünün hatalı ilişkilendirme/bağlamdan koparma, 3'ünün hatalı ilişkilendirme/manipülasyon, 2 tanesinin uydurma/manipülasyon, 1'inin hatalı ilişkilendirme/çarpıtma kategorisinde olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamında ortaya çıkan yanlış haber türlerinden birer örnek ele alınacaktır.

**Tablo 3.** Yanlış Bilgi Türlerinin Dağılımı

Yanlış Bilgi Türleri	Sayı
Hatalı İlişkilendirme	79
Çarpıtma	4
Uydurma	4
Manipülasyon	3
Taklit	1
Parodi	1
Hatalı İlişkilendirme/Uydurma	7
Hatalı İlişkilendirme/Bağlamdan Koparma	4
Hatalı İlişkilendirme/ Manipülasyon	3

Uydurma/Manipülasyon	2
Hatalı İlişkilendirme/Çarpıtma	1

“Hatalı İlişkilendirme” türündeki bir iddiada, sosyal medyada dolaşıma sokulan görüntülerin Hamas’a ait bir tünele ait olduğu ileri sürülmüştür. İsrail, Gazze’de Hamas’ın uzun ve derin tünellerle donatılmış bir ağa sahip olduğunu ve bu tünellerin hastaneler ile operasyon merkezleri için kalkan olarak kullanıldığını iddia etmiştir. Fakat görüntülerin Hamas ve İsrail ile bir ilgisinin olmadığı, videodaki konumun İsveç’te bulunan eski bir verici tesisi olduğu görülmüştür (Oğraş, 2023).



### Görsel 1. Görüntülerin Hamas’ın Gizli Tünelini Gösterdiği İddia Edilen Haber (Oğraş, 2023)

“Çarpıtma” türündeki bir haberde ise Beyaz Saray tarafından 500 ABD vatandaşının rehlin tutulduğuna dair bir açıklamanın yapıldığı öne sürülmüştür. Ancak bu açıklamanın Senatör Marsha Blackburn’a ait olduğu ortaya çıkmıştır. İsrail Savunma Kuvvetleri, Gazze’de 239 kişinin Hamas tarafından rehlin tutulduğunu belirtmiştir. Öte yandan İsrail hükümeti, rehinelere yarısından fazlasının yabancı pasaporta sahip olduğunu ve aralarında ABD, Arjantin, Fransa, Almanya ve Rusya’nın da bulunduğu 25 farklı ülkeden vatandaşın bulunduğunu açıklamıştır (Keskin, 2023).



**Görsel 2.** 500 ABD Vatandaşının Rehin Tutulduğuna Dair Haber (Keskin, 2023)

“Uydurma” kategorisindeki başka bir haberde, sosyal medyada paylaşılan bir videoda İsrail Başbakanı Binyamin Netanyahu'nun Türkiye'ye teşekkür ettiği iddia edilmiştir. Videonun orijinaline bakıldığında ise Türkiye'den bahsetmediği, videoya eklenen Türkçe altyazının uydurma olduğu ve videonun mizah amaçlı paylaşıldığı ortaya çıkmıştır. İddia sahibi kişi ise daha sonra kendi sayfasından videoyu mizah amaçlı paylaştığını açıklamıştır (Çakır, 2023).



**Görsel 3.** İsrail Başbakanı Netanyahu'nun, Desteklerinden Dolayı Türkiye'ye Teşekkür Ettiği İddia Edilen Görüntü (Çakır, 2023).

“Manipülasyon” içeren ve sosyal medyada paylaşılan bir fotoğrafın, El Kassam Tugayları tarafından öldürülen İsrail askerlerini gösterdiği öne sürülmüştür. Ancak dolaşımdaki fotoğrafın askeri simülasyon oyun videosundan alınarak montajla oluşturulduğu tespit edilmiştir (Oğraş,2023).



