

Filistin-İsrail Çatışmasına Influencerların Cephesinden Bakmak: Bir Çatışma Alanı Olarak X

Looking at the Palestinian-Israeli Conflict from the Influencers' Perspective: X as a Conflict Area

Mustafa İŞLİYEN¹

Öz

7 Ekim 2023 tarihinde başlayan Filistin-İsrail çatışması, aynı zamanda sosyal medya mecraları üzerinde enformasyon çatışmalarına sahne olmuş ve dünya çapında yaygınlık göstermiştir. Böylesine olağanüstü durumlarda dezenformasyonun da hızlı bir şekilde yayıldığı bilinmektedir. Dijitalleşmeyle birlikte bilgiye erişimin hızlı ve kolay olduğu "enformasyon çağı" denetim ve kontrolün de aynı hızla gözden kaçma ihtimalinin yüksek olması önemli riskler doğurmaktadır. Özellikle sosyal medya ortamlarında içeriklerin yayılımının basit yol ve yöntemlerle gerçekleştirilebilmesi enformasyonun kontrol ve denetimini de zora sokmaktadır. Bu bağlamda geniş kesimlere daha hızlı bir şekilde erişebilme imkânına sahip olan influencerlar (etkileyiciler), enformasyonun yayılımında önemli bir pozisyonda yer almaktadırlar. Tarafı oldukları kesimlerle ilgili içerikleri geniş kitlelere ulaştırabilme imkânı, avantajlarıyla birlikte dezavantajlar da barındırmaktadır. Bu çalışmada olağanüstü bir durum olan Filistin-İsrail çatışmasında sosyal medya (Twitter/X) paylaşımları karşıt görüşteki 4 influencer üzerinden ele alınmıştır. Çalışma için amaçlı örnekleme yoluyla belirlenen influencerların Filistin-İsrail çatışması bağlamında yapmış oldukları paylaşımlar doküman incelemesine tabi tutulmuş ve betimsel analiz tekniği kullanılarak incelenmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda influencerların paylaşımlarıyla çatışma, hedef gösterme, meydan okuma ve bilgilendirme gibi içerikler üretmelerinin yanında yanlış ve yanıltıcı içerikler de yaydıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *Filistin-İsrail Çatışması, Sosyal Medya, Influencerlar*

Abstract

The Palestinian-Israeli conflict which started on October 7, 2023, also witnessed information conflicts on social media channels and spread worldwide. It is known that disinformation spreads rapidly in such extraordinary situations. In the "information age" in which access to information is fast and easy with digitalization the high probability of overlooking audit and control simultaneously poses significant risks. The fact that the dissemination of content can be carried out in simple ways and methods also makes the control and supervision of information difficult especially in social media environments. In this context, influencers who have the opportunity to reach large segments more quickly have an important position in the dissemination of information. The opportunity to deliver content related to the segments to large masses has disadvantages as well as advantages.

In this study, social media (Twitter/X) posts in the Palestinian-Israeli conflict which is an extraordinary situation were discussed through 4 influencers with opposing views. For the study, the posts made by the influencers determined through purposive sampling in the context of the Palestinian-Israeli conflict were subjected to document analysis and examined using the descriptive analysis technique. In line with the findings obtained, it was observed that influencers not only produce content such as conflict, targeting, challenge, and information with their posts but also spread false and misleading content.

Keywords: *Palestinian-Israeli Conflict, Social Media, Influencers*

¹ Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, mustafaisliyen@aksaray.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0086-6165

Giriş

Yeni medya araçları, kitle iletişiminde yaşanan teknolojik ilerlemenin sonucunda konvansiyonel medya araçlarından farklı bir boyut taşımaktadır. Sanal dünya ile reel dünya arasında bir geçiş noktası olarak sayılabilecek sosyal medya, kullanım açısından son derece basit bir yapıya sahip olup kişiler arası iletişimden haber takibine, alışverişten eğlenceye, bilgilenmeden örgütlenmeye vs. kadar çok geniş bir yelpazede kullanılabilir. Etkileşimli yapısı itibarıyla anında geri bildirim yapabilme özelliğine sahip olan sosyal medya, konvansiyonel medya araçlarından farklı olarak kullanıcılarına anlık iletişim imkânı sağlamaktadır. Bu özelliklere sahip olması sebebiyle bu yeni ortamın ulusal ve uluslararası arenada yönetsel faaliyetlerde kullanılmaması düşünülemez. Bu haliyle önceki dönemlerde medyanın etkilerine dair yapılan çalışmalarda da ortaya konduğu üzere medya, kitlelerin düşüncelerini dönüştürme potansiyeli barındıran bir yöne sahiptir. Daha sonraki dönemlerde ise medyanın, sırasıyla sınırlı etkiler ve uzun vadede etkilere sahip olduğu görüşü hâkim olmuştur. Kitle iletişiminde yaşanan dönüşümün ardından ise bireyler medya karşısında aktif, etkileyen ve medyaya dahil olabilen bir pozisyon elde etmiştir.

Web 2.0'la birlikte kullanıcıların birer içerik üreticisi olma imkânını elde etmesi, medyaya yeni bir alan açmıştır. Katılım, diyalog, topluluk oluşturma ve başka kaynaklarla bağlantı kurma imkânı sayesinde yeni medya, birçok kullanıcıya kendi kitlesini oluşturabilme yolunu açmıştır. Kendi kitlesini oluşturabilmesi sayesinde yeni medya kullanıcıları siyasal alandan kültüre, sağlıktan sanata, magazinden ticarete, spordan sanata vb. birçok alanda takipçilerinin kanaatleri üzerinde belirleyici bir pozisyon elde etmiştir. Influencer, blogger, youtuber, fenomen, celebrity vs. gibi çeşitli isimlerle anılan bu kullanıcılar, kendi kitlelerini yönlendirebilecek bir konumda bulunmaktadır. Elbette bu alanda öne çıkmak sadece teknolojinin desteğiyle gerçekleşmemektedir. Her şeyden önce kabiliyet, fırsatları değerlendirme, gayret ve sıkı bir çalışma gerektirmektedir.

Kitleleri etkileme gücü oldukça yüksek olan etkileyiciler X, eski adıyla Twitter platformu üzerinden incelemeye tabi tutulmuştur. Bilindiği üzere X, Elon Musk tarafından satın alınmadan önce Twitter olarak 2006 yılında kurulan bir mikroblog platformu idi. İlk zamanlar 140, daha sonra 280 karakterle kullanıcılara sınırlı bir yazma imkânı sunan platform, günümüzde ücretli bir şekilde hacimli metinlerin paylaşılmasına olanak sağlamaktadır. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de oldukça yüksek bir kullanım düzeyine sahip olan X, kullanıcılara sistem içerisinde bulunan diğer kişilerle kısa mesajları (tweet) paylaşma imkânı sağlayan bir sosyal medya platformudur (Boyd vd., 2010). X, kişilerin takipçi listelerine kayıtlı olmasalar bile, sayfaları üzerinden herkese açık veri gönderebildiği bir mikroblog platformudur. Bu nedenle, bilgi ya otomatik olarak kullanıcılara ulaşır ya da kullanıcılar doğrudan bilgiye erişebilir. Ayrıca, X'te başkalarının sayfalarını görmek için bir kullanıcı hesabına sahip olmak zorunlu değildir. Üstelik, sistemin arama özelliği ile gönderilere kolayca ulaşmak da mümkündür (White, 2012).

Çalışma kapsamında 7 Ekim 2023 tarihinde başlayan Filistin-İsrail çatışması, etkileyicilerin paylaşımları üzerinden okunmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda 7 Ekim'den itibaren takipçi sayıları çok hızlı bir şekilde yükseliş gösteren 4 etkileyicinin paylaşımları incelemeye tabi tutulmuştur. "Biz ve onlar" çatışmasının yoğun bir şekilde resmedildiği bu paylaşımlar geniş kitlelerin etkileşimine sahne olmuştur. Konvansiyonel medya da dahil olmak üzere sosyal medya üzerinde oldukça çok konuşulan bu isimler ki Jackson Hinkle, Ben Shapiro, Dr. Anastasia Maria Loupis ve Hanenya Naftali kimi zaman yanlış bilgi yaymakla eleştirilmiş kimi zaman ise

doğrunun temsilcisi olarak desteklenmiştir. Örneğin Hinkle, Facebook ve Instagram gibi platformlarda platform politikaları gereği erişim engeliyle karşılaşmıştır. Benzer şekilde Shapiro da dezenformasyon içerikli paylaşımlar (yanmış bebek, kafası kesilmiş bebekler gibi) yaydığı gerekçesiyle büyük tepkilerle karşılaşmıştır.

Olağanüstü durumlarda enformasyona olan ihtiyacın artması neticesinde X kullanıcıları içinde öne çıkan söz konusu etkileyiciler, hangi içeriklerin daha çok etkileşime sebep olacağıyla ilgili çalışmalar yürütmektedirler. Bu anlamda “biz ve onlar” temelinde inşa edilen mesajlar, takipçilerin yaşananları yorumlamasını da etkileyebilmektedir. İncelenen gönderiler bu anlamda duygu yüklü, çatışmaya iten ve haklı/haksız, adil/zalim gibi dikotomik anlamlar yüklü olabilmektedir. Hal böyleyken etkileyicilerin gönderilerinin büyük oranda etkileşim alması aynı zamanda reklam verenleri de cezbetmektedir.

1.7 Ekim Olaylarına Genel Bir Bakış

Gazze merkezli İslami Direniş Hareketi’nin (Hamas) silahlı kolu olan İzzettin el-Kassam Tugayları ve diğer Filistinli silahlı gruplar, 7 Ekim 2023 sabahı saat 06.30 itibarıyla İsrail’in güneyindeki yerleşim yerlerine geniş çaplı saldırı başlatmıştı. Saldırıların, İsrail’in çeşitli noktalarına hava, kara ve deniz yoluyla geniş çaplı bir şekilde gerçekleştirilmesi bölgesel ve küresel anlamda bir şok etkisi yaratmıştı. Saldırıları, sonuçları ve ortaya çıkan zayıat itibarıyla İsrail’in “11 Eylül’ü” olarak nitelendirilmiştir (Telci, 2023). İzzeddin el-Kassam Tugayları Komutanı Muhammed ed-Dayf, saldırının nedenini Mescid-i Aksa’ya radikal İsraillilerin girmesi şeklinde açıklamış ve icra edilen "operasyonun" isminin "Aksa Tufanı" olduğunu ifade etmiştir. 7 Ekim'deki Hamas saldırılarında İsrail'de yaklaşık 1200 kişinin öldürüldüğü ve tahminen 240 kişinin rehin alındığı (Ragad vd., 2023) ve 5 bin 132 kişinin de yaralandığı açıklanmıştır (*İsrail’in Gazze’nin kuzeyine saldırısında 13 Filistinli öldü*, 2024).

Yaşanan gelişmelerin ardından İsrail Başbakanı Benyamin Netanyahu savaş halinde olduklarını açıklayarak Gazze’ye havadan, karadan ve denizden saldırmaya başlamıştır. İsrail’in 7 Ekim’den bu yana Gazze Şeridi’ne düzenlediği saldırılarda 17 bin 492 çocuk, 11 bin 979 kadın olmak üzere toplamda 44 bin 786 Filistinli öldürülmüş ve 106 bin 188 kişi de yaralanmıştır. Enkaz altında halen bedenlerine ulaşamayan binlerce ölü olduğu bildirilirken, halkın sığındığı hastane ve eğitim kurumları hedef alınarak sivil altyapı da tahrip edilmiştir (*Katil İsrail’in Gazze’de bir evi hedef alması sonucu 7 Filistinli öldü*, 2024). Bununla birlikte silahlı çatışmanın doğrudan etkilerinin yanı sıra dolaylı etkilerine de bölgede rastlamak mümkündür. Çatışmalar hemen sona erse bile halk sağlığını doğrudan etkileyen gıdaya ve suya erişimin kısıtlı olması, nüfusun güvenli yerlere sığınamaması, sağlık altyapısı ve şehir altyapı sistemlerindeki tahribatlara bağlı olarak üreme, bulaşıcı hastalıklar ve bulaşıcı olmayan hastalıklar gibi nedenlerden dolayı önümüzdeki aylarda ve yıllarda birçok dolaylı ölüm olmaya devam edeceği tahmin edilmektedir (Khatib vd., 2024)

Netanyahu’nun “İsrail artık bir savaşta” açıklamasının ardından başlatılan hava saldırılarında aralarında kadın ve çocukların da bulunduğu binlerce sivil hayatını kaybetmiş, bombardımanların ardından ortaya çıkan tablo çatışmanın insani kriz boyutunu gözler önüne sermiştir. Öyle ki insan hakları aktivistleri, İsrail’in bu saldırılarını insan haklarının ve uluslararası hukukun ihlali olarak yorumlarken uzmanlar ise İsrail’in “soykırım” suçu işlediğini belirtmektedir. Nitekim Uluslararası Adalet Divanında İsrail’in Soykırım Davası devam etmektedir (Telci, 2023). Bunun yanında Uluslararası Ceza Mahkemesi (ICC), İsrail Başbakanı Benyamin Netanyahu, eski İsrail Savunma Bakanı Yoav Gallant ve Hamas lideri Muhammed Deyf hakkında tutuklama emri çıkarmıştır. Yapılan açıklamada, duruşma öncesi dairenin,

hakkında yakalama emri çıkartılan üç ismin savaş suçları ve insanlık karşıtı suçlar konusunda “cezaî sorumluluk” taşıdığına dair “makul gerekçeler” olduğu yönünde karar verdiği belirtilmiştir (Netanyahu, 2024).

2. Influencerlar

İletişim yöntem ve teknikleri tarihsel süreç içerisinde önemli aşamalardan geçmiştir. Yüz yüze iletişimin yanına araçsal düzeyde iletişim yöntemlerinin eklenmesi kişinin, eşya ve hadiseleri algılama ve anlamlandırma biçimi üzerinde önemli değişimlere kapı açmıştır. Araçsal iletişimle birlikte mekân ve zamanın insanı sınırlayan yapısı dahi, farklı algılanmaya başlamıştır. Daha açık bir ifadeyle bir yerden başka bir yere gönderilen mesajın, kat edeceği mesafe ve aşacağı süre, insan algısında kademeli bir şekilde azalma göstermiştir.

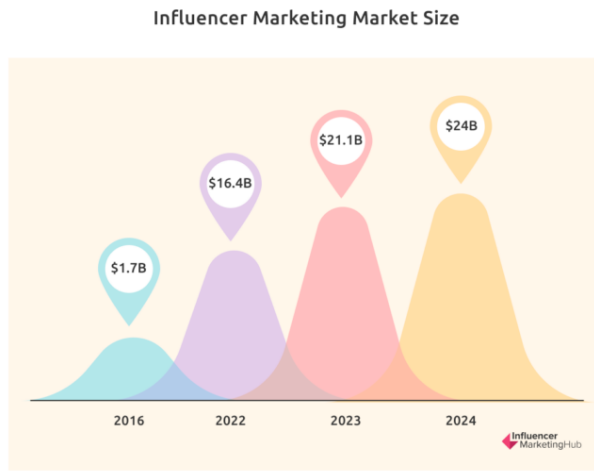
Birbirinden binlerce kilometre uzaklıkta bulunan kişiler günümüzde anlık olarak iletişim kurabilme imkânı elde etmiş bulunmaktadır. Bu iletişimin araçsal boyutudur. Bununla birlikte iletişimin yegâne amacı anlam alışverişi (Cüceloğlu, 2002, s. 196) olarak karşımıza çıkmaktadır. Anlam, “Bir kelimeden, bir sözden, bir davranış veya olgudan anlaşılan şey, bunların hatırlattığı düşünce; mana” (TDK Sözlük Anlamı, t.y.) şeklinde tanımlanmakta ve iletişimin tarafları arasında aktarılan mesajla iletişimde odak noktası olmaktadır. Dolayısıyla kişilerin birbirlerinin fikir ve kanaatlerine geçici ve kalıcı bir şekilde etki etme durumları söz konusu olmaktadır.

