

DEZENFORMASYONUN GÖLGESİNDE İSRAİL-FİLİSTİN SAVAŞININ SOSYAL MEDYA PLATFORMLARINDAKİ SAHTE İÇERİKLERİ

Gabriela OANA OLARU*

Öz

Bu araştırma, İsrail-Filistin savaşı bağlamında ortaya çıkan yanlış bilgilere odaklanmaktadır. Araştırma, bir yıl içerisinde sosyal medya platformlarında dolaşıma giren yanlış bilgilerin sebep olduğu dezenformasyonun boyutlarını ve yayılım etkisini anlamayı hedeflemektedir. Bu yönüyle, araştırmanın alana katkı sağlaması ve yol gösterici bir kaynak niteliği taşıması beklenmektedir. Araştırma, durum çalışması olarak tasarlanmış ve betimsel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemi, Teyit.org adlı doğrulama platformunda “Filistin” kelimesi aranarak belirlenmiştir. Araştırmaya dahil edilen sahte içerikler, 7 Ekim 2023-18 Ekim 2024 tarihleri arasında sosyal medyada dolaşıma giren verileri kapsamaktadır. İncelenen içerikler doğrultusunda, sosyal medya platformlarında toplamda 134 adet sahte içerik tespit edilmiştir. Bu içeriklerin büyük çoğunluğunun fotoğraf ve video görüntüleri kullanılarak üretildiği ve en çok sahte içeriğin X platformu üzerinden paylaşıldığı belirlenmiştir. Ayrıca, bu içeriklerin bazı kişi ve ülkeleri de kapsadığı görülmüştür. Dezenformasyonla mücadelede dijital medya okuryazarlığı eğitimlerinin artırılması, sosyal medya platformlarının etkin filtreleme teknikleri geliştirmesi ve doğrulama faaliyetleri gerçekleştiren kuruluşların desteklenmesi gibi hususların etkili olacağı değerlendirilmektedir. Bu araştırma önceki araştırmalardan farklı olarak incelenen içeriklerin medya formatlarını, paylaşıldıkları sosyal medya platformları ve hedeflenen kişi ve ülkeleri detaylı bir şekilde sınıflandırarak diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dezenformasyon, Teyit, Sosyal Medya, Yeni Medya, İsrail-Filistin Savaşı.

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Medipol Üniversitesi, Medya ve Görsel Sanatlar Bölümü, gabriela.olaru@medipol.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-9486-3349>

FAKE CONTENT ON SOCIAL MEDIA PLATFORMS ABOUT THE ISRAELI-PALESTINIAN WAR IN THE SHADOW OF DISINFORMATION

Abstract

This research investigates the spread of disinformation during the Israeli-Palestinian war. The study aims to understand the extent and the spread of disinformation circulating on social media platforms over a year. This research is expected to contribute to the field and serve as a valuable resource. Designed as a case study, it employs descriptive content analysis. The research sample was established by searching for "Palestine" on the verification platform Teyit.org. The fake content analyzed in this study includes social media posts and multimedia content shared between October 7, 2023, and October 18, 2024. In alignment with the examined content, 134 instances of fake information were identified on social media platforms. The findings revealed that most of this content was generated using photographs and videos, with a significant portion being shared on the X platform. Furthermore, the analysis revealed that disinformation targeted specific individuals and countries. Increasing digital media literacy training, developing effective filtering techniques, and enhancing verification processes on social media platforms are important for mitigating the impact of disinformation. This research distinguishes itself from previous studies by detailing the media formats of the analyzed content, the social media platforms on which they are shared, and the individuals and countries targeted.

Keywords: Disinformation, Fact-Checking, Social Media, New Media, Israeli-Palestinian War.

Giriş

Her dönemde var olan dezenformasyon, son yıllarda internet tabanlı uygulamaların yayılması sebebiyle küresel bir sorun hâline gelmiştir. Sosyal medya platformları sayesinde hızla yayılan bilginin doğru olduğu kadar yanlış olması da söz konusudur. Bu bağlamda sosyal medya platformlarının özellikle kriz zamanlarında (doğal afet, savaş, toplumsal hareketler vb.) öncü ve etkileyici rolü belirleyici olmaktadır. Hayat kurtarmak için kullanılan sosyal medya platformları, aynı zamanda kasıtlı olarak üretilen yanlış bilgilerin de yayılması amacıyla kullanılabilir. Bu kullanımın, toplumsal algı üzerinde olumsuz etkileri olabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, İsrail-Filistin savaşının tepe noktasına çıktığı son bir yılda, sosyal medya platformları aracılığıyla yayılan sahte içeriklerin araştırılmasıdır. Bu bağlamda araştırma teyit.org isimli internet sitesi tarafından incelenen ve sahte olduğu tespit edilen içeriklere odaklanmaktadır.

Yeni medya kanallarını, geleneksel medya kanallarından ayıran en temel özelliklerden biri, çift yönlü ve etkileşim odaklı iletişim olanağıdır (Akyüz ve Özkan, 2022). Yeni medyanın yoğun etkileşimini ifade eden sosyal medya platformları, kullanıcılarına içerik üretimi ve paylaşımı olanağı sunan,

etkileşimi kolaylaştıran sanal ortamları ve web sitelerini ifade etmektedir. Bahsi geçen özellikler sayesinde sosyal medya platformları, bilginin özgürce dolaşımına imkân tanımakta; ancak yanlış bilginin de hızla yayılmasına sebep olmaktadır. Kasıtlı olarak yanlış bilgi sunma amacı taşıyan dezenformasyon (Kırık ve Yılmaz, 2018, s. 121), diğer bir deyişle yanlış bilgi, sosyal medya platformlarında, diğer iletişim kanallarına göre çok daha hızlı yayılabilmektedir. Sosyal medya kullanıcılarının dijital kimlikleri aracılığıyla, dezenformasyon ve manipülasyon içerikleri kullanılarak algı şekillendirilebilmektedir (Göksu, 2021, ss. 22-30). Sahte içerikler, görsel, video veya bağlamından koparılmış yazılı metinler kullanılarak oluşturulmaktadır. Örneğin, bir iddia için kullanılan bir fotoğrafın bahsi geçen olayla, zaman aralığıyla hatta mekânla ilgisi olmayabilir (Kırık ve Yılmaz, 2018, s. 121).

Araştırmanın konusu olan İsrail-Filistin çatışması, tarihsel derinliği ve karmaşıklığı sebebiyle medyada küresel ölçekte konu olmuştur. Çatışmaların başlangıcı, 1880'li yıllara dayanmaktadır. Siyonist hareketin göç dalgalarıyla Filistin topraklarında devlet kurma girişimleri, zaman içerisinde çatışmanın şiddetini artırmıştır. Özellikle Gazze bölgesinde yaşayan Filistin halkı, İsrail ablukası altında yirmi yıldır zor koşullarda ve insani yardımlardan mahrum bir şekilde yaşamaktadır (Uzun, 2024). Tarihsel geçmişi yüz yılı aşan bu işgalin, son bir yıldaki yoğunluğu sosyal medya platformları aracılığıyla dünya çapındaki bireylerin tartışmalarına da açık hâle gelmiştir. Sosyal medyada yayılan bir içeriğin, kontrol edilerek doğruluğunun teyit edilmesinin zor olması ve çok hızlı yayılması, özellikle savaş gibi karmaşık olaylarda toplumların yanıltılmasına yol açmaktadır.

Kriz, doğal afet veya savaş dönemlerinde, yanlış, doğrulanmamış ve manipülatif haberlerin son derece hızlı yayılması, halkın doğru bilgiye ulaşmasını engellemekte ve daha önemlisi, yaşanan olayların gidişatını da doğrudan etkileyebilmektedir. Savaş durumunda, dezenformatif içeriklerin yayılması, uluslararası kamuoyunun da manipüle edilmesine, çatışmanın derinleşmesine ve gerçek mağduriyetlerin görünmez olmasına sebep olabilmektedir. Yanlış bilgilendirilmiş veya manipüle edilmiş kamuoyu sebebiyle, küresel çapta yanlış politika veya tepkilerin gelişmesine de neden olabilmektedir. Sosyal medya platformları aracılığıyla yayılmakta olan sahte içeriklerin analiz edilmesi, doğrulanması veya yalanlanması; kullanıcıların dijital okuryazarlık bağlamında bilinçlendirilmesi, günümüzde ele alınması ve sürekli gündemde tutulması gereken konular arasındadır.