**Görsel 4.** El Kassam Tuğaylarının Öldürdüğü İsrail Askerlerini Gösterdiği İddia Edilen Tweet (Oğraş,2023)

“Taklit” türündeki bir paylaşımda, İsrail Savunma Kuvvetleri’nin Arapça Facebook sayfasında paylaştığı bir içerikte, Gazze’deki yetersiz tıbbi malzeme ve sağlık personeli nedeniyle hastanenin bombalanmasına karar verildiğini söylediği öne sürülmüştür. Paylaşımın yapıldığı Facebook sayfasının, İsrail Savunma Kuvvetleri’nin resmi bir parçası olmadığı ve ordunun resmi sayfalarında böyle bir paylaşımı rastlanmadığı ortaya çıkmıştır (Keskin, 2023).



**Görsel 5.** İsrail Savunma Kuvvetleri’nin Arapça Facebook Sayfasında Paylaştığı İddia Edilen Paylaşım (Keskin, 2023).

“Parodi” içerikli bir sosyal medya paylaşımında ise Netanyahu’nun psikiyatristi Moshe Yatom’un intihar ettiğine dair iddialar gündeme gelmiştir. Arkasında not bırakarak intihar ettiği ve yaşananlardan Netanyahu’yu sorumlu tuttuğu da öne sürülmüştür. İddianın, aslında parodi bir haberden ibaret olduğu ve iddianın kaynağının 2010 yılında paylaşılan bir siyasi hiciv yazısına dayandığı tespit edilmiştir. Daha sonra yazının sahibi de içeriğin gerçeği yansıtmadığını doğrulamıştır (Temiz, 2023).

Netanyahu’nun psikiyatristi Moshe Yatom, olanlardan Netanyahu’yu sorumlu tuttuğu bir mektup bırakarak intihar etti.

[Translate post](#)



**Görsel 6.** Netanyahu’nun Psikiyatristi Moshe Yatom’un İntihar Ettiğine Dair İddiaların Yer Aldığı Paylaşım (Temiz, 2023)

“Hatalı İlişkilendirme/Uydurma” kategorisindeki bir haberde, İsrail’in en iyi keskin nişancılarından Barib Yariel’in öldürüldüğü iddia edilmiştir. Ancak keskin nişancıyı gösteren fotoğrafın 2020’den beri kullanılan stok bir görsel olduğu ortaya çıkmıştır. Barib Yariel adında İsraili bir keskin nişancının var olduğuna dair herhangi bir kanıt bulunamamıştır. Üstelik Barib Yariel isimli bir askerin adına ya da fotoğrafına, İsrail Savunma Kuvvetleri’nin kayıplar listesinde rastlanmamıştır (Keskin, 2023).





**Görsel 7.** İsrail'in En İyi Keskin Nişancılarından Barib Yariel'in Öldürüldüğünü İddia Eden Tweet (Keskin, 2023)

Sosyal medyada paylaşılan bir videoda, Mekke ve Medine'de Gazze hakkında konuşan ve dua edenlerin tutuklandığı öne sürülmüştür. "Hatalı İlişkilendirme/Bağlamdan Koparma" türündeki bu paylaşımda, tutuklananlar arasında Türk vatandaşlarının da olduğu belirtilmiştir. Videonun 2022 tarihli olduğu ve videonun Mescid-i Nebevi'yi ziyaret eden eski Pakistan Başbakanı Şahbaz Şerif'i gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca, videoda Filistin'e veya Türklere dair herhangi bir detay bulunamamıştır (Gençtürk, 2023).



**Görsel 8.** Mekke ve Medine'de Filistin'e Dua Edenlerin Tutuklandığını İddia Eden Video (Gençtürk, 2023)

“Hatalı İlişkilendirme/Manipülasyon” türündeki bir haberde, sosyal medyada bazı videolardan oluşan bir kolajın İsrail’deki kuş saldırısına ait olduğu öne sürülmüştür. Kolajda kullanılan videoların İsrail ile ilgisinin olmadığı, farklı zamanlarda Çin’de kaydedildiği tespit edilmiştir. Üstelik videodaki çılgılık, çatışma ve siren seslerin de sonradan eklendiği görülmüştür (Yılmaz, 2023).



