

Sosyal Medyada Dijital Dezenformasyon: İletişim Başkanlığı Filistin Özel Bülteni Üzerine Bir Analiz

İbrahim YILDIZ

T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı

ibrahim.yildiz@devletarsivleri.gov.tr

0000-0002-2542-389X

Araştırma Makalesi

DOI: 10.31592/aeusbed.1595546

Geliş Tarihi: 03.12.2024

Revize Tarihi: 10.01.2025

Kabul Tarihi: 16.01.2025

Atıf Bilgisi

Yıldız, İ. (2025). Sosyal medyada dijital dezenformasyon: İletişim Başkanlığı Filistin özel bülteni üzerine bir analiz. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(Özel Sayı), 163-182.

ÖZ

Sosyal medyanın erişim kolaylığı, yaygın kullanımı ve düşük maliyetli dağıtım kanalı olması bir yandan haber paylaşımını kolaylaştırırken diğer taraftan burada paylaşılan haberlerin doğruluğu ile ilgili sorunları gündeme getirmektedir. Sosyal medyanın haber paylaşımında sunduğu imkânlar aynı zamanda dezenformasyona hizmet eden bir araç haline gelmesine sebep olmaktadır. Stratejik bir amaç doğrultusunda kamuoyunu yönlendirmek için bilginin kasıtlı olarak değiştirilmesini ifade eden dezenformasyon, günümüz dünyasında propaganda ve ideolojik manipülasyonun oluşturulması için sosyal medya aracılığı ile yaygın olarak kullanılmaktadır. Savaşlar, küresel krizler, doğal afetler, seçimler gibi olağanüstü dönemler dezenformasyon içeriklerinin daha fazla yayıldığı dönemler olarak öne çıkmaktadır. Bu makale, 7 Ekim 2023 tarihinde başlayan İsrail-Filistin Savaşı sırasında sahte haber içeriklerinin sosyal medyada yaygın şekilde paylaşılmasıyla dezenformasyon faaliyetlerinin hangi boyutta gerçekleştiği problemine odaklanmaktadır. Buradan hareketle çalışmanın amacı İsrail-Filistin savaşında paylaşılan dezenformasyon içeriklerinin boyutlarının ortaya konulmasıdır. Çalışmada İletişim Başkanlığı tarafından savaşın birinci yıldönümünde yayınlanan Filistin Özel Bülteni'deki 177 paylaşım içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre dezenformasyon içeriklerinin toplumu yönlendirme amacı taşıyan yanlış içerikler olduğu tespit edilmiştir. Uydurma, hatalı ilişkilendirme ve manipülasyonun ön planda olduğu içeriklerin paylaşılmasında İsrail'in resmî makamları ve yetkililerinin yanı sıra diğer aktörlerin de faaliyette bulunduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital iletişim, dezenformasyon, sosyal medya, Filistin, İletişim Başkanlığı.

Digital Disinformation in Social Media: An Analysis of Special Bulletin on Palestine by Communications Directorate

ABSTRACT

The ease of access, widespread use and low-cost distribution channel of social media facilitate the sharing of news. However, this also raises problems regarding the accuracy of the news shared on these platforms. The opportunities afforded by social media for the dissemination of news also render it a conduit for the propagation of disinformation. Disinformation, defined as the deliberate manipulation of information for the purpose of influencing public opinion, is pervasively employed through social media to advance propaganda and ideological manipulation in the contemporary era. Periods of exceptional significance, such as wars, global crises, natural disasters, and elections, are particularly conducive to the proliferation of disinformation. This article examines the extent to which disinformation activities were conducted through the pervasive dissemination of fake news content on social media during the Israeli-Palestinian conflict that commenced on 7 October 2023. The objective of this study is to ascertain the extent and nature of the disinformation disseminated during the Israeli-Palestinian conflict. In the study, 177 posts in the Palestine Special Bulletin published by the Directorate of Communication on the first anniversary of the war were subjected to content analysis. The results of the research indicated that the disinformation content was false and aimed at influencing public opinion. In addition to the official authorities and officials of Israel, it was determined that other actors were also active in the sharing of content that was fabricated, presented false information, and employed manipulation.

Keywords: Digital communication, disinformation, social media, Palestine, Directorate of Communications.

Giriş

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler neticesinde bilgi paylaşımı zamansal ve mekânsal sınırlamaların dışına çıkmış, bilgi ihtiyaç duyulan her an ulaşılabilir, saklanabilir ve paylaşılabilir bir duruma gelmiştir. Bilgi paylaşımının yeni ve kolay yolu paylaşımların içeriklerini de etkilemiştir. Günümüzde dijital mecralarda yaşanan en önemli sorunlardan birisi yayılan bilginin doğruluğu ve güvenilirliği meselesidir. Dijital mecralarda ve özellikle sosyal medyada paylaşılan içeriklerin

propaganda amaçlı sahte içerikler olarak düzenlenmesi kamuoyunun algısını istenen yöne çekmek için bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Sosyal medyanın kişiselleşmiş kullanımının yanında bir takipçi kitlesi olması haberin paylaşımında dezenformasyona hizmet eden bir araç olarak kullanılmasına neden olmuştur. Sosyal medyanın yaygınlaşması, kullanıcı sayısının katlanarak artmasına ve bilginin çoğalmasına yol açarak bilginin doğruluğu sorununun büyümesine katkıda bulunmuştur.

Kasıtlı veya kasıtsız olarak üretilen yanlış bilginin hızla yayıldığı “sahte haberlerin çağı” olarak tanımlanan bu dönemde bilginin üretilme niyeti önem kazanmaktadır. Yanlış bilgi (misinformation), zarar verme niyeti olmadan paylaşılan yanlış içeriklerdir. Dezenformasyon (disinformation) ise, stratejik amaçlara hizmet etmek ve toplumsal etki yaratmak için kasıtlı şekilde yanlış oluşturulmuş bilgiyi ifade eden bir kavramdır. Dezenformasyon, hedef kitleyi kasıtlı olarak yanıltmak ve mesajı gönderenin beklediği varsayımları takip etmeye ikna etmek için iletilir. Bu açıdan dezenformasyon ile yanlış bilgi niyet ve yayılma biçimi bakımından farklılık göstermektedir. Yanlış bilgiden farklı olarak dezenformasyon, kötü niyetle oluşturulan içeriğin hedef kitleyi yanıltmak için yayılmasıdır (Humprecht, 2018; Wang, Mckee, Torbica ve Stuckler, 2019; Załoga, 2022). Dolayısıyla dezenformasyonda bilginin çarpıtılması ve hedef kitlenin gerçek bilgiden kasıtlı olarak uzaklaştırılması söz konusudur.

Medya tüketicileri son yıllarda “sahte haberler”, “yanlış bilgilendirme”, “dezenformasyon”, “medya manipülasyonu” gibi çeşitli kavramlarla tanımlanan içeriklere maruz kalmaktadır. Bu içerikler günümüz için yeni olmamakla birlikte iletişim teknolojilerindeki gelişmeler neticesinde yeni bir şekilde ve yeni mecralarda sunulmaktadır. Bu doğrultuda dijital iletişim ortamları ve özellikle sosyal medya, dezenformasyon içeriklerinin oluşturulmasını ve sistematik dağıtımını kolaylaştıran araçlardan biri olarak kullanılmaktadır (Freelon ve Wells, 2020; Weikmann ve Lecheler, 2023). Dijital teknoloji temeline dayanan yeni yöntemler dezenformasyon içeriklerinin dağıtım biçiminde önemli değişiklikler meydana getirmiştir. Sosyal medya botları, siber ve sahte hesaplar dezenformasyonun yayılmasına eşlik eden dijital teknoloji temelli yeni yöntemlerin örnekleri olarak devreye girmektedir (Skarzauskiene, Maciuliene, ve Ramasauskaite, 2020, s. 74). Dolayısıyla dezenformasyonla ilgili faaliyetler kasıtlı şekilde yanıltıcı amaçla üretilmesi bakımından sosyal medya gibi operasyon alanları ve bilgi savaşları ortamında toplumlar için bir tehdit oluşturmaktadır (Arcos, Gertrudix, Arribas ve Cardarilli, 2022).

Öte yandan iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle bağlantılı olarak haberin dijitalleşmesi, çevrimiçi platformlar ve gazeteci olmayan kişilerin de haber paylaşımına dahil olmasını sağlamış ve bilgi bozukluğunun yaygınlaşmasına farklı bir boyut kazandırmıştır. Önceleri sadece blog yazarlığı ile bilgi paylaşımı yapan vatandaşlar sosyal medyanın devreye girmesi ile daha geniş bir platforma sahip olmuşlardır. Örneğin, X platformu bireylerin “son dakika haberleri” gibi bilgileri gerçek zamanlı olarak profesyonel gazetecilerin filtreleme veya eşik beççiliği sürecine dahil olmadan yaymalarını sağlamaktadır. Buna ilaveten sosyal medyada her gönderiye popülerlik derecelendirmeleri eşlik ettiği için, kullanıcılar kendi inancı veya fikri ne olursa olsun yapılan paylaşımları benimseme eğiliminde olmaktadır. Nitekim bir gönderinin görünürlüğü, çok sayıda beğeni, yorum ve paylaşım aldığı anda artmaktadır. Böylece sosyal medyadaki içeriklerin popülerliği, doğrulanmamış bilginin yayılmasını kolaylaştıran ve kendi kendini gerçekleştiren bir döngü meydana getirmektedir (Birkland, 2019; Tandoc, Lim, ve Ling, 2018, s. 139). Dolayısıyla sahte haberlerin veya dezenformasyon içeriklerinin hızlıca dağıtımını yapan aktörlerin sayısı artmıştır. Bu durum bilginin paylaşımında dezenformasyon sürecini yaygınlaştıran ve hızlandıran bir faktör olmaktadır.

Günümüzde dezenformasyon, düşmanca bir propaganda veya ideolojik bir yönlendirme amacıyla dijital mecralarda ve sosyal medyada yaşanan tartışmaların kötü niyetli olarak yönetildiği bir forma bürünmüştür. Dezenformasyon hedeflerine ulaşmak için genellikle ülkelerin, toplumların ve belirli hedef grupların özelliklerine göre uyarlanmış, gerçeği çarpıtmayı, güvensizliği beslemeyi ve şüphe yaratmayı amaçlayan araçlar kullanır (Załoga, 2022, s. 44). Dezenformasyon içeriklerinin paylaşılmasında krizler, savaşlar, küresel salgınlar, doğal afetler veya seçim süreçleri gibi bazı dönemlerde internet ve sosyal medya önemli bir rol oynamaktadır (Geneş ve Taydaş, 2024; Golovchenko, Hartmann ve Adler-Nissen, 2018; Grynko ve Baeriswyl, 2023; Koçyiğit, 2023; Łukasik-Turecka ve Malužinas, 2023). Günlük olağan yaşamın dışında önemli toplumsal olaylar veya sonuçlar doğuran bu dönemler dezenformasyona elverişli ortamlardır.

Savaş ortamları gerek psikolojik üstünlük gerekse de toplumsal algının yönetimi açısından dezenformasyon içeriklerinin stratejik olarak yoğun kullanıldığı dönemlerdir. Nitekim 7 Ekim 2023 tarihinde İsrail ile Hamas arasında başlayan ve süreç içerisinde diğer ülkelerin de katılımı ile genişleyerek bölgeye yayılan savaşta çok sayıda dezenformasyon içeriği özellikle sosyal medyada yoğun bir şekilde paylaşılmıştır. Savaş zamanlarında dezenformasyon ve manipülasyonun artan kullanımı bilimsel çalışmalara konu olmaktadır. Bu kapsamda T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından İsrail-Filistin savaşının birinci yıldönümünde yayınlanan Dezenformasyon Bülteni Filistin Özel Sayısı (7 Ekim 2023 – 7 Ekim 2024) bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmanın temel amacı savaş ortamında yayılan dezenformasyonun boyutlarının ortaya konulmasıdır.