Bu bağlamda, araştırma İsrail-Filistin savaşının son bir yılını baz alarak, dezenformatif içeriklerin Türkçe dilindeki yayılımını analiz etmektedir. Sosyal medya platformlarında yayımlanan dezenformatif içeriklere dikkat çekmek, dezenformasyon konusunda çalışmalar gerçekleştiren teyit platformlarının çalışmalarını görünür hâle getirmek ve internet kullanıcılarının farkındalığını artırmak önem arz etmektedir. Araştırmanın bulguları paylaşılmadan önce, konunun daha net ifade edilmesi amacıyla

sosyal medya platformlarına dair özet bir kavramsal çerçeve aktarılarak dezenformasyon konusu irdelenecek ve devamında, literatürde son zamanlarda gerçekleştirilen araştırmalar özetlenecektir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR

Sosyal medya platformlarının etkileşim özelliği, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi sayesinde mümkün olmuştur. Bu teknolojilerin web anlamındaki gelişimi, web 1.0 teknolojisi ile başlamıştır ve 1995-2000 yılları arasında tek yönlü iletişime izin veren bir durumdayken, 2000-2010 yılları arasında yaşanan gelişmelerle web 2.0 ve etkileşim dönemi başlamıştır (Gözübüyüköğlu, 2019). Günümüzde ise web 3.0 ve web 4.0 teknolojileri arasında, platformların kullanımı devam etmektedir.

Web 2.0 teknolojisinin, etkileşim ve karşılıklı iletişime olanak veren yapısı sayesinde sosyal medya kavramı ortaya çıkmıştır (Yıldırım, 2021). Sosyal medya platformları, kişilerarası iletişimin sağlanmasına, iş ve toplumsal ilişkilerin sürdürülmesine, ticari ve siyasal faaliyetlerin gerçekleştirilmesine aracılık etmektedir (Kılınç ve Arıcı, 2020, ss. 211-212). Diğer yandan, sıradan kullanıcılar hem ilgilendikleri konular ve olaylar hakkında bilgi almakta hem de kendi yorumlarını katarak kitle yayıncısına dönüşmektedir (Segado-Boj vd., 2019, s. 92). Dolayısıyla sosyal medya platformları, milyonlarca yayıncının elinden çıkan ve kontrolü son derece sınırlı olan anonim haberlerin kaynağı hâline gelmektedir (Chen vd., 2019). Bu sebeple, sosyal medya platformlarının özgürleştirici gücüne vurgu yapılırsa da diğer yandan taşıdığı manipülasyon riskinin yaratabileceği olumsuzluklar, tartışılan bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sahte içerik ve haberlerin topluma verebileceği zararlar göz önünde bulundurulduğunda, dijital okuryazarlık becerilerinin yanı sıra sosyal medya platformlarında yayılan sahte/yanlış bilginin teyit edilmesi de önem kazanmaktadır. Van Dijk (2005), dijital okuryazarlığı internetteki bilgileri seçme, değerlendirme ve yeniden kullanma becerisi olarak ifade etmektedir. Diğer bir ifadeyle, dijital okuryazarlık; dijital ortamda ihtiyaç duyulan teknolojik, sosyal ve bilişsel becerileri kapsayan bir çerçevedir (Eshhet-Alkali ve Amichal-Hamburger, 2004). Bu bağlamda, sahte/yanlış haber ve içeriklerle mücadele etmek adına kurulan çeşitli teyit (doğrulama) platformları, bu becerileri geliştirme görevini de üstlenmektedir. Bu platformların temel amacı, dezenformasyon ile mücadele etmektir ve kamu yapıcıları, sivil toplum kuruluşları, kurumlar veya şahıslar tarafından kurulabilmektedir (Akyüz vd., 2021, ss. 428).

Türkiye’de teyit amaçlı kurulan platformlar incelendiğinde, Teyit.org, Malumatfuruş, Doğruluk Payı, Anadolu Ajansı ve Doğruluğu Ne? gibi platformlar öne çıkmaktadır. Diğer yandan, dünyadaki birçok ülkede teyit konusunda faaliyet gösteren platformlar da yer almaktadır. Ayrıca, bu platformların bir kısmı Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (IFCN) üyesi de

olmaktadır. Bu kuruluş, aynı zamanda teyit (doğrulama) faaliyetlerinin güvenilirliğinin sağlanmasında beş temel kriter belirlemiştir. Bu kriterler sırasıyla şunlardır: 1. Tarafsızlık ve adil davranma ilkesine bağlı kalmak; 2. Kaynakların saydamlığı ilkesine bağlı kalmak; 3. Finansal kaynakların ve örgütsel yapının saydamlığına bağlı kalmak; 4. Kullanılan yöntemin saydamlığı ilkesine bağlı kalmak ve son olarak, açık ve dürüst bir düzeltme politikasına bağlı kalmak (İrvan, 2022).

Teyit platformlarının, sahte içeriklerin yayılma hızını engelleme açısından kritik bir rol oynadığı görülmektedir. Bu platformlar sayesinde internet kullanıcılarının doğru bilgilendirilmesi ve kanaatlerin gerçekler üzerinden oluşturulması sağlanabilecektir (Çömlekçi, 2019). Akyüz ve Özkan (2002), Türkiye’de faaliyet gösteren doğrulama platformlarına yönelik gerçekleştirdikleri araştırmada, Ukrayna-Rusya savaşının ilk döneminde yanlış ve sahte haberlerin çok fazla dolaşıma girdiğini bulgulamıştır. Dahası, bu haber ve içeriklerin sıradan kullanıcılar tarafından yayıldığı ve bağlamından koparılmış görsel ile videoların kullanıldığını tespit etmişlerdir.

Sığırcı (2024) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, Rusya-Ukrayna savaşı ele alınmış ve X üzerinden paylaşılan dezenformasyon örneklerinin Teyit.org platformundaki doğrulamaları incelenmiştir. Araştırma kapsamında manipüle edilmiş içerikler tespit edilmiş ve gerek hükümetlerin gerek sivil toplum kuruluşlarının dezenformasyonu önlemeye yönelik gösterdikleri çabalara da değinilmiştir.

Hırvatistan, Bosna-Hersek, Kosova, Kuzey Makedonya ve Karadağ’da yayılan dezenformatif içeriklere değinen Mandić ve Klarić (2023), sistematik ve eşgüdümlü dezenformasyonun halkın kamu kurumlarına olan güvenini zedelediğini ve bu durumdan olumsuz etkilendiğini ifade ederek, hızlı ve sistematik bir devlet müdahalesinin önemine vurgu yapmaktadır.

Westerlund (2019), derin öğrenme olarak bilinen ve “deepfake” olarak adlandırılan bu teknoloji aracılığıyla ünlülerin ve siyasilerin yüzleri ile seslerinin izinsiz olarak değiştirilerek dijital manipülasyona uğratıldığını belirterek kavramı açıklamaktadır. Akmeşe ve Taşcıoğlu (2024), araştırmalarında Ukrayna-Rusya savaşında deepfake ile oluşturulan içeriklerin propaganda aracı olarak kullanılmasını incelemişlerdir. Bu teknoloji ile üretilen içeriklerin ilk defa bu savaşta kullanılarak Putin’in itibarsızlaştırıldığını ve savaşın gidişatını kısa vadeli de olsa etkilediğini tespit etmişlerdir.

Ukrayna-Rusya savaşı üzerine gerçekleştirilen bir başka çalışmada, Markariani ve Torazadi (2023), Gürcistan’daki Rus propagandasının gücünü ve sosyal medya kullanıcılarının tepkilerini incelemiştir. Araştırmacılar, anti-Ukrayna ve pro-Rusya içeriklerinin aktif olarak yayılmasının sonucunda, infodemi’nin yaratıldığını tespit etmişlerdir.

Filistin-İsrail savaşını ele alan güncel çalışmalardan biri, Uzun (2024) tarafından gerçekleştirilmiştir. Uzun, Teyit.org üzerinden sosyal medya

platformlarında yayılan dezenformasyon içeriklerini nitel analiz yöntemiyle incelemiştir. Araştırmaya dahil edilen içerikler, 5 Ekim 2023- 5 Nisan 2024 tarihlerini kapsamaktadır ve özellikle savaşa dair görüntülerin, protesto ve boykot çağrılarının dezenformasyon konularını oluşturduğunu tespit etmiştir.

Literatür taraması yapıldığında, dezenformasyon konusunda gerçekleştirilen nitel ve nicel çalışmaların her geçen yıl arttığı görülmektedir. Ukrayna-Rusya savaşı konusunda gerçekleştirilen araştırmaların yanı sıra, İsrail-Filistin savaşı konusu da yeni yeni araştırmaların gündemine gelmektedir. Bu bakımdan, bu çalışma konunun Türkiye'deki gündemine yoğunlaşarak literatüre katkı sağlayacaktır. Diğer yandan, tek bir doğrulama platformuna yoğunlaşması bir sınırlılık olarak karşımıza çıkmaktadır. Gelecekteki çalışmalarda, daha geniş kapsamlı bir analizin yapılması ve önleyici önlemlerin alınmasına yönelik somut adımların da araştırılması önerilmektedir.

