



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SİNEMA VE TELEVİZYON ANA BİLİM DALI
SİNEMA VE TELEVİZYON BİLİM DALI

**HABERDE DEZENFORMASYON: DEEPPFAKE (DERİN
SAHTE) ÖRNEĞİ**

KADER EŞİYOK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN:
DOÇ. DR. MUSTAFA EVREN BERK

KONYA-2025



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	Kader EŞİYOK		
	Numarası	22813301007		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Sinema ve Televizyon Ana Bilim Dalı Sinema ve Televizyon Bilim Dalı		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
Tezin Adı	HABERDE DEZENFORMASYON: DEEPFAKE (DERİN SAHTE) ÖRNEĞİ			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Kader EŞİYOK



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü



ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	Kader EŞİYOK		
	Numarası	22813301007		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Sinema ve Televizyon Ana Bilim Dalı Sinema ve Televizyon Bilim Dalı		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Danışman	Doç. Dr. Mustafa Evren BERK		
Tezin Adı	HABERDE DEZENFORMASYON: DEEPFAKE (DERİN SAHTE) ÖRNEĞİ			

Bu çalışmada haber sitelerinde yer alan dezenformasyon içerikli haberler, deepfake yani derin sahte örnekleriyle birlikte incelenmiştir. Çalışma *BuzzFeedNews (Barack Obama'nın Sahte Haberlerle İlgili Bu kamu Hizmeti Duyurusu Görüldüğü Gibi Değil, 2018)*, *indyturk.com ("Deepfake" Kraliçe'den tuhaf Noel mesajı: TikTok dansı yapıp gelinini çekti, 2020)*, *Cumhuriyet.com.tr (Gündem Ayçiçek Yağı: Serenay Sarıkaya'nın "deepfake" ile yapılan videosu sosyal medyayı karıştırdı, 2022)*, *indyturk.com (Ukrayna'nın hacklenen devlet televizyonunda Zelenski'nin sahte "Teslim olun" mesajı yayımlandı, 2022)*, *tgrthaber.com (Trump Tutuklandı mı? ABD'yi Karıştıran Fotoğraflar, 2023)* ve *ntv.com.tr ('Kanser hastası Brad Pitt' tuzacağına düştü: Kocasından boşandı, 800 bin euro kapırdı, 2025)* adlı haber sitesinde yer alan 6 haber ile sınırlanmıştır. 2018 ve 2025 yılları arasında haber sitelerinde yer alan ve dezenformasyona neden olan deepfake içerikli haberler görüntüleriyle birlikte kronolojik sıraya göre incelenmiştir. İnceleme aşamasında dezenformasyona neden olan deepfake içerikli görüntülerin, ekran görüntüsü alınarak 5 farklı görsel oluşturulmuştur. Söz konusu bu görseller, 6 madde seçilerek oluşturulan kodlama cetveline göre incelenerek deepfake'ler tespit edilmiştir. Bunun sonucunda ise ulaşılan içerik analizi sonuçları tablo haline getirilmiştir. Bu bağlamda siyasi manipülasyon, dolandırıcılık veya reklam gibi birden fazla alanda karşımıza çıkan deepfake'lerin tespit edilebileceği görülmüştür. Bu çalışmada elde edilen bulgular neticesinde dezenformasyona neden olan deepfake'lerin yapay zekanın yanı sıra dikkatli bir gözlem sonucu manuel olarak da tespit edilebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Deepfake, Dezenformasyon, Haber, internet Haber Siteleri,



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü



ABSTRACT

Author's	Name and Surname	Kader EŞİYOK		
	Student Number	22813301007		
	Department	Department of Cinema and Television Department of Cinema and Television		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	X	
		Doctoral Degree (Ph.D.)		
	Supervisor	Assoc. Prof. Dr. Mustafa Evren Berk		
Title of the Thesis/Dissertation	DISINFORMATION IN NEWS: DEEFAKE EXAMPLE			

In this study, disinformation news on news websites are analysed together with deepfake examples. The study includes BuzzFeedNews (Barack Obama's public service announcement on fake news is not what it seems, 2018), indyturk.com ('Deepfake' Queen's strange Christmas message: She danced TikTok and tugged her bride, 2020), Cumhuriyet.com.tr (Gündem Sunflower Oil: Serenay Sarıkaya's video made with 'deepfake' stirred social media, 2022), indyturk.com (Ukraine's hacked state television broadcast Zelenski's fake 'Surrender' message, 2022), tgrthaber.com (Trump Arrested? Photos Confusing the USA, 2023) and ntv.com.tr ("Cancer patient Brad Pitt" fell into the trap: She divorced her husband, lost 800 thousand Euros, 2025) and ntv.com.tr ('She divorced her husband, lost 800 thousand Euros, 2025). Between 2018 and 2025, news articles with deepfake content that took place on news websites and caused disinformation were examined in chronological order with their images. In the examination phase, 5 different visuals were created by taking screenshots of deepfake images that cause disinformation. These images were analysed according to the coding chart created by selecting 6 items and deepfakes were identified. As a result, the results of the content analysis were tabulated. In this context, it can be seen that deepfakes that appear in more than one area such as political manipulation, fraud or advertising can be detected.

Keywords: Deepfake, Disinformation, News, Internet News Sites

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI.....	i
ÖZET	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER	iv
GÖRSELLER LİSTESİ.....	vi
TABLolar LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	ix
ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR.....	x
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1.HABER KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ

1.1. Haber Nedir?.....	8
1.2. Habere Yönelik Temel Yaklaşımlar	10
1.3. Haberciliğin Tarihsel Gelişimi	10
1.4. Haberin Özellikleri ve Temel İlkeleri	12
1.5. Haberde Doğruluk ve Gerçeklik	15
1.6. Haberde Etik	17
1.7. Yalan Haber Kavramı	20
1.8. Post-Truth Kavramı.....	24
1.8.1. Haberde Dezenformasyon	28
1.8.2. Dezenformasyonun Kamuoyu Üzerindeki Etkileri.....	36
1.8.3. Dezenformasyonda Sosyal Medyanın Rolü	41
1.9. Habercilik Konusunda Kuramsal Çerçeve	45
1.9.1. Eşik Bekçiliği	45
1.9.2. Hipodermik İğne (Sihirli Mermi Kuramı).....	47
1.9.3. Propaganda Modeli	48