1. Dezenformasyon içeriklerinin paylaşılmasında hangi mecralar ön plana çıkmaktadır?
2. Dezenformasyon içerikleri hangi kaynaklar tarafından dağıtılmaktadır?
3. Dezenformasyon içeriklerinde hangi konular öne çıkmaktadır?
4. Paylaşımlarda öne çıkan dezenformasyon türleri nelerdir?
5. Dezenformasyon içeriklerinde hangi kelimeler daha sık kullanılmaktadır?

Bu çerçevede dezenformasyon olarak ne tür paylaşımlar yapıldığı ve hangi konuların ön plana çıktığı belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarının, İsrail-Filistin savaşında yaşanan dezenformasyonun boyutlarını göstermesi bakımından literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Dijital Dezenformasyon Kavramı

Dezenformasyon kavramı, felsefe, iletişim, siyaset bilimi ve bilgisayar bilimi gibi farklı alanlarda kavramsal açıdan ele alınmıştır (Fallis, 2015; Wardle ve Derakshan, 2017; Zhou ve Zafrani, 2018). Saez-Trumper (2019) dezenformasyon kavramı ile ilgili literatürde yer alan yaklaşımları değerlendirerek kavramla ilgili ortak noktanın bilgi içeriğine dair kötü niyet olduğunu vurgulamıştır. Nitekim dezenformasyon kavramı ile bağlantılı diğer bilgi türleri (misinformation ve malinformation) arasındaki farklıları da içeren üç genel tanıma ulaşmıştır. Buna göre disinformation, yanlış inançlar yaratma olasılığı olan, kazara olmayan yanıltıcı bilgidir. Misinformation zarar verme amacı güdülmeyen yanlış bilginin paylaşılmasıdır. Malinformation ise özel kalması amaçlanan gerçek bilginin kamusal alana taşınarak zarara yol açmak için paylaşılmasını ifade eder. Dezenformasyon kavramının açıklanmasında üç unsur ön plana çıkmaktadır. Buna göre dezenformasyonda bilgi süreci kusurludur, kaynak doğasının farkındadır ve bilgi kasıtlı şekilde yanıltılmak için iletilmiştir. Son yıllarda küresel ölçekte yaşanan ve iletişim sürecini derinden etkileyen en önemli gelişme dijitalleşmedir. Hayatın hemen her alanı dijital bağlantı, dijital yaratım, dijital yayılma, dijital tüketim ve dijital yardım dünyasıdır. Ancak ne yazık ki, tüm bu dijitalleşmenin zararlı etkileri olan gri alanları da vardır. Bu gri alanlar, dezenformasyonun üretilmesi, yayılması ve tüketilmesini içerir (Ali, 2024, s. 801; Al-Zaman, 2019, s. 68).

Dijital dezenformasyonla ilgili söylem yüksek düzeyde değişkenlik gösterir ve covid-19 salgını, Rusya-Ukrayna savaşı, 2023'te Türkiye ve Suriye'deki depremler ve 2023 İsrail-Filistin savaşı gibi hâkim konulara hızla uyum sağlama yeteneği ile karakterize edilir. Bu tür dezenformasyonun yayılması, yeni teknolojilerin sürekli geliştirilmesi ve yeni kalıpların ortaya çıkmasıyla daha da kolaylaşmaktadır. Üretken yapay zekanın ortaya çıkışı, çürütülmesi giderek zorlaşan ses klipleri, deepfake ve manipüle edilmiş medya gibi karmaşık sahte haber biçimlerinin yaygınlaşmasına yol açmıştır (Shahi, 2024, s. 19). Yapay zekâ destekli medya teknolojilerinin hızlı evrimi, dezenformasyonun erişimini ve etkisini önemli ölçüde artırmış ve böylece dünya genelinde karmaşık zorluklar çıkarmıştır. Yapay zekâ, karmaşık algoritmalar ve derin sahtecilik yetenekleri aracılığıyla yanıltıcı bilgilerin üretilmesine ve yayılmasına katkıda bulunurken, gelişmiş tespit ve düzenleyici uygulama araçları sayesinde bu tür sorunlarla mücadele etme potansiyeline de sahiptir (Ali, 2024, s. 804).

Dijital dezenformasyon genellikle herhangi bir düzenleme veya hesap verebilirlik çerçevesinin dışında gerçekleşir. Dezenformasyon failinin kimliğinin genellikle bilinmez olması yasal düzenlemelerin olduğu yerlerde bile hesap verebilirliği son derece zorlaştırmaktadır (Roberts ve Karekwaivanane, 2024: 8). Dolayısıyla dijital dezenformasyon kampanyaları, askeri gücün ulaşamadığı

yerlerde bile istikrarsızlaştırıcı etkiyi genişleterek bu tür savaşları yürütmenin merkezi bir aracı olarak kabul edilmektedir. Bazı analistler dijital dezenformasyon gibi askeri olmayan araçların birincil tehdit haline geldiğini öne sürmektedir (Maschmeyer, 2021). Dezenformasyona yönelik bu seviyede bir tehdit algısı dijital iletişim teknolojileri ve sosyal medya gibi araçların yaygın kullanımı ile ilişkilidir. Nitekim milyonlarca insan anonim şekilde çevrimiçi kalabalıklara bağlanarak bir bilginin doğruluğunu, o bilgiyi tekrarlayan insan sayısının çokluğuyla ölçmektedir. Dijital yaşamda sosyal medyanın bu gerçekliği dezenformasyonla sosyal medya arasındaki ilişkiye odaklanmayı gerekli kılmaktadır.

Sosyal Medya ve Dezenformasyon

Sosyal medya günlük yaşamda kullanımı her geçen gün daha fazla yaygınlaşan bir mecra olarak milyonlarca kullanıcı için yerel veya küresel ölçekte her türden haberlerin muazzam bir kaynağı haline gelmiştir. İletişim sınırlarını kaldıran ve haberlere anında erişim sağlayan yapısı ile sosyal medya birtakım zorlukları da beraberinde getirmektedir. Büyük miktarda bilgi ve haber akışına sahip sosyal medyada yaşanan en önemli sorunlardan biri paylaşılan içeriklerin doğru olup olmadığı konusudur. Bu iletişim ortamında, kasıtlı olarak aldatmaya yönelik oluşturulan yanlış bilgilerin dolaşımı en önemli sorunlar arasında yer almaktadır (Aïmeur, Amri ve Brassard, 2023). Dijital iletişim ortamları ve özellikle sosyal medya, bir içeriğin milyonlarca kişiye son derece hızlı biçimde ulaşmasını sağlayan özelliği ile tehlikeli bir dezenformasyon ve manipülasyon aracına dönüşmüştür (Jowett ve O'Donnell, 2014, s. 394). Önemsiz veya yanlış bir içeriğin sosyal medya platformlarında hızla yayılması, sosyal medyada kullanılan botlar aracılığı ile toplumu manipüle edici içeriklerin paylaşılması bu sorunun bazı boyutlarını yansıtmaktadır. Sosyal medya şirketlerinin çalışma biçiminin şeffaflıktan yoksun olması dezenformasyona sebep olan durumu düzenleyici müdahaleleri zorlaştırmaktadır (Bradshaw ve Howard, 2018). Sosyal medyanın sağladığı teknik imkânlar ve çok sayıdaki kullanıcı tarafından paylaşılan bilginin miktarı bu mecraanın kontrol edilebilir olmaktan çıkmasına ve sonuç olarak her şeye açık bir hale gelmesine neden olmaktadır.

İnternet ve sosyal medyanın yerel veya küresel ölçekte toplumu ve dünyayı ilgilendiren insan hakları, iklim değişikliği, ekonomik durum, yeni teknolojik gelişmeler gibi konularda farkındalık yaratma ve bilinçlendirme faaliyetlerine katkı sağlaması bireylerin erişebildiği bu bilgilerin gerçek olduğu ve yanıltıcı bilgi içermediği varsayımına dayanmaktadır. Ancak sosyal medya sadece meşru haberler ve faydalı bilgiler yaymak için değil, toplumu yanıltıcı veya manipüle edici şekilde içeriklerin de paylaşıldığı bir mecra olarak kullanılmaktadır (Martens, Aguiar, Gomez-Herrera ve Mueller-Langer, 2018; Shu vd., 2020, s. 3). Dolayısıyla sosyal medya, popülizmin yayılması, dijital dezenformasyon, yanlış bilgi ve sahte haberlerin hızla dolaşımının yapıldığı bir iletişim ortamına dönüşmüştür. Özellikle 2010'lardan sonra politikacılar, siyasi partiler ve seçmenler tarafından benimsenmesi ile propaganda amaçlı kullanımlara açık hale gelerek politik alanla iç içe geçmiştir (Iosifidis ve Nicoli, 2020, s. 27). Dijital mecralar politik, ekonomik, sosyal, kültürel vb. pek çok alanda yaşam pratiklerini ve bilgi paylaşımını dönüştürerek kamusal alanda yeni bir iletişim biçimi ortaya çıkarmıştır. Bu yeni iletişim biçiminde kamuoyunu etkilemek amacıyla kişiler veya kurumlar çeşitli motivasyonlarla harekete geçmektedir. Allcott ve Gentzkow (2017) sosyal medyanın dezenformasyona elverişli olmasının üç nedeni olduğunu öne sürmüştür. Birincisi sosyal medyada içerik üretme maliyetinin çok düşük olmasıdır. Geleneksel medyanın aksine sosyal medya bireysel kullanıcıların rahatlıkla ve hızlıca içerik üretebildiği bir ortam sağlar. İkincisi sosyal medyanın biçiminin bir içeriğin doğruluğunu değerlendirmeyi zorlaştırmasıdır. Üçüncüsü ise sosyal medyada kullanıcıların arkadaş ağlarının ideolojik olarak ayrılmasıdır. Nitekim sosyal medya kullanıcılarının ideolojik konumlarıyla uyumlu haber içeriklerini okuma ve paylaşma olasılıkları önemli ölçüde yüksektir. Bu nedenle kullanıcılar ideolojik olarak kendileri ile uyumlu ancak yanlış bir hikâyenin gerçek durumu hakkında kanıt alma olasılıklarını düşürmektedir. Esasen sosyal medyanın dezenformasyon amaçlı kullanımında ağ bağlantılı kişilerin ortak beklentiye göre gruplanmış olması etkili olmaktadır.

Haberlerin kasıtlı olarak sahteciliği için 'dezenformasyon' terimi kullanılmaktadır (Marsden, Meyer ve Brown, 2020). Dezenformasyon genel olarak, "hedeflenen bir kişiye, gruba veya ülkeye iletilen yanlış, eksik veya yanıltıcı bilgidir" (Shultz ve Goodson, 1984, s. 41). Avrupa Komisyonu'nun Çevrimiçi Dezenformasyonla Mücadele Bildirisi'nde dezenformasyon, "ekonomik kazanç sağlamak

veya kasıtlı olarak aldatmak ve her durumda kamuoyuna zarar vermek için oluşturulan, sunulan ve yayılan açıkça yanlış veya yanıltıcı bilgi” olarak tanımlanmıştır (Martens vd., 2018). Bennet ve Livingston’a (2018) göre dezenformasyon, “siyasi hedefleri ilerletmek için haber hikayeleri veya taklit edilmiş belgesel formatlar olarak yayılan kasıtlı yalanlardır”. Dezenformasyonun tanımlarındaki ortak nokta yanıltıcı veya yanlış bilginin kasıtlı olarak oluşturulması ve toplum içerisinde yayılmasıdır. Dolayısıyla dezenformasyon, bilginin toplumun yararına sunulması değil, paylaşanının amacına hizmet etmesini ifade eder. Jowett ve O'Donnell (2014) dezenformasyon teriminin Soğuk Savaş dönemine dayandığını öne sürer. Buna göre, Soğuk Savaş döneminde KGB'nin dezinformatsia olarak bilinen bir bölümü, başka bir Rusça kelime olan dezinformatsiya'dan, yabancı ülkeleri etkilemek için gizli teknikler uygulamak amacıyla kurulduğunu belirtir. Bu nedenle dezenformasyon terimini gizlenmiş doğası ve yanlış bilgi kullanımı nedeniyle kara propaganda ile ilişkilendirir. Dolayısıyla dezenformasyon, muhalifleri zayıflatmak amacıyla kasıtlı olarak tasarlanan ve medya aracılığı ile sunulan haber hikayelerinden oluşan bir iletişim sürecidir. Dezenformasyonun başarısı için gereken koşul ise hikâyenin gerçek gibi algılanması ve sunulan kaynağın güvenilir bulunmasıdır. Burada önemli olan, hikâyenin gerçek olması değil, gerçek gibi algılanmasıdır. Yine benzer şekilde kaynağın güvenilir olması değil, bilgiye maruz kalan kişilerin kaynağı güvenilir kabul etmesidir.