İnsanların birbirlerini etkileme istek ve çabaları, düşünce ve inanç üzerine etki ederek tutumlarında istenilen şekilde değişikliği sağlamak, tarihsel süreç içerisinde hep gözlene gelmiştir. Tutumların nasıl değiştirilebileceği, insanların nelerden nasıl etkilenebileceği merak ve çaba ekseninde ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda eğitimcilerden politikacılara, aktivistlerden kanaat önderlerine, şirketlerden markalara kadar çeşitli kategorilerde kişinin veya toplulukların düşünce ve davranışları üzerinde etki etme çabası görülmektedir. Öne sürülenler ‘etkileyen fikirler’ şeklinde insanların düşüncelerini, tutumlarını, inançlarını veya davranışlarını değiştirmeye yönelik olabilir. “Etkileyen fikirlerin kullanımı, iletişim becerilerini, ikna kabiliyetini ve insanları etkileme yeteneğini gerektirebilir.” (Psikoloji Sözlüğü, t.y.). Influencerlar da günümüzde sosyal medya üzerinden kanaatleri sosyal medya araçlarını kullanarak şekillendiren, yeni bir kategori olarak karşımıza çıkmaktadır (Tam, 2020).

Sosyal medya araçlarının ve kullanımının yaygınlık kazanmasının ardından bireyin anlam dünyasını şekillendiren birçok yeni kavram kullanılmaya başlanmıştır. Bu kavramlardan biri de ‘Influencer (Etkileyen/Etkileyici kişi)’ olarak karşımıza çıkmaktadır. Merriam Webster sözlüğüne göre influence: birini veya bir şeyi dolaylı ama genellikle önemli bir şekilde etkilemek/değiştirmek, dolaylı veya soyut yollarla bir etkiye neden olma gücü veya kapasitesi, görünürde güç kullanmadan veya doğrudan emir vermeden bir etki yaratma eylemi veya gücü, etki uygulamak anlamlarına gelmektedir (Definition of Influence, 2024). Influencer ise Oxford İngilizce Sözlüğü’ne göre (2024) insanların belirli mal veya hizmetlerin satın alınmasıyla ilgili kararlarını etkileme yeteneğine sahip olan kişi. İnternet ve sosyal medyayı kullanarak tanınmış hale gelen ve belirli ürünleri, markaları vb. desteklemek, tanıtmak veya bunlara ilgi yaratmak için sosyal medyayı kullanan, bunu da çoğunlukla ücret karşılığında yapan kişi olarak tanımlanmaktadır.

Influencer tanımları genel manada pazarlama ve reklam eksenli olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü bu alanla ilgili önemli ve büyüyen bir ekonominin varlığı görülmektedir. Nitekim 2022 yılında sosyal medya üzerinden yapılan ticaretin değeri yaklaşık 727,63 milyar dolara ulaşmıştır. Bu ekonominin hızla büyümeye devam ederek 2030'a kadar 3 trilyon doları aşması

beklenmektedir. Instagram, Facebook, TikTok ve Pinterest gibi önde gelen sosyal ticaret platformları, markaların doğrudan sosyal medyada mağaza kurmasına olanak tanımakta ve uygulama içi ödeme, alışveriş yapılabilir gönderiler, kişiselleştirilmiş ürün akışları gibi e-ticaret özelliklerine sahiptir (Butcher, 2024). Influencer Marketing Benchmark Report 2024 adlı küresel çapta 3000 uzman kişinin katılımıyla hazırlanan rapora göre katılımcıların %85'i, etkileyici pazarlamanın etkili bir pazarlama biçimi olduğuna inanmakta ve bu oran önceki yıllara göre artış göstermektedir. Bu açıdan raporun ortaya koyduğu veriler ve öngörüye göre küresel sosyal medya etkileyicileri pazarlama sektörünün 2024'te 24 milyar dolara ulaşması ve bunun büyük bir ivmeyle artmaya devam edeceği tahmin edilmektedir. Aşağıda yer alan Grafik 1'de de görüldüğü üzere 2016 yılında 1.7 milyar dolar olan küresel sosyal medya etkileyicileri pazarının 8 yıl içerisindeki yükselen artış potansiyeli durumu açıklar niteliktedir (The State of Influencer Marketing 2024, 2024).



Grafik 1. Influencer pazarlamanın büyüklüğü Kaynak: (The State of Influencer Marketing 2024, 2024)

İlgi alanına ve mesleki uzmanlığına göre etkileyicileri farklı kategorilerde değerlendirmek mümkündür. Çalışmanın kapsamı olan siyaset etkileyicilerinin yanı sıra sağlık, eğitim, kültür-sanat, din, aile, gıda, moda, güzellik, yaşam tarzı, mizah ve eğlence, turizm ve seyahat, oyun, vahşi ve evcil hayvan etkileyicileri vb. (Worb, 2024) gibi çeşitli alanlarda etkileyicilerle karşılaşmaktayız. Siyasi anlamda etkileyiciler, belirli bir sosyal medya platformunda ürettikleri ve/veya paylaştıkları içeriklerle bir toplumsal olayı, siyasi görüşü veya adayı, sosyal medya aracılığıyla destekleyen ve takipçileri üzerinde belirli bir etkiye sahip olan içerik oluşturucular olarak tanımlanabilir (Riedl vd., 2023).

Her ne kadar uzman oldukları konunun ilgi hacmine göre değişse de genel olarak etkileyicilerin en önemli özelliği takipçi sayılarının fazla olmasıdır. Etkileyiciler, takipçi sayılarına ve ilgi alanlarına göre genellikle aşağıdaki şekilde sınıflandırılmaktadır:

Mega etkileyiciler: 1.000.000 ve üzeri takipçi

Makro etkileyiciler: 100.000 – 1.000.000 takipçi

Mikro etkileyiciler: 1.000 – 100.000 takipçi

Nano etkileyiciler 1.000'den az takipçi (Hawley & İsmail, 2024).

Etkileyicileri eriştikleri kitle bağlamında önemli bir şekilde ayırt edebilen başka bir özellik ise çevrimiçi kişiliklerini tanımlayan temadır. Kişisel özellikleriyle de öne çıkan etkileyicilerin takipçileri bu kişisel özellikleri gözlemlmelerine dayalı olarak karakterize edilmektedir. Tutum

benzerliği, fiziksel çekicilik ve sosyal çekicilik etkileyicileri karakterize etmek için kullanılan önemli değişkenlerdir (Demirağ, 2023). Siyasi etkileyicileri bu anlamda diğer türde içerik üreten alanlardaki etkileyicilerden ayıran nokta “çevrimiçi etkilerini siyasi ve toplumsal olaylarla ilişkilendirme istekleri” şeklinde belirlenebilir (Riedl vd., 2023, s.2).

Monthly Influencer Marketing Report’un (Kasumovic, 2024) sonuçlarına bakıldığında siyasal alanla ilgili elde edilen bulgular etkileyicilere ilişkin önemli veriler sunmaktadır. Buna göre;

- Siyasi haberlerin birincil kaynağı sosyal medyadır. Tüketicilerin yüzde 34’ü siyasi haberler için sosyal medyayı internet siteleri ve televizyonun (yüzde 27) önüne koymaktadır. TikTok politik açıdan en aktif platform olarak görülürken (yüzde 40,6), X (eski adıyla Twitter) önemli olarak görülmektedir (35,8). Instagram %12,3 ile daha alt sıralarda yer alırken, YouTube ise %7,5 oranına sahiptir.
- Hayran olunan şahsiyetler, izleyicileri politik konuları yeniden değerlendirmeye teşvik ederek siyasi fikirler üzerinde etkili olmaktadır (yüzde 50).
- Sosyal medyadaki politik içeriğe karşı duygusal tepki gelişmektedir. Katılımcıların yüzde 40’ı takip ettikleri kişilerin paylaştığı siyasi içerikleri gördüklerinde sıklıkla öfke, umut, korku gibi güçlü duygular yaşamaktadır. Yüzde 28’i bu duyguları ara sıra yaşarken %24’ ü ise tarafsız kalmaktadır.
- Siyasi karar almada etkileyicilerin önemli bir etkisi vardır.
- İçerik oluşturucular, marka tanıtımcılarından sosyal savunuculara dönüşerek takipçilerine ulaşmaya çalışmaktadır. Etkileyiciler, kültürel ve politik etkinin temel dinamiği olarak görülmektedir. Etkileyicilerin %62,3’ü politik içeriklerle etkileşimde bulunduğundan, markalar etkileyicileri yalnızca ürün tanıtımı için değil, aynı zamanda kültürel ve sosyal etkinin güçlü temsilcileri olarak da kullanabilmektedir.

Etkileyiciler yalnızca savunuculuk yapmamakta; kamusal söylemi şekillendirmekte ve eylemi harekete geçirmektedir. İzleyicilerin yarısı onaylara dayalı nedenleri araştırdığında, etkileyicilerin içerik yaratıcılarından sosyal savunuculara dönüştüğü ve sosyo-politik manzaranın merkezi haline geldiği görülmektedir.

Etkileyicilerin ikna kapasitesi, kullandıkları profile bağlıdır. Bu nedenle takipçilerine karşı fikirlerini dile getirmelerini ve dikkate alınmalarını sağlayan itibarlarına güvenmektedirler. Sosyal medya aydınını belirleyen şey, yayımladığı içerik ve bu içeriğin kalitesidir. Yayımladıkları bilgilerin mümkün olduğunca yeni olmasını sağlamak durumunda olan etkileyiciler ayrıca paylaşımlarıyla güvenilir olarak kabul edilmek durumundadırlar (Morteo, 2017).

Bilgi akışını tamamen değişmesine sebep olan internet ve sosyal medya platformları konvansiyonel medyaya kıyasla kullanıcılar için katılımcı bir tartışma alanı sağlamaktadır. Klasik kanaat önderi kavramının değişime uğradığı bu ortamda takipçiler, kendi ağları aracılığıyla aldıkları bilgileri yayarak çok aşamalı bir bilgi akışı sağlamaktadır. Bu anlamda birçok fırsat sunan bu yeni ortam kanaat önderleri pozisyonundaki etkileyicilerin daha geniş kesimlere ulaşmalarını ve etkilerini artırmaktadır. Daha büyük kitlelerin fikirlerini ve görüşlerini şekillendirebilen bu yeni kanaat önderleri, çevrimiçi dünyanın genişlemesi ve ticarileşmesinin de itici gücü haline gelmiştir (Ayhan & Şeker, 2021).

3.Yöntem

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan doküman incelemesi uygulanmıştır. Doküman incelemesi, araştırma konusu olan olgu ve olaylarla ilgili yazılı materyallerin yanı sıra

film, video ve fotoğraf gibi görsel malzemeleri de analiz etmeye yardımcı olmaktadır. Filmler, videolar ve fotoğraflar, araştırmacılara değerli avantajlar sunmaktadır.

Çalışma kapsamında Filistin-İsrail çatışması, etkileyicilerin (influencer) tutumları bağlamında X platformu üzerinde 15 aylık periyotta (7 Ekim 2023-31 Aralık 2024) yaptıkları paylaşımlar manuel olarak takip edilmiş ve incelemeye tabi tutulmuştur. Çalışma karşıt görüşteki 4 etkileyici (Jackson Hinkle, Ben Shapiro, Dr. Anastasia Maria Loupis ve Hananya Naftali) üzerinden ele alınmıştır. Çalışma için amaçlı örnekleme yoluyla etkileyiciler belirlenmiştir. Bu bağlamda 7 Ekim sonrasında takipçi oranlarında hızlı bir yükseliş sergileyen hesaplar dikkate alınmıştır. Belirlenen etkileyicilerin Filistin-İsrail çatışması bağlamında yapmış oldukları paylaşımlar doküman incelemesine tabi tutulmuş ve betimsel analiz tekniği kullanılarak incelenmiştir.

3.1. Etkileyicilerin Profil Bilgileri

Bu başlık altında Jackson Hinkle, Ben Shapiro, Dr. Anastasia Maria Loupis ve Hananya Naftali'ye ilişkin bazı genel bilgilerle birlikte X platformundaki takipçi sayıları, 7 Ekim öncesi ve sonrasındaki takipçi gönderi sayılarına ilişkin veriler yer almaktadır.

3.1.1. Jackson Hinkle

Kendisini MAGA Komünisti olarak tanımlayan Jackson Hinkle oldukça karmaşık bir kimlik sergilemektedir. Hinkle, kendisini aynı zamanda "Amerikalı VATANSEVER, TANRI korkusu OLAN, AİLE yanlısı, Marksist Leninist, FİLİSTİN yanlısı, RUSYA & ÇİN yanlısı, DERİN DEVLET Karşıtı, Anti-EMPERYALİST, WOKE Karşıtı, BÜYÜME yanlısı, MONOPOLİZME karşı, SİLAH yanlısı, Fosil yakıt yanlısı" ifadeleriyle tanımlamaktadır (Myers & Hsu, 2024).

Yaptığı işe ve kimliğine vurgu yapmak adına sayfasında kullandığı ana görselde yaralı ve kanlı yüzünün etrafını çevreleyen tabancaların yer aldığı bir görsel kullanan Hinkle (Görsel 1.), dünya kamuoyunda 7 Ekim'den bu yana kendinden oldukça çok söz ettirmektedir. Öyle ki Hinkle hakkında New York Times, Newsweek, Jerusalem Post gibi medya organları İsrail karşıtlığı sebebiyle olumsuz yazılar ve analizler yayımlamıştır (Myers & Hsu, 2024).

Hinkle'nin gönderileri genellikle görsellerden oluşmaktadır. Bu görseller video, fotoğraf, karikatür, caps, illüstrasyon ve infografiklerden oluşmaktadır. Gönderilerinde ülkelere dikkat çekmek için hemen her gönderide bayrak emoji kullanmaktadır.

Jackson Hinkle'ın Filistin/Hamas yanlısı ve genellikle İsrail/Siyonizm ve yöneticileri ve destekçileriyle ilgili yapmış olduğu yorumları Ekim ayından bu yana X'te iki milyondan fazla yeni takipçi kazanmasını sağlamıştır. Bazı araştırmacılar bu artışın gerçek olmayan hesaplardan kaynaklandığını söylese de Hinkle bir röportajında "Bu benim için bir lütuftu. Çok şanslıyım." demiştir. Hinkle, X'in sahibi Elon Musk'un, X'te yaptığı değişikliklerden de yararlanarak Premium abonelik özelliğiyle de artık belirli takipçilerinden, ayda 3 dolar ücret almaktadır (Myers & Hsu, 2024).



Görsel 1. Hinkle'nin takipçilerden destek talep ettiği gönderi örneği

Jackson Hinkle, yapmış olduğu yorumlar dolayısıyla YouTube, Twitch, Instagram başta olmak üzere birçok sosyal medya platformunda engellenmiştir (Görsel 2.). Bunun dışında rumble.com adlı sosyal medya platformunda "The Dive With Jackson Hinkle" adıyla özellikle Filistin/İsrail çatışması bağlamında çeşitli videolar yayımlamaktadır. Sayfası 112 bin kişi tarafından takip edilmektedir.