İKİNCİ BÖLÜM

2. HABERDE YAPAY ZEKÂ KULLANIMI

2.1. Yapay Zekâ Kavramına Genel Bir Bakış	51
2.2. Yapay Zekânın Farklı Alanlardaki Uygulamaları	55
2.2.1. Sinemada Yapay Zekâ.....	57
2.3. Haberde Yapay Zekâ.....	60
2.4. Deepfake (Derin Sahte) Nedir? Deepfake Kısa Tarihi	63
2.4.1. Deepfake ve Gerçeklik	64
2.4.2. Deepfake Teknikleri Nelerdir?	65
2.4.3. Deepfake ve Dezenformasyon.....	68
2.4.4. Deepfake'in Faydaları ve Yaratabileceği Tehlikeler	73
2.4.5. Deepfake Nasıl Tespit Edilir?.....	74

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. HABERDE DEEPFAKE UYGULAMALARININ ANALİZİ

3.1. Barack Obama'nın Sahte haberlerle İlgili Bu Kamu Hizmeti Duyurusu Göründüğü Gibi Değil Haberi.....	80
3.2. Deepfake" Kraliçe'den Tuhaf Noel Mesajı: TikTok Dansı Yapıp Gelinini Çekiştirdi Haberi.....	83
3.3. Gündem Ayçiçek Yağı: Serenay Sarıkaya'nın "Deepfake" ile Yapılan Videosu Sosyal Medyayı Karıştırdı Haberi	88
3.4. Ukrayna'nın Hacklenen Devlet Televizyonunda Zelenski'nin Sahte "Teslim Olun" Mesajı Yayımlandı Haberi	91
3.5. Trump Tutuklandı mı? ABD'yi Karıştıran Fotoğraflar Haberi.....	95
3.6. Kanser hastası Brad Pitt' tuzacağına düştü: Kocasından Boşandı, 800 Bin Euro Kaptırdı Haberi.....	98
SONUÇ VE ÖNERİLER	102
KAYNAKÇA	106

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1.1. Yanlış ile yanlış bilgilendirmenin yanlışlık kavramları etrafında bir araya gelmesi (Wardle ve Derakhshan, 2017:20)	22
Görsel 1.2. Tan gazetesinde yer alan sakallı bebek haberi (Sarıkaya, 2024).....	23
Görsel 1. 3. 9 Mayıs 2020’de ABD'nin Kaliforniya eyaletinde düzenlenen gösterideki fake news Is the real virus (gerçek virüs sahte haberdir) yazılı pankart (Yerlikaya ve Toker Aslan, 2020: 181).	25
Görsel 1.4. Truth ve post-truth kavramını anlatan karikatür (Shovel, 2016).....	26
Görsel 1.5. Post-truth kavramının kullanım sıklığı (journo, 2016)	27
Görsel 1.6 Alkolün Koronavirüse iyi geldiği söylentileri üzerine İran’da yüzlerce kişinin öldüğünü belirten haber.....	37
Görsel 1.7. COVID-19 ile ilgili internette yayılan sahte haberler nedeniyle hayatını kaybeden kişinin hikayesinin anlatıldığı haber	38
Görsel 1.8. Sailing anarchy adlı yabancı basında yer alan “Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan kalp krizi geçirdi” başlıklı haber (sailinganarchy, 2023).....	39
Görsel 2.1. Turing testinin yapısı (Nabiyev, 2021:55)	52
Görsel 2.2. Home Allone adlı filminin deepfake teknolojisi ile Home Stallone ismiyle yeniden hayat bulduğunun anlatıldığı görsel.....	59
Görsel 2.3. Hollywood yıldızı Tom Cruise'un orijinal ve deepfake görüntüsü	64
Görsel 2.4. GAN’lar kullanılarak oluşturulan görüntü örnekleri. (Nataraj ve diğerleri, 2019:1-2).....	66
Görsel 2.5. Deepfake çeşitleri olan ifade değiştirme, yüz değiştirme ve dudak senkronizasyonuna örnek fotoğraflar (Lyu, 2020: 1)	67
Görsel 2.6. İnsan yüzünün değiştirilmesi, tekrardan canlandırılması, düzenlenmesi veya yüzlerinin taklit edilmesine örnek görseller (Mirsky ve Lee, 2021: 3).....	68
Görsel 2.7. BBC’de yer alan “Anne, amigo rakiplerini iftira atmak için deepfake kullandı” başlıklı haber (BBC,2021).....	69
Görsel 2.8. Ukrayna Devlet Başkanı Zelenskiy’nin deepfake teknolojisiyle oluşturulan ve dezenformasyona neden olan sahte görüntüsü.....	70
Görsel 2.9. ABD savunma bakanlığı binası Pentagon'da yaşandığı iddia edilen patlama ve Patlamanın ardından piyasalarda yaşanan düşüşün görseli	71
Görsel 2.10. Orijinal görüntü ile deepfake görüntünün göz kırpmaya oluşturduğu örnek fotoğraflar.....	76

Görsel 2.11. Gözbebeğinin büyümesi, tutarsız göz kırpmalar, yapay gürültü, iyi olmayan dudak senkronizasyonu, bulanık ve düzgün olmayan gölgelendirmeye örnek görsel	78
Görsel 3.1. ABD'nin eski Başkanı Barack Obama'nın deepfake videosunun ekran görüntüsü	81
Tablo 3.2. Haberinin içerik analizi sonuçları	83
Görsel 3.2. Eski Birleşik Krallık Kraliçesi II. Elizabeth'in deepfake videosunun ekran görüntüsü	85
Görsel 3.3. Oyuncu serenay sarıkaya'nın deepfake videosunun ekran görüntüsü	89
Tablo 3.6. Haberin içerik analizi sonuçları	90
Görsel 3.4. Ukrayna devlet başkanı volodimir zelenski'nin deepfake videosunun ekran görüntüsü	92
Görsel 3.5. ABD başkanı donald trump'ın deepfake fotoğrafları	96
Görsel 3.6. Oyuncu Brad Pitt'in Deepfake Fotoğrafları	99
Tablo 3.12. Haberin içerik analizi sonuçları	101