2. AMAÇ VE YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacına, sorularına, yöntemine, örneklem ve araştırma etiği konularına yer verilecektir.

2.1 Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, İsrail-Filistin savaşı bağlamında ortaya çıkan yanlış bilgilere odaklanmaktadır. Bir yıl içerisinde sosyal medya platformlarında dolaşıma giren yanlış bilgilerin sebep olduğu dezenformasyonun boyutlarını ve yayılım etkisini anlamayı hedeflemektedir. Yanlış bilgiye dayalı Türkçe içeriklerin sayısı belirlenerek, dezenformasyonun yaygınlığına dair genel bir çerçeve çizilmektedir. Bu aşama, araştırmanın kapsamını ve analiz edilecek veri setinin büyüklüğünü netleştirmek bakımından önem arz etmektedir. İkinci aşamada ise yanlış bilgilerin paylaşım tarihleri, kullanılan sosyal medya platformları ve içerik türlerinin analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Bu sayede, yanlış bilgilerin hangi dönemlerde, hangi platformlar aracılığıyla ve hangi içerik tipolojisinde yoğunlaştığı anlaşılabilecektir. Üçüncü aşamada ise, yanlış bilgilerin hangi kişiler ve ülkelerle ilişkilendirildiği sorgulanacak; bu bilgilerin politik, sosyal ve kültürel bağlamlarda nasıl kullanıldığı incelenecektir.

2.2. Araştırma Soruları

Araştırmanın temel amacı olan İsrail-Filistin savaşı bağlamındaki dezenformasyonun boyutlarını kapsamlı bir şekilde ortaya koyma hedefine hizmet eden araştırma sorularına bu bölümde yer verilmiştir.

1.İsrail-Filistin savaşının başladığı tarihten itibaren, Türkçe içeriklerin Teyit.org tarafından sahte/yanlış olarak doğrulanan miktarı nedir?

2.Sahte/yanlış bilgi olduğu teyit edilen içeriklerin paylaşılma tarihleri, yayımlandıkları sosyal medya platformları ve içerik türleri nelerdir?

3. Sahte/yanlış bilgi olduğu belirlenen içerikler, hangi ülke ve kişilerle ilişkilendirilmiştir?

2.3 Yöntem

Araştırma, durum çalışması olarak tasarlanmıştır. Araştırma kapsamında, yukarıdaki sorulara cevap bulmak amacıyla betimsel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi yöntemi, kitle iletişimde uzun zamandır kullanılan, mesajların özelliklerini sistematik ve nesnel olarak inceleyen bir araştırma yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Spurgin ve Wildemuth, 2017). Buna göre, araştırma kapsamında kullanılan veri seti betimlenerek, örtük anlamların ve olguların açığa çıkarılması amaçlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2021). İçerik analizi yönteminde nicel ve nitel analiz yapılmaktadır. Nicel analiz, yaygınlığı belirlemek veya istatistiksel analiz için kullanılırken, nitel analiz ise veri seti içerisindeki bir yapı veya kavramı belirli sözcük ve ifadeler kullanarak tanımlamayı amaçlamaktadır (Kleinheksel vd., 2020). Nitel içerik analizi kullanılarak açık veya gizli olabilecek anlamlar, temalar ve örüntüler belirlenebilmektedir ve bu sayede, araştırmacı toplumsal gerçekliği öznel ama bilimsel bir şekilde anlayabilmektedir (Zhang ve Wildemuth, 2017). Bu çalışmada, İsrail-Filistin Savaşı'nın başladığı günden itibaren yayılan sahte içeriklerin anlamlandırılması, kategorileştirilmesi ve temaların belirlenmesi için nitel içerik analizinden faydalanılmıştır.

Kodlama süreci, dezenformasyon içeriğinin ana temalarını, türlerini ve yayılım biçimlerini tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Örneklemde yer alan ve doğrulama platformu Teyit.org tarafından dezenformasyon olduğu tespit edilen içerikleri analiz edebilmek için iki tur kodlama süreci uygulanmıştır. Birinci tur kodlama sürecinde açık kodlama yöntemi uygulanarak tespit edilen kodlar belirlenmiş ve kod kitabı oluşturulmuştur. Bu süreçte, veri seti okunarak ortaya çıkan anlam ve kategoriler tespit edilmiştir. Kodlama sürecinde içeriğin dezenformasyon türlerini, içeriğin yayıldığı sosyal medya platformlarını, tarih aralığını, ilişkili olduğu kişi, ülkeler gibi konuları ortaya çıkarttığı görülmüştür. Bu bağlamda, tespit edilen bu kodlar kategorileştirilerek akran değerlendirmesi için kod kitabı oluşturularak paylaşılmış ve gelen geri bildirimlere göre ikinci tur kodlama süreci gerçekleştirilmiştir. İkinci tur kodlama sürecinde eksensel kodlama yöntemi benimsenerek kodlar ana temalar altında birleştirilerek gruplandırılmıştır. Kodlama sürecinde, MAXQDA 2022 paket programı kullanılmıştır.

2.4 Örneklem

Araştırmada kullanılan örneklem, Teyit.org isimli doğrulama platformu üzerinden “Filistin” kelimesi aranarak tespit edilmiştir. Avrupa Uluslararası

Doğruluk Kontrolü Standartları Ağı (EFCN) üyesi olan Teyit.org, 2016 yılında kurulmuş, dezenformasyonla mücadele eden ve farkındalık yaratmaya çalışan bir platformdur. Araştırmaya dahil edilen sahte içerikler, 7 Ekim 2023-18 Ekim 2024 tarihlerini kapsamaktadır. Aksa Tufanı saldırısının tarihi olan 7 Ekim 2023, araştırmanın başlangıcını ifade ederken; araştırma, bir senelik bir zaman diliminde sınırlandırılmıştır.

2.5 Araştırma Etiği

Araştırma kapsamında kullanılan veri seti anonim ve kamuya açıktır. Araştırma, saha çalışması içermediği için etik kurul onayı gerektirmemektedir.

3. BULGULAR

Araştırmaya dahil edilen sahte içerikler analiz edildiğinde, 134 adet içeriğin sosyal medya platformları üzerinden dolaşıma girdiği tespit edilmiştir. Araştırma bulguları kısmında, öncelikle bazı nicel bulgulara dair sonuçlar paylaşılmıştır. Araştırmanın devamında ise tespit edilen iki ana temanın içerik bakımından değerlendirilmesi gerçekleştirilmiştir. Bu temalardan ilki, sosyal medya platformlarında dolaşıma giren sahte içeriklerin ilişkili olduğu kişilerdir. Diğer tema ise, sosyal medya platformlarında dolaşıma giren sahte içeriklerin ilişkili olduğu ülkelere yönelik bir analizdir.

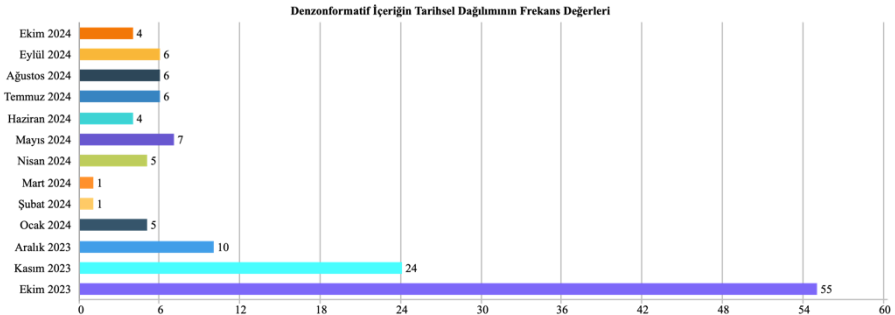
3.1 Betimsel Bulgular

Analiz kapsamında, betimsel bulgular üç kategoride incelenmiştir. Bu kategoriler sırasıyla: içeriklerin tarih bazlı dağılımı, içeriklerin tipolojisi ve içeriklerin yayıldıkları sosyal medya platformlarıdır.

3.1.1 Sahte Haberlerin Tarihsel Dağılımı

İçeriklerin tarih bazlı dağılımı, araştırma kapsamında analiz edilen ilk kategoridir ve Grafik 1, bu kategorinin sonuçlarını özetlemektedir.