Görsel 2. Hinkle'nin engellendiğine ilişkin gönderisi

Tablo 1. Filistin/Hamas yanlısı Jackson Hinkle'nin X hesabına ilişkin bilgiler (Jackson Hinkle, 2024)

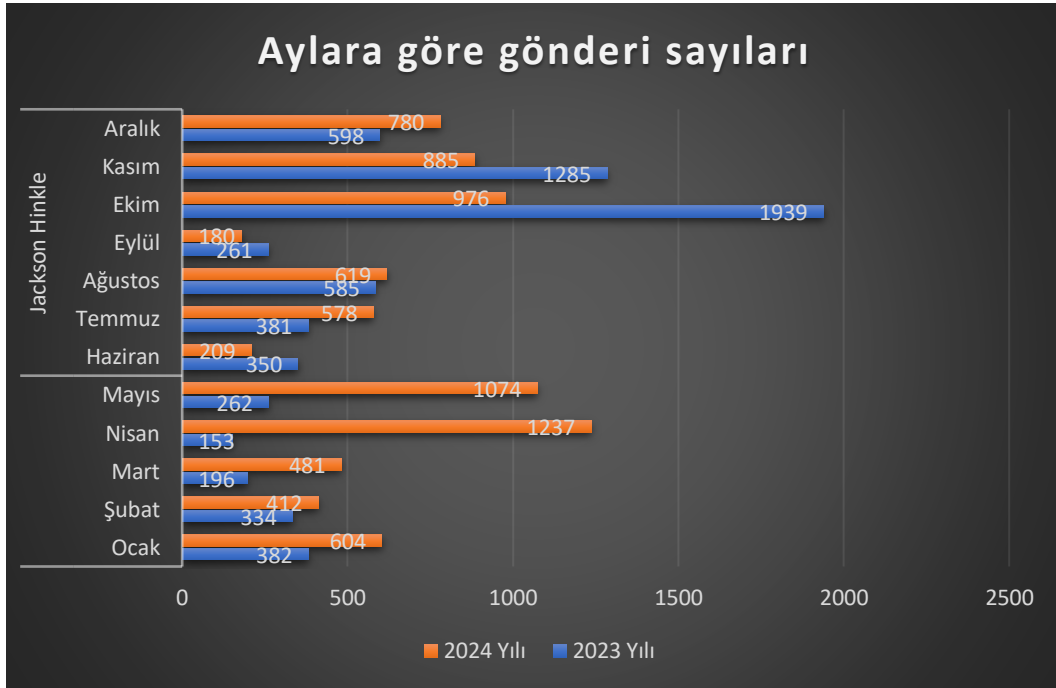
Hesap Sahibinin Adı	Takipçi Sayısı	Gönderi Sayısı (Toplam)	Hesap Oluşturma Tarihi	Menşee
Jackson Hinkle	2,836,296	23,295	18 Temmuz 2019	ABD

Tablo 1'de görüldüğü üzere Hinkle'nin yaklaşık 5 yıllık bir hesabı olmasına rağmen 2 milyon 8 yüz binin üzerinde takipçisi vardır. Oldukça yoğun bir şekilde gönderi yayımlayan Hinkle'nin,

aşağıdaki Tablo 2’de de görüldüğü üzere 7 Ekim sonrasındaki süreçte gönderilerinde önemli bir artış olduğu gözlenmektedir. Öyle ki 2023 yılı Ekim ayına kadar yani 9 aylık bir sürede atmış olduğu gönderilerin iki katından fazlasını 3 aylık bir sürede atmıştır.

Tablo 2. Jackson Hinkle’nin gönderilerine ilişkin veriler (Jackson Hinkle ?, 2024)

Hesap Sahibinin Adı	2023 Yılı Gönderi Sayısı	2023 Yılı Ekim Ayına Kadar Gönderilen Gönderi Sayısı	2024 Yılı Gönderilen Gönderi Sayısı	2023 Ekim ve Sonrasında 6 Aylık Gönderi Sayısı
Jackson Hinkle	6726	2904	8035	5319



Grafik 2. Jackson Hinkle’nin 7 Ekim öncesi ve sonrasına ilişkin gönderi verileri (Jackson Hinkle, 2024).

Takipçi sayılarında da benzer bir durumla karşılaşmaktayız. Çünkü 7 Ekim olaylarına kadar hesabın oluşturulma tarihinden 4 yıl geçmesine rağmen hesabın 400 bin civarında takipçisi vardır. Ancak 7 Ekim sonrasında takipçi sayısında oldukça hızlı bir yükseliş gözlenmektedir. Nitekim takipçi sayısının artışıyla ilgili olarak atmış olduğu gönderide kendini şöyle konumlandırmaya çalışmaktadır:

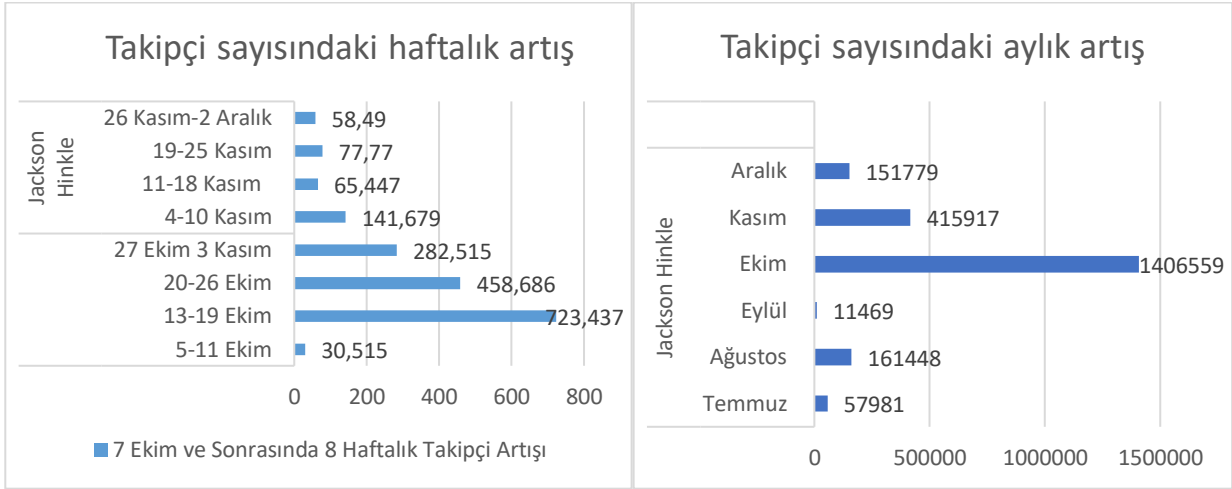
“En çok viral olan X hesaplarından biri olarak birçok SİYONİST BENİ İPTAL ETMEYE ÇALIŞIYOR. Benim şöyle olduğumu iddia ettiler: İranlı ajan, Rus ajanı, Hamas ajanı, CIA ajanı, Siyonist bir ajan, Husi ajanı, Çinli ajan. Ama gerçek şu ki ben Tanrı’yı, ailemi ve ülkemi seven 24 yaşında Amerikalı bir komünistim.”

Ayrıca internet sitesi linktr.ee/jacksonhinkle üzerinden hem bağış toplamaya çalışmakta hem de “zionist tears/Siyonist gözyaşları” baskılı kahve kupaları da satmaktadır (*Jacksonhinkle / Twitter, t.y.*).

Aşağıdaki tabloda ve grafiklerde de görüldüğü üzere 7 Ekim ve sonrasındaki üç ayda 1 milyon 8 yüz binin üzerindeki takipçi artışı önemli bir yükseliş olarak değerlendirilmektedir. Özellikle çatışmanın başladığı ve takip eden haftalarda takipçi sayısındaki yükseliş belirgin şekilde gözlemlenmektedir.

Tablo 3. Jackson Hinkle'nin 7 Ekim öncesi ve sonrasında ilişkin takipçi verileri (Jackson Hinkle ?, 2024)

Hesap Sahibi Jackson Hinkle	7 Ekim ve Sonrasında 8 Haftalık Takipçi Artışı	7 Ekim Öncesi 3 Aylık Takipçi Artışı	7 Ekim Sonrası Üç Aylık Takipçi Artışı
Toplam	1,838,539	230,898	1,974,255

**Grafik 3.** Takipçi sayısındaki haftalık ve aylık artış

3.1.2. Ben Shapiro

Amerikalı muhafazakâr siyasi yorumcu, yazar ve avukat olarak tanınan Benjamin Aaron Shapiro, 15 Ocak 1984 tarihinde Los Angeles, Kaliforniya'da doğmuştur. Shapiro, UCLA'dan Siyaset Bilimi alanında lisans derecesi almış ve Harvard Hukuk Fakültesi'nden mezun olmuştur. Goodwin Procter LLP'de avukat olarak çalıştıktan sonra kendi hukuk danışmanlık firmasını kurmuştur. 17 yaşındayken Amerika Birleşik Devletleri'ndeki en genç ulusal sendikalı köşe yazarı olmuştur. Creators Syndicate ve Newsweek için köşe yazıları yazan Shapiro, kurduğu The Daily Wire'da da baş editör olarak görev yapmakta ve günlük siyasi podcastler ile canlı radyo şovu olan "The Ben Shapiro Show'u" yayımlamaktadır. The New York Times'ın en çok satanlar listesine giren Shapiro, yedi kurgusal olmayan kitap, bir roman, bir anı kitabı ve bir kısa öykü koleksiyonu yazmıştır. Shapiro'nun köşe yazıları birçok büyük gazete ve web sitesinde yayımlanmış; Fox News, CNN ve MSNBC gibi televizyon kanallarında da sıkça yer almıştır. Ortodoks bir Yahudi olan Shapiro, İsrail karşıtı ve Yahudi karşıtı düşüncelerle mücadele ettiğini sıklıkla belirtmektedir (*Spotlight: Ben Shapiro*, 2018). Shapiro, son birkaç yıldır Cumhuriyetçi Parti içinde baskın konum olan "muscular" ulusal güvenlik muhafazakarlığı ve İsrail'e güçlü ABD desteği kampını temsil etmektedir (Postel, 2023).

Ben Shapiro yaklaşık 17 yıldır X (Twitter) kullanmaktadır. Amerikan kamuoyunda popüler bir kimliğe sahip olan Shapiro, sosyal medyada da takipçi sayısı oldukça yüksek bir Mega Influencer olarak karşımıza çıkmaktadır. Shapiro'nun X hesabına ilişkin bilgiler aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

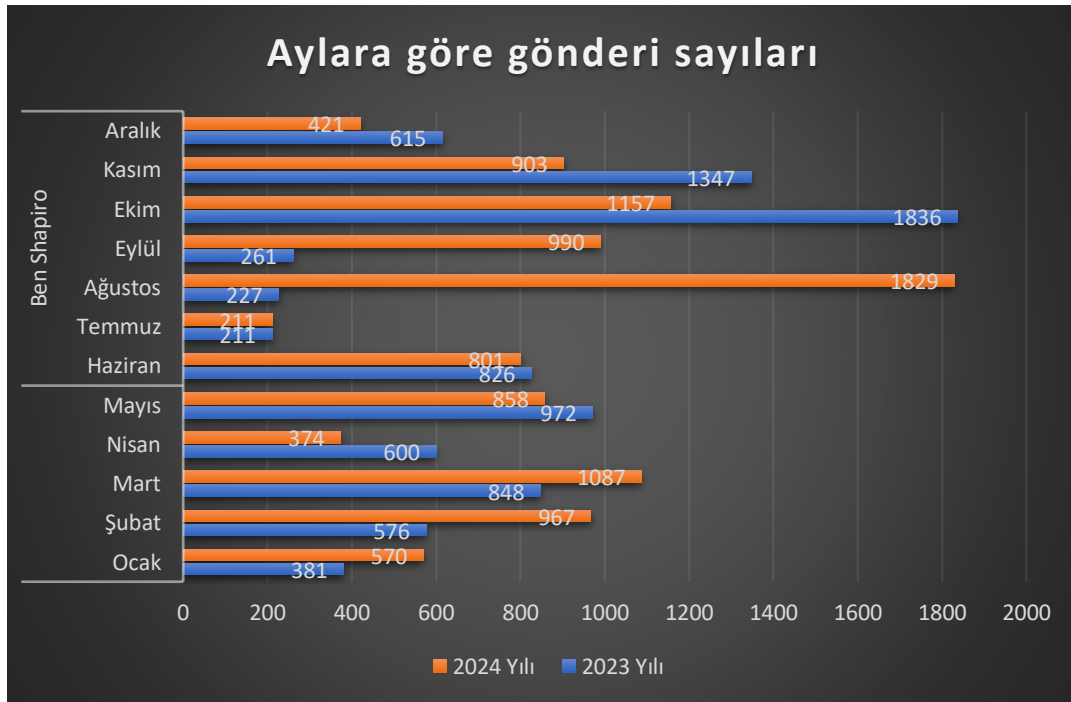
Tablo 4. İsrail yanlısı Ben Shapiro'nun X hesabına ilişkin bilgiler (Ben Shapiro's Twitter Stats Summary Profile (Social Blade Twitter Statistics), 2024)

Hesap Sahibinin Adı	Takipçi Sayısı	Gönderi Sayısı (Toplam)	Hesap Oluşturma Tarihi	Menşe
Ben Shapiro	7,555,685	203,332	9 Aralık 2008	ABD

Aşağıdaki tabloda da görüldüğü üzere X'i yoğun bir şekilde kullanan Shapiro'nun 2023 yılı Ekim ayında gönderilerinde önemli derecede bir artış olduğu gözlemlenmektedir.

Tablo 5. Ben Shapiro'nun X hesabında yer alan 2023-2024 yıllarına ve 2023 yılı Ekim ayına ilişkin gönderi sayıları

Hesap Sahibinin Adı	2023 Yılı Gönderi Sayısı	2023 Yılı Ekim Ayına Kadar Gönderilen Gönderi Sayısı	2024 Yılı Gönderilen Gönderi Sayısı	2023 Ekim ve Sonrasında 6 Aylık Gönderi Sayısı
Ben Shapiro	8700	4902	11004	6422

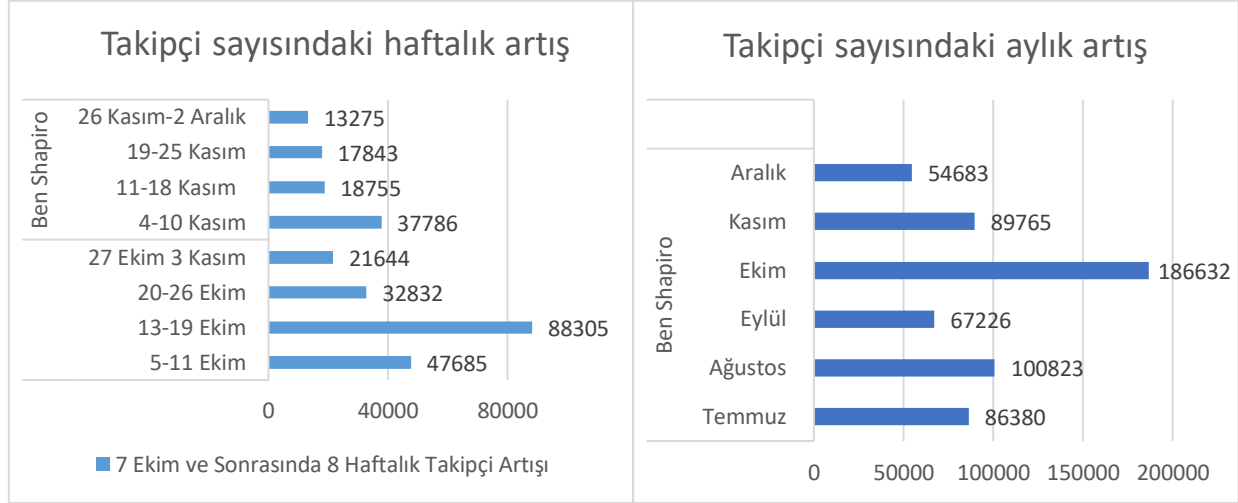
**Grafik 4.** Ben Shapiro'nun X hesabında yer alan gönderilerine ilişkin 2023 ve 2024 yılı aylık gönderileri

Ben Shapiro'nun 7 Ekim öncesindeki üç aylık takipçi sayısındaki artış 7 Ekim sonrasındaki takipçi sayısına oranla normal bir artış sergilemiştir (yaklaşık 55 bin). Ancak aşağıda yer alan haftalık ve aylık artışları gösteren grafiklere bakıldığında 7 Ekim önemli bir dönüm noktası olarak değerlendirilebilir.