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1. Eski Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Joe Biden'nin farklı haber sitelerinde yer alan haberi.....	28
Tablo 1.2. Dezenformasyonun 7 türü (Wardle, 2020).....	30
Tablo 1.3. Dezenformasyon türlerinden olan hiciv ve çarpıtmaya örnek haber	32
Tablo 1.4. Dezenformasyon türlerinden olan taklit ve uydurmaya örnek haber	33
Tablo 1.5. Dezenformasyon türlerinden olan hatalı ilişkilendirme ve yanlış bağlama örnek haber	34
Tablo 1.6. Dezenformasyon türlerinden biri olan manipüle edilmiş içeriğe örnek haber	35
Tablo 1.7. Sosyal Medyanın Tarihi	42
Tablo 1.8. Lasswell'e Göre İletişim Tepki Modeli (Tekinalp ve Uzun, 2019: 68)...	47
Tablo 2.1. En iyi 10 üretken yapay zekâ aracı (Liu ve Wang, 2024:12).	56
Tablo 2.2. Geleneksel ve yapay zekâ ile oluşturulan haber içeriği oluşturma süreci (Zhang ve diğerleri, 2024: 163)	61
Tablo 2.3. Deepfake (Derin Sahtecilik) türleri (Kietzmann ve diğerleri, 2020).	64
Tablo 2.4. Deepfake video tespit yöntemleri	75
Tablo 3.1. 6 Maddenin yer aldığı kodlama cetvelindeki başlıklar ve açıklamaları... 79	
Tablo 3.2. Barack Obama'nın Sahte haberlerle İlgili Bu Kamu Hizmeti Duyurusu Görüldüğü Gibi Değil başlıklı haberin künyesi	80
Tablo 3.4. “Deepfake” kraliçe'den tuhaf noel mesajı: tiktok dansı yapıp gelinini çekiştirdi başlıklı haberin künyesi.....	83
Tablo 3.5. Haberin içerik analizi sonuçları	87
Tablo 3.6. Gündem ayçiçek yağı: serenay sarıkaya'nın “deepfake” ile yapılan videosu sosyal medyayı karıştırdı başlıklı haberin künyesi	88
Tablo 3.8. “Ukrayna'nın hacklenen devlet televizyonunda Zelenski'nin sahte "teslim olun" mesajı yayımlandı” başlıklı haberin künyesi.....	91
Tablo 3.9. Haberin içerik analizi sonuçları	94
Tablo 3.10. “Trump tutuklandı mı? ABD'yi karıştıran fotoğraflar” başlıklı haberin künyesi.....	95
Tablo 3.11. Haberin içerik analizi sonuçları	98
Tablo 3.12. 'Kanser hastası Brad Pitt' tuzağına düştü: kocasından boşandı, 800 bin euro kaptırdı” başlıklı haberin künyesi.....	98

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Geleneksel gan mimarisi..... 66



ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR

Toplumun temel taşlarından biri olan haber, bilgiye ulaşma noktasında önemli bir rol oynamaktadır. Dünyada olup bitenler hakkında insanların bilgi sahibi olmasını sağlayan haberin vazgeçilmez bir unsur olduğunu söylemek mümkündür. İnsanların bilgiye açılan kapısı olarak da değerlendirilmesi mümkün olan haber; toplumda farkındalık yaratmak, demokratik katılım sağlamak, toplumsal gelişimi sağlamak ve toplumsal bilinci arttırmak gibi önemli özellikleri bulunmaktadır. Özellikle günümüzün dezenformasyon çağında haber her zamankinden daha önemlidir. Bilgi kirliliğinin önlenmesi ve kamuoyunun doğru bilgilendirilmesi ancak doğru, güvenilir ve tarafsız haberlerle mümkündür. Fakat günümüzün teknoloji çağı, doğru ve güvenilir haberlerin varlığını ikinci plana atmıştır. Bu çerçevede ikinci planda yer almaya başlayan doğru, tarafsız ve güvenilir haberler önemini daha da hissettirmeye başlamıştır. Haberin, yalan ve yanlış bilgilerden ibaret olan dezenformasyon için bir araç haline geldiği günümüzün teknoloji çağında dezenformasyon da artık yapay zekâyla birlikte üretiliyor. Bu durum medyanın güvenilirliğini sarstığı gibi insanların haber kaynaklarına, gazeteciye, muhabire veya medya alanında çalışanlara olan güvenini de etkilemeye başladı. Bu nedenle yüksek lisans yapmaya başladığım ilk andan itibaren dezenformasyonun yayılmasında önemli bir araç olan teknoloji çağında, toplum için oldukça önemli hale gelmeye başlayan haberlerle ilgili çalışmaları aklıma kazıdım.

Başta haber, dezenformasyon, yapay zekâ, deepfake üzerine düşünmeme ve tezimin oluşmasında bana her geçen yeni bir şeyler öğreten ve öğrettiği bilgiler doğrultusunda bana yol gösteren gazetecilik mesleğime teşekkür ediyorum. Tezimin hazırlanması ve tamamlanması sürecinde bana yardımcı olan sevgili danışmanım Doç. Dr. Mustafa Evren Berk'e, hocam Doç. Dr. Salih Gürbüz'e, bir zamanlar meslektaşım olan ve daha sonra yüksek lisans yapmış olduğum üniversitede hocam olan Dr. Öğretim Görevlisi Mustafa Güngör'e, yüksek lisans döneminde tanıdığım, bilgi ve birikimlerini benimle paylaşan, tez sürecinde her zaman yanımda olan değerli arkadaşım Elif Arslan'a ve Atakan Yapıcı'ya sonsuz teşekkür ediyorum.