Yanlış bilgi, literatürde hatalı veya yanıltıcı bilgi olarak tanımlanır ve “dürüst bir hata” olarak kabul edilir. Buna karşın dezenformasyon yanlış bir bilgi olmasının yanı sıra kasıtlı olarak yanıltma ve aldatma amacı taşınması nedeniyle diğer bilgi türlerinden ayrılır. Sahte haberler de yanlış ve aldatıcı haber içerikleri olarak dezenformasyonun bir örneğidir (Shu vd., 2020, s. 2). Sahte haber, yanlış içerik veya haber kuruluşlarından gelen gerçek makalelerin görünümünü taklit etmek için tasarlanmış kasıtlı olarak yanıltıcı makalelerdir (Guess ve Lyons, 2020, ss. 10-11). Sahte haberler biçimsel açıdan haber medyasının içerikleri ile örtüşen ancak örgütsel süreç veya amaç olarak bunun dışında olan uydurma bilgilerdir. Sahte haber üreten kuruluşlar ise içeriğin doğruluğunu ve güvenilirliğini sağlamak için gerekli olan haber medyası editoryal normlarından ve süreçlerinden yoksundur (Lazer vd., 2018, s. 1094). Dolayısıyla, yanlış bilginin veya manipüle edilmiş içeriğin üretilmesi daha kolay hale gelirken, tespit edilmesi zorlaşmıştır.

Shu vd. (2020) dezenformasyonu tespit etmenin zorluklarını içerikle ve kullanıcı ile ilgili olmak üzere iki kategoriye ayırır ve bunda sosyal medyanın etkilerine vurgu yapar. Buna göre dezenformasyon içerikleri genellikle okuyucuları etkilemek için yoğun duygular kullanılarak oluşturulan sansasyonel içerikler olması bakımından daha fazla etkileşime girer. Dolayısıyla sosyal medyada bu tür içerikler hızlıca “viral” ve “trend” olur. Öte yandan sosyal medya platformlarının öneri sistemlerinin bir sonucu olarak filtre baloncukları ve yankı odaları bu süreçte önemli ölçüde etkilidir. Çevrimiçi ortamlardaki farklı türden çok sayıdaki bilgi içerisinden kullanıcıların kendileriyle en alakalı içeriği görüntülemelerine ve etkileşime girmelerine olanak tanır. Bu durum kullanıcıların kendi inançları ve bakış açıları ile uyumlu içeriklere maruz kalarak kendi düşüncelerinin güçlenmesi, karşıt bilgiler ve inançlardan habersiz kalması anlamına gelmektedir. Bu nedenle filtre baloncukları veya yankı odaları yanlış bilginin tespit edilmesi ve azaltılmasını zorlaştırır. Aynı bakış açısına sürekli maruz kalmak kullanıcıların mevcut düşüncelerini güçlendireceği için gerçek bilgi kanıtlanırsa bile düşüncelerini değiştirmeye direnirler. Sosyal medya kullanıcılarının doğrulama yanlılığı ve motive edilmiş akıl yürütme olarak tanımlanan bu tutumu, kendi dünya görüşlerini doğrulayan bilgilere inanmalarına yol açar. İnsanlar gerçekliğin tek doğru algısının kendi algıları olduğuna inanmaya yönelir (Cook, Lewandowsky ve Ecker, 2017; Humprecht, 2018). Teknolojik imkânların sağladığı manipülasyon gücü, dijital dünyada yaşanan dezenformasyonla ilgili sosyal medya kullanıcılarını gerçek bilgi ile yanlış bilgi arasında ayırım yapamayacak konuma getirmiştir (Cabañes, 2020). Nitekim sosyal medya kullanıcıları, kendi değerleri ya da inançlarıyla tutarlı olan şeylerle karşılaştıklarında yanlılığı tespit etmekten yoksun olmaktadır. Dezenformasyon içeriğini üreten aktörler ise bu durumu kullanarak sosyal medyada kendi amaçları doğrultusunda yanıltıcı içerikleri paylaşmaktadır.

Dijital dünyada dezenformasyonla ilgili paylaşılan bilginin bozukluğuna ilişkin kullanılan çeşitli kavramlar vardır. Wardle ve Derakshan (2017) bilgi bozukluğuna ilişkin kavramsal çerçevenin üç bileşenden oluştuğunu ve her bir bileşenin üç bölüme ayrıldığını öne sürer. Buna göre ilk unsur bilgi bozukluğu türleridir ve üç tür bilgi bozukluğu vardır. Dis-information; bir kişiye, sosyal gruba,

organizasyona veya ülkeye zarar vermek için kasıtlı olarak paylaşılan yanlış bilgidir. Mis-information; zarar verme niyetiyle oluşturulmayan yanlış bilgidir. Mal-information ise, gerçekliğe dayanan, bir kişiye, organizasyona veya ülkeye zarar vermek için kullanılan bilgidir. Bu terimlerin bazıları (disinformation, malinformation) açıkça sahte haberleri ifade etmek ve zarar vermek için kullanılırken, bazıları (misinformation) ise bu amaçlarla kullanılmaz (Aïmeur vd., 2023). Dezenformasyon ile yanlış bilgi arasındaki temel fark, içeriğin üretilmesinde kasıtlı olarak aldatıcı bilginin kullanılmasıdır. Dezenformasyon aldatmayı amaçlarken, yanlış bilgi kasıtsız veya istemsiz olabilir (Guess ve Lyons, 2020; La Cour, 2020). Bu nedenle dezenformasyon, zarar verme amacıyla kamuoyunu bilinçli olarak ve sistemli şekilde yanıltmaya yönelik bir faaliyeti ifade eder.

Wardle ve Derakshan (2017) bilgi bozukluğunun üç aşamada meydana geldiğini belirtir. Buna göre ilk aşama mesajın oluşturulma aşamasıdır. İkinci aşama mesajın bir medya ürününe dönüştürüldüğü üretim aşamasıdır. Üçüncü aşama ise üretilen medya ürününün kamuya açık hale getirileceği dağıtım aşamasıdır. Dolaşıma sokulan bilgi bozukluğunun temsilci, mesaj ve yorumlayıcı olmak üzere üç unsuru bulunmaktadır. Temsilciler bilgi bozukluğunun her aşamasında yer alır. Çeşitli motivasyonlara sahip bu kişi ya da kurumların özellikleri her aşamaya göre değişebilir. Mesajlar, araçlar tarafından şahsen (dedikodu, konuşmalar, vb.), metin yoluyla (gazete makaleleri vb.) veya ses/görüntü materyali (videolar, hareketli grafikler, düzenlenmiş ses klipleri vb.) olarak iletilebilir. Dağıtılan mesaja üçüncü unsur yorumlayıcılarıdır. Buna göre mesaj birisi tarafından alındığında, mesajı nasıl yorumladığı ve hangi eylemi gerçekleştirdiğine ilişkin durumu ifade eder. Mesajın muhatapları bilgiyi kendi sosyo-kültürel statüsüne, siyasi pozisyonuna ve kişisel deneyimine göre yorumlayan birçok bireyden oluşur.

La Cour (2020) uluslararası dijital dezenformasyonda üç prototip bulunduğunu ve uluslararası ilişkilerde kullanılan çok sayıda yöntem olduğunu dile getirirken, dezenformasyonun kaynağı olarak faillerin çeşitlilik gösterdiğini belirtir. Buna göre çevrimiçi ortamlarda tıklama tuzağı ile kâr elde etmeye çalışan özel kişiler veya kuruluşlar, diğer ülkelerdeki kamuoyu tartışmalarını etkilemeye çalışan bir sivil toplum örgütü veya devlet aktörü, bir devlet aktörü gibi diğer aktörler adına hareket eden veya etmeyen özel şirketler de olabilir. Dezenformasyonun üretilip dağıtılması da birçok şekilde gerçekleşebilir. Bir içerik yabancı bir bilgi alanına yerleştirilen tek bir yanlış haber hikayesi olabileceği gibi belirli bir olayla bağlantılı olarak yabancı bir ülkede birden fazla yanlış hikâyeye yayan tutarlı bir kampanya da olabilir.

Dezenformasyon içerikleri amacına göre farklı biçimlerde oluşturulabilmektedir. Wardle ve Derakshan (2017) dezenformasyonun yedi farklı türü olduğunu belirttiği bir sınıflandırma yapmıştır:

- *Parodi/Hiciv*: Zarar verme niyeti olmayan ama kandırma potansiyeli olan içeriklerdir.
- *Sahte/Taklit*: Gerçek kaynakların taklit edildiği içeriklerdir.
- *Uydurma*: Aldatma ve zarar verme amacıyla tamamen yanlış olarak üretilmiş içeriklerdir.
- *Hatalı İlişkilendirme*: Başlıklar, görseller veya altyazıların bilgiyle örtüşmediği içeriklerdir.
- *Bağlamdan Koparma*: Gerçek içeriğin sahte bağlamsal bilgilerle paylaşıldığı içeriklerdir.
- *Çarpıtma*: Bir konuyu veya kişiyi çerçevelemek (suçlamak, iftira atmak) için bilgilerin yanıltıcı şekilde kullanıldığı içeriklerdir.
- *Manipülasyon*: Gerçek bilgi veya görsellerin aldatıcı şekilde değiştirilerek düzenlendiği içeriklerdir.

Günümüz dijital dünyasında ve özellikle sosyal medyada doğru bilginin ve gerçek haber içeriklerinin hangileri olduğuna yönelik son derece belirsiz bir ortam vardır. Dijital dezenformasyon üzerine yapılan çalışmalar dezenformasyon kampanyalarının küresel ölçekteki boyutu ve yaygınlığını ortaya koymaktadır (Cabañes, 2020). Dijital dünyada yaşanan dezenformasyon ve manipülasyonun giderek artan rolü önemli bir araştırma alanı olarak birçok bilim insanı ve iletişim uzmanı tarafından bilimsel çalışmalara konu olmaktadır (Skarzauskiene vd., 2020, s. 74). Bilgi paylaşımının büyük oranda dijital mecralarda yapıldığı günümüz dünyasında giderek daha fazla önem kazanan bir konu olarak dezenformasyonla ilgili yapılan akademik çalışmalar sosyal medyada yaşanan dezenformasyona odaklanmaktadır.