Tablo 6. Ben Shapiro'nun X hesabında yer alan takipçilerine ilişkin 7 Ekim öncesi ve sonrasına ait sayılar

Hesap Sahibi Ben Shapiro	7 Ekim ve Sonrasında 8 Haftalık Takipçi Artışı	7 Ekim Öncesi 3 Aylık Takipçi Artışı	7 Ekim Sonrası Üç Aylık Takipçi Artışı
--------------------------	--	--------------------------------------	--

Toplam	278,125	254,429	331,080
---------------	---------	---------	---------



Grafik 5. Takipçi sayısındaki haftalık ve aylık artış

3.1.3. Dr. Anastasia Maria Loupis

Dr. Anastasia Maria Loupis hakkında Google arama motoru üzerinden yapılan aramalarda özgeçmişine ilişkin detaylı bir bilgiye ulaşılamamaktadır. Ancak Danimarkalı bir tıp doktoru olduğunu akademisyenlerin kullandığı bir sosyal medya ortamı olan researchgate.net'ten öğrenmekteyiz (Anastasia Maria Loupis, 2014). Ayrıca işletmelerle etkileycileri yapay zeka desteği kullanarak buluşturmaya çalışan Favikon adlı uygulamada Loupis'in özgeçmişini hakkında şu bilgiler yer almaktadır:

“Dr. Anastasia Maria Loupis, Danimarka-Yunan kökenli bir tıp doktoru ve filozoftur. Tıbbi uygulamalar, cinsiyet kimliği, finans ve siyaset dahil olmak üzere bir dizi konuda görüşlerini paylaşmaktadır. Dr. Loupis, çocukların transseksüel kimliklerini onaylayan ve onları ergenlik engelleyicilerine tabi tutan mevcut modeli eleştirmektedir. Ayrıca “woke” hareketine, ESG'ye ve müşterilerinin emeklilik hesaplarının başarısı yerine siyasi gündemlere öncelik veren şirketlere karşı olduğunu dile getirmiştir. Kadın haklarının ve sporun korunması gerektiği konusunda sesini yükseltmiştir. Dr. Loupis, birbiriyle bağlantılı olaylar olarak gördüğü COVID-19 aşısı, iklim değişikliği ve küresel krizler hakkındaki endişelerini de paylaşmaktadır.” (Dr. Anastasia Maria Loupis - AI-powered profile by Favikon, 2024).

Loupis ise X hesabında kendini şöyle tanımlamaktadır: “1/2 Viking 🇩🇰 1/2 Filozof 🇬🇷 Tıp Doktoru (MD). Görüşler bana aittir.”. Bunun yanı sıra Loupis de sitesi (<https://buymeacoffee.com/drloupis>) üzerinden bağış toplamaya çalışmaktadır.

Tablo 7. Filistin/Hamas yanlısı Dr. Anastasia Maria Loupis'in X hesabına ilişkin bilgiler (Dr. Anastasia Maria Loupis's Twitter Stats Summary Profile (Social Blade Twitter Statistics), 2024)

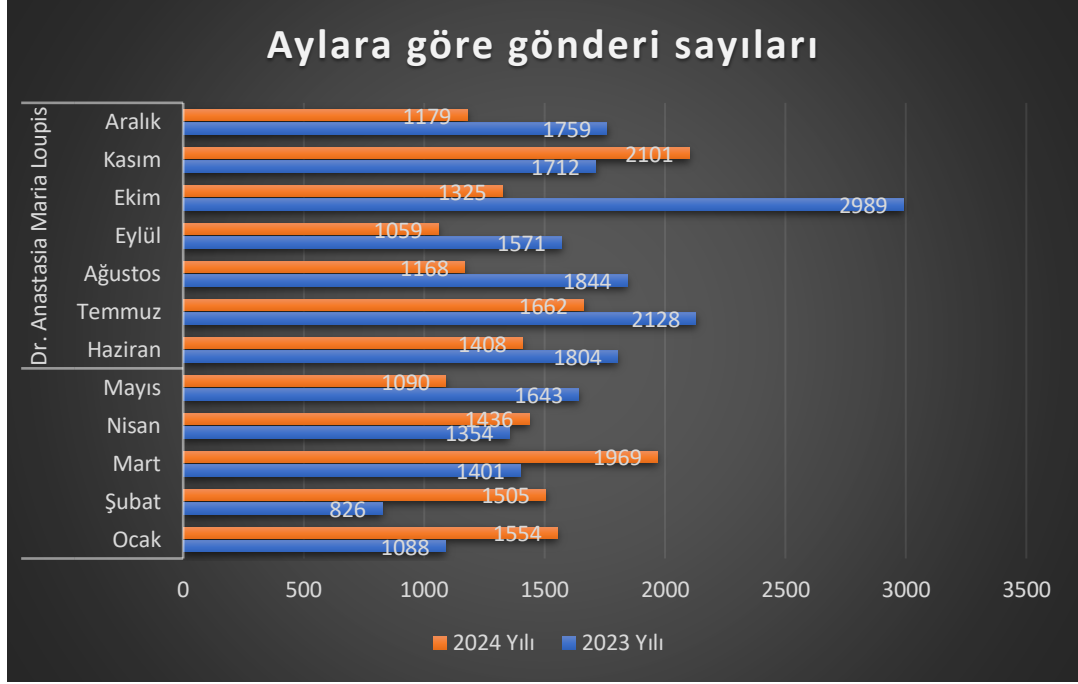
Hesap Sahibinin Adı	Takipçi Sayısı	Gönderi Sayısı (Toplam)	Hesap Oluşturma Tarihi	Menşe
Dr. Anastasia Maria Loupis	1,411,956	44,024	7 Ekim 2021	Danimarka

Aşağıdaki tablo ve grafikte de görüldüğü üzere aylık ortalama bin 500 gönderi ile takipçilerine ulaşmaya çalışan Loupis, X'i yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Yaşanan değişime bakıldığında

2023 Ekim ayında 2.989 gönderi ile hesabında yoğun bir trafik oluşturmuştur. Bu anlamda 7 Ekim olayları gönderilerin sayısında önemli bir artışa sebep olmuştur.

Tablo 8. Anastasia Maria Loupis'in X hesabında yer alan gönderilerine ilişkin 2023 ve 2024 yılı aylık gönderileri

Hesap Sahibinin Adı	2023 Yılı Gönderi Sayısı	2023 Yılı Ekim Ayına Kadar Gönderilen Gönderi Sayısı	2024 Yılı Gönderilen Gönderi Sayısı	2023 Ekim ve Sonrasında 6 Aylık Gönderi Sayısı
Dr. Anastasia Maria Loupis	20119	13659	17456	11488

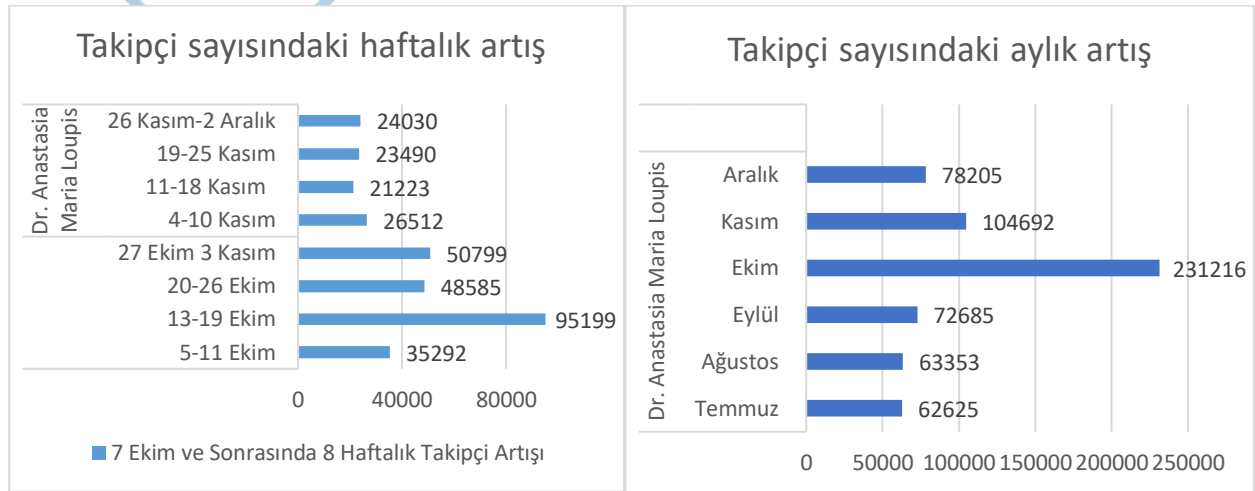


Grafik 6. Anastasia Maria Loupis'in X hesabında yer alan gönderilerine ilişkin 2023 ve 2024 yılı aylık gönderileri

Maria Loupis'in 7 Ekim öncesindeki üç aylık takipçi sayısındaki artış 60-70 bin civarında seyretmektedir. 7 Ekim sonrasındaki takipçi sayısındaki artışa bakıldığında bu miktarın önceki üç ayda kazanılan orandan fazla olduğu görülmektedir. Aşağıda yer alan 8 haftalık ve aylık artışları gösteren grafiklere bakıldığında 7 Ekim olaylarının gönderilere paralel şekilde Loupis'in takipçi sayısına önemli derecede etki ettiği görülmektedir.

Tablo 9. Anastasia Maria Loupis'in X hesabında yer alan takipçilerine ilişkin 7 Ekim öncesi ve sonrasına ait sayılar

Hesap Sahibi: Anastasia Maria Loupis	7 Ekim ve Sonrasında 8 Haftalık Takipçi Artışı	7 Ekim Öncesi 3 Aylık Takipçi Artışı	7 Ekim Sonrası Üç Aylık Takipçi Artışı
Toplam	325,150	198,663	414,113



Grafik 7. Takipçi sayısındaki haftalık ve aylık artış

3.1.4. Hananya Naftali

Kendisini X hesabında “Ben Ortadoğu’da barış hakkında kameraya konuşan İsrailiyim” şeklinde tanımlayan Hananya Naftali, 7 Temmuz 1995 tarihinde Safed şehrinde doğmuştur. Sovyetler Birliği’nin dağılmasının ardından Macaristan’daki Yahudi İsrail Ajansı’nın yardımıyla 1990’ların başında İsrail’e göç etti. Naftali, 2014 yılında İsrail’in "Operation Protective Edge" adlı operasyonunda IDF tank birliğinde görev yaptı. 2017 yılında, Facebook’ta yaklaşık 200,000 takipçi edindiği için İsrail Başbakanı Benjamin Netanyahu ile röportaj yapma şansı buldu. Netanyahu ile ilk kez tanıştıktan birkaç ay sonra, ekibine katılması için davet aldı. Naftali, 2023 yılında İsrail-Hamas Savaşı’nda askere alınarak Hamas’a karşı savaşa katıldı. Aynı zamanda, Netanyahu’un dijital asistanı olarak da görev yaptı. Ayrıca, Likud partisi için bağımsız olarak çalıştı (Kumar, 2022).

Gazze’deki El-Ehli Baptist Hastanesi patlamasından sonra Naftali ilk olarak 17 Ekim’de X’te "SON DAKİKA: İsrail Hava Kuvvetleri Gazze’deki bir hastanenin içindeki Hamas terörist üssünü vurdu. Birkaç terörist öldü," şeklinde bir paylaşım yaptı. Ardından yaptığı paylaşımı sildi. Daha sonra X’te ilk paylaşımı sildiğini, çünkü paylaşımın İsrail’in olaydaki rolüne ilişkin yanlış bilgi içerdiğini ve daha sonra değiştirilen bir Reuters başlığına dayandığını yazdı. Hananya Naftali, "Hastaneyi vuran füze, Gazze’den ateşlendi" iddiasını yaydığı için yerli ve yabancı birçok mecrada haberlere konu edildi. Sosyal medyada tepkiyle karşılandı (Netanyahu’nun ..., 2023).

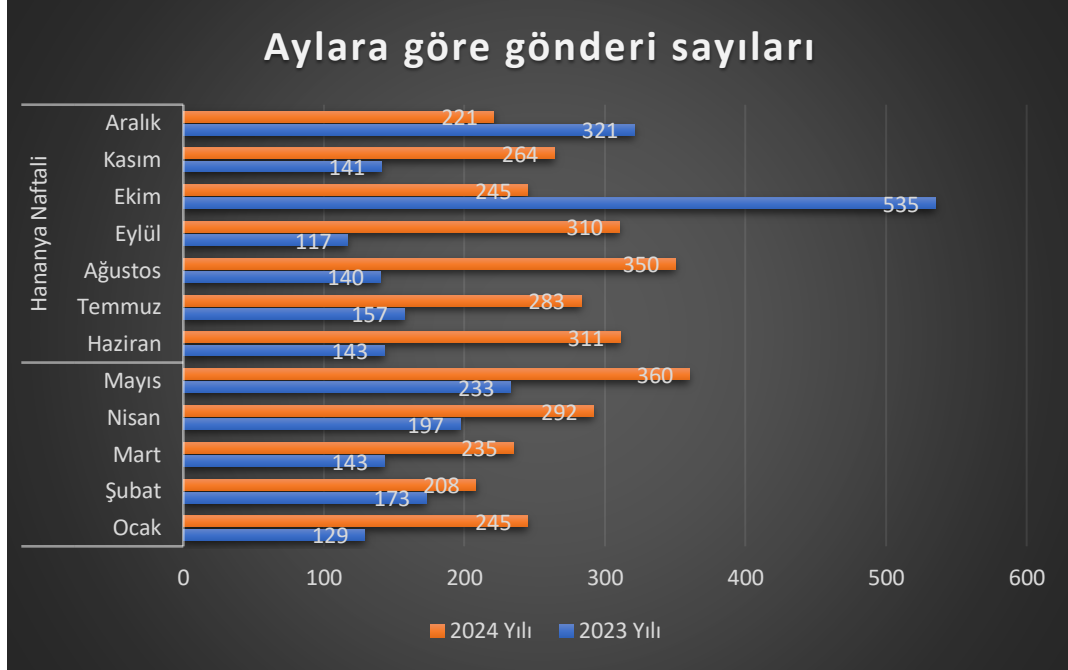
Tablo 10. İsrail yanlısı Hananya Naftali’nin X hesabına ilişkin bilgiler (*Hananya Naftali’s Twitter Stats Summary Profile (Social Blade Twitter Statistics), 2024*)

Hesap Sahibinin Adı	Takipçi Sayısı	Gönderi Sayısı (Toplam)	Hesap Oluşturma Tarihi	Menşee
Hananya Naftali	476,636	36,587	26 Haziran 2012	İsrail

Aşağıdaki tablo ve grafikte de görüldüğü üzere aylık ortalama 220 gönderi ile takipçilerine ulaşmaya çalışan Hananya Naftali, diğer etkileyicilere oranla daha az bir gönderi ile takipçilerine ulaşmaktadır. Tabloya bakıldığında 2023 Ekim ayında gönderi ortalamasının yüzde yüzün üzerinde artış gösterdiği görülmektedir. Bu anlamda 7 Ekim olayları Naftali’nin gönderi sayısındaki artış, diğer etkileyicilerle benzer özellikler taşımaktadır.

Tablo 11. Hananya Naftali'nin X hesabında yer alan gönderilerine ilişkin 2023 ve 2024 yılı aylık gönderileri

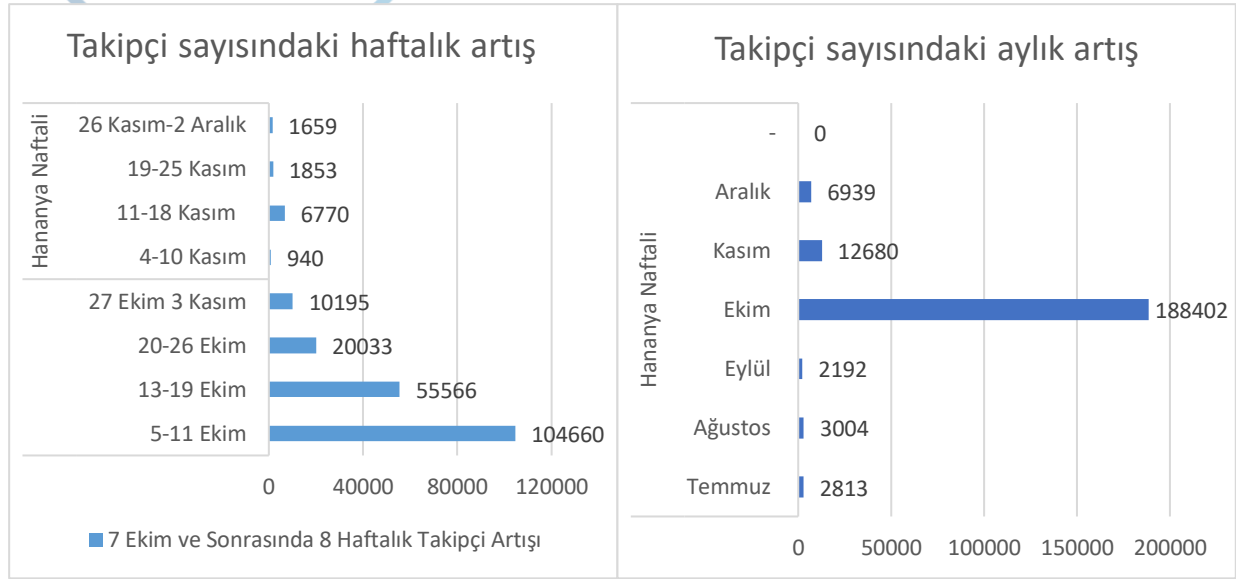
Hesap Sahibinin Adı	2023 Yılı Gönderi Sayısı	2023 Yılı Ekim Ayına Kadar Gönderilen Gönderi Sayısı	2024 Yılı Gönderilen Gönderi Sayısı	2023 Ekim ve Sonrasında 6 Aylık Gönderi Sayısı
Hananya Naftali	2429	1432	3324	1685

**Grafik 8.** Hananya Naftali'nin X hesabında yer alan gönderilerine ilişkin 2023 ve 2024 yılı aylık gönderileri

Hananya Naftali'in 7 Ekim öncesindeki üç aylık takipçi sayısındaki artış ortalama 2 bin 700 civarında seyretmektedir. 7 Ekim sonrasındaki takipçi sayısındaki artışa bakıldığında oldukça yüksek bir oranda artış olduğu görülmektedir. Aşağıda yer alan 8 haftalık ve aylık artışları gösteren grafiklere bakıldığında 7 Ekim olaylarının gönderilere paralel şekilde Naftali'nin takipçi sayısında önemli derecede bir değişim gözlemlenmektedir.