Kader EŞİYOK/Konya-2025

GİRİŞ

Geçmiş yıllardan günümüze kadar insanlar sürekli bilgi edinme çabası içinde olmuştur. Bilgiye ulaşmanın kısıtlı olduğu eski çağlarda bilgiye erişim ağızdan ağıza yayılan bilgiler, hikâyeler ya da efsaneler yoluyla gerçekleştirilmiştir. Bilgiye ulaşma noktasında farklı yöntemlerin kullanıldığı eski çağ yerini artık teknoloji çağına bırakmıştır. Öyle ki bilgiye ulaşmanın sınırlı olduğu dönem, teknolojinin ortaya çıkmasıyla birlikte kapılarını tamamen kapatmıştır. Teknoloji bilgiye ulaşmayı kolaylaştırdığı gibi aynı zamanda dünyada ve insanların hayatında köklü değişimleri de beraberinde getirmiştir. Nitekim bu köklü değişimler hayatımızın her alanında kendine yer edinmeyi başarmıştır. Özellikle teknolojinin var ettiği yapay zekânın köklü değişimlerde rolünün büyük olduğunu söylemek mümkündür. Bu noktada güçlü bir araç olarak karşımıza çıkan yapay zekânın yanlış yönde kullanılması da kaçınılmaz olmuştur. Yapay zekâ teknolojisinin bazı kullanıcılar tarafından yanlış yönde kullanılması istenmeyen sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Nitekim yapay zekânın sıklıkla kullanıldığı alan olan sosyal medyadaki doğru bilgiler, sesler, resimler veya görüntüler gerçekliğini kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır. Yapay zekâyla doğruluğu ve gerçekliği yok sayılan bilgiler, görüntüler veya videolar günümüzde sıklıkla karşılaştığımız dezenformasyonu daha da yaygın hale getirmektedir. Özellikle yapay zekâ teknolojisiyle oluşturulan deepfake içerikli görüntüler, toplumun güvenini zedelemekle kalmamış aynı zamanda toplumda huzursuzluğa da neden olmuştur. Bu bağlamda modern toplumda dezenformasyon ile deepfake iki büyük tehlike olarak karşımıza çıkmaktadır. Dezenformasyon konusunda giderek güçlü bir araç haline gelen yapay zekâ destekli deepfake teknolojisiyle oluşturulan sahte içerikleri ayırt etmek ise neredeyse zorlaşmıştır. Bu kapsamda görüntülerin deepfake olup olmadığını anlamak için deepfake'in tespit edilebilmesi oldukça önem taşımaktadır.

Dijital ortamlarda sahte ve yanıltıcı içerikler genellikle görüntü ya da ses üzerinden oluşturulmaktadır. Dolandırıcılık, yanıltıcı bilgilerle toplumu yönlendirmek veya belli bir düşünceyi insanlara kabul ettirmek gibi amaçlar yapay zekâ sayesinde kolaylıkla gerçekleştirilmektedir. Örneğin Trump'ın tutuklanma anını ait olduğu düşünülen bazı fotoğraflar gündem yaratmış ve daha sonra görüntülerin

yapay zekâ ile oluşturulduğu anlaşılmıştır (Aytekin, 2023). Yapay zekâ aynı zamanda deepfake, sosyal medya ve sahte haberler gibi dezenformasyon araçlarını daha da karmaşık bir hale getirmektedir. Dezenformasyonun araçlarından biri olan deepfake (Avşar, 2024) teknolojisi gelişmeye devam etmektedir. Deepfake teknolojisiyle ilgili gelecekte insanları nelerin beklediği tam olarak bilinmemektedir. Hem heyecan verici hem de korkutucu olarak görülmekte olan deepfake'in hikayesini bilimkurgu, gerçeklik ve etik tartışmaların oluşturduğu ileri sürülmektedir. Filmlerde karakter yaratmak ya da eğlenceli videolar ortaya koymak amacıyla oldukça gelişen deepfake teknolojisi zamanla insanları yanıltmak amacıyla da kullanılmaya başlanmıştır. Oldukça gerçekçi olan deepfake içerikli bilgiler, videolar, görüntüler hızlı bir şekilde yayılarak birçok tehlikeyi beraberinde getirmiştir (Tecer, 2024:87-88). Deepfake'in yaratabileceği tehlikeli durumlara kişisel verilerin hukuka aykırı olarak kaydedilmesi, paylaşılması örneği verilebilir. Herhangi bir kişiye ait daha önce yayınlanmış görüntüsünün izni olmaksızın deepfake teknolojisi kullanılarak manipüle edilmesi ya da görüntünün porno içeriğine yerleştirilmesi hukuka aykırı olarak kişisel verilerin ele geçirilmesi suçunu; söz konusu görüntünün daha önce hiç yayınlanmamış olması ise özel hayatın gizliğini ihlal suçuna neden olmaktadır (Anıkaydın, 2022: 742).

Yapay zekâ teknolojisinin gelişmesi, deepfake teknolojisinin de ilerlemesine neden olmuştur. Bu kapsamda deepfake'in gerçek ile sahte arasındaki çizgiyi görünmez hale getirdiği söylenebilir. Bu nedenle çağımızın en büyük tehlikelerinden biri olarak karşımıza çıkan, gerçekleri çarpıtarak insanları ve toplumu etkileyebilecek güçlü bir araç haline gelen dezenformasyon ile deepfake'in tehlikeleri kaçınılmaz olmuştur. Günümüzde kolaylıkla suistimal edilebilecek bir teknoloji olan deepfake'in insanları bir bilinmezliğe ve çıkmaza soktuğunu söylemekte mümkündür. Bununla birlikte deepfake sadece siyasetçiler, sanatçılar ya da ünlü isimler için değil aynı zamanda sıradan bir insan içinde geçerli ve tehlikeli olabilmektedir. Dezenformasyonun hızlı bir şekilde yayıldığı günümüz teknoloji çağında, suistimal edilerek kullanılan deepfake içerikli sahte görüntüler de hızla yayılmaktadır.

a) Çalışmanın Amacı

Çalışmanın amacı, dezenformasyon kavramını günümüzün bilinen teknolojisi “deepfake” üzerinden internet haber istelerinde yer alan haber örnekleriyle birlikte detaylı anlatmaktır. Çalışmada, ortaya çıktığı ilk andan itibaren günümüze kadar etkisini sürdürmekte olan deepfake’in neden olduğu dezenformasyon ile bu dezenformasyon sonucu ortaya çıkabilecek tehlikelerin neler olduğu, deepfake’in tespit edilebilmesi için nelerin bilinmesi ve nelere dikkat edilmesi gerektiği araştırılacaktır. Ayrıca deepfake teknolojisinin haber konusunda geldiği son nokta, internet haber sitelerinde karşımıza çıkan sahte içerikli haber görüntüleriyle birlikte incelenecektir. Yine çalışma süresince görüntüsüne ulaşılan deepfake içerikli haberler detaylı bir şekilde analiz edilerek değerlendirme yapılacaktır. Çalışma kapsamında bazı sorulara cevap aranacaktır.