Savaş Dönemlerinde Dezenformasyon

Savaş dönemleri başta sosyal medya olmak üzere dijital iletişim ortamlarında dezenformasyon içeriklerinin yoğun olarak paylaşıldığı dönemlerdir. Sosyal medyanın yalnızca bilgi aktarmanın bir yolu olmadığını, aynı zamanda ideolojik ve fikir çatışmalarının yaşandığı bir alan olduğunu belirtmek önemlidir. Sosyal medyanın seferberlik ve kolektif eylemi tetikleme yeteneği de dezenformasyon sürecinin dinamikleri için önemlidir. Bir boykot veya destek faaliyeti için yapılan çevrimiçi kampanyalar kamuoyunda gerçek bir etki oluşturabilir. Bu durum dezenformasyon sürecindeki taraflar üzerinde ek bir baskı oluşturarak sosyal medyanın olayların akışını yönlendirmede rolü olduğunu gösterir (Maharani, 2024, s. 276). Savaş dönemleri gibi olağanüstü dönemlerde dezenformasyonun kendiliğinden oluştuğunu düşünmek yerinde bir yaklaşım değildir. Bu dönemlerde taraflar haber medyasını dezenformasyon sürecine dahil ederek içerik üretiminde aktif rol almaya yönlendirir (Birkland, 2019). Dezenformasyon sürecine aktif katılım açısından haber medyasının yanı sıra farklı aktörler de dahil edilir veya bu aktörler kendileri rol alabilirler. Örneğin Rusya-Ukrayna savaşında Malezya uçağının düşürülmesi ile ilgili paylaşımlarda vatandaşlar hükümet mesajlarının sosyal medyada yayılmasında etkin rol oynamışlardır (Golovchenko vd., 2018).

Dezenformasyon, askeri veya ekonomik bir avantaj elde etmek için bir tehdit olarak değerlendirilir ve genellikle büyük ölçekte kullanılır. Örneğin, bir ülkenin başka bir ülkeye yönelik dezenformasyon kampanyasını ifade edebilir ve siyasi sonuçlar elde etmek amacıyla ülkenin hükümeti veya istihbarat kuruluşları tarafından o ülkenin askeri yetenekleri ve niyetleri hakkında yanlış bilgilerin yayılması şeklinde gerçekleşebilir. Dolayısıyla kamu güvenliğini ve bütünlüğünü bozabileceği gibi hükümet ve diğer kurumlara güveni de sarsabilir (Załoga, 2022). Savaş ortamlarında kamuoyunu etkilemek için çatışmadaki hükümetlerle onların dışındaki ülkeler bilgi savaşına girerler. Gerçekler, dezenformasyon içeriklerinin yoğun şekilde paylaşıldığı dönemlerde daha az önemli hale gelmeye başlar. Nitekim jeopolitik gerginliğin odak noktası olarak İsrail ile Filistin arasında bir yılı aşkın süredir devam eden savaşta da sahte haberler hızla yayılmaktadır (Sunvy ve Reza, 2023, ss. 96-97).

Dijital iletişim teknolojilerinin bir ürünü olarak sosyal medya, İsrail-Filistin savaşının anlatısına katılan ve tanıklık eden bir araç haline gelmiştir. Filistin'deki çatışma bağlamında sosyal medya son koşulların hızla ve geniş bir şekilde yayılmasını sağlayan ana bilgi kaynağı olmuştur. Savaşın ilk günlerinde Gazze'ye yönelik İsrail saldırılarında, Filistinliler ve Filistin yanlısı aktivistler anlatılarını iletmek için sosyal medyayı kullanmıştır. Olay yerinden fotoğraflar ve videolar savaşın etkisinin derinlemesine anlaşılmasının bir yolunu sağlamıştır. Öte yandan, İsrail tarafı da sosyal medyayı kullanarak karmaşık bir bilgi dinamiği yaratmıştır. Sosyal medyanın sınırları aşan iletişim gücü savaş ortamlarındaki bilgi paylaşımına küresel toplumun aktif katılımını da içerir. Bu kapsamda dayanışma ve destek kampanyaları sosyal medya aracılığı ile yayılır. Bu açıdan sosyal medya sadece yerel bir bilgi kaynağı olmanın ötesine geçerek dünyadaki bireyleri ve grupları diyalog ve dayanışma hareketlerinde birbirine bağlayan sanal bir köprü vazifesi görür. Sosyal medyanın savaş ortamlarında bilgi yaymadaki rolü, bilgiyi paylaşanların kendi bakış açısına göre şekillendirebilmesi nedeniyle gerçeğin anlaşılmasında ilave zorluklar ortaya çıkarır (Maharani, 2024, ss. 275-276). Savaş ortamlarında yaşanan dezenformasyonda gerçeğin anlaşılmasına yönelik zorluklar İsrail-Filistin savaşı için de geçerlidir. Diğer ülkelerin de katılımı ile bölgeye yayılan savaşta dezenformasyon ortamını genişleten aktörlerin sayısı da artmaktadır. Küresel ölçekte ilginin yoğun olduğu İsrail-Filistin savaşı ile ilgili dezenformasyonun boyutlarının belirlenmesi bu çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır.

Yöntem

Çalışmanın bu bölümünde araştırmacının amacı, önemi, sınırlılıkları ve yöntemine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Yaşadığımız dijital çağda dezenformasyon dinamiklerinin anlaşılması önem kazanmıştır. Bu kapsamda iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak dijital dünyada giderek artan

dezenformasyon bilimsel araştırmalara konu olmaktadır. Küresel krizler, savaşlar, seçimler dezenformasyonun yaşandığı dönemler olarak öne çıkmaktadır (Golovchenko vd., 2018; Grynko ve Baeriswyl, 2023; Łukasik-Turecka ve Malužinas, 2023; Skarzauskiene vd., 2020). İsrail-Filistin savaşı, küresel ölçekte ilginin olduğu ve yoğun dezenformasyon sürecinin yaşandığı bir konu olarak önemli hale gelmiştir. Savaş sürecinde dijital medyada dezenformasyon içeriklerinin paylaşılması bir strateji olarak devreye girmiş ve savaşın tarafları açısından propagandaya yönelik ayrı bir problemi ortaya çıkarmıştır. Bu çalışma dijital dezenformasyon konusunda İsrail ile Filistin arasında yaşanan ve bölgeye yayılan savaş dönemindeki dezenformasyon içeriklerine ilişkin probleme odaklanmaktadır. Buradan hareketle çalışmanın amacı toplumsal algılar ve kamuoyunu yönlendirme bakımından sosyal medyada dijital dezenformasyonun boyutlarını belirlemek için Filistin’de yaşanan savaşla ilgili içeriklerin analiz edilmesidir. Çalışma amacına uygun olarak şu sorulara yanıt aranmaktadır:

1. Dezenformasyon içeriklerinin paylaşılmasında hangi mecralar ön plana çıkmaktadır?
2. Dezenformasyon içerikleri hangi kaynaklar tarafından dağıtılmaktadır?
3. Dezenformasyon içeriklerinde hangi konular öne çıkmaktadır?
4. Paylaşımlarda öne çıkan dezenformasyon türleri nelerdir?
5. Dezenformasyon içeriklerinde hangi kelimeler daha sık kullanılmaktadır?

Dezenformasyon konusunda Filistin ile ilgili literatürde çeşitli çalışmalar olmasına karşın bu çalışmalar doğrulama platformları içeriklerini veya İsrail-Filistin savaşının ilk dönemlerinde kısa zaman aralıklarını kapsamaktadır (Geneş ve Taydaş, 2024; Gölcü ve Demirata, 2024; Şentuna, Han ve Kılıncı Olgaç, 2023; Uzun, 2024). İsrail-Filistin savaşının bölgeye yayılarak diğer ülkelerin de dahil olması ile uluslararası boyutu önem kazanmış, dezenformasyonun süresi ve kapsamı da bu doğrultuda genişlemiştir. Bu çalışma İsrail-Filistin savaşının birinci yıldönümünde İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından savaş sürecindeki tüm dezenformasyon içeriklerinin yer aldığı Filistin Özel Sayısını incelemesi bakımından bütüncül bir bakış sağlayan kapsamlı bir analiz içermektedir. Çalışma ayrıca savaşın bir yıllık sürecinde dezenformasyonun boyutlarının geldiği noktanın ortaya konulması bakımından alana katkı sunmaktadır. Araştırmanın sonuçları itibari ile konuya ilgisi olan tüm çevreler için akademik düzeyde bir perspektif sağlamanın yanında literatürdeki alanı genişletmesi beklenmektedir.

Araştırmanın Yöntemi ve Sınırlılıkları

İsrail-Filistin savaşına ilişkin içeriklerin dezenformasyon sürecine odaklanan bu çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, metinlerden veya diğer anlamlı içeriklerden kullanım bağlamlarına ilişkin geçerli çıkarımlar yapmaya yönelik bir araştırma tekniğidir (Krippendorff, 2018, s. 24). Karma desen kullanılan araştırmada veri toplama tekniği olarak doküman incelemesi kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi’nin yayınlamış olduğu Dezenformasyon Bülteni Filistin Özel Sayısı (7 Ekim 2023 – 7 Ekim 2024) oluşturmaktadır. Çalışmada dezenformasyon içeriklerinin belirlenmesi ve doğrulanmasında devletin resmi bir kurumu olması bakımından İletişim Başkanlığı tercih edilmiştir. Ayrıca dezenformasyon içeriklerinin bütüncül bir şekilde ele alınabilmesi için savaşın birinci yıldönümü nedeniyle yayımlanan Filistin özel bülteni araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında incelenen özel bültende yer alan toplam 177 dezenformasyon içeriği nitel analiz yöntemlerinden içerik analizi yöntemi ile çözümlenmiştir.

Araştırma Etiği

Bu çalışma T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından yayımlanan Filistin Özel Bülteninde yer alan içerikler üzerinden gerçekleştirildiği için etik kurul izni gerektirmemektedir.

Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde araştırma kapsamında incelenen 177 dezenformasyon içeriği ile ilgili yapılan analize dair bulgular yer almaktadır.

Tablo 1
Dezenformasyon İçeriklerinin Yayınlandığı Mecralara Göre Dağılımı

Mecra	n	Yüzde (%)
Sosyal Medya	148	83,62
Sosyal Medya ve Geleneksel Medya	22	12,43
Geleneksel Medya	6	3,39
Belirsiz	1	0,56
Toplam	177	100,00

Tablo 1’de DMM bülteninde yer alan dezenformasyon içeriklerinin yayınlandıkları mecralara göre dağılımı yer almaktadır. Buna göre dezenformasyon içeriklerinin %83,62’si sosyal medyada yayınlanırken, %12,43’ü hem sosyal medyada hem de geleneksel medyada yayınlamıştır. Sadece geleneksel medyada yayınlanan içerikler %3,39 olurken, yayınlandığı mecra belirsiz olan içeriklerin oranı %0,56’dır. Buna göre geleneksel medyayla beraber yayınlanan içerikler de dikkate alındığında dezenformasyon içeriklerinin tamamına yakınının sosyal medyada paylaşıldığı görülmektedir. Sosyal medya, dezenformasyon içeriklerin paylaşılmasında en etkili mecra olarak kullanılmıştır.

Tablo 2
Dezenformasyon İçeriklerini Paylaşan Kaynakların Dağılımı

Kaynak	n	Yüzde (%)
Belirsiz	91	51,41
Propaganda Hesapları	30	16,95
Resmi Makamlar (Hükümet, Bakanlık, Ordu vs.)	27	15,25
Resmi Görevliler (Cumhurbaşkanı, Bakan, Sözcü vs.)	15	8,47
Medya Kuruluşu (Gazete, TV, Haber Sitesi vs.)	9	5,08
Medya Mensubu Kişiler (Gazeteci, Muhabir vs.)	5	2,82
Toplam	177	100,00

Dezenformasyon içeriklerinin hangi kaynaklardan paylaşıldığı dezenformasyonu başlatan kişi ya da kurumu belirtmesi açısından önemlidir. Bir anlamda dezenformasyon sürecinin ilk aktörü olarak algı oluşturma ve toplumu yönlendirmede içeriğin paylaşımına girmesini sağlamaktadır. Tablo 2’de dezenformasyon içeriklerini paylaşan kaynakların dağılımına bakıldığında en yüksek oran %51,41 ile belirsiz kaynaklardır. Diğer bir ifade ile dezenformasyon içeriklerinin yarısı belirsiz kaynaklardan yayınlanmıştır. Dezenformasyonun amaçları dikkate alındığında belirsiz kaynakların en yüksek orana sahip olması beklenen bir durumdur. Daha sonra en fazla dezenformasyon içeriği paylaşan kaynaklar %16,95 oranla propaganda hesapları, %15,25 ile resmi makamlar ve %8,47 ile ülkelerin resmi görevlileridir. Buna göre devletin resmi makamları ve görevlileri dezenformasyon sürecinde bizzat rol almaktadır. Dezenformasyon içeriklerini paylaşan kaynaklar içerisinde medya kuruluşları ve medya mensupları da yer almaktadır. Dezenformasyon içeriklerinin %5,08’i medya kuruluşları tarafından paylaşılırken, %2,82’si ise medya mensuplarının kişisel hesaplarından paylaşılmıştır.