Tablo 12. Hananya Naftali'nin X hesabında yer alan takipçilerine ilişkin 7 Ekim öncesi ve sonrasına ait sayılar

Hesap Sahibi: Hananya Naftali	7 Ekim ve Sonrasında 8 Haftalık Takipçi Artışı	7 Ekim Öncesi 3 Aylık Takipçi Artışı	7 Ekim Sonrası Üç Aylık Takipçi Artışı
Toplam	201,676	8,009	208,021



Grafik 9. Takipçi sayısındaki haftalık ve aylık artış

3.2. Etkileyicilerin Biz/Onlar Çatışması

Çalışmada incelenen hesapların paylaşımları, hesap sahiplerinin destekledikleri tarafı (biz) öven ve eylemlerini olumlu bir şekilde öne çıkaran, karşıtı oldukları tarafı (onlar) ise yeren ve olumsuz olarak sundukları içeriklerden oluşmaktadır. Sosyal medya platformlarında, etkileyiciler belirledikleri pozisyonlar doğrultusunda belirli anlatılar inşa etmektedirler. Bu bağlamda, destekledikleri grubu 'mağdur' veya 'kahraman' olarak sunarken, karşıt grubu ise 'zalim' veya 'tehdit unsuru' olarak konumlandırmaktadırlar. Dijital medya çalışmalarında bu tür ikili karşıtlıkların toplumsal algıyı nasıl şekillendirdiği üzerine yapılan araştırmalar, bu tür söylemlerin çatışma ve kutuplaşmayı derinleştirdiğini göstermektedir (Aydın, 2024).

Etkileyicilerin gönderileri arasında en çok öne çıkan tema biz/onlar karşıtlığını sergileyen temalardır. 'Biz' varlığını 'ötekini' varlığına borçludur. Çünkü oluşturulan ideolojik birlikle taraflar kendi varoluşlarını tescillemiş bulunmaktadır. İdeolojik bir birliktelik oluşturulduğu için grup üyeleri kendilerini güvende hissetmekte ve diğer üyelerini önemsemektedirler. Aynı ideolojik grupta olan bireyler kendi ideolojilerini meşru görmektedirler. İdeolojiler grup üyelerinin söylemlerini nasıl oluşturmaları gerektiğine de etkiye bulunur. Van Dijk'in de (2003) belirttiği üzere birisine özgürlük savaşçısı, isyancı ya da terörist deyip demememiz böyle bir insan hakkındaki düşüncemize oldukça bağlı olan sözlüksel seçimimizle ilgilidir ve böyle bir düşünce de sırasıyla ideolojik konumumuza ve o kişinin ait olduğu grup hakkındaki tutumlarımıza bağlıdır. İdeolojinin söylemde yer edinmesi sonucunda çeşitli kodlamalar ile birtakım öğeler ideoloji içerisine olumlu bir şekilde eklemlenirken, bazıları ise dışarıda bırakılıp olumsuz anlamlar yüklenmektedir. Bu da tarafların kendi anlamlarını üretirlerken, dışladığı, reddettiği konu, olay veya kişiyi oluşturarak kendilerini konumlandırmaları sebebiyle oluşturulmaktadır (Dursun, 2001). Bu sayede "biz ve onlar" karşı tarafı oluşturarak kendilerine meşruluk kazandırmaya çalışmaktadırlar. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus gönderilerin siyasi bir yanlılıktan öte ahlaki bir tutum çerçevesinde sunulması yani mağdur/zalim ya da mert/namert gibi doğru ve yanlış üzerine inşa edilmesidir. Nitekim Mouffe'un da (2005) vurguladığı gibi;

"Bugünlerde olan şey, politik olanın ahlaki kayıtlarda yer almasıdır. Başka bir deyişle, hala bir biz/onlar ayrımından ibarettir, ancak biz/onlar, siyasi kategorilerle tanımlanmak yerine, artık ahlaki terimlerle"

kurulmaktadır. ‘Sağ ve sol’ arasındaki mücadele yerine ‘doğru ve yanlış’ arasındaki mücadele ile karşı karşıyayız.”

“Biz” ve “onlar”, sadece iki ayrı grubu değil, tamamıyla farklı iki tutum arasındaki duygusal bağlanma ve antipati, güven ve kuşku, güvenlik ve korku, iş birliği ve çekişme arasındaki ayrımı temsil etmektedir. Grup üyesi açısından “biz” aidiyet hissedilen grup anlamını taşımaktadır. Dolayısıyla kişi grup içindeyken yaşananları anlar ve kendini güvende hisseder. Buna mukabil “onlar” ise tersine aidiyet hissedilmeyen, belirsizliğin olduğu ve yaşananların kestirilemez oluşuna bağlı olarak korkutucu bir yapıya sahiptir. Netice itibarıyla “biz” ve “onlar”, gerek içinde bulunulması gerekse tanımlanması noktasında çatışmayla birbirini var eden iki zıt grup şeklinde anlam bulmaktadır (Bauman, 2010).

Hesap sahipleri hedef kitlelerinin beklentilerini karşılamak adına düzenli olarak paylaşım yapmaktadır. Bu anlamda yaşananlarla ilgili olarak güncel gelişmeler ve durum paylaşımları ile hedef kitleye enformasyon akışını canlı tutmaktadırlar. İncelenen gönderilerde etkileyicilerin “biz” ve “onlar” bağlamında çeşitli içerikler oluşturdukları görülmüştür. Bu doğrultuda dost/düşman, mağdur/saldırgan, doğru/yanlış ve tarihsel arka plan şeklinde kategorilerde paylaşımlar yapmışlardır. Karşıt olarak konumlandıkları kişiler, kurumlar ve devletler hakkında olumsuz bir çerçevede sürekli olarak içerik üretmekteler ve herhangi bir çekingenlik göstermeden sataşmaktadırlar (küfretmek gibi). Ayrıca biz ve onlar çatışması bağlamında Filistin ya da Hamas / İsrail, ABD, İngiltere, AB vb. tarafların (dost) ve taraftarların (düşman) kimler olduğu sürekli bir şekilde vurgulanmaktadır. “Biz” ve “onlar” karşıtlığıyla ilgili etkileyiciler ayrıca savundukları tarafa ait sembollerle grup aidiyetine vurgu da yapmaktadırlar.

3.2.1. Dost/Düşman

Filistin İsrail çatışması bağlamında devletlerin pozisyonları çatışmanın farklı aşamalarına ve uluslararası gelişmelere bağlı olarak değişiklik gösterse de genel olarak devletler belli bir duruş sergilemişlerdir. Bu anlamda Türkiye, İran, Katar, Malezya gibi ülkeler gerek Filistin yönetimiyle gerekse Hamas’la sık sık temas kurmuş ve desteklerini açıklamışlardır. Buna mukabil başta ABD olmak üzere Almanya, İngiltere, Fransa, Kanada, Avustralya gibi ülkeler çatışmalar bağlamında İsrail’i destekleyen açıklamalarda bulunmuşlardır. Mısır Rusya ve Suudi Arabistan ise hem İsrail hem de Filistin’le ilişkilerini belli dengeleri gözeterek sürdürmektedir: Mısır çatışma dönemlerinde arabulucu, Suudi Arabistan Filistin’i desteklerken İsrail ile normalleşme sürecinde, Rusya ise genellikle arabulucu rolünde yer almaktadır (*İsrail-Filistin sorunu*, 2023; *İsrail-Filistin’deki gelişmelere dünyadan tepkiler*, 2023). Etkileyiciler, biz ve onlar karşıtlığını devletler bağlamında ele alarak pozisyonlarını belirlemeye çalışmışlardır. Bu anlamdaki dost/düşman kategorisinde yer alan gönderilere ilişkin örnekler aşağıda yer almaktadır:



Görsel 3. Örnek gönderi

Görsel 3'te Almanya Başbakanı Olaf Scholz'un içinde bulunduğu uçağın İsrail'den Mısır'a hareket etmeye hazırlandığı sırada Ben Gurion Havaalanı'nda siren seslerinin yükselmesi ile tahliye edilmesi ve uçaktan indikten sonra uçağın yanında yolcuların güvenlik için yere uzanmasının konu edinildiği görüntüler Jackson Hinkle tarafından şöyle eleştirilmiştir: "Alman Şansölyesi'nin İsrail'deki maiyeti, İsrail havaalanından ayrılmadan önce "Hamas füzelerinin altında eğildikleri" bir viral video yayımladı. Tek sorun? Dramatik performansları, sanki hiçbir şey olmuyormuş gibi arka planda dolaşan insanları yanlışlıkla yakaladı." Hinkle, çatışma sürecinde Almanya'nın Filistin/Hamas karşıtı pozisyonunu belli etmesini dezenformasyon üretmesine bağlamaktadır. Çünkü Almanya Başbakanı devleti temsil etmekte ve Almanya, Filistin/Hamas'ın sivillere saldırdığını dolayısıyla İsrail'in yaşadığı mağduriyeti kendisi de mağduriyet yaşarken göstermeye çalışmaktadır.



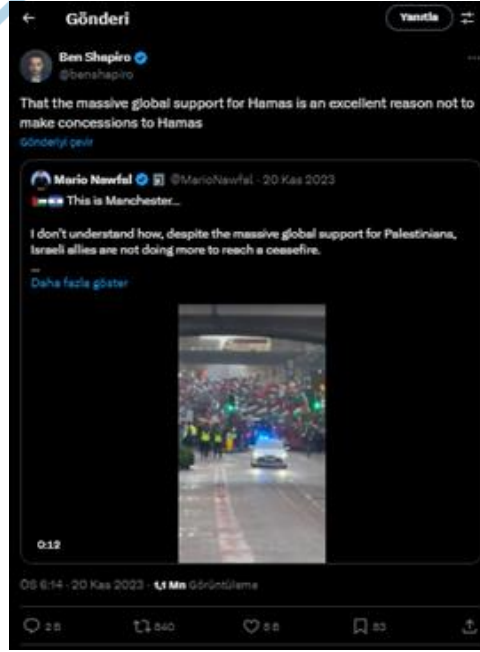
Görsel 4. Örnek gönderi

Görsel 4’te Loupis de kendisine ve dolayısıyla takipçilerine karşıt olarak konumlandığı Amerika, İngiltere, İsrail ve Fransa devlet başkanlarının fotoğraflarıyla “terörist” kavramının ve bu kavramı temsil edenlerin yeniden değerlendirilmesi gerektiğini, “sarık” takanların değil sarıksız olarak dünyayı terörize edenlerle ilgili yeni bir bakış açısı kazanılmasının gerekliliğini vurgulamaktadır. Loupis gönderisinde şunları söylemektedir: “Teröristlerin böyle görüldüğüne inanmaya zorlandık. Artık dünya terörizmin gerçek yüzünü biliyor.”



Görsel 5. Örnek gönderi

Hinkle ve Loupis’in düşüncelerine karşıt bir pozisyon belirleyen Hananya Naftali ise Görsel 5’te İsrail’in düşmanı olarak konumlandığı Türk halkına tepki göstermektedir. “İsrail’e ölüm” sloganının yer aldığı görüntüyle açık bir şekilde “biz ve onlar” karşıtlığı söylemini kurmakta ve gönderisinde şunları söylemektedir: “Türkiye’deki çocuklara cihat çağrısı ve “İsrail’in ölümü” öğretiliyor. Bu bir NATO müttefiki.” Mesajında “Türkiye’deki çocuklara ... öğretiliyor” ifadesiyle kim, kim tarafından, kime soruları cevapsız bırakılarak genelleyici bir anlam üretildiği, dolayısıyla Türkiye’nin İsrail’e ilişkin yaklaşımının düşmanca olduğu vurgulanmıştır.



Görsel 6. Örnek gönderi

Kendisi de bir etkileyici olan Mario Nafwal'ın küresel çapta İsrail'in saldırılarının protesto edildiğine ilişkin atmış olduğu gönderiye cevap veren Ben Shapiro adeta "dünya halklarını" karşısına almaktadır. Shapiro, Mario Nafwal'ın "Burası Manchester... Filistinliler için küresel çapta büyük desteğe rağmen, İsrailli müttefiklerin ateşkese ulaşmak için daha fazla şey yapmamalarını anlamıyorum. Neyi kaçıyorum?" gönderisine "Hamas'a verilen büyük küresel destek, Hamas'a taviz vermemek için mükemmel bir nedendir." şeklinde bir cevapla Mario Nafwal'ın Filistinliler vurgusunu Hamas şeklinde sunarak savaşın küresel tepkiye rağmen devam etmesi gerektiğini öne çıkarmaya çalışmaktadır.

3.2.2. Mağdur/Saldırgan

X üzerinden yapılan paylaşımlarda etkileyiciler genellikle "biz" ve "onlar" arasındaki çatışmayı savundukları taraf açısından keskin bir ayrım ile dile getirmektedirler. Bu anlamda İsrail karşıtı olan etkileyiciler İsrail'i işgalci, baskıcı, gaddar vs. şeklinde göstermeye çalışırken Filistin'i mağdur, kurban, olarak konumlandırmaktadır. Öte yandan İsrail yanlısı etkileyiciler ise İsrail'in kendini savunma, güvenliğini sağlama hakkına sahip olduğunu ve Hamas'ın sivillere saldırarak onları kurban ettiğini ve Hamas'ın "terörist" olduğunu gönderilerine yansıtmaktadır.

Jackson Hinkle'nin öne çıkarmaya çalıştığı görüntüler genellikle yaralanmış ya da ölmüş olan sivillerin (özellikle çocuk ve kadınlar) görüntüleri olduğu için gönderilerinde inşa ettiği söylem daha çok duygulara hitap etmektedir. Yaşanan krizin boyutlarının savunulur bir tarafının olmadığını hem kendi takipçilerine hem de karşıtı olarak konumlandığı Amerikalı ve İsrailli yöneticilerin yanı sıra Ben Shapiro gibi öne çıkan İsrail destekçisi etkileyicilere göstermeye çalışmaktadır.

Aşağıdaki gönderi örneklerinin ilkinde hayatını kaybetmiş bir çocuğun ve ağlayan yakınlarının görüntüleriyle birlikte Hinkle'nin gönderdiği mesajda "Eğer bu olay İsrail'de gerçekleşseydi @benshapiro'nun tepkisinin ne olacağını hayal edebilir misiniz?" sorusu yer almaktadır. İkinci gönderide ise yaralanmış çocukların tedavi edilme süreçlerinin görüntüsüyle "Bunu nasıl savunursun @benshapiro?" sorusu yer almaktadır. Gönderilerde özellikle çocukların ölü ve yaralı bir şekilde gösterilmesi mağduriyetin boyutlarını takipçilere iletmektedir. Bununla

birlikte yaşananların hiçbir şekilde savunulamayacağı vurgulanmaktadır. Mağduriyetin yanı sıra benzeri bir olayın İsrail’de yaşanması ihtimalinin sonucu da mesaj olarak takipçilere iletilmektedir. Bu doğrultuda İsrail’in saldırganlığı Ben Shapiro dolayımıyla anlatılmaya çalışılmıştır.