İlgili sorular ise şunlardır;

- Deepfake dezenformasyona nasıl bir boyut kazandırmıştır?
- Deepfake dezenformasyonun daha kolay yayılmasına neden olmaktadır mıdır?
- Deepfake en fazla hangi haber türlerinde karşımıza çıkmaktadır?
- Deepfake’in tespit edilmesi için nelere dikkat edilmelidir?
- Her gün gelişmekte olan deepfake teknolojisi ile insanları gelecekte nasıl bir tehlike beklemektedir?
- Gelişen teknolojiye rağmen deepfake karşı etkili önlemler alabilmek mümkün müdür? Mümkün ise bu önlemler neler olmalıdır?

b) Çalışmanın Önemi

Günümüzde en sık karşılaştığımız sorunlardan biri olan dezenformasyon, teknolojinin hayatımıza girmesiyle farklı bir boyuta ulaşmıştır. Bilgi akışının oldukça hızlı ve fazla olduğu çağımızda dezenformasyonun geniş kitlelere ulaşması da kaçınılmaz olmuştur. Özellikle teknolojinin gelişmesi, yapay zekanın ortaya çıkması ve devamında yapay zekanın gücünü yansıtan deepfake teknolojinin ilerleme kaydetmesi dezenformasyonu daha da karmaşık bir hale getirmiştir. Ayrıca

dezenformasyonun haberler üzerindeki etkisinin de yadsınamaz kadar büyük olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır çünkü doğru ve gerçek bilgilerle ele alınan haberler, dezenformasyon söz konusu olduğu durumlarda yerini yalana bırakmaktadır. Bu kapsamda yalan, yanlış, sahte bilgilerle oluşturulan haberler toplumda güvensizliğe, huzursuzluğa neden olmakta ve istenmeyen sorunları beraberinde getirmektedir. Bu çerçeveden bakıldığında zaman zaman haber, dezenformasyon ve deepfake arasında güçlü bir bağlantının bulunduğu görülmektedir. Öte yandan deepfake teknolojisi haber ve dezenformasyonla bir araya geldiği zaman ciddi tehditler oluşturabilmektedir. Bu bilgiler dahilinde hedef kitleye oldukça hızlı ulaşan teknoloji çağının haberleri, dezenformasyona daha sık uğramaktadır. Söz konusu bu dezenformasyonun yapay zekâ destekli deepfake teknolojisiyle bir araya gelmesi ise araştırılmaya değer görülmüştür. Ayrıca çalışma deepfake içerikli dezenformasyon haberlerinin üzerinde durulması bakımından önem arz etmektedir. Araştırmaya iten asıl konu ise hem olumlu hemde olumsuz yönlerini bulunan yapay zeka ürünü deepfake'in kötü niyetli insanlar tarafından kullanılarak gerçeği yansıtmayan, dezenformasyon içerikli haberlerin görüntülerle insanlara verebileceği zararlar ve toplumda oluşturabileceği tehlikeler olmuştur. Yine dezenformasyonla mücadele edildiği gibi deepfake ile de nasıl mücadele edilmesi gerektiği, gelecekte daha ciddi tehditler oluşturma ihtimali bulunan deepfake'in tespit edilebilmesinin mümkün olup olmayacağı araştırmaya iten bir diğer konu olmuştur.

c) Çalışmanın Sınırlılıkları

Ortaya çıktığı 2017'nin sonlarından günümüze kadar deepfake hem teknolojik hem de toplumsal etki açısından hızla gelişmiştir. Sentetik medya olan deepfake nedeniyle video veya sesin gerçek ya da güvenilir kayıtlar olduğuna olan inanç azalmıştır. Toplum için önemli olan iletişim kanalları, video, görüntü, metin ya da ses sentetik medya deepfake ile birlikte tehlike altına girmiştir. Siber güvenlik şirketi olan 2019 ve 2020 *Deeptrace*(*şimdiki adı sensity*) raporlarına göre (Ajder ve diğeleri, 2019). Aralık 2018'de 7.964 olan deepfake videolarının sayısı 14.678'e, Temmuz 2019'da ise bu sayı 85.047'ye yükselmiştir. 2018 yılından 2020 yılına kadar deepfake videolarının sayısında yüzde 968'lik bir artış yaşanmıştır. 2024 yılına kadar deepfake üretimi için mevcut araçların sayısı ise 10.000'in üzerine çıkmıştır

(Altuncu ve diğçerleri, 2024: 1). Bu bilgiler kapsamında haberde dezenformasyonun deepfake örnekleri ile birlikte çözümleneceği çalışma, 2018 ile 2025 tarihleri arasında uluslararası ve ulusal internet haber sitelerinde yer alan deepfake görüntüleriyle sınırlandırılmıştır.