Tablo 3
Dezenformasyon İçeriğinin Konularına Göre Dağılımı

Konu	n	Yüzde (%)
Savaş / Askeri	74	41,81
Toplum / İnsan	42	23,73
Siyaset / Dış Politika	27	15,25
Medya	15	8,47

İnsani Yardım	14	7,91
Ekonomi / Ticaret	5	2,82
Toplam	177	100,00

Dezenformasyon içeriklerinin hangi konular üzerinde yapıldığı incelendiğinde Tablo 3'e göre en fazla savaş/askeri konular (%41,81) olduğu görülmektedir. Savaş/askeri konulardan sonra sırasıyla toplum/insan (%23,73), siyaset/dış politika (%15,25), medya (%8,47), insani yardım (%7,91) ve ekonomi/ticaret (%2,82) konuları gelmektedir. Savaş/askeri konuların dezenformasyona en fazla konu olması normal bir durum olarak görülebilir. Ancak savaş ortamında sivil unsurların, toplumsal ve insani konuların dezenformasyon içeriklerindeki oranının dikkat çekici düzeyde olduğu söylenebilir. Yine benzer şekilde siyaset/dış politika konuları da dezenformasyonda öne çıkan konular arasında yer almaktadır. Diğer konulara oranla daha düşük düzeyde olmasına karşın insani yardım konularının da dezenformasyona konu olduğu görülmektedir. İnsani yardım konularının dezenformasyona konu olması tarafların kendini haklı çıkarma gayretlerinin sınırlarına dair bir gösterge olarak okunabilir. Son olarak ekonomi/ticaret konularının savaş ortamında dezenformasyon için geri planda kalan konular olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4
Dezenformasyon Türlerine Göre Dağılımı

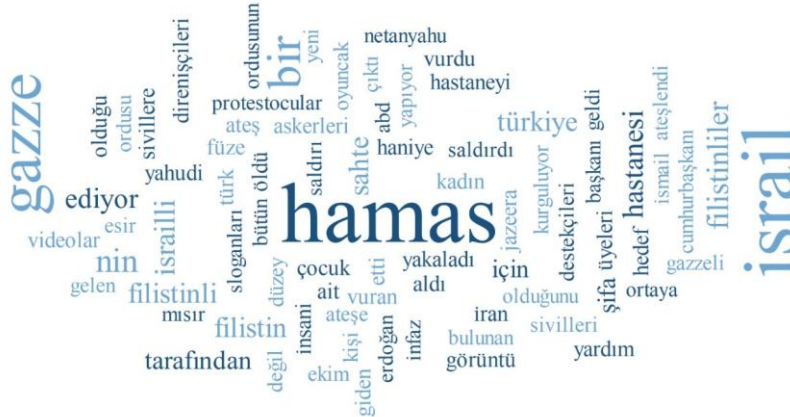
Dezenformasyon Türü	n	Yüzde (%)
Uydurma	45	25,42
Hatalı İlişkilendirme	41	23,16
Manipülasyon	36	20,34
Çarpıtma	34	19,21
Bağlamdan Koparma	21	11,86
Toplam	177	100,00

Tablo 4'te araştırma kapsamında analiz edilen 177 dezenformasyon içeriğinin türlerine göre dağılımı bulunmaktadır. Buna göre 177 dezenformasyon içeriğinin 45'i uydurma, 41'i hatalı ilişkilendirme, 36'sı manipülasyon, 34'ü çarpıtma ve 21'i bağlamdan koparma olduğu tespit edilmiştir. En fazla dezenformasyonun uydurma (%25,42) kategorisinde yapıldığı görülmektedir. Diğer bir ifade ile dezenformasyonda en fazla uydurma içeriklere başvurulduğu anlaşılmaktadır. Buna en yakın oranda dezenformasyon içeriği ise hatalı ilişkilendirme (%23,16) kategorisinde yapılmıştır. Manipülasyon (%20,34) ve çarpıtma (%19,21) içerikler birbirine yakın oranda kullanılırken, bağlamdan koparma (%11,86) en az başvuru alan dezenformasyon türü olmuştur. Dezenformasyon içeriklerinde parodi ve taklit içeriğe rastlanmamıştır. İsrail-Filistin savaşında parodi ve taklit içerikler haricinde diğer tüm türlerde önemli oranda dezenformasyona yer verildiği görülmektedir. Dezenformasyon dinamikleri açısından bakıldığında sistematik bir kampanyanın yürütüldüğü söylenebilir.

Tablo 5
Dezenformasyon Türlerinin İlişkin Olduğu Konulara Göre Dağılımı

İçerik Türü	Ekonomi / Ticaret	İnsani Yardım	Medya	Savaş / Askeri	Siyaset / Dış Politika	Toplum / İnsan	Toplam
Bağlamdan Koparma	2	3		7	4	5	21
Çarpıtma		5	2	9	6	12	34
Hatalı İlişkilendirme			6	21	2	12	41
Manipülasyon	2	2	5	16	6	5	36
Uydurma	1	4	2	21	9	8	45
Toplam	5	14	15	74	27	42	177

Tablo 5'te 177 dezenformasyon türlerinin ilişkin olduğu konuları gösteren veriler bulunmaktadır. Buna göre en fazla dezenformasyon yapılan savaş/askeri konularda hatalı ilişkilendirme (n=21) ve uydurma (n=21) en fazla kullanılan dezenformasyon türü olarak öne çıkmaktadır. Bunu manipülasyon (n=16), çarpıtma (n=9) ve bağlamdan koparma (n=7) takip etmektedir. Toplum/insan konularında hatalı ilişkilendirme (n=12) ve çarpıtma (n=12) en fazla kullanılan dezenformasyon türü olmuştur. Siyaset/dış politika konularında ise en fazla uydurma (n=9) türündeki içerikler yer alırken, ondan sonra çarpıtma (n=6) ve manipülasyon (n=6) türündeki içerikler gelmektedir. Medya konulu dezenformasyonlarda hatalı ilişkilendirme (n=6) ön plana çıkarken, insani yardım konulu dezenformasyonda çarpıtma (n=5) ilk sıradadır. Ekonomi/ticaret konulu dezenformasyonda manipülasyon (n=2) ve bağlamdan koparma (n=2) türlerinin kullanıldığı görülmektedir.



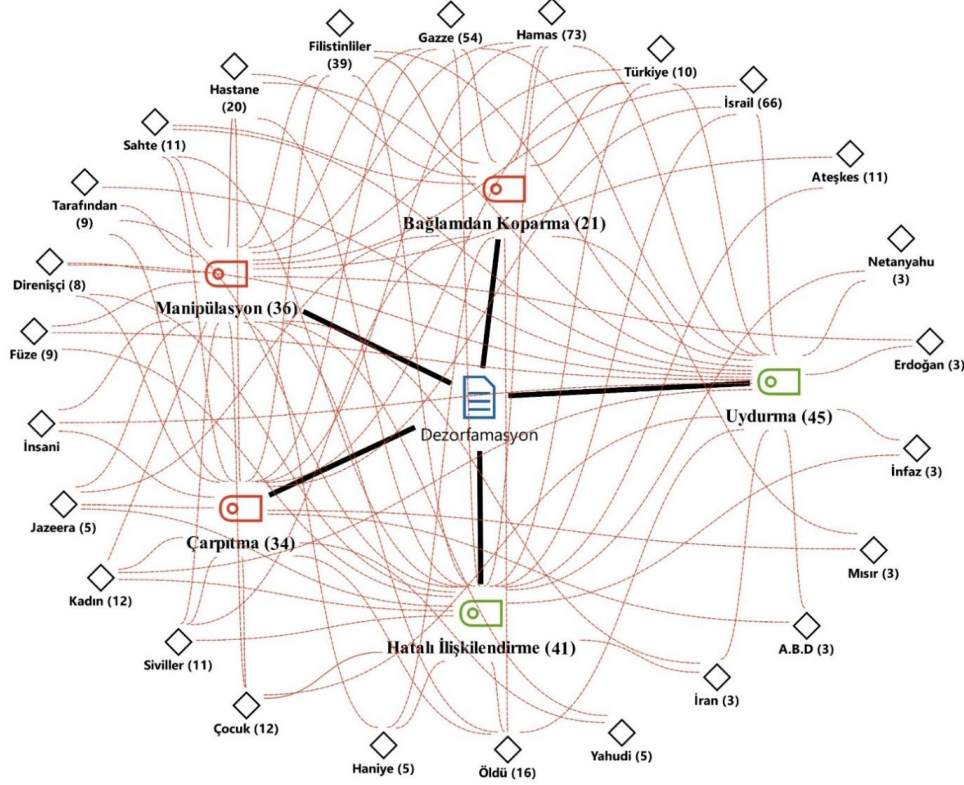
Şekil 1. Dezenformasyon İçeriklerinin Kelime Bulutu

Araştırma kapsamında incelenen dezenformasyon içeriklerinde bazı kelimeler ön plana çıkmaktadır. Şekil 1'de dezenformasyon içeriklerinde en sık kullanılan kelimelerden oluşturulmuş kelime bulutu bulunmaktadır. Buna göre içeriklerde en fazla geçen kelimeler “Hamas”, “İsrail” ve “Gazze” kelimeleridir. Bu kelimelerden sonra “Filistinliler”, “Hastanesi”, “İsraili”, “Ediyor”, “Filistin”, “Sahte”, “Filistinli”, “Türkiye”, “Tarafından”, “Şifa”, “Aldı” ve “Askerleri” gibi kelimelerin geldiği görülmektedir. Savaşın gerçekleştiği bölge ve tarafları olarak dezenformasyon içeriklerinde en fazla geçen kelimeler arasında Hamas, İsrail ve Gazze'nin olması normal bir durum olarak kabul edilebilir. Burada “Hastane”, “Sahte” ve “Şifa” gibi kelimeler dezenformasyonun hangi konularda yoğunlaştığını göstermesi bakımından dikkat çekicidir. Kelime bulutu verilerine göre savaş ortamında insani durumların göz ardı edildiği ve dezenformasyona konu olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 6
Dezenformasyon İçeriklerinin Kelime Bulutu Sıklık Tablosu

Kelime	Sıklık
Hamas	73
İsrail	66
Gazze	48
Filistinliler	14
Hastanesi	12
İsraili	12
Ediyor	11
Filistin	11
Sahte	11
Filistinli	10

Tablo 6’da dezenformasyon içeriklerinin kelime bulutu sıklık tablosuna ait veriler yer almaktadır. Buna göre Hamas (n=73), İsrail (n=66) ve Gazze (n=48) kelimeleri diğer kelimelere göre oldukça fazla kullanılmıştır. Diğer kelimelere bakıldığında ise yine savaşın tarafları ve bölgesi ile ilişkili kelimelerin kullanıldığı görülmektedir. Sıklık tablosu incelendiğinde savaşın taraflarının dezenformasyon içeriklerinde sıklıkla kullanıldığı anlaşılmaktadır. En sık kullanılan kelimeler arasında “hastanesi” kelimesinin bulunması savaş ortamında dezenformasyonun insani konulara kadar uzanabildiğini göstermektedir.