Grafik 1. Sahte İçeriklerin Tarih Bazlı Dağılımının Frekans Dağılımı



Hamas güçlerinin, 7 Ekim 2023 sabahında İsrail'e yönelik başlattığı geniş çaplı saldırı ile İsrail-Filistin arasındaki çatışma alevlenmiş ve bir yıldır Filistin halkının orantısız güç kullanılarak öldürüldüğü ve göçe zorlandığı bir savaş olarak devam etmektedir. Grafik 1, bu tarihten itibaren sosyal medya platformları üzerinden dolaşıma sokulan içeriklerin tarihsel dağılımını göstermektedir. Grafikte de görüldüğü üzere, en fazla sahte içerik Ekim 2023 tarihinde paylaşılmıştır. Bu tarihte paylaşılan sahte haber içeriklerinin frekans değeri $f=55$ olarak tespit edilmiştir. Saldırıların başlaması tüm dünyada ses getirmiş, gelişmeler hakkındaki haberler ve sahte içerikler hızla dolaşıma sokulmuştur.

Ekim 2023'te içeriklerin yoğun şekilde paylaşılmasının, olayların henüz yeni başlamış, konunun güncel olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu ay içerisinde paylaşılan içerikler incelendiğinde, "Mehmetçik Gazze'ye" başlıklı içeriğin güncel bir olay gibi paylaşıldığı, ancak aslında Mayıs 2021 yılına ait olduğu tespit edilmiştir. Video içeriğin, pandemi döneminde Ramazan ayı boyunca Kudüs'te yaşayan Müslümanlara İsrail tarafından yapılan sert müdahalelere karşı düzenlenen bir gösteriye ait olduğu belirlenmiştir. Teyit.org tarafından gerçekleştirilen analize göre, "Mehmetçik Gazze'ye" sloganının farklı zamanlarda gerçekleştirilen protestolarda da kullanıldığı ortaya konmuştur.

Ekim 2023 döneminde dolaşıma giren bir başka sahte içerik örneği, CNN International ekibinin Gazze sınırında paylaştığı görüntünün sahte olduğu iddiasını ele almaktadır. Yapılan analiz sonucunda, seslendirmenin sonradan eklendiği, görüntünün eski tarihli, yanlış ve yanıltıcı olduğu teyit edilmiştir. Fotoğraf kullanılarak paylaşılan bir başka örnekte, Hamas güçleri tarafından esir alınan İsrail askerlerinin gösterildiği iddia edilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda, paylaşılan fotoğrafın 2022 yılında yapılan bir askeri tatbikata ait olduğu ve dolaşıma sokulan içeriğin yanıltıcı olduğu tespit edilmiştir.

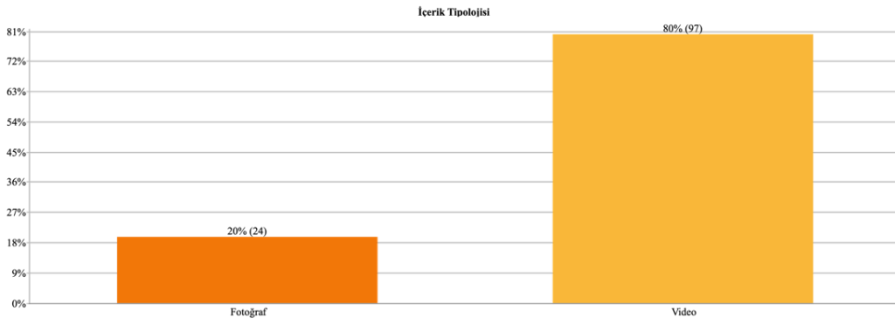
Grafik 1'de özetlenen tarih aralığı incelendiğinde, Kasım 2023'te $f=24$ değeri ile sahte içeriklerin yoğun şekilde paylaşıldığı görülmektedir. Şubat ve Mart 2024 tarihlerinde dolaşıma giren içeriklerin azaldığı dikkat çekmektedir. Nisan 2024 tarihinden sonra ise yeniden bir yükseliş yaşandığı ve 2024 yılı boyunca dezenformasyon içeren içeriklerin sosyal medya platformları üzerinden yayıldığı tespit edilmiştir. Ancak bu yayılımın, 2023 yılının Ekim, Kasım ve Aralık aylarını kapsayan dönemdeki içerik sayısına kıyasla oldukça düşük olduğu gözlemlenmiştir. Söz konusu üç ay içerisinde dolaşıma giren toplam içerik sayısı 89'dur. Nisan 2024 ile Ekim 2024 tarihleri arasında dolaşıma giren toplam içerik sayısı ise 38 olarak kaydedilmiştir. İçeriklerdeki bu azalmanın çeşitli sebepleri olabilir. Özellikle yoğun suç, kriz, terör ya da politik ayrışma temelli haberlerin yarattığı korku ve belirsizlik nedeniyle insanların haberden kaçındıkları bilinmektedir (Pala ve Bilen, 2024). Söz konusu düşüşün nedenlerinden birinin bu kaçınma davranışı olabileceği tahmin edilmektedir.

3.1.2 İçerik Tipolojisi

Araştırma kapsamında, içeriklerin tipolojisi de Aïmeur ve arkadaşları (2023) tarafından ortaya konulan öneri doğrultusunda incelenmiştir. Buna göre, multimedya özellikleri taşıyan içerikler görsel ve video bakımından değerlendirilmiştir. Kullanıcılar, video içeriklerine daha fazla inanma ve paylaşma eğilimi göstermektedir. İnsanların bu tür içeriklere inanma eğiliminde olmasının temel nedenlerinden biri, videoların daha gerçekçi bir algı yaratmasıdır (Demuyakor ve Opata, 2022).

Grafik 2, araştırmaya dahil edilen sahte içeriklerin tipolojik dağılımını göstermektedir.

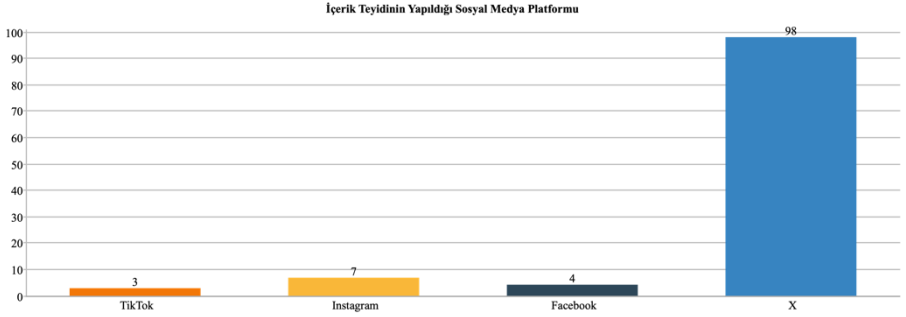
Grafik 2. Sahte İçerik Tipolojisinin Frekans Dağılımı



Video içeren sahte içeriklerin %80, fotoğraf içeren sahte içeriklerin ise %20 olduğu belirlenmiştir. Buna göre, 134 sahte içerik içerikten 121'inin multimedya özelliği taşıyan içeriklerden oluşturulduğu dikkat çekmektedir. Tarih bazlı dağılım dikkate alınarak içerik tipolojisi incelendiğinde, Ekim 2023 tarihinde sosyal medya platformları üzerinden yayılan $f=44$ içeriğin video görüntülerinden oluştuğu tespit edilmiştir. Kasım 2023'te $f=19$, Aralık 2023'te ise $f=6$ video içeriği sosyal medya platformları üzerinden dolaşıma girmiştir. Diğer tarihlerde, video içeriklerin sayısı azalmış olsa da fotoğraf bazlı içeriklere kıyasla daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.1.3 İçerik Teyidi Yapılan Sosyal Medya Platformları

Grafik 3. İçeriklerin Dolaşıma Girdiği Sosyal Medya Platformlarının Frekans Dağılımı



Grafik 3, X platformundan paylaşılan sahte içeriklerin frekans değerinin $f=98$ olduğunu göstermektedir. Instagram üzerinden paylaşılan içeriklerin frekans değeri $f=7$, Facebook $f=4$ ve TikTok $f=3$ olarak tespit edilmiştir. Bu sosyal medya platformları, Teyit.org tarafından gerçekleştirilen teyit çalışmalarına konu olan içeriklerin tespit edildiği mecralardır.