Eğlence, eğitim, pazarlama gibi birçok alanda fırsatlar getiren güçlü teknoloji deepfake, günümüzde yapay zekâ ile oluşturulan görüntüler ve seslerle gerçek kişileri taklit ederek daha fazla finansal dolandırıcılık ve sahtekârlıkta kullanılmaktadır. Yapay zekâ tarafından oluşturulan bu sesler, insanları para transferi yapma ve önemli bilgileri paylaşma konusunda ikna etmeye çalışmaktadır. Bu tür kimlik taklitleri endişelere neden olmuştur. Bunun yanı sıra deepfake ile üretilen sahte medya özellikle siyasi alanda ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. Örneğin siyasi bir liderin ses kaydı ya da söylemediği şeyleri söylüyormuş gibi gösterildiği videolar, seçim sürecini kaosa sürekleyebilmektedir (Thukrul ve Patil, 2024: 807-812). Bu bilgiler ışığında 2018-2025 yılları arasında internet haber sitelerinde yer alan deepfake görüntüleriyle sınırlandırılan çalışma için yapılan araştırmada arama motoru Google'de “*yapay zeka, deepfake, deepfake haberler, yapay zeka ve dolandırıcılık, deepfake ve dezenformasyon, deepfake teknolojisiyle dezenformasyon, ünlü isimlere ait deepfake görüntüler, siyasi liderlere ait deepfake videolar*” gibi başlıklarla detaylı bir arama yapılmıştır. Sadece haber kaynaklarından gelen sonuçları gösteren Google arama sonuçları sayfasındaki “*haberler*” adlı kategoride yapılan detaylı aramalarda uluslararası ve ulusal internet haber sitelerinde yapay zekâ ve deepfake ile ilgili yüzlerce haberin var olduğu görölmüştür. Bu haberlerin bazılarının aynı olduğu ve sadece yayımlandıkları internet haber sitelerinin farklı olduğu belirlenmiştir. Söz konusu haberlerin hepsi *deepfake görüntüleriyle sınırlandırılan* çalışmaya dâhil edilememiştir. Çünkü deepfake'in neden olduğu dezenformasyon haberlerinin görüntülerinin bazılarına ulaşılamamıştır. Bu haber görüntülerinin yerine arşiv görüntülerinin kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu nedenle yapılan araştırma kapsamında dezenformasyona neden olan deepfake görüntülerinin “*BuzzFeed News, Independent, Cumhuriyet, TGRT Haber ve NTV*” internet haber sitelerinde var olduğu görölmüştür. Bu kapsamda söz konusu bu internet haber sitelerinde yer alan haberler değerlendirilmeye alınmıştır.

d) Evren ve Örneklem

Çalışmanın evreni uluslararası ve ulusal internet haber sitelerinde yer alan ve dezenformasyona neden olan deepfake ile oluşturulmuş görüntülerdir. Araştırmalar sonucunda elde edilen görüntüler kapsamında örneklem türü amaçlı örneklem olarak belirlenmiştir.

Olasılığın bulunmadığı amaçlı örneklemede, araştırmacı kendi bilgi, deneyim ve gözlemlerine dayanarak araştırma amacına en uygun gördüğü şeyleri örnekleme dâhil etmektedir. Asıl amaç, araştırma sorusuna katkı sağlayacak şeyleri seçmektir (Gürbüz ve Şahin, 2018: 132). Bu bilgiler kapsamında çalışmanın örneklemini haber sitelerinde yer alan 6 haber oluşturmaktadır. İncelenecek haberler: *“Barack Obama'nın yalan haberlerle ilgili bu mesajı görüldüğü gibi değil”* 2018; *“Deepfake” Kraliçe'den tuhaf Noel mesajı: TikTok dansı yapıp gelinini çekiştirdi, 2020; Gündem Ayçiçek Yağı: Serenay Sarıkaya'nın “deepfake” ile yapılan videosu sosyal medyayı karıştırdı, 2022; Ukrayna'nın hacklenen devlet televizyonunda Zelenski'nin sahte "Teslim olun" mesajı yayımlandı, 2022; Trump Tutuklandı mı? ABD'yi Karıştıran Fotoğraflar, 2023; 'Kanser hastası Brad Pitt' tuzağına düştü: Kocasından boşandı, 800 bin euro kaptırdı, 2025.*

e) Yöntem

İçerik analizi, sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemlerinden biri olarak karşımıza çıkan bir analizdir. Bilgileri açıklayacak kavramlara ulaşmak, elde edilen sonuçları açıklayabilmek ya da ana düşüncüyü ortaya koymak, nitel bir araştırma yöntemi olarak kabul edilmekte olan içerik analizinin asıl amacını oluşturmaktadır. Güçlü bir araştırma yöntemi olan içerik analizi, medya çalışmalarında önemli bir metot olarak bilinmektedir. Medya çalışmalarında yapılan analizlerin içerik analizi ile daha iyi anlaşıldığı görülmüştür. Yine medyanın toplum üzerindeki etkilerini belirleme noktasında önemli bir rolü bulunan içerik analizi ile medya içeriklerinin tarafsız ve doğru olup olmadığı araştırılabilmektedir. Öte yandan içerik analizi habercilik başta olmak üzere propaganda, reklamcılık veya medya metinlerinin incelenmesi gibi pek çok alanda karşımıza çıkmaktadır. Objektif bulgulara ulaşmayı mümkün hale getirmekte olan (Alanka, 2024: 78-79) içerik analizinde derinlemesine

bir inceleme söz konusudur. Bu kapsamda elde edilen verilerin kavramsallaştırılması ve ardından bu kavramların mantık çerçevesinde düzenlenmesi gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 68-370). İçerik analizi verisi için yazılı bilgilerin, orijinal dokümanların veya herhangi bir konuşmaya ait olan fotoğraf, video gibi bilgileri içeren yazılı metinlerin ya da dergi, gazete, makale gibi pek çok yazılı materyallerin toplanması gerekmektedir (Güler ve diğerleri, 2015: 44). Tümevarım yaklaşımının söz konusu olduğu içerik analizinde kod ve temaların birbiriyle olan bağlantılarını görselleştirmek verilerdeki anlamların görülmesine yardımcı olmaktadır (Şahin, 2023: 205).

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılacaktır. Söz konusu yöntem kapsamında içerikleri analiz etme noktasında kodlama cetveli oluşturulacaktır. Oluşturulan kodlama cetveli ile haberlerdeki dezenformasyon deepfake örnekleriyle birlikte ele alınıp değerlendirilecektir. Bu sayede ilgili çalışmada, dezenformasyona neden olan deepfake içerikli görüntülerin daha iyi anlaşılması sağlanacak ve haberde dezenformasyonun görsel hali olarak değerlendirilebilmesi mümkün olan deepfake'nin daha iyi anlaşılması ve deepfake'in nasıl tespit edilmesi gerektiği konusunda yardımcı olacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1.HABER KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ

Çalışmanın birinci bölümünde haberin ne olduğu, tarihsel gelişimi, özellikleri, habere yönelik temel yaklaşımlar, post-truth kavramı ve dezenformasyon konuları ele alınmaktadır. Geçmişten günümüze kadar varlığını devam ettirmekte olan haberin teknoloji nedeniyle doğasının değiştiği bilinmektedir. Bu dönüşümün beraberinde getirdiği unsurlar bağlamında ilk bölümde öncelikle haberin gerçek ve doğruluk, etik, post-truth ve dezenformasyon ile bağlantısına odaklanılmaktadır. Bu bağlantılar doğrultusunda yanlış bilgiler ile oluşturulan haberler örnekleriyle birlikte ele alınıp incelenecektir. Ayrıca haberle büyük bir ilişkisi bulunan dezenformasyonun yanı sıra dezenformasyonun türleri, kamuoyu üzerindeki etkileri ile sosyal medyanın dezenformasyon üzerindeki rolü haber örnekleriyle birlikte ele alınacaktır. Teknoloji çağında gerçeklik ve doğruluğun, etiğin giderek önemini kaybettiği bir zamanda yalan yanlış içeriklerle oluşturulan haberler ile bu haberlerin beraberinde getirdiği dezenformasyonun toplum ve insanlar üzerindeki etkisi, önemi tartışılacaktır.