Şekil 2. Dezenformasyon Türlerinin Bağlantılı Olduğu Kelimeler

Şekil 2’de dezenformasyon türleri ile hangi kelimelerin bağlantılı olduğunu belirleyen harita yer almaktadır. Verilere bakıldığında bağlamdan koparma türündeki içeriklerde “Gazze”, “Filistinliler”, “Hastane”, “Sahte”, “Jazeera”, “Türkiye”, “Haniye”, “Öldü” ve “Mısır” kelimelerinin ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Buna göre Gazze ve Filistinlilerle ilgili hastane gibi insani durumların bağlamdan koparılarak aktarıldığı anlaşılmaktadır. Ayrıca Mısır ve Türkiye gibi bazı ülkelerle ilgili içeriklerin de farklı bağlamlarda ele alındığı söylenebilir. Manipülasyon türündeki içeriklerde “İnsani”, “Jazeera”, “Kadın”, “Siviller”, “Çocuk”, “Haniye”, “Öldü”, “Yahudi”, “İran” ve “Erdoğan” gibi kelimelerin ilişkilendirildiği görülmektedir. Özellikle “Kadın”, “Siviller”, “Çocuk” ve “Öldü” kelimelerinin öne çıktığı, bu anlamda insani konular üzerinden manipülasyona başvurulduğu gözlenmektedir. Manipülasyonla ilişkili diğer kelimeler de dikkate alındığında dini, siyasi ve medya gibi pek çok konuda manipülasyon yapıldığı anlaşılmaktadır. Çarpıtma türündeki içeriklerde “Kadın”, “Siviller”, “Çocuk”, “Öldü”, “Yahudi” ve “ABD” kelimelerinin öne çıkması insani konuların çarpıtmaya fazlaca konu edildiğini göstermektedir. Hatalı İlişkilendirme içeriklerinde “Çocuk”, “Siviller”, “Kadın”, “Jazeera”, “Füze”, “Direnışçi”, “Tarafından”, “Hastane”, “Filistinliler”, “Haniye”, “Hamas”, “Gazze”, “Türkiye”, “İsrail”, “Ateşkes”, “Netanyahu”, “İnfaz” ve “İran” kelimelerinin kullanıldığı görülmektedir. Kullanılan kelimelere bakıldığında hemen her konuda hatalı ilişkilendirme yapılan içerikler olduğu anlaşılmaktadır. Uydurma türü içeriklerde yine benzer şekilde “Çocuk”, “Kadın”, “Jazeera”, “İnsani” “Füze”, “Direnışçi”, “Tarafından”, “Sahte”, “Hastane”, “Filistinliler”, “Hamas”, “Gazze”, “Türkiye”, “İsrail”, “ABD”, “İran”, “Netanyahu”, “Erdoğan”, “İnfaz” ve “Öldü” kelimelerinin kullanıldığı dolayısıyla her konuda uydurma haberler üretildiği belirlenmiştir.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

İletişim teknolojilerindeki gelişmelerin bir sonucu olarak haberlerin ve içeriklerin yayılma hızı, bilginin doğruluğu konusunda önemli bir zorluk ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda, dezenformasyon olgusu şu anda internetin karşı karşıya olduğu en önemli sorunlardan biri olarak kabul edilmektedir. Dezenformasyonun en fazla yapıldığı dönemlerden biri de savaş dönemleridir. Bu çalışmada 7 Ekim 2023'te başlayan İsrail-Filistin savaşında yayınlanan dezenformasyon içerikleri analiz edilmiştir. Araştırmada dezenformasyon içeriklerinin çok büyük bir kısmının sosyal medya kanalından yapıldığı tespit edilmiştir. Sosyal medyanın merkezi olmayan yapısı bireylere ve gruplara anlatıyı şekillendirme gücü vermesi bakımından dezenformasyona uygun bir ortam hazırlamaktadır (Maharani, 2024). Öte yandan dezenformasyon sürecinde sosyal medyaya geleneksel medyanın eşlik ettiği görülmüştür. Sosyal medyada dezenformasyonun yapılması beklenen bir sonuç olsa da haberin doğruluğu konusunda bir sorumluluk ve ilkelere sahip olan geleneksel medyanın dezenformasyona dahil olması savaş dönemindeki stratejik eylemlerle açıklanabilir. Sosyal medya kaynaklarının kullanımı diğer çalışmalarda da benzer şekilde sonuçlar vermiştir (Avşar ve Koyuncu, 2024; Brautovic, 2024; Maharani, 2024, Oguejiofor, 2024; Sunvy ve Reza, 2023). Söz konusu çalışmalarda sosyal medyanın savaş ortamlarında önemli bir dezenformasyon aracı olarak rolünün yadsınamaz bir gerçek olduğu vurgulanmaktadır ve çıkan sonuçlar bu çalışma ile örtüşür niteliktedir. Sosyal medyanın dezenformasyonda etkinliği konusunda farklı sonuçlar da vardır. Maschmeyer (2021) yapılan bir araştırmada, dijital medyanın dezenformasyon anlatılarını yaymada geleneksel medyaya kıyasla önemli ölçüde daha az etkili olduğunu ortaya koyduğunu belirtmiştir. Dezenformasyon kampanyalarının büyüklük ve potansiyel kitle açısından sınırlı olduğunu öne sürmüştür.

Araştırmadaki bir diğer sonuç ise dezenformasyon paylaşımlarının hangi kaynaklardan yapıldığı ile ilgilidir. Bu içeriklerin yaklaşık yarısının belirsiz kaynaklardan yapılmış olduğu belirlenmiştir. Dezenformasyon içeriklerinin paylaşımında belirsiz kaynakların devreye girmesi beklenen bir durum olarak değerlendirilebilir. Belirsiz kaynaklardan sonra en fazla paylaşımın propaganda hesaplarından yapılması yine bu sürece uygun aktörler olarak kabul edilebilir. Belirsiz kaynaklar ve propaganda hesaplarının ilk sırada yer alması dezenformasyonun yapılaş amacına uygun düşen bir eylem olarak beklenen bir sonuç olmasının yanı sıra dezenformasyon sürecindeki en etkili aktörleri de yansıtmaktadır. Öte yandan İsrail resmi makamları ve resmi yetkililerinin dezenformasyon içeriklerinin paylaşımına aktif olarak katıldıkları tespit edilmiştir. Savaş ortamında bir iletişim stratejisi olarak resmî kurumların ve yetkililerin sürece dahil olması dezenformasyonun boyutlarını göstermesi açısından dikkat çekici bir sonuçtur. İsrail resmi makamlarının ve resmi yetkililerinin dezenformasyon sürecinde aktif rol aldıkları ve kamuoyunu istenen yönde etkilemek için çaba sarf ettikleri belirlenmiştir. Benzer yönde tespitler İsrail-Filistin savaşında dezenformasyon süreçlerini farklı açılardan inceleyen diğer çalışmalarda da yapılmıştır (Avşar ve Koyuncu, 2024; Gölcü ve Demirata 2024). Roberts ve Karekwaivanane (2024) Brexit referandumunda ve Trump seçimlerinde Rusya'nın dijital dezenformasyondaki rolüne vurgu yapmış ve tüm uluslardaki güçlü grupların özellikle olağanüstü durumlarda, savaş ve fetih zamanlarında dezenformasyon yaptığını belirtmiştir. Savaş gibi düşük güven ortamlarında siyasi aktörler daha sık çevrimiçi dezenformasyon kaynağı olarak hareket edebilmektedir. Siyasi aktörler düşmanlarına saldırarak tartışmaları körüklerken buna bağlı olarak hükümet üyeleri sıklıkla çevrimiçi dezenformasyonun hedefi haline gelmektedir (Humprecht, 2018). Diğer aktörlere göre daha geri planda olsa da bazı medya kuruluşları ve medya mensuplarının da dezenformasyon sürecinde aktif rol aldığı tespit edilmiştir. Benzer bir sonuç Sunvy ve Reza (2023) tarafından yanlış bilginin biçimleri ve temalarını inceledikleri çalışmada da görülmektedir. Ana akım medya kuruluşlarının özellikle sosyal medya aracılığı ile yanıltıcı içerikleri yaydıkları ve hükümet dışı güçler olarak dezenformasyonda güçlü araçlar haline geldiklerini vurgulamıştır. Şentuna, Han ve Olgaç (2023) ise İsrail-Filistin savaşında uluslararası medya kuruluşlarının haber içeriklerinde yanıltıcı içeriklere yer verdiklerini belirlemişlerdir. Tüm içeriklerin medya aracılığı ile iletilmesi dezenformasyon sürecinde medyanın oynadığı teknik rolü yansıtırken, medya kuruluşlarının ve mensuplarının dezenformasyon içeriklerinin dağıtılmasında bizzat kaynak olarak rol alması sürecin aktörleri olarak devreye girmelerini ifade eder.

Araştırmada elde edilen bir başka sonuç ise dezenformasyonun hangi konularda yapıldığı ile ilgilidir. Burada savaş/askeri konuların ilk sırada çıkması normal bir sonuç olarak kabul edilebilir.

Savaş/askeri içerikli konulardan sonra toplumsal konuların gelmesi dezenformasyon sürecinde toplumu yönlendirme ve manipüle etme konusundaki gayretlerle açıklanabilir. Öte yandan siyaset/dış politika konularının da bu süreçte önemli bir payı olduğu görülmüştür. Nitekim savaşlar uluslararası boyutları olan olağanüstü dönemlerdir. Bu nedenle siyaset ve dış politika açısından dezenformasyonun bir parçası olabilmektedir. Öte yandan savaş, siyasi kararlarla ilerleyen bir süreç olması bakımından dezenformasyonun siyaset/dış politika bağlamında bir strateji olarak kullanılması normal bir sonuç olarak okunabilir. Medyanın dezenformasyona konu olması ise bu sürecin aktörleri açısından bir anlam ifade etmektedir. Medya bu araştırma kapsamında incelenen içeriklerde diğer konulara göre geri planda olsa da dezenformasyonun hem kaynağı hem de konusu olmaktan kurtulamamıştır. Dezenformasyonda ekonomi ve ticaret konularının Türkiye'nin İsrail ile ilişkileri çerçevesinde konu edildiği ve ulusal düzeyde sınırlı kaldığı tespit edilmiştir. Araştırmada incelenen içeriklerde dezenformasyonun her türüne başvurulduğu görülmüştür. Uydurma ve hatalı ilişkilendirme yapılan içeriklerin ön planda olduğu tespit edilmiştir. Benzer bir sonuç Aydın (2024) tarafından İsrail-Filistin savaşı ile ilgili haberlerin teyit.org sitesi üzerinden yaptığı çalışmada da çıkmış ve incelenen 109 içeriğin 79'unun hatalı ilişkilendirme olduğu tespit edilmiştir. Koçyiğit (2024) de çalışmasında uydurma, yanıltıcı ve sahte içeriklerin ön planda olduğunu tespit etmiştir. Araştırmadaki en önemli sonuçlardan biri savaş/askeri konularda yapılan dezenformasyonun en fazla uydurma ve hatalı ilişkilendirme içerikler olduğudur. Yine bu konuda manipülasyon içeriklerinin de fazla olduğu görülmüştür. Uzun (2024) İsrail-Filistin savaşı ile ilgili haberleri teyit.org sitesi üzerinden incelediği çalışmada benzer sonuçlara ulaşmış, hatalı ilişkilendirme ve manipülasyon içeren çok sayıda haber olduğunu tespit etmiştir. Çarpıtma içeriklerinde toplumsal konuların öne çıkması kamuoyunu yönlendirme çabalarının bir sonucu olarak okunabilir. Siyaset ve dış politika konularında uydurma haberlerin yoğun olarak oluşturulması uluslararası toplumu etkileme çabası içinde değerlendirilebilir. İçeriklerin dezenformasyon türleri ve konularına bir arada bakıldığında farklı oranlarda olsa da her türlü dezenformasyonun tüm konularda yapılmaya çalışıldığı açık bir şekilde görülmektedir. Bu durum dezenformasyonun her alanda etkin bir şekilde yürütüldüğüne işaret etmektedir.