Görsel 7. Örnek gönderiler

Benzer bir yaklaşımı da Dr. Maria Loupis sergilemektedir. Savaşın tarafı olarak Filistin halkını gösteren Loupis, İsrail ordusunu terörist, işgalci ve saldırgan olarak göstermektedir. İsrail’in uluslararası hukuku ihlal ettiğini ve IDF’nin (İsrail Savunma Kuvvetleri/İsrail Ordusu) masum halka karşı bir savaş yürüttüğünü söylemektedir. Yaşanan mağduriyeti ortaya koymak adına Loupis, gönderisinde Hamas’ın doğrudan IDF ile savaştığını bu karşın IDF’ni ise doğrudan çocuklar, kadınlar, basın ve masum halka karşı savaştığını ve bu sebeple kimin terörist olduğunun açıkça ortada olduğunu vurgulamaktadır. Bunun yanı sıra Loupis, Uluslararası Adalet Divanı’nı etiketleyerek “nerede olduğunu, yaşananlara müdahale etmek için neden harekete geçmediğini” sormaktadır. Çünkü yaşananları resmetmesi açısından tedavi görmekte olduğu anlaşılan bir çocuğun içler acısı fotoğrafı “İsrail bir savaş suçlusudur” ifadesiyle verilmektedir. Böylece dünyanın yaşananlara sadece seyirci kaldığı vurgulanmaktadır. Özellikle çocukların görsellerinin kullanılması masumiyeti temsil etmesi açısından oldukça etkileyicidir.



Görsel 8. Örnek gönderiler

Ben Shapiro’nun sosyal medya söylemi, Hamas’ı çatışmaların temel faili olarak çerçeveselendirme stratejisine dayanmaktadır. Dijital medya analizlerinde, belirli grupların

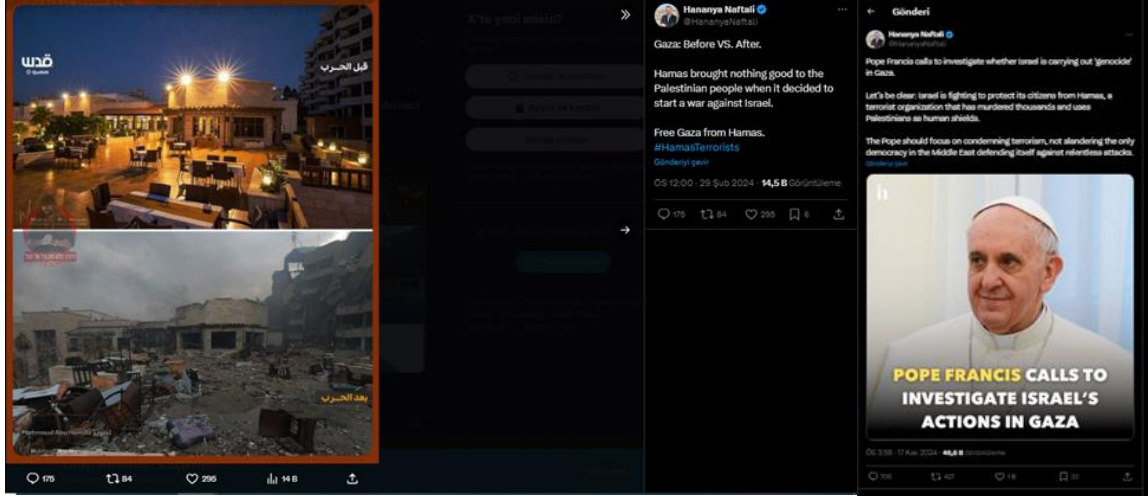
sistematiik biçimde kriminalize edilmesi ve çatışmalardaki sorumluluğun tek taraflı olarak aktarılması, propaganda ve dezenformasyon çalışmaları bağlamında ele alınmaktadır (Aydın, 2024). Shapiro, çatışmaların sebebi olarak gördüğü Hamas'a odaklanarak sivil ölümlere ilişkin yorum yapmaktan kaçınmaktadır. Kendisi de önemli bir etkileyici olan Mario Nawfal'ın -ki genellikle haber kanallarının son dakika olarak yayımladığı haberleri paylaşmaktadır- "BM Filistin İnsan Hakları Özel Raportörü: Yaşananlardan dehşete düşmüş durumdayız ve ateşkes çağrısı yapıyoruz." şeklindeki kaynağı El Cezire olan ve Gazze'deki patlamaları gösteren tweetine Shapiro, "Ve hemen s... gidebilirler" mesajıyla yanıt vermektedir. Böylece Gazze'de yaşayanların tamamını Hamas mensubu olarak gördüğünü dolayısıyla yaşananların normal karşılanması gerektiğini iletmeye çalışmaktadır. Çünkü Ben Shapiro'ya göre sivilleri öldüren ya da onların ölümüne neden olan tek odak Hamas'tır. Aşağıdaki ikinci gönderide Hamas olarak kurgulanan kişinin sivillere ateş ederek öldürdüğünü gösteren Shapiro, görselin devamında ironik bir üslupla "Yahudiler bunu neden yapıyor?" sorusunu ekleyerek Hamas'ın sivilleri öldürdüğünü ve suçu "Yahudilere" yüklediğini takipçilerine göstermeye çalışmaktadır. Bunun yanı sıra "kafası kesilen bebekler" olarak gündemi meşgul eden ancak bunun bir propaganda olduğu netlik kazanan (*Despite refutations ...*, 2023) durumla ilgili atmış olduğu tweetle büyük bir tepki çekmiştir. "Bebeklerin kafasını kesen, bunu kutlayan ve sonuçlarından kaçınmak için kendi çocuklarının arkasına saklanan teröristlerle, sivil kayıpları önlemeye çalışan askerler arasındaki farkı göremiyorsanız, "ahlaki açıdan gelişmiş" değilsiniz demektir. Siz bir aptalsınız ve üstelik tehlikeli bir aptalsınız." Mesajda da görüldüğü üzere Shapiro, saldırgan olarak konumlandığı Hamas'ın çocuk katleden ve bunu kutlayan bir yapı olduğunu öne sürmekte, buna mukabil sivil kayıpları önlemeye çalışanların IDF birlikleri olduğuna ilişkin mesaj vermekte ve bunu görmenin ahlaki bir durum olduğunu dile getirmektedir.



Görsel 9. Örnek gönderiler

Hananya Naftali de Ben Shapiro gibi yaşananlardan Hamas'ı sorumlu tutarak mesajlarını inşa etmekte ve savaşın yıkımına ilişkin bakış açısını değiştirmeye çalışmaktadır. Aynı noktadan çekilmiş iki fotoğrafta Gazze'deki bir lokasyonun öncesi ve sonrası arasındaki farkı göstererek Hamas'ın sebep olduğunu öne sürdüğü durumu mesajına yansıtmaktadır. Naftali mesajında "Gazze: Öncesi ve Sonrası. Hamas, İsrail'e karşı savaş başlatmaya karar verdiğinde Filistin halkına hiçbir iyi şey getirmedi. Gazze'yi Hamas'tan kurtarın." şeklindeki ifadenin yanısıra #HamasTerrorists etiketini de kullanmaktadır. Filistin halkının yaşadığı sıkıntının kaynağı olarak gördüğü Hamas'tan Filistin halkının kurtarılması gerektiği mesajını vermeye çalışmaktadır. Naftali başka bir gönderisinde de Papa'nın (Pope, 2024) İsrail'in Gazze'de gerçekleştirdiği soykırıma ilişkin kanıtlar olup olmadığının araştırılması gerektiği şeklindeki talimatına

odaklanarak bunun bir “iftira” olduğunu ileri sürmektedir. Naftali’ye göre asıl araştırılması gerekenin Hamas’ın binlerce kişi öldürmesi ve gerçekleştirdiği “terör” eylemleridir. Dilsel nüanslar içeren mesajı şöyledir: “İsrail, binlerce kişiyi katleden ve Filistinlileri insan kalkını olarak kullanan bir terör örgütü olan Hamas’tan vatandaşlarını korumak için mücadele ediyor. Papa, Ortadoğu’da kendini amansız saldırılara karşı savunan tek demokrasiye iftira atmak yerine terörizmi kınamaya odaklanmalı.”



Görsel 10. Örnek gönderiler

3.2.3. Doğru/Yanlış ve tarihsel arka plan

X üzerinde en çok karşılaşılan söylemlerden bir diğeri de mesajı paylaşan etkileyicinin kendi duruşunun ahlaki ve doğru olduğunu savunması şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Filistin destekçisi olan etkileyiciler Filistin’in bağımsızlık mücadelesinin haklı ve adalet temelinde olduğunu öne sürmektedirler. İsrail’i destekleyenler ise İsrail’in güvenliğinin önemine vurgu yaparak haklı bir duruş sergilediğini belirtmektedirler. Ayrıca dezenformasyonun yaygın olduğu sosyal medya ortamında her iki taraf da öne sürülen iddiaların manipülasyon ve yanıltıcı içerik barındırdığını da dile getirmektedir. Bununla birlikte sosyal medyanın yanı sıra konvansiyonel medya üzerinden algı yönetimi yapıldığı ve savunulan tarafın haklarının göz ardı edildiği savunulmaktadır. Filistin yanlısı etkileyiciler, Batı medyasının İsrail’in işlediği suçları görmemezlikten geldiğini ifade ederken İsrail taraftarı etkileyiciler Filistin’in terörü meşrulaştıran eylemlerinin göz ardı edildiğini ileri sürmektedirler.

Uluslararası hukuk çerçevesinde Filistin yanlısı olan etkileyiciler İsrail’in hukuk tanımaz olduğunu ve uluslararası hukuku hiçe sayarak ihlal ettiğini ve Filistinlilerin haklarının gasp edildiğini vurgulamaktadır. İsrail yanlısı etkileyiciler ise uluslararası hukuk çerçevesinde İsrail’in meşru müdafaa hakkının bulunduğunu ve güvenliğini sağlamak için evrensel normlara uyduğunu vurgulamaktadırlar.

Filistin-İsrail arasındaki savaşın kökenine ilişkin mesajlar da oldukça sık bir şekilde gündeme gelmektedir. Filistin yanlısı etkileyiciler çatışmanın “şimdi” değil 1948’den beri süregelen ve Filistinlileri zorla yerinden eden İsraililerden kaynaklandığını vurgulamaktadırlar. İsrail yanlıları ise Yahudilerin geçmişte bu topraklarda yaşadıklarını ve tarihi yurtlarına geri döndüklerini dolayısıyla haklı olduklarını savunmaktadırlar. Bu başlık altında birkaç örnek vermek konunun daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Konvansiyonel medya üzerinden yapılan yayınlar zaman zaman eşanlı olarak yayımlanmaktadır. Bununla birlikte konvansiyonel medyada üretilen bir yayın daha sonra kolaylıkla sosyal medyaya da servis edilebilmektedir. Bu bağlamda sosyal medya üzerinde karşılaşılan bu tür içerikler medya organlarının takipçilerine de ulaşabilmektedir. Böylece daha geniş bir kesime hitap etme imkânı elde edilmektedir.

Piers Morgan tarafından sunulan programda “40 bebek öldürüldü ve bazılarının kafası kesildi. Hangi insan bunu bir bebeğe yapabilir” (*Jackson Hinkle vs*, 2023) şeklindeki sözleri gerek sosyal medyada gerekse konvansiyonel medyada önemli bir gündem haline gelmişti. Bu konuyla ilgili olarak Batı medyasının programlarını yalanlar üzerine kurduğunu söyleyen Hinkle konu ile ilgili Morgan’ı etiketleyerek “Neden kafası kesilmiş 40 bebek hakkında YALAN söyledin ve sonra sanki HİÇBİR ŞEY SÖYLEMEMİŞ GİBİ davrandın?” sorusunu sormuştur. Yalan ve hiçbir şey söylememiş gibi” ifadelerini büyük karakterlerle yazarak takipçilerine Morgan’ın yani Batı medyasının yalan ürettiğini söylemeye çalışmaktadır.

Konuyla ilgili T.C. İletişim Başkanlığı tarafından yayımlanan raporda “Hamas’ın 40 bebeğin kafasını kestiği” iddiasının ilk olarak bir İsrail televizyon kanalı tarafından ortaya atıldığı söylenmektedir. Ancak bu haberi doğrulayacak herhangi bir bilgi veya belge sunulmadığı raporda yer almaktadır. Anadolu Ajansı, İsrail ordu yetkililerine ulaşarak iddiayı sormuş ve iddiayı destekleyecek bir kanıt bulunmadığı söylenmiştir. Raporda;

“ABD Başkanı Joe Biden iddiayı tekrarlayarak kafaları kesilmiş bebeklerin görüntülerini gördüğünü” söyledikten sonra, ABD medyası iddiayı doğrulamak için Beyaz Saray’a ulaşmıştır. Washington Post, Beyaz Saray’dan iddia hakkında bilgi istendiğini ve bir sözcünün ne Biden’ın ne de ABD yetkililerinin “kafaları kesilmiş bebeklerle ilgili görüntüleri görmediğini veya bu tür haberleri bağımsız olarak doğrulamadığını” belirttiğini bildirdi” ifadeleri yer almaktadır (Disinformation Bulletin Edition: 97, 2023).



Görsel 11. Örnek gönderiler

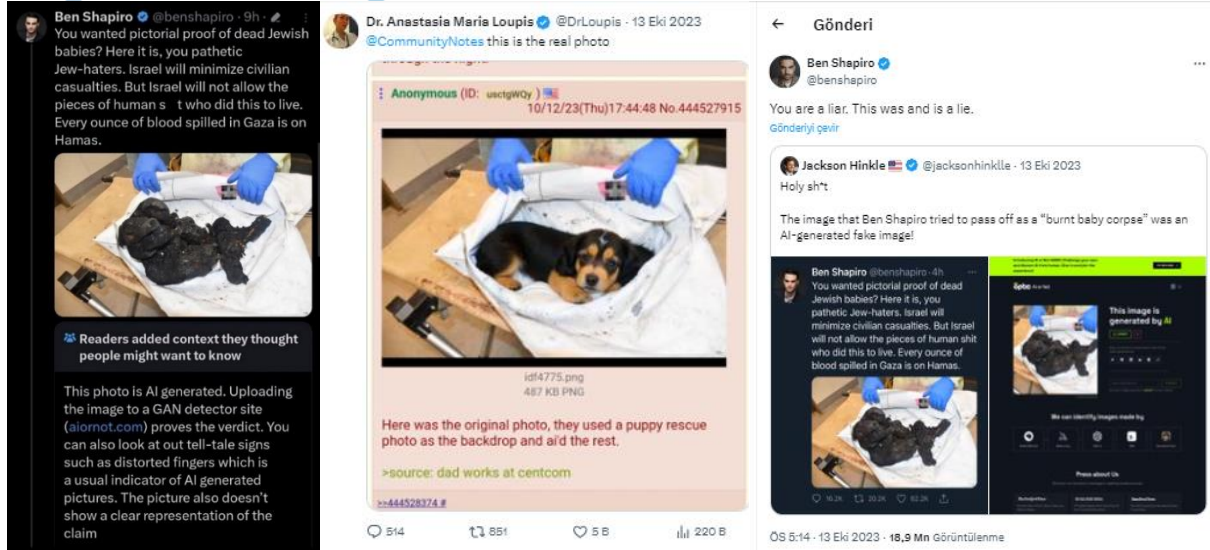
Ben Shapiro da konvansiyonel medyayı tıpkı Hinkle gibi hedefine almıştır. Gazze’de yaşanan katliamlarla ilgili CNN’de yayımlanan ve X üzerinden takipçilere de gönderilen haberde CNN, çocuk ölümlerinden bahisle Gazze’de yaşananların “felaket” boyutuna dikkati çekmektedir: “12.800 çocuğun ölümünü kavramak zor. Stüdyo duvarlarımıza çocuk figürleri astık- savaş sırasında Gazze’de öldürülen her çocuk için bir tane. Hava saldırılarından ve şimdi de yetersiz

beslenme ve susuzluktan ölüyorlar. İşte onların hikayelerinden bazıları.” ifadeleri yer almaktadır. Hal böyleyken Shapiro çocuk ölümleriyle ilgili verilen rakamları ve yaşanacak olası felaketi görmemezlikten gelerek “düşman yani onlar” olarak konumlandığı Hamas’ı ön plana çıkarmaya çalışmaktadır. Shapiro habere cevaben şunları söylemektedir: “Hamas’ın medyadaki müttefikleri onları kurtarmak için yoğun çaba harcıyor.” Bu bağlamda Shapiro “biz ve onlar” karşıtlığına ilişkin Gazze halkını ve ölen çocukları Hamas’la eşdeğer görerek mesajlarını inşa etmektedir.