1.1. Haber Nedir?

Haber üzerine çalışan araştırmacılar ve akademisyenler tarafından haberle ilgili yapılmış birden çok tanım bulunmaktadır (Işıklar, 2012: 1). Kesin bir tanımı olmayan haber kavramını ele alan uzmanlar, haberi somut olarak değerlendirmekte ve haberin değerini açıklamaya çalışmışlardır (Çakır, 2007:123). Oya Tokgöz, haberle ilgili yapılan ilk tanımların “olan her şey haberdir”, “dün bilmediğimiz haberdir”, “insanların üzerinde konuştukları haberdir”, “haber okuyucuların öğrenmek istedikleridir” şeklinde olduğunu ifade etmiştir (Tokgöz, 2015: 241-242). TDK’ya göre de haberin farklı anlamları bulunmaktadır. TDK haberi bir olay, olgu veya gelişme hakkında elde edilen bilgi, iletişim ya da televizyon kanalları, gazeteler gibi yayın organlarıyla aktarılan bilgi olarak tanımlamaktadır (TDK, 2024). Ayrıca bir iletişim biçimi olan haberin, İngilizce ‘deki “News” kelimesinden meydana geldiği bilinmektedir. News kelimesi ise north (kuzey), east (doğu), west (batı) ve south (güney) kelimelerinin baş harflerinden oluşmaktadır. Gıyasettin Tayfur da

toplumun ilgisini çeken güncel olayların en yalın haliyle hedef kitleye aktarılması olarak gördüğü haberi, “*İnsanları ilgilendiren, bilgilendiren ve gerektiğinde harekete geçirebilen her türlü olaya haber denir*” şeklinde tanımlamaktadır (Tayfur, 2018: 11). 1935 yılında akademik bir tanım yapan Washington Üniversitesi Dekanı Matthew Lyle Spencer haberle ilgili şu ifadelerle yer vermektedir: “*Haber vaktinde verilen, toplumda çok sayıda kişileri ilgilendiren ve etkileyen, bu kişilerin anlayabileceği herhangi bir olay ya da kanaattir.*” Bilim insanı Thereu, “*Haber dedikodu mu, gerçek mi, yoksa dedikodu ile gerçek arasında bir şey mi?*” sorusunu ortaya atarak haberin tanımını yapmaya çalışmaktadır. Lipmann da haberi gerçeklerin işlevi ve olayların gerçek tablosu olarak tanımlamaktadır Mungo’ya göre ise haber zor durumlarda toplanan ve gerçekleri aktaran bir süreçtir (Yüksel ve Gürcan, 2005: 56). Gazete ve dergi gibi yazılı basın ile televizyon, radyo ve internet gibi elektronik basının en önemli unsuru olan haberin somut bir tanımının yapılmasının mümkün olmamaktadır (Bülbül, 2000: 96-97). Yukarıdaki ifadelerden de anlaşıldığı üzere haberin çeşitli tanımlarının bulunduğu görülmektedir. Farklı bakış açılarına göre tanımı değişmekte olan haberin ortaya çıkmasında “*bilgi ve olay*”ın önemli iki kavram olduğunu söylemek mümkündür.

Haber ve habercilik iletişim alanında da üzerinde en fazla çalışılan konulardan biri olmuştur (Işıklar, 2012: 3). İletişim sürecinde haber, iki aşamalı bir iletişim sistemi olarak kabul edilmektedir. Birinci aşama haberin oluşumu diğer bir ifadeyle haber toplama kaynak (haberi oluşturan kişi veya kurum), ileti (haberi oluşturan kaynağın verdiği bilgi), hedef alıcı (bilgiyi kaynaklardan alan muhabir), kanal (telefonla konuşma, yazışma veya basın bültenlerinin posta ile gönderilmesi) ve geri bildirim (muhabirin kaynaktan elde ettiği bilgiyi haber kurgusu içinde yazması) iletişim sürecinde haberi oluşturan başlıklar olarak karşımıza çıkmaktadır. İkinci aşama ise haberin kitle iletişim sürecinden geçmesi ve yarattığı etkiyi ifade etmektedir. Bu evrede muhabir “kaynak”, haber “ileti”, izleyici “hedef kitle”, medya “kanal”, insanlar üzerinde haberin yarattığı etki ise “geri besleme” olarak karşımıza çıkmaktadır (Rigel, 1995: 160-161). Bu bağlamda iletişim ve haber günümüz çağının iki önemli kavramı olarak görülmektedir. İnsan yaşamının her alanında etkili bir role

sahip olan iletişim ile haberi ayrı düşünmek mümkün değildir. Çünkü bu iki kavram bilgiye erişimi kolaylaştırmakta ve kişiler arasında etkileşimi sağlamaktadır.