Dezenformasyon içeriklerinde en fazla kullanılan kelimelerde savaşın aktörleri ön planda yer almaktadır. Savaşın aktörlerinden sonra "hastane", "toplumsal" ve "insani" unsurların ön plana çıkması savaş ortamında dezenformasyonun herhangi bir sınır tanımadan yapıldığının göstergesi olarak kabul edilebilir. Hastane ve Filistinli insanlarla ilgili içeriklerin bağlamdan kopararak kullanılması insani konuların farklı yönler çekilerek aktarılmasını göstermektedir. Yine benzer şekilde insani konuların manipülasyon içeriklerinde kullanılmasının yanında siyasiler ve devletler de manipülasyon içeriklerine konu olmuştur. Özellikle Türkiye'nin dezenformasyona konu olan ülkeler arasında ön planda olmasının bölgesel güçlü bir aktör olarak aktif rolü ile ilişkili olması muhtemeldir. Manipülasyonla ilgili diğer kelimeler göz önüne alındığında manipülasyonun din, siyaset, medya gibi pek çok alanda karşımıza çıkan bir uygulama olduğu anlaşılmaktadır. Hatalı ilişkilendirme ve uydurma içeriklerde her konuya ilişkin kelimelerin sıklıkla kullanıldığı görülmektedir.

Çalışmanın amaç soruları bağlamında bütüncül olarak değerlendirmesi yapıldığında dezenformasyon içeriklerinin en çok sosyal medya aracılığı ile paylaşıldığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlar sosyal medyanın dezenformasyon sürecinin hızlanmasında önemli bir araç olarak kullanıldığını göstermektedir. İçeriklerin paylaşılmasında belirsiz hesaplarla propaganda hesapları en önde yer alsada resmi makamlar ve yetkililerin de yadsınamaz bir payı olduğu belirlenmiştir. Dezenformasyonda en fazla savaş/askeri konuların işlendiği görülmüştür. Dezenformasyon içeriklerinde en fazla uydurma ve hatalı ilişkilendirme türünün kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu içeriklerde savaş/askeri konular en fazla kullanılan konular olmakla birlikte toplumsal ve insani konuların önemli oranda kullanıldığı anlaşılmıştır. Dezenformasyon içeriklerinde savaşın taraflarını ifade eden kelimeler ön plana çıkarken bunun ardından insani durumları ifade eden kelimelerin gelmesi dezenformasyonun yönünü göstermesi bakımından önemli bir sonuçtur.

Analiz sonuçlarına göre İsrail-Filistin savaşının bir yıllık sürecinde paylaşılan içeriklerin İletişim Başkanlığı tarafından yanlış içerikler olduğu net bir şekilde açıklanmıştır. Bu içeriklerin paylaşılmasında İsrail'in hem resmî makamlar yoluyla hem de diğer aktörleri devreye alarak faaliyette bulunduğu anlaşılmıştır. Savaş dönemlerinin yanı sıra küresel salgın ve Kahramanmaraş depremi gibi

diğer olağanüstü dönemlerde de benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır (Koçyiğit, 2023, Shahi, 2024). Dolayısıyla bu dönemlerde dezenformasyonun ortaya çıkarttığı ciddi sorunlarla mücadele etmek ve buna karşı gerekli önlemleri almak toplumun doğru bir şekilde bilgilendirilmesinde önem kazanmaktadır. Araştırma sonuçlarına bakıldığında dezenformasyonun sadece teknolojiye dayalı bir gerçeklik olmanın ötesinde, devletin resmî kurumları ve diğer aktörler tarafından bilinçli bir şekilde organize edildiğini göstermektedir. Dezenformasyonla mücadelede gönüllü platformlar ve resmi makamların çabasından daha fazlasına ihtiyaç olduğu anlaşılmaktadır.

Dijital iletişim teknolojilerinin gelişen yapısı, potansiyel faydaları değerlendirirken zorlukları da azaltmak için stratejilerin sürekli olarak incelenmesini, geliştirilmesini ve uyarlanmasını gerekli kılmaktadır (Maharani, 2024). Bu çerçevede dijital dezenformasyonla mücadele kapsamında bazı öneriler sıralanabilir. Literatürde vurgulandığı gibi alınacak ilk tedbir dijital medya okuryazarlığı konusunda bir farkındalık oluşturularak bu yönde eğitimler vermek olmalıdır. İletişim dinamiklerinin kapsamlı sonuçlarını kabul eden ve kullanıcı güvenliği, kültürel gelişim ve tüm insanlığın evrensel refahı üzerindeki potansiyel zararlı etkilerini dikkate alan kapsamlı bir çerçeve oluşturulmalıdır. Bu doğrultuda bireylere özellikle dijital mecralarda bilgi kaynaklarını eleştirel olarak nasıl değerlendirecekleri, yanlış bilgileri ve dezenformasyonu nasıl tespit edeceklerine ilişkin beceriler kazandırılmalıdır (Aydın, 2024; Alsubari, Alhiba, Enan, Aldawla ve Alsurori, 2024; Koçyiğit, 2024; Oguejiofor, 2024). Dijital dezenformasyonda yapay zekanın olumsuz etkilerine karşı dijital okuryazarlık açısından bazı tedbirler alınabilir. Bunun için bireyleri medya ile eleştirel şekilde etkileşime girme ve gerçeği kurgudan ayırt etme konusunda güçlendirmek için yapay zekâ destekli düzenleyici çerçevelerin ve başarılı dijital okuryazarlık girişimlerinin dengeli bir yaklaşımı gereklidir. Bu yaklaşım, yapay zekâ destekli bilginin olumsuz etkilerine karşı koyabilir ve potansiyel olarak daha sağlıklı, daha bilinçli bir dijital ortam yaratabilir. Bu çok yönlü yaklaşım, yanıltıcı bilgilerin toplumda neden olduğu zararı azaltmaya yardımcı olabilir (Ali, 2024). Dezenformasyonla mücadele sektörler arası iş birliği ile daha güçlü bir şekilde yapılabilir. Hükümetler, sivil toplum kuruluşları, akademik çevreler ve uluslararası kuruluşlar dahil olmak üzere çeşitli paydaşlar arasında iş birliği yapılarak kapsamlı stratejiler ve çözümler geliştirilebilir. Dezenformasyonla mücadele için etkili stratejiler ve çözümler geliştirme çabalarına akademik düzeyde daha fazla araştırma yapılarak katkı sağlanabilir (Maharani, 2024; Oguejiofor, 2024).

İletişim Başkanlığı tarafından İsrail-Filistin savaşının bir yıllık sürecinde paylaşılan dezenformasyon içeriklerinin analizi ile sınırlı olan bu araştırma sosyal medyanın dezenformasyon sürecinde etkin kullanımı ve içeriklerin nasıl paylaşıldığına ilişkin veriler sunmaktadır. Araştırma sonuçları İsrail-Filistin savaşı bağlamında sosyal medyanın kamuoyunu şekillendirme ve küresel söylemi biçimlendirme işlevinin daha ayrıntılı bir şekilde anlaşılmasını kolaylaştırabilir. Araştırma ayrıca dijital dezenformasyon sürecinde bilgiyi yönetmek için sosyal medyanın rolünün anlaşılmasına önemli bir katkı sağlamaktadır. Dijital dünyadaki hızlı gelişim göz önüne alındığında dijital dezenformasyon konusu gelecek çalışmalar için önemini korumaya devam edecektir. Gelecekteki çalışmalarda bu tür içeriklerin toplum üzerindeki etkilerinin ve dezenformasyon aktörleri arasındaki bağlantıların araştırılması dezenformasyonla mücadele konusunda önemli yaklaşımlar oluşturmaya katkı sağlayacaktır.

Araştırmacıların Katkı Oranı

Çalışma tek yazarlı olduğu için yazarın katkı oranı %100'dür.

Çıkar Çatışması

Çalışmada çıkar çatışması oluşturabilecek herhangi bir durum bulunmamaktadır.

Kaynaklar

Aïmeur, E., Amri, S. and Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Social Network Analysis and Mining*, 13.

- Ali, M. S. (2024). AI-driven digital media technologies' generation, and spread of deleterious disinformation: solutions through multi-faceted approach of ai tools & social media industries, regulations and digital literacy. *Policy Research Journal*, 2(4), 801-804.
- Allcott, H. and Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. doi:<https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Alsubari, A.; Alhiba, M.; Enan, A.; Aldawla, N. N. H. and Alsurori, M. (2024). Online news channel streaming: a comprehensive analysis of channel and user engagement during the Israel-Palestine conflict. 04 March 2024, *Preprint (version 3) available at Research Square*.
- Al-Zaman, S. (2019). Digital disinformation and communalism in Bangladesh. *China Media Research*, 15(2), 68-76. doi:<https://doi.org/10.31235/osf.io/8s6jd>
- Arcos, R., Gertrudix, M., Arribas, C. and Cardarilli, M. (2022). Responses to digital disinformation as part of hybrid threats: a systematic review on the effects of disinformation and the effectiveness of fact-checking/debunking. *Open Research Europe*, 2(8), 1-19.
- Avşar, Z. ve Koyuncu, S. (2024). 7 Ekim sonrası Gazze'ye İsrail saldırıları ve dezenformasyon. *Ombudsman Akademik*, Özel Sayı 2, Gazze, 363-404.
- Aydın, A. F. (2024). Sosyal medyada propaganda ve algı yönetimi: İsrail-Filistin savaşı örneği. *Ombudsman Akademik*, Özel Sayı 2, Gazze, 65-99.
- Bennett, W. L. and Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139.
- Birkland, T. A. (2019). *An introduction to the policy process - theories, concepts, and models of public policy making* (5th Ed.). New York: Routledge.
- Bradshaw, S. and Howard, P. N. (2018). The global organization of social media disinformation campaigns. *Journal of International Affairs*, 71(1).
- Brautović, M. (2024). Journalistic sources on the Israel/Hamas conflict in the Croatian media. *Adria Digital Media Observatory Report*, Dubrovnik.
- Cabañes, J. V. A. (2020). Digital disinformation and the imaginative dimension of communication. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97, 435 - 452.
- Cook, J., Lewandowsky, S. and Ecker, U. (2017). Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence. *PLoS ONE*, 12.
- Fallis, D. (2015). What is disinformation? *Library Trends*, 63(3), 401–426.
- Freelon, D. and Wells, C. (2020). Disinformation as political communication. *Political Communication*, 37(2), 145-156. doi:<https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1723755>
- Geneş, M., ve Taydaş, O. (2024). Dezenformasyon ile algı yaratmak ve bilgi kontrolü: İsrail – Filistin savaşı örneği. *İletişim ve Diplomasi* (12), 5-24. doi:10.54722/iletisimvediplomasi.1487823
- Golovchenko, Y., Hartmann, M. and Adler-Nissen, R. (2018). State, media and civil society in the information warfare over Ukraine: citizen curators of digital disinformation. *International Affairs*, 94(5), 975-994. <https://doi.org/10.1093/ia/iiy148>