**Görsel 9.** İsrail’deki Kuş Saldırısına Ait Olduğu Öne Sürülen Video (Yılmaz, 2023)

“Uydurma/Manipülasyon” kategorisinde bulunan ve sosyal medyada yer alan bir paylaşımda, CNN International ekibinin Gazze sınırındaki görüntülerinin sahte olduğu iddia edilmiştir. Gazze sınırında görev yapan CNN International muhabiri Clarissa Ward’ın roket bombardımanından kaçtığı görüntülerin sahte olduğu öne sürülmüştür. Muhabir ve kameramana bazı direktiflerin verildiği seslendirmede, videoya seslendirmenin sonradan eklendiği ve videonun orijinalinin CNN International’ın sitesinde yer aldığı tespit edilmiştir (Toprak, 2023).



**Görsel 10.** CNN International Ekibinin Gazze Sınırndaki Görüntülerinin Sahte Olduğunu İddia Eden Paylaşım (Toprak, 2023)

“Hatalı İlişkilendirme/Çarpıtma” türündeki bir haberde ise, sosyal medyadaki bazı videoların güncel çatışmalar sırasında İsrail askerlerinin çektiği TikTok içeriklerini gösterdiği öne sürülmüştür. Videonun Mayıs 2023’te paylaşıldığı ve görüntülerin güncel İsrail-Hamas çatışmasına ait olmadığı görülmüştür. Videoyu paylaşan kullanıcının, İsrail’deki zorunlu askerlik görevine yerine getiren kişi olduğu tespit edilmiştir (Temiz, 2023).

İsrail askerlerinin çektiği tiktok videoları, sosyal medyada tartışma konusu oldu  
Translate post



**Görsel 11.** Çatışmalar Sırasında İsrail Askerlerine Ait Olduğu İddia Edilen Tiktok İçeriği (Temiz, 2023)

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Sosyal medya kullanımının her geçen gün artarak günlük hayatımızın bir parçası haline gelmesi, bu mecranın sosyalleşme dışında bilgi edinme ve gündemi takip etme aracı olarak da kullanılmasına yol açmıştır. Her kullanıcının aynı zamanda birer içerik üreticisi olduğu sosyal medya her ne kadar bilgiye erişimi kolay hale getirirse de öte yandan bilgi kaynağının güvenilirliği önemli bir sorun olarak karşımızda durmaktadır. Özellikle hedef kitlenin fikirlerini ve eylemlerini kendi çıkarları doğrultusunda değiştirmek isteyen propaganda yapımcılar, bazen gerçek bilgileri çarpıtarak ya da abartarak manipüle etmekte bazen de uydurma bilgileri dolaşıma sokarak kitlelerin algılarını yönlendirmeye çalışmaktadır.

Miting, broşür, afiş gibi geleneksel propaganda yöntemlerinden farklı olarak sosyal medyanın geniş kitlelere hızlı ve kolay ulaşabilmesi, ucuz olması, etkileşimli yapısı, geri bildirim anında gerçekleşmesine olanak sağlaması bu mecraı etkin bir propaganda ve algı yönetimi aracı haline getirmiştir. Sosyal ağlar üzerinden paylaşılan gerçeklikten kopuk kışkırtıcı içerikler, toplumlar üzerinde büyük etki yaratarak çoğu kez toplumsal çatışmalara ve ayrışmalara yol açabilmektedir. Bunun en dikkat çekici örneği “Arap Baharı” adı verilen halk ayaklanmasında görülmüştür. Sosyal medya araçları propagandacılar tarafından, kitlelerin algılarını değiştirerek harekete geçirmek amacıyla aktif şekilde kullanılmıştır. Olaylar öncesinde benimsetilmek istenen görüşler sıklıkla sosyal medyadan iletilerek protestolara zemin hazırlanmış ve sonrasında eylemler kitlesel boyuta ulaşmıştır.