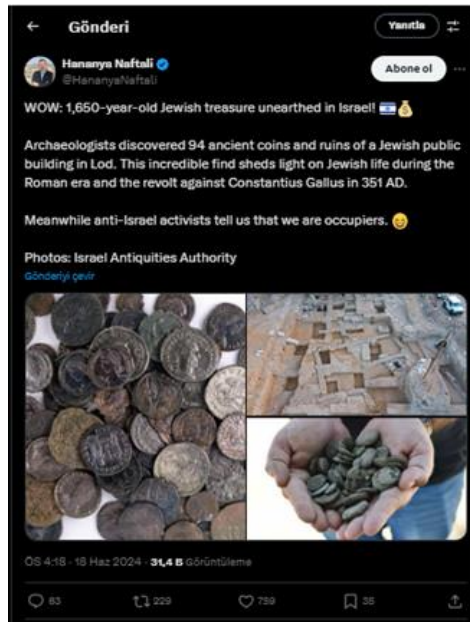
Görsel 12. Örnek gönderi

Filistin-İsrail çatışmasında İsrail yanlısı yorumları ile tanınan Shapiro, ayrıca “yanmış Yahudi bir bebeğe” ait olduğunu iddia ettiği bir fotoğraf paylaştığı için dünya kamuoyunda tepkiyle karşılanmıştır. Yayımlanan fotoğrafın yapay zekayla üretildiğini öne süren birçok gönderi paylaşılmıştır. Shapiro'nun gönderisi, başlangıçta görüntünün yapay zekâ (AI) tarafından oluşturulduğuna dair bir uyarı notunu tetiklemiştir. Bunun yanı sıra Anastasia Maria Loupis ve Jackson Hinkle da yapay zekâ aracılığıyla hazırlandığı söylenen fotoğrafın orijinal kaynağını paylaşmıştır. Buna karşın suçlamaları reddeden Shapiro, yapay zekâ içerik algılayıcılarının her zaman doğru sonuç vermediğini söylemiştir. Ayrıca Shapiro da kendisine X ve çeşitli sosyal medya platformlarında saldıran ve olumsuz gönderiler yayımlayan Hinkle’a benzer şekilde cevap vermeye çalışmaktadır.



Görsel 13. Örnek gönderiler

İsrail yanlıları yaşanan çatışmada haklılıklarını ve bölge üzerinde hak sahibi olduklarını sıklıkla dile getirmektedirler. Bu bağlamda Yahudilerin geçmişte Filistin topraklarında yaşadıklarını ve bu toprakların asıl sahipleri olduklarını vurgulamaktadırlar. Tarihi bir hak olarak gördükleri bu topraklarla ilgili öne çıkarılan mesaj yurtlarına geri döndükleri şeklindedir. Örneğin Hananya Naftali bu konuyla ilgili sık sık paylaşım yapmaktadır. Çatışma sürecinde atmış olduğu gönderide Yahudiler tarafından inşa edilen yapıların kalıntılarından ve o dönemde kullanılan antik sikkelerden bahsetmektedir. Mesajda öne çıkan ifade ise “İsrail’de 1.650 yıllık Yahudi hazinesi ortaya çıkarıldı! ... İsrail karşıtı aktivistler bize işgalci olduğumuzu söylüyorlar. 😊.” şeklindedir.

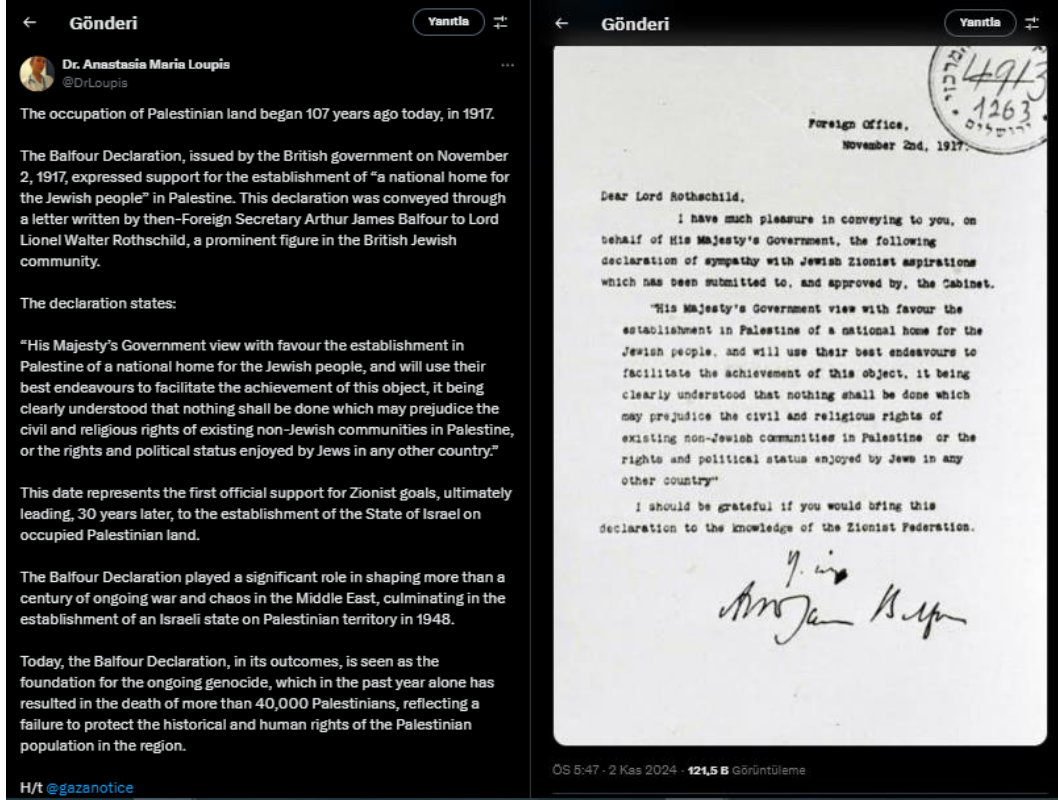


Görsel 14. Örnek gönderi

Filistin yanlısı etkileyiciler ise tarih üzerine inşa edilen söylemlerde genellikle savaşın asıl sebebini 1. Dünya Savaşı sonrasında gelişen ve 1948’de kurulan “İşgalci İsrail” devleti olarak göstermektedirler. Savaşın kökenine ilişkin mesajlarda etkileyiciler çatışmanın “şimdi” değil 1948’den beri süregelen ve Filistinlileri zorla yerinden eden İsrailiilerden kaynaklandığını

vurgulamaktadırlar. Bu bağlamda Dr. Anastasia Maria Loupis 1900'lerin başında kaosun ve kargaşanın olmadığı Filistin topraklarında İngilizlerin desteklemesiyle kurulan İsrail'le birlikte sorunların baş gösterdiğini vurgulamaktadır.

"İngiliz hükümeti tarafından 2 Kasım 1917'de yayımlanan Balfour Deklarasyonu, Filistin'de "Yahudi halkı için ulusal bir yuva" kurulmasına destek ifade ediyordu. ... Bu tarih, Siyonist hedeflere ilk resmi desteği temsil ediyor ve nihayetinde 30 yıl sonra işgal altındaki Filistin topraklarında İsrail Devleti'nin kurulmasına yol açtı. Balfour Deklarasyonu, Orta Doğu'da bir asırdan fazla süren savaş ve kaosun şekillenmesinde önemli bir rol oynamış ve 1948'de Filistin topraklarında bir İsrail devletinin kurulmasıyla sonuçlanmıştır. Bugün, Balfour Deklarasyonu, sonuçları itibarıyla, sadece geçen yıl 40.000'den fazla Filistinlinin ölümüne yol açan ve bölgedeki Filistin nüfusunun tarihi ve insan haklarını korumadaki başarısızlığı yansıtan, devam eden soykırımın temeli olarak görülmektedir."



Görsel 15. Örnek gönderi

Sonuç

Çalışmada incelenen hesaplardan yapılan paylaşımlar hesap sahiplerinin desteklediği tarafı öven, eylemlerini olumlu olarak öne çıkaran, bazı durumlarda onları mağdur, mazlum ve zayıf, bazı durumlarda ise güçlü, başarılı ve dirayetli olarak gösteren paylaşımlar yapmaktadırlar. Hesap sahipleri karşıtı oldukları tarafı ise yeren, eylemlerini olumsuz olarak öne çıkaran, bazı durumlarda onları zalim, gaddar ve insanlıktan çıkmış, bazı durumlarda ise onlara karşı mücadeleyi teşvik edici yol ve yöntemleri hesaplarından paylaşmaktadırlar.

Hesap sahipleri hedef kitlelerinin beklentilerini karşılamak adına düzenli olarak paylaşım yapmaktadır. Bu anlamda yaşananlarla ilgili olarak güncel gelişmeler ve durum paylaşımları ile hedef kitleye enformasyon akışını canlı tutmaktadırlar. Karşıt olarak konumlandıkları kişiler, kurumlar ve devletler hakkında olumsuz bir çerçevede sürekli olarak içerik üretmekteler ve herhangi bir çekingenlik göstermeden sataşmaktadırlar (küfretmek gibi). Ayrıca biz ve onlar

çatışması bağlamında Filistin/Hamas-İsrail/ABD/İngiltere/AB tarafların ve taraftarların (düşmanların) kimler olduğu sürekli bir şekilde vurgulanmaktadır.

Hesap sahiplerinin pozisyonlarını belirtmek açısından yapmış oldukları paylaşımların genelinde önem verdikleri hususlardan biri de tutarlı bir dil kullanıyor olmalarıdır. Bu anlamda düzenli ve dengeli bir paylaşım grafiği çizdikleri söylenebilir. Bunun yanı sıra takipçilerin tepkisini çekmemek ve takipçileri yormamak adına pozisyonları gereği gereksiz ve ilgisiz paylaşımlardan da kaçındıkları belirtilebilir. Bununla birlikte etkileyiciler, takipçileriyle etkileşimlerini arttırmak ve bir tür bağ kurmak adına başka hesaplardan atılan gönderileri etiketleme, atılan bir gönderiye cevap verme ya da hesaptan bağımsız olarak atılan bir gönderiye olumsuz olanlara cevap verme, olumlu olanları ise beğenme gibi yollara başvurmaktadırlar.

Etkileyiciler yapmış oldukları paylaşımlarla, kısa sürede beğeni ve yeniden gönderme (repost) ile takipçilerin anasayfa zaman akışında görülebildiği için takipçilerin bağlantılı olduğu kullanıcılar tarafından da görülerek kısa sürede gündemde öne çıkabilmektedir. Ayrıca etkileyiciler gönderileriyle -gerek karşıtı oldukları etkileyiciler gerekse herhangi bir etkileyici olsun- dünyaca ünlü birinin tek bir gönderisini kullanarak yüz binlerce beğeni ve milyonlarca görüntüleme çekebilmektedirler. Bu yolla daha geniş kitlelere ulaşabildikleri için gönderileri önemli bir reklam noktasına dönüşebilmektedir. Ünlülerin gönderilerinin ulaştığı ek erişim göz önüne alındığında, ünlü gönderilerinin altındaki yorumlar genellikle kendi mesajlarını daha geniş bir kitleye yaymaya çalışan hesaplar tarafından kullanılmaktadır. Etkileyiciler bu anlamda hem kendi aralarında hem de başka geniş takipçiye sahip hesaplarla etkileşim kurmaktadır. Birbirlerine sataşarak ya da sorular sorarak gönderilerinin altındaki yorum bölümünü küresel ilgi ve geniş görünürlük için kullanılabilmektedirler.

Hesapların verileri göz önüne alındığında görülmektedir ki 7 Ekim sonrasında hesap sahiplerinin gerek takipçi sayılarında gerekse gönderilerinde artış yaşandığı söylenebilir. Gönderiler arasında şiddet mağdurları, çatışmalardan etkilenen yerleşim yerleri, dünya çapındaki protestolar ve dünya liderlerinin krize ilişkin açıklamaları yer almaktadır. Bu hesapların kullandığı görseller genellikle ölü ve yaralıların videoları ve fotoğrafları gibi izleyicileri rahatsız edebilecek, duygusal yükü ağır görüntülerdir. Elbette hesap sahiplerinin atmış oldukları gönderileri belirli saiklerle yaptıkları söylenebilir. Bu bağlamda etkileyiciler ellerinde tuttıkları takipçi desteğiyle savundukları değerler, doğrunun yanında yer alma çabası, vicdani olarak kendini rahatlatma ya da yaşananlara karşı duruş sergileyerek kamuoyu desteğiyle olayları yatıştırma ve karşıt oldukları kişi, kurum ve devleti cezalandırma çabası içinde oldukları ifade edilebilir.

Sosyal medyanın etkileyicilere maddi bir güç kazandırdığı da mümkündür. Nitekim 7 Ekim çatışması gibi olağanüstü durumlar, geniş kitleleri belli bir yöne doğru kanalize edebilme potansiyeli taşımaktadır. Bu potansiyel de elbette belli kesimler tarafından ticari bir araç olarak kullanılmaktadır. 7 Ekim sonrası Caulfield ve arkadaşları (2023) tarafından yapılan çalışmada X'in "yeni elitlerinin" bu ticari yönüne değinilmiştir. Çalışmada 7 hesaptan atılan tweetler üç gün (7 Ekim - 10 Ekim) boyunca incelenmiş ve bu süre zarfında konvansiyonel medya hesapları (NYTimes, iki CNN hesabı, iki BBC hesabı ve Reuters) üzerinden atılan tweetlere göre daha yüksek görüntülenme topladıkları tespit edilmiştir. Konvansiyonel medya hesapları üzerinden atılan 298 tweet 112 milyon görüntüleme toplamış, buna karşın yeni elitlerin gönderdiği 1834 tweet 1.6 milyar görüntülemeye ulaşmıştır. Elon Musk'ın bu hesaplarla olan etkileşimi ve onlara olan ilgisiyle birlikte bu hesapların aldıkları etkileşim, içerik kalitesi, takipçi kitlelerinin büyüklüğü gibi hususlar hesap sahiplerine gelir kazandırabilmektedir. Bununla birlikte

etkileyiciler, linktr.ee, buymeacoffee.com gibi siteler üzerinden çeşitli ürünlerin tanıtımı ve satışının yanı sıra bağış toplama noktasında kendilerine gelir alanı açabilmektedirler.

Sosyal medya platformlarında yüksek takipçiye sahip olan bu yeni elitler aynı zamanda siyasal alanın geleneksel baskı gruplarındakilerde bulunan vitrin kişiliklere benzer şekilde takipçi kitlesiyle birlikte “yeni baskı unsuru” olarak değerlendirilebilir (Turan, 1987). Nitekim siyasal alan üzerinde sosyal medyayı kullanarak etki gücüne sahip ve siyasal alanın da bu elitlerle karşı karşıya geldiğine ilişkin çeşitli örneklerle rastlamak mümkündür (İşliyen, 2018)

Sonuç itibarıyla olağanüstü durumlarla ilgili olarak medya her boyutuyla önemli bir konuma sahiptir. Gerek konvansiyonel gerekse yeni medya araçları aracılığıyla olsun enformasyon aktarımı temelde tek bir noktadan kitleye doğru bir şekilde gerçekleşmektedir. Ancak enformasyonun denetimi noktasında önemli problemlerin ortaya çıkması da muhtemeldir. Nitekim sosyal medya üzerinden yayılan dezenformasyonun hızlı bir şekilde kitlelere ulaşması doğru bilginin yayılımından daha fazladır. Elbette sosyal medya üzerinden yayılan her bilginin dezenformatif bir özelliğe sahip olduğu söylenemez. Nitekim sosyal medyanın varlığı özellikle gazetecilerin öldürüldüğü ve Gazze’ye girişinin İsrail tarafından yasaklandığı bir ortamda bölgeden haberdar olunmasında oldukça büyük bir rol oynamıştır. Savaş, deprem, toplumsal olaylar gibi olağanüstü durumlarda bilginin hangi kanaldan yayıldığı değil, hangi özelliklerle (doğru, yanlış gibi) ve kim tarafından yayıldığı daha önemli hale gelmektedir. Bu da dijital medya okuryazarlığının önemini ortaya koymaktadır.