Grafikte yer alan frekans değerleri, X platformunun sahte içerik paylaşımında sıkça kullanıldığını göstermektedir. Özellikle video içeriklerinin yayıldığı sosyal medya platformlarının frekans değerleri incelendiğinde 73 içeriğin X üzerinden yayıldığı tespit edilmiştir. Kullanıcılarına sunduğu dinamik paylaşım ortamı ve gerçek zamanlı iletişim imkânı, X uygulamasını tercih edilir kılmaktadır (Eren, 2015). Diğer yandan, X platformundaki kullanıcı ve takipçi etkileşiminin daha genel olması (Instagram veya Facebook'ta özel hesapların daha yaygın olması) da haber takibi için tercih edilmesini sağlamaktadır. Platformun bu özellikleri, video ve fotoğraf temelli sahte içeriklerin bu mecra üzerinden yayılmasını açıklamaktadır.

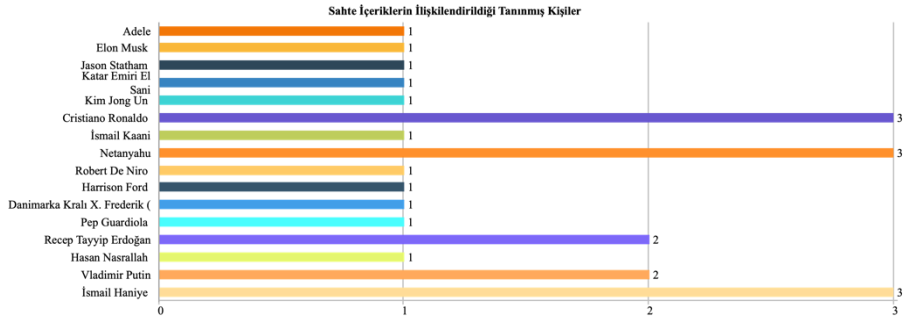
3.2 Tematik Analiz

Kodlama sürecinde tespit edilen bir diğer bulgu, sahte içeriklerin genellikle kişi veya ülkelerle ilgili olmasıdır. Bu bağlamda, kodlama aşamasında söz konusu kişi ve ülkelerin tespiti de yapılmıştır.

3.2.1 Sahte İçeriklerin İlişkili Olduğu Kişiler

Sahte içeriklerin uluslararası kamuoyu tarafından tanınan birçok kişiyle ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Grafik 4, bu kişileri ve kodlanan belgeler içerisindeki oranlarını göstermektedir. Cristiano Ronaldo, Netanyahu ve İsmail Haniye, sahte içeriklerde en çok bahsedilen kişiler olmuştur. İkinci sırada ise Recep Tayyip Erdoğan ve Vladimir Putin ile ilgili sahte içerikler yer almaktadır.

Grafik 4. Sahte İçeriklerin İlişkilendirildiği Tanınmış Kişilere Dair Frekans Dağılımı



Futbol oyuncusu Cristiano Ronaldo, araştırma kapsamında en çok sahte içeriklere konu olduğu tespit edilen uluslararası üne sahip bir figürdür. Cristiano Ronaldo hakkında tespit edilen içeriklerin frekans değeri $f=3$ 'tür. Dezenformatif içeriklerde, Ronaldo'nun Filistin'e destek verdiği veya bir çocuğa üzülp ağladığını iddia eden videoların farklı tarihlerde sosyal medya platformlarında dolaşıma sokulduğu belirlenmiştir. Teyit platformu tarafından gerçekleştirilen doğrulama çalışmalarında, bu videoların eski tarihlere ait ve montajlanmış görüntülerden oluştuğunu ortaya konmuştur. Bu içeriklerin iki tanesi X platformu, bir tanesi Instagram platformu üzerinden yayınlanmıştır ve yüz binlerce görüntü olarak dezenformasyonun yayılmasına neden olmuştur.

Araştırma kapsamında, sahte içeriklerin dolaşıma sokulduğu tespit edilen bir diğer kişi İsmail Haniye'dir. Bu içeriklerin frekans değeri $f=3$ 'tür. Bu içerikler sırasıyla; kendisine yönelik gerçekleştirilen bir otel saldırısını gösteren bir video, lüks bir yaşam sürdüğünü öne süren paylaşımlar ve öldüğüne dair görüntülerdir. Doğrulama platformu, bu içeriklerin manipüle edilmiş video ve eski görüntülerden üretildiğini ortaya koymuştur. Paylaşımların tümü X üzerinden dolaşıma girmiş ve yüzbinlerce kez görüntülenerek geniş kitlelere yayılmıştır.

İsrail-Filistin Savaşı'nın taraflarından birini simgeleyen Binyamin Netanyahu, dolaşıma giren sahte içeriklere konu olan bir diğer figürdür. Kendisiyle ilgili tespit edilen sahte içeriklerin frekans değeri $f=3$ 'tür. Bu içeriklerden biri, Türkiye'ye teşekkür ettiği iddia edilen bir videodur. Doğrulama platformu, bu içeriğin mizah amacıyla manipüle edildiğini belirtmiştir. Bir diğer görüntü, Netanyahu'nun Vladimir Putin tarafından görmezden gelindiği iddiasına dayanmaktadır. Son iddia ise, bir milyon Filistinlinin Türk vatandaşı olması konusunda Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile anlaştıklarına dair sahte bir açıklamadır. X üzerinden yayılan içeriklerden biri 168 binden fazla görüntüleme almışken, ikinci içerik ise 234 binden fazla görüntüleme almıştır.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan hakkında tespit edilen sahte içeriklerden biri, Birleşmiş Milletler toplantısında boş bir salona konuşma

yaptığına dair iddia hakkındadır. Bir diğer sahte içerik ise, Netanyahu bölümü kapsamında yer verilen iddiadır. Her iki içeriğin yayınlandığı platform X'tir ve toplamda 400 bine yakın görüntüleme aldıkları görülmektedir.

Dördüncü uluslararası tanınan figür, Türkiye ile yakın ilişkileri bulunan Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin'dir. Video içerik olarak paylaşılan sahte iddialardan ilki, Putin'in İsrail-Filistin savaşı konusunda Amerika Birleşik Devletleri'ni uyardığına dairdir. Ancak, bu video gerçekte farklı bir yılda ve farklı bir konuya ilişkin olarak çekilmiştir. X üzerinden paylaşılan bu içerik 270 binden fazla görüntüleme almıştır. Vladimir Putin ile ilişkilendirilen bir diğer içerik ise Binyamin Netanyahu'yu görmemezlikten geldiğini iddasında bulunmaktadır.

Sosyal medya platformlarında, bu kişiler hakkında görsel ve video temelli sahte içeriklerin yaygın bir şekilde paylaşıldığı tespit edilmiştir. Söz konusu içeriklerin etki yaratmak amacıyla manipüle edildiği belirlenmiştir. Grafik 4'te yer alan diğer tanınmış kişilere dair sahte içeriklerin frekans değeri $f=1$ olarak tespit edilmiştir. Bu içerikler de etki yaratmak amacıyla manipüle edilerek oluşturulmuş ve sosyal medya platformlarında yayınlanmıştır.

3.2.3 Sahte İçeriklerin İlişkili Olduğu Ülkeler

Grafik 5, sahte içeriklerin ilişkili olduğu ülkelerin yüzdesel ve frekans dağılımlarını göstermektedir. Grafikte de görüldüğü üzere, en çok sahte içerik İsrail ($f=65$) ve Filistin ($f=66$) konusunda üretilip paylaşılmıştır. Bu durumun temel sebebinin, iki ülkenin çatışmanın merkezindeki aktörler olması olduğu düşünülmektedir.

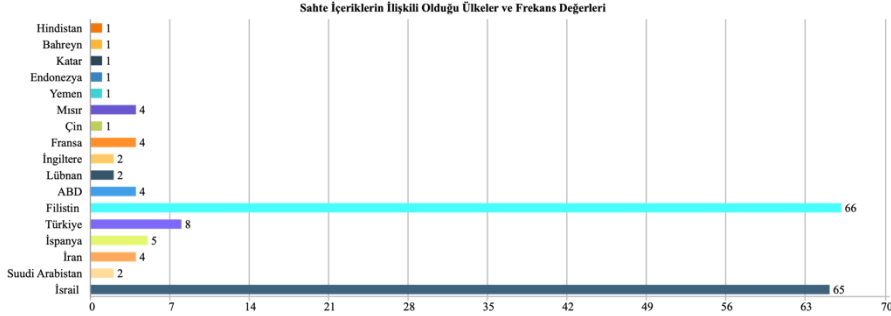
Söz konusu sahte içerikler incelendiğinde, bazı içeriklerin taraflardan birini desteklediği iddia edilen eylemler, kişiler, kuruluşlar, kurumlar veya ülkelerle ilgili olduğu tespit edilmiştir. Savaş esnasında yaşamını yitiren veya yaralanan Filistin halkına ait görüntülerin sahte ya da uydurma olduğuna dair sunulan içerikler de belirlenmiştir. Bir başka sahte içerik konusunun ise Filistin halkına ulaştırılan ya da ulaştırılamayan yardım malzemeleri ile ilgili olduğu görülmüştür.