Özellikle deprem ve savaş gibi olağanüstü durumlarda dezenformasyon ve propaganda faaliyetlerinde büyük artış yaşanmaktadır. Gerek geçen sene yaşanan Kahramanmaraş depreminde gerekse şu anda devam eden İsrail- Filistin savaşında propaganda ve algı yönetimi çalışmalarının etkin şekilde yürütüldüğü görülmüştür. Savaş ortamını kendi çıkarları lehine kullanmak isteyen aktörler, kasıtlı olarak yanıltıcı bilgileri sosyal medya aracılığıyla dolaşıma sokarak kitlelerin zihinlerini yeniden inşa etmekte ve belirli bir algı oluşturmaya çalışmaktadır. Bu süreçte sosyal medyadan kendisine ulaşan bilgileri sorgulamadan ve teyit etmeden paylaşan kullanıcılar ise farkında olmadan propaganda yapımcıların tuzağına düşmektedir. Öte yandan sosyal medyadaki paylaşımlar gerçek kişiler dışında yazılımla oluşturulan bot hesaplar tarafından da yapılmaktadır. Böylelikle yalan haberler çok daha hızlı şekilde yayılma fırsatı bularak büyük bir dezenformasyon yaşanmakta ve propagandanın etki gücü artmaktadır.

Savaş sürecinde sosyal medyada yaygın olarak paylaşılan ve 7 Ekim-31 Aralık 2023 tarihleri arasındaki şüpheli içerikleri analiz eden teyit.org adlı doğrulama platformunun elde ettiği verilere bakıldığında 109 tanesinin yanlış, 2 tanesinin doğru ve 1 haberin ise karma olduğu tespit edilmiştir. Yanlış haber türlerine bakıldığında 79'unun hatalı ilişkilendirme, 4'ünün çarpıtma, 4'ünün uydurma, 3'ünün manipülasyon, 1 tanesinin taklit, 1'inin parodi, 7'sinin hatalı ilişkilendirme/uydurma, 4'ünün hatalı ilişkilendirme/bağlamdan koparma, 3'ünün hatalı ilişkilendirme/manipülasyon, 2 tanesinin uydurma/manipülasyon ve 1'inin hatalı ilişkilendirme/çarpıtma kategorisinde olduğu görülmüştür.

Analiz sonuçlarına bakıldığında, savaş sürecinde paylaşılan haberlerin çoğunlukla yanlış olduğu göze çarpmaktadır. Benzer bir sonucun hem pandemi döneminde hem de Kahramanmaraş depremi sonrasında ortaya çıkması, bu durumun ciddi bir toplumsal sorun olduğunu ve bundan sonra yaşanacak olağanüstü durumlarda gerekli önlemlerin alınması gerektiğini göstermektedir. Bu bağlamda bireylerin, devletin ve medyanın üstüne düşen sorumlulukları yerine getirmesi ve bu soruna ciddi olarak eğilmesi gerekmektedir. Sorunla mücadelede nelerin yapılması gerektiğine dair öneriler şu şekilde ifade edilebilir:

#### *Bireysel düzeyde yapılması gerekenler*

- Birey kendisine ulaşan haberlere eleştirel ve sorgulayıcı gözle bakabilmeli.
- Kişiler, haberleri teyit etme alışkanlığı edinmeli. Bunun için doğrulama platformlarından yardım alınabilir.
- Medya okuryazarlığı becerilerine sahip olması gerekir.

#### *Devlet nezdinde alınması gereken önlemler*

- Günümüzde dezenformasyonun, propagandanın ve algı yönetiminin ulaştığı boyut göz önüne alındığında, “Medya Okuryazarlığı” dersinin milli eğitim müfredatında zorunlu ders olarak okutulması elzem hale gelmiştir. Hatta üniversitelerde de Türk Dili ve İnkılap Tarihi gibi temel zorunlu derslerle birlikte zorunlu ders olarak verilmesi, medyayı yoğun olarak kullanan gençlerin farkındalığını artırmada büyük katkı sağlayacaktır.
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, ilgili resmi kurumlar, sivil toplum örgütleri, doğrulama platformları ve medya ile işbirliği içerisinde çeşitli projeler geliştirebilir. Özellikle olağanüstü durumlarda vatandaşlara doğru bilginin ulaştırılması noktasında yoğun bir iletişim faaliyetinin gerçekleştirilmesi gerekmektedir.
- Yanıltıcı haberlerin yaygınlaşmasını önlemeye yönelik bir yazılım geliştirilmesi için başta TÜBİTAK (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu) olmak üzere farklı kurumlar tarafından proje çağrılarında çıkılabilir ya da yarışmalar düzenlenebilir.
- Yerel düzeyde valilikler ile belediyeler, üniversitelerle ve sivil toplum örgütleriyle işbirliği içerisinde dezenformasyon/manipülasyon/propaganda ko-

nularında halka yönelik eğitim ve bilinçlendirme faaliyetleri yürütebilir. Bu bağlamda Teyit, Malumatffuruş, Doğrula, Yalansavar ve Anadolu Ajansı Teyit Hattı gibi doğrulama platformları ile eş güdüm içerisinde çeşitli çalışmalar ve projeler yapılabilir.