Açıklamalar

* *Etik Kurul Onayı*: Bu çalışma etik kurul onayı gerektirmemektedir.

* *Yayın Etiği*: Bu çalışma, “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında belirtilen kurallara uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, makale intihal tespit yazılımlarıyla (iThenticate) taranmış ve herhangi bir intihal tespit edilmemiştir.

* *Yazar Katkı Oranı*: Uygun değildir.

* *Çıkar Çatışması*: Çalışmanın yazarı herhangi bir kurum veya bu kurumun çalışanlarıyla araştırmayı etkileyebilecek düzeyde doğrudan veya dolaylı olarak herhangi bir finansal, ticari, hukuki veya profesyonel ilişkisi/çıkarı söz konusu değildir.

* *Akademik Finansal Destek*: Çalışma; herhangi bir akademik finansal destek kuruluşu (TÜBİTAK, BAP, Avrupa Birliği, Birleşmiş Milletler, vs.) tarafından desteklenmemiştir.

* *Yazar Beyanı*: Çalışma 24-26 Nisan 2024 tarihleri arasında İstanbul Aydın Üniversitesi ev sahipliğinde düzenlenen II. Uluslararası İletişim, Dijitalleşme ve Toplum Sempozyumunda özet bildiri olarak sunulmuştur.

Structured Extended Abstract

Research Background & Problem

The Palestine-Israel conflict, which began on October 7, 2023, has not only escalated geopolitical tensions but also sparked significant information conflicts across social media platforms, affecting a global audience. The rapid spread of disinformation during such extraordinary events is well-documented. This study focuses on analyzing how influencers on the X platform have shaped public discourse surrounding the Palestine-Israel conflict.

Research Methodology

Influencers were selected through purposive sampling, prioritizing those who saw a notable increase in followers after October 7, 2023. The study examines the posts of four influential figures over 15 months (October 7, 2023 – December 31, 2024). The data collected from these influencers was subjected to document analysis using a descriptive analysis technique to explore patterns in communication and influence. The influencers under review -Jackson Hinkle, Ben Shapiro, Dr. Anastasia Maria Loupis, and Hananya Naftali- are prominent figures in both traditional and social media, often at the center of public debates. While these individuals have faced criticism for spreading disinformation, they also have a significant base of supporters who regard them as defenders of truth. For instance, Hinkle has been banned from platforms such as Facebook and Instagram due to policy violations, and Shapiro has faced backlash for spreading false claims, including fabricated stories of atrocities such as burnt and beheaded babies. These cases highlight the challenge of distinguishing between disinformation and free speech, especially during crises where political views and emotions are heightened.

Research Results

Influencers do not only share personal beliefs; they are pivotal in shaping public discourse and influencing large audiences. This study reveals that these influencers have evolved from content creators to political partisans, positioning themselves at the heart of socio-political debates. Their persuasive power is closely tied to the credibility they maintain with their followers. As Morteo (2017) notes, an influencer's effectiveness is determined by the timeliness and perceived reliability of the information they share. Their ability to shape public opinion is derived from their reputation and their consistent production of content that aligns with their followers' ideologies.

In the context of the Palestine-Israel conflict, the influencers consistently frame the situation using binary oppositions, such as friend/foe, victim/aggressor, right/wrong, and historical justice. They regularly use inflammatory language to vilify their perceived adversaries, with explicit insults and derogatory remarks. This reflects a broader tendency in social media to amplify polarized narratives, encouraging divisiveness. The "us versus them" framing encourages followers to adopt rigid, adversarial positions, contributing to an environment of heightened political tension.

Symbols play a central role in reinforcing group identity in the posts examined. Influencers prominently feature symbols associated with the groups they support, such as Palestine, Hamas / Israel, the USA, the UK, and the EU. By highlighting these symbols, influencers align themselves with specific political factions, further solidifying their influence over their audience. This strategic use of symbolism is part of a broader tactic to strengthen the group affiliations of their followers, creating a sense of solidarity with their ideological side.

Conclusion & Discussion

Social media's role in disseminating information during extraordinary events is undeniably significant. Platforms like Twitter, X, and others serve as crucial tools for providing real-time updates, particularly when traditional journalism is limited or when access to conflict zones like Gaza is restricted. However, the rapid spread of disinformation on social media often outpaces the circulation of factual information. While not all content shared on these platforms is disinformation, the sheer volume of unverified content poses significant challenges for discerning truth from falsehood. This underscores the need for critical media

literacy, which equips individuals with the skills necessary to assess the information they encounter online.

In crises such as war, natural disasters, or political upheaval, the medium through which information is shared is important, but the accuracy and credibility of the source become even more critical. The role of influencers in shaping public opinion during such events highlights the complexities of information control and the impact of digital media on public perception. Disinformation, while widespread, is not the only type of content on social media, but its prevalence creates a significant challenge for the public to differentiate between fact and fabrication.

This situation emphasizes the importance of fostering digital media literacy. In an age where influencers have the power to shape narratives and mobilize mass opinion, being able to critically evaluate information is crucial. Public discourse is increasingly shaped by social media platforms, making it necessary for individuals to navigate these platforms with the tools to distinguish between reliable and unreliable content.

In conclusion, the influence of social media influencers in the context of the Palestine-Israel conflict is undeniable. These influencers have the power to frame critical issues, amplify divisive narratives, and mobilize their audiences. As disinformation spreads rapidly through social media, it becomes clear that digital media literacy is essential in ensuring the public can navigate the complexities of modern media landscapes. Understanding the impact of influencers, as well as the role of social media in times of crisis, is vital for both researchers and consumers of information in the digital age.

Kaynakça

- Anastasia Maria Loupis. (2014, Ağustos 1). ResearchGate. <https://www.researchgate.net/profile/Anastasia-Loupis>
- Aydın, A. F. (2024). Sosyal medyada propaganda ve algı yönetimi: İsrail-Filistin savaşı örneği. *Ombudsman Akademik, ÖZEL SAYI 2 (GAZZE)*, Article ÖZEL SAYI 2 (GAZZE).
- Ayhan, B., & Şeker, H. (2021). İki aşamalı akış kuramı ve sosyal medya. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), *Yeni medya, toplum ve iletişim biliminin dönüşümü* (ss. 111-128). Siyasal Kitabevi.
- Bauman, Z. (2010). *Sosyolojik düşünmek* (A. Yılmaz, Çev.; 7. bs). Ayrıntı Yayınları.
- Ben Shapiro's Twitter stats summary profile (*Social Blade Twitter Statistics*). (2024). <https://socialblade.com/twitter/user/benshapiro>
- Boyd, D., Golder, S., & Lotan, G. (2010). Tweet, tweet, retweet: Conversational aspects of retweeting on Twitter. *2010 43rd Hawaii International Conference on System Sciences*, 1-10. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2010.412>
- Butcher, H. (2024). *Social Commerce: How to make it work for your brand in 2025*. <https://later.com/blog/social-commerce/>
- Caulfield, M., Bayar, M. C., & Ashlyn B., A. (2023, Ekim 20). *The 'new elites' of X: Identifying the most influential accounts engaged in Hamas/Israel discourse*. Center for an Informed Public. <https://www.cip.uw.edu/2023/10/20/new-elites-twitter-x-most-influential-accounts-hamas-israel/>

- Cüceloğlu, D. (2002). *'Keşke'siz bir yaşam için/İletişim donanımları*. Remzi Kitabevi.
- Demirağ, F. (2023). Influencer özelliklerinin tüketicilerin davranışsal niyetleri üzerindeki etkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 77, 219-233. <https://doi.org/10.51290/dpusbe.1295684>
- Despite refutations from Israeli military, headlines that Hamas "beheaded babies" persist*. (2023, Ekim 11). <https://www.aa.com.tr/en/middle-east/despite-refutations-from-israeli-military-headlines-that-hamas-beheaded-babies-persist/3016167>
- Disinformation Bulletin Edition: 97*. (2023). https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/Disinformation_Bulletin-Edition-97_Palestine.pdf
- Dr. Anastasia Maria Loupis—AI-powered profile by Favikon*. (2024). Favikon. <https://app.favikon.com/profile/63e8030793e8f77f2e48f2be/content/>
- Dr. Anastasia Maria Loupis's Twitter stats summary profile (Social Blade Twitter Statistics)*. (2024). <https://socialblade.com/twitter/user/dranastasiamarialoupis>
- Dursun, Ç. (2001). *TV Haberlerinde İdeoloji*. İmge Kitabevi Yayınları.
- Hananya Naftali's Twitter stats summary profile (Social Blade Twitter Statistics)*. (2024). <https://socialblade.com/twitter/user/hananyanaftali>
- Hawley, M., & İsmail, K. (2024). *Types of social media influencers: Mega, macro, nano and micro influencers*. CMSWire.Com. <https://www.cmswire.com/digital-marketing/social-media-influencers-mega-macro-micro-or-nano/>
- İsrail-Filistin sorunu: Suudi Arabistan, İran, Rusya, Çin ve Hindistan medyası, Hamas-İsrail savaşını nasıl yorumladı?* (2023, Ekim 9). BBC News Türkçe. <https://www.bbc.com/turkce/articles/cgrdzn4lp9lo>
- İsrail-Filistin'deki gelişmelere dünyadan tepkiler*. (2023, Ekim 7). <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/israil-filistindeki-gelistmelere-dunyadan-tepkiler/3010626>
- İsrail'in Gazze'nin kuzeyine saldırısında 13 Filistinli öldü*. (2024, Nisan 17). <https://www.trthaber.com/haber/dunya/israilin-gazzenin-kuzeyine-saldirisinda-13-filistinli-oldu-851402.html>
- İşliyen, M. (2018). *Siyasal katılım ve sosyal medya*. LiteraTürk Academia.
- Jacksonhinkle | Twitter*. (t.y.). Linktree. Geliş tarihi 07 Ocak 2025, gönderen <https://linktr.ee/jacksonhinkle>
- Jackson Hinkle's Twitter stats summary profile (Social Blade Twitter Statistics)*. (2024). <https://socialblade.com/twitter/user/jacksonhinkle>
- Kasumovic, D. (2024). *Monthly influencer marketing report: November 2024 - election edition*. Influencer Marketing Hub. <https://influencermarketinghub.com/monthly-influencer-marketing-report/>
- Katil İsrail'in Gazze'de bir evi hedef alması sonucu 7 Filistinli öldü*. (2024, Aralık 10). TRT Haber. <https://www.trthaber.com/haber/dunya/katil-israilin-gazgede-bir-evi-hedef-almasi-sonucu-7-filistinli-oldu-891180.html>

- Khatib, R., McKee, M., & Yusuf, S. (2024). Counting the dead in Gaza: Difficult but essential. *The Lancet*, 404(10449), 237-238. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(24\)01169-3](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(24)01169-3)
- Kumar, A. (2022, Aralık 8). *The rise of Hananya Naftali, social media star and pro-Israel influencer*. JNS.org. <https://www.jns.org/the-rise-of-hananya-naftali-social-media-star-and-pro-israel-influencer/>
- Merriam Webster. (2024, Aralık 21). Merriam Webster. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/influence>
- Morteo, I. (2017). To clarify the typification of influencers: A review of the literature. *52nd International Congress CLADEA*. <https://scholar.google.com/scholar?cluster=15099550242309295714&hl=en&oi=scholar>
- Mouffe, C. (2005). *On the political*. Routledge.
- Myers, S. L., & Hsu, T. (2024, Nisan 11). Riding rage over Israel to online prominence. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2024/04/11/business/media/jackson-hinkle-israel-gaza-misinformation.html>
- Netanyahu: Uluslararası Ceza Mahkemesi'nin İsrail Başbakanı hakkında tutuklama emri ne anlama geliyor? (2024, Kasım 21). BBC News Türkçe. <https://www.bbc.com/turkce/articles/c5yrzdney4rvo>
- Netanyahu'nun eski dijital medya sorumlusunun "İsrail Gazze'de hastane vurdu" paylaşımı doğru mu? (2023, Ekim 18). AA Teyit Hattı. <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/gazze/netanyahunun-eski-dijital-medya-sorumlusunun-israil-gazgede-hastane-vurdu-paylasimi-dogru-mu-/1816753>
- Oxford English Dictionary. (2024). https://www.oed.com/dictionary/influencer_n
- Pope: Investigate whether genocide is taking place in Gaza, respect human dignity - Vatican News. (2024, Kasım 17). <https://www.vaticannews.va/en/pope/news/2024-11/pope-investigate-whether-genocide-is-taking-place-in-gaza.html>
- Postel, D. (2023, Kasım 7). The conservative fault lines revealed by debates over Israel. *New Lines Magazine*. <https://newlinesmag.com/argument/the-conservative-fault-lines-revealed-by-debates-over-israel/>
- Psikoloji Sözlüğü. (t.y.). Geliş tarihi 26 Aralık 2024, gönderen <https://psikolojisozlugu.info/ansiklopedi/etkileyen-fikirler>
- Ragad, A., Richard, I.-B., Garman, B., & Seddon, S. (2023, Kasım 28). *Hamas 7 Ekim'deki İsrail saldırılarına nasıl ve hangi gruplarla birlikte hazırlandı?* BBC News Türkçe. <https://www.bbc.com/turkce/articles/cjlpd1ljk6ko>
- Riedl, M. J., Lukito, J., & Woolley, S. C. (2023). Political influencers on social media: An introduction. *Social Media + Society, Special Issue: Political Influencers*, 1-9. <https://doi.org/10.1177/20563051231177938>
- Spotlight: Ben Shapiro. (2018). <https://web.archive.org/web/20190321112046/https://www.dailywire.com/tags/ben-shapiro>

- Tam, M. S. (2020). Sosyal medya etkileyicilerinin kanaat önderliği rolü. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.726057>
- TDK Sözlük. (t.y.). Geliş tarihi 25 Aralık 2024, gönderen <https://sozluk.gov.tr/?kelime=anlam>
- Telci, İ. N. (2023). 7 Ekim saldırıları ve Hamas-İsrail çatışmasının anatomisi. Ortadoğu Araştırmaları Merkezi-ORSAM. <https://www.orsam.org.tr/tr/7-ekim-saldirilar-ve-hamas-israil-catismasinin-anatomisi/>
- The state of influencer marketing 2024: Benchmark report*. (2024). Influencer Marketing Hub. <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report/>
- Turan, İ. (1987). *Siyasal demokrasi, siyasal katılma, baskı grupları ve sendikalar*. Belediye-İş Sendikası Eğitim Yayınları: 6.
- Twitter: Elon Musk'ın tweet sınırlaması ne anlama geliyor, yeni hamlesi ne olabilir?* (2023, Temmuz 4). BBC News Türkçe. <https://www.bbc.com/turkce/articles/cpw6gx36ez7o>
- Van Dijk, T. (2003). Söylem ve ideoloji: Çok alanlı bir yaklaşım (N. Ateş, Çev.). İçinde B. Çoban & Z. Özarslan (Ed.), *Söylem ve ideoloji mitoloji, din, ideoloji* (ss. 13-112). Su Yayınları.
- White, C. M. (2012). *Social media, crisis communication, and emergency management leveraging web 2.0 technologies*. CRC Press, Taylor & Francis Group.
- Worb, J. (2024). 14 types of social media influencers you need to know. <https://later.com/blog/types-of-social-media-influencers/>
- X'te Jackson Hinkle us: "ILPS @piersmorgan, why did you LIE about 40 beheaded babies and then act like you NEVER said it? <https://t.co/O639JWkfS4>" / X. (2023, Ekim 18). <https://x.com/jacksonhinklle/status/1714656211671375963>