İsrail odağındaki sahte içerikler incelendiğinde, Tel Aviv'e saldırıya ilişkin içerikler, İsrail ordusundaki askerlerin isyanına dair paylaşımlar ve İsrail halkının savaşı protesto ettiğine yönelik iddialar tespit edilmiştir. Her iki ülke hakkında savaşla ilgili çok sayıda paylaşılan sahte içerik, genel olarak savaş, saldırı, esaret, ölüm, yaralama ve zarar verme odaklı konular üzerinden kurgulanmıştır.

Sahte içeriklerin İsrail ve Filistin ağırlıklı olmasının çeşitli sebepleri olabilir. Söz konusu içerikler kamuoyunu manipüle etmek için kullanılmaktadır ve insanlarda duygusal bir yük olarak karşılık bulabilmektedir. Diğer yandan, bu içerikler politik manipülasyon aracı olarak da kullanılabilir. Tarafların destek kazanma çabası, karşıt propaganda

faaliyeti yürütmesi gibi sebepler politik manipölasyonun belirli dönemlerde artmasını açıklamaktadır.

Grafik 5. Sahte İçeriklerin İlişkili Olduğu Ülkelerin Frekans Dağılımı



Savaşın ana aktörleri olan İsrail ve Filistin'in dışında, Türkiye ($f=8$), İspanya ($f=5$), Fransa ($f=4$), İran ($f=4$), Mısır ($f=4$) ve Amerika Birleşik Devletleri'ni ($f=4$) de kapsayan sahte içerikler tespit edilmiştir.

Türkiye'yi konu alan sahte içeriklerde, ulusal kimlik ve hassasiyetler kullanılarak dezenformasyonun yayıldığı belirlenmiştir. Örneğin, Ekim 2023'te X üzerinden paylaşılan ve 149 binden fazla görüntüleme alan bir içerikte İsrail vatandaşlarının gemi ile Türkiye'ye geldiklerini iddia edilmektedir. Bu bağlamda, gerçekleştirilen sahte içerik paylaşımlarının halkı kutuplaştırmaya, devlet kurumlarına olan güveni zedelemeye ve hassasiyetler üzerinden güvensizliğin tecil edilmesine yönelik olduğu söylenebilir.

İspanya'nın merkezde olduğu içeriklerde ise futbol ve taraftarlık üzerinden, yapay zekâ kullanılarak oluşturulmuş sahte içeriklere rastlanmıştır. Amerika Birleşik Devletleri, Mısır, Fransa ve İran'a ilişkin sahte içerikler ise uluslararası politik hassasiyetler perspektifinden çerçevelenmiştir. Bu içerikler de söz konusu ülkelerin Filistin'e verdikleri destekleri veya İsrail'e yönelik yaptırımları konu almaktadır. Görsel veya video destekli oluşturulan bu sahte içerikler de yüzbinlerce kez görüntülenmiş ve doğrulama platformu tarafından yalanlanarak dezenformatif amaçlı oldukları tespit edilmiştir.

Sonuç

Web 2.0 teknolojisi, internet kullanıcılarına multimedya içeriklerini anlık olarak paylaşma imkânı sunmuş ve böylece kullanıcılar, içerik üreticisi hâline gelmiştir. Artı değer katan, sınır ötesi ve zamansız iletişim ile paylaşım olanağı veren bu teknolojik gelişmeler, beraberinde olumsuzlukları da getirmiştir. Bu araştırmada ele alınan dezenformasyon, söz konusu olumsuzluklardan yalnızca biridir. Günümüzde dezenformasyon kavramının önemi ve etkisi her geçen gün artmaktadır. Özellikle toplumu derinden etkileyen ve toplumsal huzur ile barışı tehdit eden doğal afetler, savaş gibi kriz

dönemlerinde dezenformasyon, çok daha tehlikeli ve vahim sonuçlara sebebiyet verebilmektedir. Dezenformasyonun yalnızca bilgi kirliliği yaratmakla kalmayıp, güvensizlik ortamı oluşturarak huzur ve ahengi bozması da önemli bir etkidir.

Kendilerine benzeyen kullanıcılardan oluşan yankı odalarında kalan ve dezenformasyona maruz kalan internet kullanıcıları, paylaşılan içerikleri doğru kabul ederek bu içeriklere yönelik bir tepki geliştirmektedir. Sanal ortamda yayılan ve asılsız olan içerikler, etkili bir şekilde üretilip yayılmaktadır (Mendoza vd., 2010). Düzensiz ve dezenformasyon amaçlı oluşturulan bilgiler, sanal ortamda hızlı bir şekilde yayılmaktadır (Vosoughi vd., 2018).

Bu araştırmada, İsrail-Filistin savaşı ekseninde, son bir yıl içerisinde sosyal medya platformlarında Türkçe dilinde yayılan 134 sahte içeriğin Teyit.org isimli doğrulama platformu üzerinden gerçekleştirilen analizlerine odaklanılmıştır. Çalışma kapsamında elde edilen ilk bulgu, bir yıl içerisinde paylaşılan sahte içeriklerin büyük bir çoğunluğunun saldırıların ilk ayında dolaşıma girdiğinin tespit edilmesidir. Akyüz ve Özkan (2022) tarafından Ukrayna-Rusya savaşı sırasında paylaşılan sahte içeriklere yönelik gerçekleştirilen araştırmada da benzer bir sonuca ulaşılmıştır.

Araştırma kapsamında incelenen sahte içeriklerde, fotoğraf ve video görüntüleri kullanılarak dezenformasyonun yayıldığı tespit edilmiştir. Örneğin, bazı görüntülerin doğru olduğu ancak bağlamından kopararak tarih veya yer bilgilerinin yanlış aktarıldığı belirlenmiştir. Yapay zekâ desteğiyle dijital ortamda oluşturulan görüntüler, farklı video görüntülerinin montajlanarak yeni bir görüntü oluşturulması veya farklı olaylara ait görüntülerin iddia edilen olaylarda kullanılması, sahte içeriklerde en sık karşılaşılan dezenformasyon oluşturma yöntemlerindendir.

Akyüz ve Özkan (2022) tarafından gerçekleştirilen araştırmada farklı ya da eski tarihli görüntülerin, manipülasyonun bir örneği olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Diğer yandan, Turğal ve Küçükerdoğan (2023), yapay zekâ aracılığıyla oluşturulan fotoğrafların “haber fotoğrafçılığı” kavramına zarar vererek habercilikte dezenformasyona neden olduğunu ortaya koymuştur. Dijital medya okuryazarlığı yetkinliklerinin sınırlı olduğu kitlelerde bu tür içeriklerin anlaşılması ve içeriğin doğru değerlendirilmesi mümkün olamamaktadır. Bu durum, sosyal medya platformlarındaki yankı odalarında paylaşılan sahte içeriklere inanılmasına ve bu içeriklere yönelik bir tepki geliştirilmesine sebebiyet verebilmektedir.

Araştırmada tespit edilen bir diğer bulgu, sahte içeriklerin yayılım tarihi ile ilgilidir. Buna göre, çatışmaların başladığı Ekim 2023, sahte içeriklerin en çok dolaşıma girdiği ay olarak belirlenmiştir. Bir yıl boyunca sahte içeriklerin sosyal medya platformlarında yayılımı azalsa da devam etmiştir. Sosyal medya platformlarında sunulan gündemin yoğunluğu ve hızlı değişimi, kullanıcıların konuları özümsemesine ya da arka planını kavramasına olanak vermemektedir (Karaman, 2023). Bu bağlamda, İsrail-Filistin savaşı,

gündemdeki yerini başka meselelere bırakarak hakkında üretilen sahte içeriklerde zamanla azalma yaşanmıştır.

Doğrulama platformu tarafından analizi yapılan içeriklerin ilgili oldukları sosyal medya platformları incelendiğinde, X'in en fazla içeriğin yayıldığı platform olduğu tespit edilmiştir. Anonimliğin yüksek olması ve bot hesaplarının kullanılarak dezenformasyon yaratacak konuların hızlıca dolaşıma sokulması, bunun en önemli sebeplerindendir (Olkun, 2022). Öte yandan, X'in kullanım ve etki düzeyinin en yüksek olduğu sosyal medya araçlarından biri olması, sahte içeriklerin hızla yayılmasında tercih edilmesini açıklamaktadır (Koçyiğit, 2024).