### *Medyanın yapması gerekenler*

- Medyanın sosyal ağlarda yaygın olarak paylaşılan yanıltıcı bir haberi, doğrulama mekanizmalarını çalıştırmadan ve kaynağını yeterince araştırmadan paylaşmaması gerekir. İnsanların geleneksel medyadaki haberlere daha çok itibar ettiği göz önüne alındığında bu konu üzerinde titizlikle durulması kritik önemdedir.
- Doğrulama platformlarının sosyal medya araçları ile işbirliği yapması, manipülatif haberlerin daha fazla yayılmasını önleyebilir. Örneğin Teyit adlı doğrulama platformu 2018'de Facebook ile anlaşarak Facebook'un Türkiye'deki üçüncü taraf haber doğrulama organizasyonu olmuştur. Özellikle Covid-19 pandemi sürecinde Facebook tarafından sahte içeriklere erişim düşürülmüştür.

## **KAYNAKÇA**

AKBUĞA, Fulya (2023). "Post-Truth Çağı ve Sosyal Ağlarda Gerçeğin Sıradanlaşması", **Ulakbilge**, 83, ss. 369-374.

AKYILDIZ, Mahmut (2023). "Yalan Haber ve Dezenformasyonun Sosyal Medyada Yayılımı: Kahramanmaraş Depreminin Haarp Silahı Olduğu İddiası", **Türkiye Medya Akademisi Dergisi**, 3(6), ss. 523-543.

ARSLAN, Hüseyin.(2022). "Sosyal Medyada Paylaşılan Post-Truth *Söylemlerin* ve Dezenformasyonların Türkiye'nin Güvenliğine Etkileri", **Academic Social Resources Journal**, 7(44), ss.1874-1885.

ASLAN, Mehmet Nizar (2015). "Sosyal Medyada Algı Yönetimi", **International Multilingual Academic Journal**, 2(1), ss.69-81.

AYDIN, Ali Fikret (2023). "Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Manipülasyon: 2023 Kahramanmaraş Depremi Örneği", **İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi**, 12(5), ss.2603-2624.