- Gölcü, A. ve Demirata, B. K. (2024). İsrail'in dezenformasyon stratejisini çözümlmek: Gazze saldırıları örneği. *Ombudsman Akademik*, Özel Sayı 2, Gazze, 195-226.
- Grynko, A. and Baeriswyl, O. (2023). Digital disinformation campaign around the war in Ukraine: case of alternative media in Switzerland case of alternative media in Switzerland. *ESSACHESS - Journal for Communication Studies*, 16(1), 183-202. doi:<https://doi.org/10.21409/K44N-5W76>
- Guess, A. M. and Lyons, B. A. (2020). Misinformation, disinformation, and online propaganda. N. Persily and J. A. Tucker (Ed.), *Social Media and Democracy - The State of the Field, Prospects for Reform* in (pp. 10-33). Cambridge: Cambridge University Press.
- Humphrecht, E. (2018). Where 'fake news' flourishes: a comparison across four Western democracies. *Information, Communication & Society*, 22, 1973 - 1988.
- Iosifidis, P. and Nicoli, N. (2020). *Digital democracy, social media and disinformation*. New York: Routledge.
- Jowett, G. S. and O'Donnell, V. (2014). *Propaganda & persuasion* (6th ed.). California: Sage Publications.
- Koçyiğit, A. (2023). Olağanüstü hallerde sosyal medyada dezenformasyonla mücadele ve kriz iletişimi: Kahramanmaraş depremi üzerine bir analiz. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi* (10), 68-86. doi:10.56676/kiad.1264562
- Koçyiğit, A. (2024). The Republic of Türkiye's diplomatic stance from the perspective of public diplomacy and its response to disinformation: Israeli-Palestinian conflict. *Erciyes İletişim Dergisi*, 11(2), 461-479. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1430574>
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis - an introduction to its methodology* (4th ed.). California: Sage Publications.
- La Cour, C. H. (2020). Theorising digital disinformation in international relations. *International politics*, 57(4), 704-723. doi:<https://doi.org/10.1057/s41311-020-00215-x>
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F and Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096. doi:10.1126/science.aao2998
- Łukasik-Turecka, A. and Malužinas, M. (2023). Digital disinformation during the 2020 parliamentary elections in Lithuania. M. Musiał-Karg and Ó. G. Luengo (Ed.), *Digital Communication and Populism in Times of Covid-19: Cases, Strategies, Examples* in (pp. 75-89). Cham: Springer.
- Maharani, N. A. M. (2024). Social media as a primary source of information: exploring its role in disseminating the current situation in Palestine. *Gema Wiralodra*, 15(1), 275-281. doi:10.31943/gw.v15i1.628
- Marsden, C. T., Meyer, T. and Brown, I. (2020). Platform values and democratic elections: how can the law regulate digital disinformation? *Comput. Law Secur. Rev.*, 36, 105373.
- Martens, B., Aguiar, L., Gomez-Herrera, E. and Mueller-Langer, F. (2018). The digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news. *Political Communication eJournal*.
- Maschmeyer, L. (2021). Digital disinformation: evidence from Ukraine. *ETH Zürich*, (28), <https://doi.org/10.3929/ethz-b-000463741>

- Oguejiofor, P. O. (2024). The role of social media in shaping narratives and perceptions in the Israeli-Gaza conflict that escalated on October 2023. *International Journal of Academic Multidisciplinary Research*, 8(4), 74-82.
- Roberts, T. and Karekwaivanane, G. H. (2024). Digital disinformation in Africa: A critical approach. Roberts, T. and Karekwaivanane, G. H. (Ed.), *Digital Disinformation in Africa Hashtag Politics, Power and Propaganda*, in (pp. 1-24). London: Zed Bloomsbury Publishing.
- Sáez-Trumper, D. (2019). Online disinformation and the role of wikipedia. *ArXiv*, abs/1910.12596
- Shahi, G. K. (2024). Warclaim: a dataset for fake news on 2023 Israel–Hammas war. In *Companion Publication of the 16th ACM Web Science Conference (Websci Companion '24)*. Association for Computing Machinery, New York, USA, 19–21. doi:https://doi.org/10.1145/3630744.3658410
- Shu, K., Bhattacharjee, A., Alatawi, F. H., Nazer, T. H., Ding, K., Karami, M. and Liu, H. (2020). Combating disinformation in a social media age. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery*, 10.
- Shultz, R. and Goodson, R. (1984). *Dezinformatsia: active measures in Soviet strategy*. New York: Pergamon Press.
- Skarzauskiene, A., Maciuliene, M. and Ramasauskaite, O. (2020). The digital media in Lithuania: combating disinformation and fake news. *Acta Informatica Pragensia*, 9(2), 74-91.
- Sunvy, A. S. and Reza, R. B. (2023). The role of fact-checking sites during the Israel-Palestine conflict. *The Indonesian Journal of Communication Studies*, 16(2), 95-105. doi:https://doi.org/10.31315/ijcs.v16i2.11272
- Şentuna, B., Han, B. ve Kılınç Olgaç, B. (2023). Post-truth ve İsrail - Filistin savaşı. *Sosyal Aktörler ve Deneyimler Dergisi*, (1), 3-9.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W. and Ling, R. (2018). Defining “fake news”. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. doi:https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143
- Uzun, B. (2024). Sosyal medyada dezenformasyon: Gazze savaşına ilişkin haberlerin teyit.org üzerinden incelenmesi. *International Social Sciences Studies Journal*, 10(5), 755-765.
- Wang, Y., Mckee, M., Torbica, A. and Stuckler, D. (2019). Systematic literature review on the spread of health-related misinformation on social media. *Social Science & Medicine* (1982), 240.
- Wardle, C. and Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe.
- Weikmann, T. and Lecheler, S. (2023). Visual disinformation in a digital age: a literature synthesis and research agenda. *New Media & Society*, 25(12), 3696-3713. doi:10.1177/14614448221141648
- Załoga, W. (2022). Disinformation in the age of the digital revolution in the aspect of state security. *Wiedza Obronna*, 280(3), 43-62. doi:https://doi.org/10.34752/2022-c280
- Zhou, X. and Zafarani, R. (2018). A survey of fake news: fundamental theories, detection methods, and opportunities. *ArXiv*, abs/1812.00315.

Extended Abstract

Introduction

In the current digital media landscape, one of the most significant challenges pertains to the veracity and trustworthiness of the information being disseminated. In the context of the so-called "age of fake news," where deliberate or unintentional misinformation spreads rapidly, the intention behind the production of information assumes heightened significance. Misinformation is defined as false content that is disseminated without the intention of causing harm. In contrast, disinformation can be defined as information that is intentionally created with the objective of achieving a specific strategic outcome and influencing social behaviour. The objective of disinformation is to deliberately mislead the target audience and persuade them to follow the assumptions expected by the messenger. In this regard, the distinction between disinformation and misinformation hinges on the intention behind the act of dissemination. In contrast to misinformation, disinformation is the deliberate dissemination of false information with the intention of misleading the target audience (Humprecht, 2018; Wang, Mckee, Torbica and Stuckler, 2019; Załoga, 2022). Consequently, disinformation involves the distortion of information and the deliberate distraction of the target audience from accurate sources of information.

In the contemporary era, disinformation has assumed the guise of malevolent manipulation of digital and social media discourse, pursued with the objective of advancing hostile propaganda or ideological manipulation. In the context of warfare, the strategic use of disinformation is a prominent phenomenon, employed with the dual objective of attaining psychological superiority and influencing public perception. It is evident that during the armed conflict between Israel and Hamas that commenced on 7 October 2023 and subsequently escalated with the involvement of other nations in the region, a considerable amount of disinformation was disseminated extensively, particularly on social media platforms. In this context, the Disinformation Bulletin Palestine Special Issue (7 October 2023 – 7 October 2024), published by the Communication Directorate of the Presidency of the Republic of Türkiye on the first anniversary of the Israeli-Palestinian war, is the subject of this study. The primary objective of this study is to elucidate the extent and nature of disinformation in a war environment.

Method

This study employs content analysis to examine the process of disinformation in the context of the Israel-Palestine conflict. The subject of this study is the Disinformation Bulletin Palestine Special Issue, published by the Communication Directorate of the Presidency of the Republic of Türkiye, and covering the period from 7 October 2023 to 7 October 2024. The Palestine special bulletin, published on the occasion of the first anniversary of the war, represents the limitations of the study in order to address the disinformation content in a comprehensive manner. A total of 177 instances of disinformation in the special bulletin were examined within the scope of the research using the content analysis method, which is one of the qualitative analysis methods.

Findings

A review of the content published with traditional media reveals that the majority of disinformation content was disseminated on social media platforms. The most effective medium for the dissemination of disinformation content was social media. A further analysis of the distribution of sources that shared disinformation content reveals that the highest rate is attributed to uncertain sources, at 51.41%. Subsequently, the most prolific disseminators of disinformation were identified as propaganda accounts, accounting for 16.95% of the total. It can be observed that state officials and official authorities are directly involved in the process of disseminating disinformation. It is also evident that media organisations and media members are among the sources sharing disinformation content. An analysis of the topics on which disinformation content is based reveals that totalitarian and humanitarian issues constitute a significant proportion of disinformation content in the context of war. Similarly, politics and foreign policy issues also feature prominently in disinformation. Fabrication represents the

most prevalent form of disinformation, accounting for 25.42% of all instances. False association is the second most common form of disinformation, representing 23.16% of all instances. The data illustrating the categories of disinformation indicate that false association (n=21) and fabrication (n=21) are the most prevalent forms of disinformation pertaining to military and war-related topics. The most frequently occurring words in disinformation content are "Hamas," "Israel," and "Gaza." Subsequently, words such as "hospital," "fake," and "healing" are worthy of note in terms of indicating the subjects on which disinformation is concentrated. An analysis of the word frequency table reveals that the parties to the war are frequently used in disinformation content. The words "Gaza", "Palestinians", "Hospital", "Fake", "Jazeera", "Turkey", "Haniyeh", "Killed" and "Egypt" were identified as being particularly prevalent in content that lacked contextualisation. In the content of the manipulation type, words such as "humanitarian," "Jazeera," "woman," "civilians," "child," "Haniyeh," "killed," "Jew," "Iran," and "Erdoğan" were associated. The prominence of the words "women," "civilians," "children," "killed," "Jew," and "USA" in the content of the distortion type indicates that humanitarian issues are subject to distortion.

Conclusion, Discussion and Recommendations

The present study analyses the disinformation content published during the Israeli-Palestinian war, which commenced on 7 October 2023. The study revealed that the majority of disinformation content was disseminated via social media platforms. Conversely, it was observed that traditional media outlets participated in the dissemination of disinformation alongside social media platforms. It was established that approximately half of the disinformation posts originated from uncertain sources. Subsequently, the greatest number of posts were created by propaganda accounts. However, the dissemination of disinformation was not exclusive to these. It was observed that state authorities and officials were actively involved in the propagation of disinformation. With regard to the subjects on which disinformation was disseminated, it can be considered a normal result that war and military issues were the primary focus. Conversely, politics and foreign policy issues have also played an important role in this process. The analysis revealed that the most prevalent forms of content were those that were either fabricated or had been incorrectly attributed. One of the most significant findings of the study is that disinformation pertaining to military and war-related issues is predominantly fabricated and misattributed. Furthermore, the data revealed a notable prevalence of manipulated content within this subject area. The prevalence of overarching issues in disinformation can be interpreted as a consequence of deliberate attempts to influence public opinion. The actors involved in the conflict are prominent in the vocabulary used in disinformation content. The prominence of hospitals and social and humanitarian elements following the actors of the war may be indicative of the extent to which disinformation is disseminated in a war environment, with seemingly no limits. The results of the analysis demonstrate that the content disseminated during the one-year period of the Israeli-Palestinian conflict was explicitly identified by the Directorate of Communication as false information. It was established that Israel acted both through official institutions and authorities and by engaging other actors in the dissemination of these materials. This research, which is limited to the analysis of the disinformation content shared by the Directorate of Communication during the one-year period of the Israeli-Palestinian war, provides data on the effective use of social media in the disinformation process and how the content is shared. The findings of this research may facilitate a more detailed understanding of the function of social media in shaping public opinion and global discourse in the context of the Israeli-Palestinian conflict. In future studies, an investigation of the effects of such content on society and the links between disinformation actors will contribute to the development of important approaches to combating disinformation.