Araştırma kapsamında ele alınan bir diğer konu, paylaşılan sahte içeriklerin İsrail ve Filistin dışında hangi ülkelerle veya varsa hangi tanınmış, popüler ya da ünlü kişilerle ilişkilendirilmiştir. Cristiano Ronaldo, Binyamin Netanyahu, İsmail Haniye, Recep Tayyip Erdoğan ve Vladimir Putin, sahte içeriklerle en çok ilişkilendirilen tanınmış kişiler arasında yer almaktadır. Sahte içeriklerin ilişkili olduğu ülkeler analiz edildiğinde ise Türkiye dışında İspanya, Fransa, Mısır ve Amerika Birleşik Devletleri'nin ön plana çıktığı görülmektedir.

Bu bulgular, sosyal medya platformlarında yayımlanan sahte içeriklerin İsrail-Filistin savaşıyla sınırlı kalmadığını göstermektedir. Uluslararası tanınırlığa sahip kişiler ve farklı ülkelerle ilişkilendirilen bu içerikler, konuya küresel bir boyut kazandırmıştır. Ayrıca, sahte içeriklerin etkisini artırmak için popüler figürlerden faydalanılmaktadır. İçeriklerin farklı ülkelerle ilişkilendirilmesi de olaylara küresel bir boyut katmaktadır.

Sonuç olarak, bu araştırma önceki araştırmalardan farklı olarak incelenen içeriklerin medya formatlarını, paylaşıldıkları sosyal medya platformları ve hedeflenen kişi ve ülkeleri detaylı bir şekilde sınıflandırarak diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır.

Sahte içerikler aracılığıyla sosyal medya platformlarında yayımlanan dezenformasyonun bireysel ve toplumsal etkileri olabilmektedir. Bireysel etkiler arasında, kişilerde algı bozukluğu yaratılması ve kaygı ile stres gibi duyguların artması yer almaktadır. Diğer yandan, sahte içerikler toplumsal etkilere de sebep olabilmektedir. Farklı gruplar arasında ayrışmanın derinleştirilmesi bu etkilerden biridir. Bu tür içerikler, siyasi, etik ve toplumsal amaçlarla üretilmektedir (Köçeri, 2023).

Dezenformasyon kaynaklı bireysel ve toplumsal etkilerin azaltılmasına yönelik çalışmalar gerçekleştirilse de, önleyici faaliyetlerin sayısının artırılması önem arz etmektedir. Dijital medya okuryazarlığı eğitimlerinin yaygınlaştırılması ve teknolojinin gelişmesine paralel olarak müfredatın güncellenmesi en önemli adımlardan biri olacaktır. Kullanıcıların, sosyal medya platformlarında karşılaştıkları içeriklerin doğruluğunu sorgulaması ve bilinçli bir şekilde paylaşması, sahte içeriklerin etkisini azaltacaktır. Bunun yanı sıra, sosyal medya platformlarının dezenformasyonla mücadele

kapsamında daha etkin filtreleme mekanizmaları geliştirmesi sürece katkı sağlayacaktır.

Ayrıca, doğrulama faaliyetleri gerçekleştiren bağımsız doğrulama kuruluşlarının desteklenmesi, bu alanda etkili olacak bir diğer adım olabilir. Diğer yandan, araştırma kapsamında Teyit.org tarafından gerçekleştirilen doğrulama çalışmalarına kısıtlı bir zaman dilimi baz alınarak yer verilmiştir. Gelecekte, daha kapsamlı araştırmaların yapılması ve farklı teyit sitelerinin incelenmesi de derin bir analiz için önerilmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış Bağımsız

Yazar Katkısı: Gabriela Oana OLARU: %100

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışma için destek alınmamıştır.

Etik Onay: Bu çalışma etik onay gerektiren herhangi bir insan veya hayvan araştırması içermemektedir

Çıkar Çatışması Beyanı: Çalışma ile ilgili herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Peer Review: Independent double-blind

Author Contributions: Gabriela Oana OLARU: 100%

Funding and Acknowledgement: No support was received for the study.

Ethics Approval: This study does not contain any human or animal research that requires ethical approval.

Conflict of Interest: There is no conflict of interest with any institution or person related to the study.

Kaynakça

- Aïmeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Social Network Analysis and Mining*, 13(1), 30. <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01028-5>
- Akmeşe, B., & Taşcıoğlu, R. (2024). Dijital propagandanın yeni bir versiyonu: Ukrayna-Rusya Savaşı örneğinde deepfake dokümanlar üzerine bir analiz. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (66), 116-139. <https://doi.org/10.47998/ikad.1339733>
- Akyüz, S. S., & Özkan, M. (2022). Kriz dönemlerinde enformasyon süreçleri: Ukrayna-Rusya savaşında dolaşıma giren sahte haberlerin analizi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(2), 66-82. <https://doi.org/10.46442/intjcss.1213993>
- Akyüz, S. S., Kazaz, M., ve Gülnar, B. (2021). İletişim fakültesi öğrencilerinin sahte/yalan haberlerle ilgili görüşlerine yönelik betimleyici bir çalışma. *Selçuk İletişim*, 14(1), 216-239. <https://doi.org/10.18094/josc.778359>

- Chen, X., Sun, M., Wu, D. and Song, X. Y. (2019). Information-sharing behavior on WeChat moments: the role of anonymity, familiarity, and intrinsic motivation. *Frontiers in Psychology*, 10, 1-15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02540>
- Çömlekçi, M. F. (2019). Sosyal medyada dezenformasyon ve haber doğrulama platformlarının pratikleri. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7, 1549-1563.
- Demuyakor, J., & Opat, E. M. (2022). Fake news on social media: predicting which media format influences fake news most on facebook. *Journal of Intelligent Communication*, 2(1), 19-29. <https://doi.org/10.54963/jic.v2i1.56>
- Eren, B. (2015). Twitter ve siyasal iletişim. S. Ersöz Karakulakoğlu ve Ö. Uğurlu (Ed.), *İletişim çalışmalarında dijital yaklaşımlar: Twitter içinde* (s. 17-32). Ankara: Heretik Basın Yayın.
- Eshet-Alkali Y. & Amichai-Hamburger Y. (2004). Experiments in digital literacy. *Cyber Psychology & Behavior*, 7(4): 421-429. <https://doi.org/10.1089/cpb.2004.7.42>
- Göksu, O. (2021). Algı yönetimi: geleneksel medya, siyasal iletişim ve dijital medya üçgeni üzerine. O. Göksu. (Ed). *Algı Yönetimi içinde* (s. 11-36). Konya: Literatürk Yayıncılık.
- Gözübüyüköğlu, U. (2019). *Web sayfası tasarımında kullanıcı arayüzünün kullanılabilirliğinde görsel tasarımın önemi ve Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi web sayfası tasarım örneği*. [Yüksek Lisans Tezi], Atatürk Üniversitesi.
- İrvan, S. (2022). Yanlış bilgiyle doğru mücadele: doğrulama platformları nasıl işlemeli? NewsLabTurkey adresinden 26 Ekim 2024 tarihinde <https://www.newslabturkey.org/2022/11/07/yanlis-bilgiyle-dogru-mucadele-dogrulama-platformlari-nasil-islemeli/> erişilmiştir.
- Karaman, E. D. (2023). Youtube’u bir yavaş gazetecilik mekânı olarak aracılaman gazeteciler: Fatih Altaylı örneği. *Euroasia Journal Of Social Sciences & Humanities*, 10(35), 24-30. <https://orcid.org/0000-0003-2070-8113>
- Kılınç, O. ve Arıcı, A. (2020). Sosyal ağlarda büyük veri: teknoloji markaları üzerine bir araştırma. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 58, 201-240. <https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2020-0082>
- Kırık, A. M., & Yılmaz, B. T. (2018). Türkiye’de sosyal medya okuryazarlığı’nın gerekliliği üzerine bir araştırma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 79(6), 118-142.
- Kleinheksel, A. J., Rockich-Winston, N., Tawfik, H., & Wyatt, T. R. (2020). Demystifying content analysis. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 84(1), 7113. <https://doi.org/10.5688/ajpe7113>