- AYDIN, Ali Fikret (2020). "Post-Truth Dönemde Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Pandemi Süreci", **Asya Studies-Academic Social Studies/ Akademik Sosyal Araştırmalar**, 4(12), ss.76-90.
- AYHAN, Bünyamin ve ÇİFÇİ, Muhammet Emin (2018). "İşid, Propaganda ve İslamofobi", **Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)**, 1 (1), ss. 17-32.
- AVCI, Özkan (2018). "Propaganda Çeşitleri", Editörler: Mustafa Karaca ve Caner Çakı, **İletişim ve Propaganda içinde**, Eğitim Yayınevi, Konya.
- BAĞIMSIZ İLETİŞİM AĞI (BIANET) (2023). İsrail-Filistin Sorununun Tarihçesi: 1897'den 2022'ye, <https://bianet.org/haber/israil-filistin-sorununun-tarihcesi-1897-den-2022-ye-192219> (Erişim Tarihi: 27.03.2023).
- BALCI, Aykut ve KESER, Adem (2023). "Kamu Politikalarının Oluşturulma Sürecinde Sosyal Medyanın Etkisi: Dezenformasyon, Manipülasyon ve Propaganda", **Sosyolojik Düşün**, 8 (2), ss.125-164.
- BARNHIZER, David (2007). "Ideology, Propaganda and Legal Discourse in the Argument Culture", Cleveland-Marshall College of Law, **Cleveland State University Research Paper**, ss.7-141.
- BOZKANAT, Esra (2021). "Algı Yönetimi ve Propaganda: Nazi Almanyası Üzerinden Bir Değerlendirme", **Öneri Dergisi**, 16(55), ss.74-94.
- BRENNAN, Jason (2017). Propaganda about Propaganda, **Critical Review**, 29(1), ss.34-48.
- CALLAMARI, Peter ve Derek, Reveron (2003). "China's Use of Perception Management", **International Journal of Intelligence and Counter Intelligence**, 16, ss.1-15.
- CENG, Emine. (2018). "Algı Yönetimi Aracı Olarak Twitter Kullanımına İlişkin Siyasal Bir Analiz", **Erciyes İletişim Dergisi**, 5(4), ss.663-689.
- CÜLÜK, Ahmet (2018). "Sosyal Medya, Propaganda ve Terörizm", Editör: Göktuğ Sönmez, **Türkiye'nin Terörle Mücadelesi: Kavramlar, Örgütler ve Aktörler içinde**, ss.309-339, Vega Basım, Ankara.
- ÇAKIR, Buse (2023). "Video Netanyahu'nun Türkiye'ye teşekkür mesajını mı gösteriyor?", <https://teyit.org/analiz/video-netanyahunun-turkiyeye-tesekkur-mesajini-mi-gosteriyor> (Erişim Tarihi: 19.12.2023).
- ÇALIŞKAN, Sadık (2020). "12 Eylül Darbesi'nde Televizyon Yayınlarında Propaganda Faaliyetleri Üzerine İnceleme", **Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi**, 10(1), ss.85-116.

- DEĞER, Kamuran (2017). "Siyasal Komploların Sosyal Medya Üzerinden Toplumsal Realiteyi İnşası", **AJIT-E: Academic Journal of Information Technology**, 8(26), ss.69-82.
- DOĞAN, Adem (2022). "Propaganda'nın Sosyal Medya Hali: Rusya ve Ukrayna Ankara Büyükelçiliklerinin Twitter Paylaşımları Üzerine Bir İnceleme", **İNİF E- Dergi**, 7(2), ss.67-89.
- DOĞAN, İrem (2020). "Siyasal Propaganda ve Sosyal Medya", **Ahi Evran Akademi**, 1(2), ss.1-13.
- DOĞAN, İsmailcan (2015). "Propaganda Aracı Olarak İnternet: Kayseri İli Merkez Seçmeni Üzerine Bir Alan Araştırması", **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, 3(2), ss.296-319.
- DURMUŞ, Abdullah (2023). "Sosyal Medyada Propaganda: Rusya-Ukrayna Savaşı Örneği", **AJIT-E: Academic Journal of Information Technology**, 14(52), ss.41-69.
- DURMUŞAHMET, Anıl (2021). "Sosyal Medyada Propaganda Modelinin Karşılığı: Gözetimin Tüketimi Üzerine Bir İnceleme", **Etkileşim**, Sayı: 8, ss.160-184.
- GORWA, R. ve GUILBEAULT, D. (2020). "Unpacking the Social Media Bot: A Typology to Guide Research and Policy", **Policy & Internet**, 12(2), ss.225-248.
- FARKAS, J. ve NEUMAYER, C. (2020). "Disguised Propaganda from Digital to Social Media", Eds.: Hunsinger, J., Allen, M., Klastrup, L., **Second International Handbook of Internet Research**, Springer, Dordrecht.
- FOÇA, Mehmet Atakan (2019). "Sözlük: Yanlış Bilginin En Yaygın Yedi Türü", <https://teyit.org/sozluk-yanlis-bilginin-en-yaygin-7-turu/> (Erişim Tarihi: 21.03.2023).
- FUCHS, Christian. (2016). **Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş**, Çev. Diyar Saraçoğlu ve İlker Kalaycı, NotaBene Yayınları, Ankara.
- GARFIELD, Andrew (2002). "The Offence of Strategic Influence: Making The Case for Perception Management Operations", **Journal of Information Warfare**, 1(3), 30-39.
- GENÇTÜRK, Sena (2023). "Video Paraşütlü Hamas Güçlerini mi Gösteriyor? ", <https://teyit.org/analiz/video-parasutlu-hamas-guclerini-mi-gosteriyor> (Erişim Tarihi: 19.12.2023).
- HERMAN, Edward S. ve CHOMSKY, Noam (1988). **Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media**, New York: Pantheon Books.



- JENKINS, Henry (2009). **Confronting the Challenges Of Participatory Culture: Media Education For The 21st Century**, MIT Press, Massachusetts.
- JENKINS, Henry.(1992). **Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture**, Routledge, NewYork.
- JOWETT, G.S. ve O'DONNELL, V. (2012). **Propaganda and Persuasion**, Fifth Edition, Sage Publications, USA.
- KANAT, Zehra (2022). "Herman ve Chomsky'nin Propaganda Modeli Bağlamında 2021 Gazze Saldırısının Medyada Temsili: BBC, CNN International, The Times of Israel, The Jerusalem Post ve Al Jazeera Örneği", **The Journal of Communication and Social Studies**, 2(1), ss.20-42.
- KESKİN, Öyküm Hüma (2023). "Videonun Hamas'ın Kaçırıldığı Bebeği Gösterdiği İddiası", <https://teyit.org/analiz/videonun-hamasin-kacirdigi-bebegi-gosterdigi-iddiasi> (Erişim Tarihi: 18.12.2023).
- KİRAZ, Ersel (2019). "Sosyal Medya ve Algı Yönetimi: İngilterenin Brexit Sürecinde Sosyal Medya Dezenformasyonu", **PARADOKS Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi**, 15(1), ss.1-18.
- KİŞİ, Erden (2023). "1948'den Bugüne, Tarihi ve Siyasi Yönleri ile "İsrail- Filistin Sorunu", **Anlambilim MTÜ Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi**, 3(1), ss.262-274.
- KÖKMEN, Nihat (2023). "İsrail-Hamas Savaşı ve Türkiye-ABD İlişkilerine Etkisi", <https://edam.org.tr/dis-politika-ve-guvenlik/israil-hamas-savasi-ve-turkiye-abd-iliskilerine-etkisi> (Erişim Tarihi: 23.12.2023).
- KÖROĞLU, Gökhan (2023). **Yeni Medyada Dezenformasyon ve Yanlış Bilinç İnşası: Düzensiz Göçmenler Örneği**, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- LOCK, I. ve LUDOLPH, R. (2020). "Organizational Propaganda on the Internet: A Systematic Review", **Public Relations Inquiry**, 9(1), 103-127.
- MANOVIC, Lev (2001). **The Language of New Media**, MIT Press, Massachusetts.
- MESSİNA, Alex (2007). Public Relations, the Public Interest and Persuasion: An Ethical Approach, **Journal of Communication Management**, 11(1), ss.29-52.
- MEZDA, Eda (2017). "Bir Propaganda Aracı Olarak Siyasi Parti Reklamları: 2014 Yerel Seçimleri Örneği", **Kurgu**, 25(3), ss.1-19.