- Koçyiğit, A. (2024). Afet ve kriz dönemlerinde bireylerin sosyal medya kullanım pratikleri ve infobezite: Kahramanmaraş depremi örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 12(1), 62-87. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.1406261>
- Köçeri, K. (2023). Yapay zekânın siyasi, etik ve toplumsal açıdan dezenformasyon tehdidi. *İletişim ve Diplomasi*, (11), 247-266. <https://doi.org/10.54722/iletisimvediplomasi.1358267>
- Mandić, J., & Klarić, D. (2023). Case study of the Russian disinformation campaign during the war in Ukraine—propaganda narratives, goals, and impacts. *National Security and the Future*, 24(2), 97-140. <https://doi.org/10.37458/nstf.24.2.5>
- Markariani, L., & Toradze, M. (2023). Manipulative mechanisms and reasons behind sharing fake news during Russo-Ukrainian War: A three-fold study. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, (65), 33-60. <https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2023-1390604>
- Mendoza, M., Poblete, B., & Castillo, C. (2010, July). Twitter under crisis: Can we trust what we RT? In *Proceedings of the first workshop on social media analytics* (pp. 71-79).
- Olkun, E. O. (2022). Dijitalleşmenin haber üzerindeki olumsuz etkileri: sosyal medyada yalan/sahte haber sorunu. O. Silsüpür (Ed). *Dijital iletişim fırsatlar ve tehditler içinde* (ss.151-166). Eğitim Yayınevi.
- Pala, S., & Bilen, M. K. Dijital çağda habere karşı aktif bir direniş: haber yorgunluğu ve haberden kaçınma. *İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 180-193. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10985755>
- Sánchez del Vas, R., & Tuñón Navarro, J. (2024). Disinformation on the COVID-19 pandemic and the Russia-Ukraine War: Two sides of the same coin?. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03355-0>
- Sayımer, İ. (2008). *Sanal ortamda halkla ilişkiler*. Beta Yayınları.
- Segado-Boj, F., Diaz-Campo, J. and Redondo, R. Q. (2019). Influence of the “News Finds Me” perception on news sharing and news consumption on social media. *Communication Today*, 10(2), 90-104.
- Sığircı, T. (2024). Sosyal medyada yer alan Rusya ve Ukrayna savaşı haberlerinde dezenformasyon: twitter örneği. *Social Mentality And Researcher Thinkers Journal (Smart Journal)*, 9(75), 4481-4492.
- Spurgin, K. M., & Wildemuth, B. M. (2017). Content analysis. B. M. Wildemuth (Ed.), *Applications of social research methods to applications to question in information and library science içinde* (s. 307-317). Libraries Unlimited.

- Uzun, B. (2024). Sosyal medyada dezenformasyon: Gazze savaşına ilişkin haberlerin Teyit.org üzerinden incelenmesi. *Social Sciences Studies Journal (SSSJJournal)*, 10(5), 755-765.
- Van Dijk, J., (2005). *The deepening divide. Inequity in the information society*. London: Sage Publications.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, S. (2021). Sosyal medyada gösteriş olgusu ve kutsalın tüketimi. *İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (28), 125-143.
- Teyit.org. (2024, 12). *Metodoloji*. teyit.org adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde <https://teyit.org/metodoloji> erişilmiştir.
- Turğal, L., & Küçükdoğan, B. B. (2023). Bir dezenformasyon aracı olarak yapay zekâ: Bing arama motoru örneğinde iklim değişikliği konulu haber fotoğraflarının incelenmesi. *İletişim ve Diplomasi*, (11), 57-82. <https://doi.org/10.54722/iletisimvediplomasi.1376404>
- Zhang, Y., & Wildemuth, B. M. (2017). Qualitative analysis of content. B. M. Wildemuth (Ed.), *Applications of social research methods to applications to question in information and library science* içinde (s. 318-329). Libraries Unlimited.
- Westerlund M. (2019). The Emergence of Deepfake Technology: A Review. *Technology Innovation Management Review*, 9(11), 39-52.

Extended Abstract

This research focuses on disinformation arising during the Israel-Palestine conflict. It aims to understand the scope and dissemination impact of disinformation circulated on social media platforms over a year. The study is designed as a case study. Descriptive content analysis addressed the specified questions, incorporating quantitative and qualitative analysis. The quantitative analysis examines the prevalence and statistical trends, while the qualitative analysis identifies structures and key themes within the dataset (Kleinheksel et al., 2020). Through qualitative content analysis, explicit or implicit meanings, themes, and patterns can be identified, allowing the researcher to understand social reality in a subjective but scientific manner (Zhang & Wildemuth, 2017). This study employed qualitative content analysis to interpret, categorize, and determine the themes of fake content disseminated since the beginning of the Israel-Palestine conflict.

The verification platform Teyit.org identified the content as disinformation. To analyze it, a two-stage coding process was used. In the first stage, initial codes were generated through an inductive approach. Based on these findings, a codebook was developed and shared for peer review to ensure

consistency and reliability. The second stage involved re-coding the data using the refined codebook, allowing for a more accurate thematic interpretation and improved analytical rigor. The coding process utilized the MAXQDA 2022 software package.

The study sample was identified by searching "Palestine" on the Teyit.org platform. A member of the European International Fact-Checking Standards Network (EFCN), Teyit.org was established in 2016 and aims to combat disinformation and raise awareness. The fake content examined in the study covers October 7, 2023, and October 18, 2024. The start date, October 7, 2023, marks the day of the "Al-Aqsa Flood" attack; however, the research is limited to a one-year timeframe.

Web 2.0 technology has enabled internet users to instantly share multimedia content, turning them into content creators. While these technological advancements add value, they also bring challenges. One of these challenges is disinformation, which is the focus of this research. Today, the significance and impact of disinformation are growing. During natural disasters or wars that threaten societal peace and security, disinformation can have more dangerous and serious consequences.

This study analyzes 134 fake content items in Turkey related to the Israel-Palestine conflict, disseminated on social media platforms and verified through Teyit.org. The study found that most disinformation circulated during the first month of the conflict, aligning with patterns observed in other crisis-related disinformation studies. A similar conclusion was reached in a study on fake content shared during the Ukraine-Russia war (Akyüz & Özkan, 2022). The study's analysis of fake content revealed that disinformation was spread using photos and video footage. For example, some visuals with incorrect dates or locations were accurate but taken out of context. Standard methods for generating fake content included creating AI-assisted images in the digital environment, combining different video clips to produce new visuals, or associating visuals from unrelated events with claimed incidents.

Research by Akyüz and Özkan (2022) highlighted using different or old visuals as examples of manipulation. Similarly, Turğal and Küçükdoğan (2023) demonstrated that AI-generated images harm the concept of "news photography" and contribute to disinformation in journalism. Audiences with limited digital media literacy struggle to understand and evaluate such content accurately. This situation may lead to belief in fake content shared in echo chambers on social media platforms and reactions to such content.

Another finding relates to the timeline of the dissemination of fake content. The study determined that October 2023, the start of the conflict, was the month with the highest circulation of fake content. Although the spread of fake content decreased throughout the year, it continued. The rapid and intense change of agenda on social media platforms prevents users from internalizing or understanding the background of issues (Karaman, 2023). Consequently,

the Israel-Palestine conflict was eventually replaced by other topics, leading to a decline in the production of fake content on the subject over time.

An analysis of the social media platforms associated with the content reviewed by Teyit.org showed that the highest number of items were shared on the X platform. Key reasons include the platform's high anonymity, the use of bot accounts, and the rapid circulation of topics that create disinformation (Olkun, 2022). Additionally, the X platform's high usage and influence make it a preferred medium for spreading fake content quickly (Koçyiğit, 2024).

Another subject examined was the countries and famous individuals associated with the fake content, apart from Israel and Palestine. Cristiano Ronaldo, Benjamin Netanyahu, Ismail Haniyeh, Recep Tayyip Erdoğan, and Vladimir Putin were among the most frequently associated figures. Regarding countries, Turkey, Spain, France, Egypt, and the United States emerged as prominent. These findings indicate that fake content shared on social media platforms was not limited to the Israel-Palestine conflict. The association of such content with internationally recognized figures and countries added a global dimension to the issue. Popular figures appear to be used to amplify the impact of fake content. Associating fake content with other countries adds an international perspective to the events.

In conclusion, disinformation disseminated through fake content on social media platforms can create individual and societal effects. Individual effects include creating perceptual distortions and increasing emotions such as anxiety and stress. On the other hand, fake content can also produce societal effects, such as deepening divisions between different groups. This type of content is produced for political, ethical, and social purposes (Köçeri, 2023).

Efforts are underway to mitigate the individual and societal impacts of disinformation, highlighting the significance of enhancing preventive measures. Expanding digital media literacy education and updating curricula to align with technological advancements are among the most crucial steps. When users question the accuracy of the information they encounter on social media and share it responsibly, it can help reduce the spread of false information. Furthermore, social media platforms could strengthen their initiatives by implementing more effective filtering mechanisms to combat disinformation. Supporting independent verification organizations that engage in fact-checking is another important strategy to address this issue.