- MUCUK, Hüseyin, ÖZDEMİR, Hüseyin ve ANIK, Mehmet Aziz (2023). “El-Aksa Tufanı Operasyonu Ve Türkiye’de Kamuoyunun Filistin Algısı”, **Fikriyat Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi**, 3(2), ss.101-118.
- MUMFORD, Lewis (1996). **Makina Efsanesi**, Çev. Fırat Oruç, İnsan Yayıncılık, İstanbul.
- OĞRAŞ, Meltem (2023). “İsrail’in Hamas Hedeflerini Vurduğunu Gösterdiği İddia Edilen Video Güncel Mi?”, <https://teyit.org/analiz/israilin-hamas-hedeflerini-vurdugunu-gosterdigi-iddia-edilen-video-guncel-mi> (Erişim Tarihi: 18.12.2023).
- OYMAK, Hasan (2022). “Kamuoyunda Dezenformasyon Yasası Olarak Bilinen, 7418 Sayılı “Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” un Getirdikleri”, **Yeni Medya**, 13, ss.504-514.
- ÖZDOĞRU, Elif Nur (2021). “Yabancı Ülkelerin Ürettikleri Covid-19 Aşısı Bağlamında Türkiye’ye Yönelik Yaptıkları Propaganda ve Algı Yönetimi Faaliyetleri”, **Journal of Vocational and Social Sciences of Turkey**, Yıl: 3, Sayı: 6, ss.127-147.
- ÖZEL, Meltem, KARAKAŞ, Onur ve DURMUŞ, Abdullah (2018). “Geleneksel Medya ve Sosyal Medyada Yer Bulan Türkiye-Hollanda Krizinin Propaganda Çerçevesinde İncelenmesi”, **Kurgu**, 26(1), ss.82-103.
- ROGERS, Richard (2023). “Serious Queries” and “Editorial Epistemologies”, Ed.: Richard Rogers, **The Propagation of Misinformation in Social Media**, Amsterdam University Press, Amsterdam.
- ROGERS, Richard ve NIEDERER, Sabine (2020). “The Politics Of Social Media Manipulation”, Eds.: **Richard Rogers and Sabine Niederer, The Politics of Social Media Manipulation**, Amsterdam University Press, Amsterdam.
- SARP, Çağatay ve CİHAN, Murat (2020). **Ortadoğu’da Müdahalecilik ve Egemenlik**. Akademik Hassasiyetler, 7(13), ss.1-19.
- SIEGEL, Pascale-Combelles (2005). “Perception Management: IO’s Stepchild?”, **Low Intensity Conflict & Law Enforcement**, 13 (2), 117-134.
- SPROULE, J.Michael (1994). **Channels of Propaganda**, Bloomington: EDINFO Press.
- STIVERS, Richard (2012). “The Media Creates Us in Its Image, Bulletin of Science”, **Technology & Society**, 32 (3), ss.203-212.
- TAŞDEMİR, Erdem (2017). “Sosyal Medyada Terör Propagandası: Deaş Örneği”, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, 5(2), ss.726-752.

- TEKKE, Aynur ve LALE, Aybala (2021). “Sosyal Medyada Etik, Bilgi Manipülasyonu ve Siber Güvenlik”, **Akademik İncelemeler Dergisi**, 16(2), ss.44-62.
- TEMİZ, Dilge (2023). “Elektrik Tellerine Çarpan Paramotor Hamas Güçlerine mi Ait?”, <https://teyit.org/analiz-enkazdan-cikan-kisiye-fazla-su-verilmesi-halinde-olebilecegi-iddiasi> (Erişim Tarihi: 19.12.2023).
- TOKTAY, Yakup (2019). **Sosyal Medyada Dezenformasyon, Manipülasyon ve Propaganda Etkisi: Zeytin Dalı Harekatı Örneği**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- TOPRAK, Ezgi (2023). “Videonun Fransadaki Filistin’e Destek Yürüyüşünü Gösterdiği İddiası”, <https://teyit.org/analiz/videonun-fransadaki-filistine-destek-yuruyusunu-gosterdigi-iddiasi> (Erişim Tarihi: 21.12.2023).
- TOSYALI, Hikmet ve SÜTCÜ, Cem Sefa (2019). “Türkiye’de Sosyal Medya Üzerinden Siyasal Propaganda Yapmak: 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimi Örneği”, **Öneri Dergisi**, 14(51), ss.61-89.
- VANLIOĞLU, Muhammet (2018). “Siber Propaganda ve Dezenformasyon: Kitle Kaynaklı Troll Birimleri”, **Uluslararası Kriz ve Siyaset Araştırmaları Dergisi**, 2(1), ss.206-235.
- YILDIRIM, Yusuf (2021). “İsrail-Filistin Sorununda İki Devletli Çözüm Arayışları”, **OPUS International Journal of Society Researches**, 18(41), ss.3840-3884.
- YILDIRIM, Ali ve ŞİMŞEK, Hasan (2008). **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- YILMAZ, Yunus Anıl (2023). “Hindistan’daki Gazze’yle Dayanışma Gösterisinde İtalyan Bayrakları Kullanıldığı İddiası”, <https://teyit.org/analiz/hindistandaki-gazzeyle-dayanisma-gosterisinde-italyan-bayraklari-kullanildigi-iddiasi> (Erişim Tarihi: 21.12.2023).