1.2. Habere Yönelik Temel Yaklaşımlar

Haberin ne olduğu, değeri, objektifliği, yorumlanması iletişim ve medya alanındaki çalışmalarda önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle haber, iletişim bilimlerindeki liberal ve eleştirel yaklaşımla ele alınmaktadır. Liberal yaklaşım, haberin gerçeği olduğu gibi aktarması gerektiğini savunurken, eleştirel yaklaşım haberin söylemine odaklanmaktadır. Ayrıca bu yaklaşım haberin iktidar ve ekonomik güç ilişkileri çerçevesinde yeniden üretilen kurgusal bir anlatı olduğunu savunmaktadır (Önen, 2023: 95-96). Başka bir ifadeyle Anaakım (çoğulcu-liberal) yaklaşımda hayati bir öneme sahip olarak görülen medya, aynı zamanda çoğulcu demokrasilerin vazgeçilmez bir parçası sayılmaktadır. Söz konusu bu durumun temelinde ise habercilik işlevi yer almaktadır. Medya, çoğulcu dördüncü güç kabul edilmiştir. Fakat dördüncü güç olarak görülen medyanın, işlevini yerine getirebilmesi için haberleri doğru ve tarafsız iletmesi gerekmektedir. Eleştirel yaklaşım ise medyaya yüklenen bu rolü reddetmektedir. Eleştirel yaklaşım, haberin belli kaynakların görüş ve düşüncelerinden oluştuğunu ve bu kapsamda oluşan söylemlerin haber olarak hedef kitleye aktarıldığını savunmakta (Özer, 2006: 43-44) ve tarafsız, objektif bir haberin söz konusu olmayacağı vurgulamaktadır (Dursun, 2003: 64). Öte yandan medyayı araç olarak gören ve müdahale edilmediği sürece medyanın tarafsız ve özgür olduğunu savunmakta olan (Emre Kaya, 2020:7) liberal yaklaşıma göre medyanın; bilgi verme, kültürel süreklilik, kamuoyu oluşturma toplumsallaştırma ve eğlendirme olmak üzere beş temel görevi bulunmaktadır. Eleştirel yaklaşıma göre ise medyanın işlevi reklam ve ilanlarla ekonomik sistemin satışını gerçekleştirmektir. (Mora, 2008: 94).

1.3. Haberciliğin Tarihsel Gelişimi

İlk çağlardan günümüze kadar insanlar yaşadıkları olayları, iletme istedikleri mesajları çağın kendilerine sunduğu imkanlar dahilinde iletme çalışmıştır. İlk mağara resimleri, tabletler ya da günümüze kadar ulaşan yazılı metinler, söz konusu bu duruma örnek olarak gösterilmiştir (Özçağlayan, 2008: 133). Haberleşme ihtiyacı

tarih boyunca insanların en temel faaliyetleri arasında yer almıştır. Öyle ki tarihe bakıldığı zaman var olan devletlerin resmi haberleşmeler için atlı ulak ya da yaya ulaklar aracılığıyla mesajlarını gönderdikleri bilinmektedir. Televizyon, internet, sosyal medya gibi modern kitle iletişimin söz konusu olmadığı zamanlarda ise insanların duydukları bilgileri kulaktan kulağa yayarak haberleştiği görülmektedir (AA, 2018:16). Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere haberleşme, konuşma dilini geliştiren insanlığın yakından takip ettiği bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır (Çağlar, 2024: 3).

Dünya basın tarihinde ilk gazete olarak kabul edilen yayımların nerede başladığı tam olarak bilinmemektedir. Fakat 3500 yıl önce Çin’de, 4000 yıl önce de Mısır’da gazete olarak değerlendirilebilecek bazı belgelerin bulunduğu ileri sürülmektedir. (Bozdağ, 2006: 20-21). 2150 yıl önce Antik Roma’da yayımlanan Acta Diurna’nın tarihte bilinen ilk gazete olduğu bilinmektedir. İmparator tarafından çıkarıldığı bilinen dünyanın en eski gazetesi Acta Diurna, günlük olaylar anlamına gelmektedir (Akbulut, 2020: 1). Yazılı haberlerin yer aldığı Acta Diurna’da genellikle siyasi ve toplumsal konular ele alınmıştır. Uzun bir süre yazılı metinlerle ya da modern gazeteden önce kulaktan kulağa yayılan haberler, 15. yüzyılda bulunan ve bilgi yayılımında bir devrim yaratan baskı makineleriyle daha hızlı bir şekilde hedef kitleye ulaştırılmıştır. 19. yüzyıla gelindiğinde ise ortaya çıkan teknolojik gelişmelerle haberciliğin 20. yüzyılda farklı bir boyut kazandığı görülmektedir (Tayfur, 2018: 12-14). Teknolojik gelişmeler, tarihsel süreç içerisinde enformasyonu da çeşitlendirmiştir. Kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasıyla birlikte enformasyon; haberi, haberciliği, gerçekliğin yeniden üretilmesi gibi konuları medyanın merkezine yerleştirmiştir (Önen, 2023: 89). Öyle ki 20. yüzyıl, kitle iletişim araçlarının hızlı bir şekilde geliştiği ve gazeteciliğin söz konusu bu araçlar üzerinden yapıldığı bir dönem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda 20. yüzyıl “Kitle iletişim araçları çağı” olarak değerlendirilmektedir. 20. yüzyılın ilk yarısına yazılı basın olan gazete ve derginin; ikinci yarısına ise radyo ve televizyonun hâkim olduğu görülmektedir (Tokgöz, 2015: 70-71).

Teknolojik gelişmelerle ortaya çıkan medyanın da hayatımızda yer almasıyla birlikte insanlar, televizyon veya internet gibi kitle iletişim araçlarıyla sosyal yaşamı

algılamaya başlamış ve zamanla kitle iletişim araçlarına bağımlı hale gelmiştir. Bu kapsamda geleneksel medyanın ortaya koyduğu habercilik anlayışı, yeni iletişim teknolojileriyle yeni medyada sürdürülebilir içerik çalışmaları haline gelmiştir. (Almasoodi ve Sucu, 2021: 55). Ayrıca habercilik 2000’li yıllarda devrim niteliğinde olan internet sayesinde dijital mecralarda yer almaya başlamıştır (Dağ ve Budak, 2022: 363). Söz konusu bu durumun enformasyon üzerinde önemli bir etkisinin bulunduğu görülmektedir. Bu yüzden medya ve iletişim sektöründe yer alan üreticiler, son teknolojiyi kullanarak haber ihtiyacına cevap vermeye çalışmıştır. Okuyuculara dünyanın her yerinden gazeteler, dergiler veya haber ajansları aracılığıyla yeni bilgiler, olaylar aktarılmaktadır. Radyo ve televizyon kanalları her gün yüzlerce çeşitli içeriklere sahip haber yayınlamaktadır. Bu kapsamda modern dünyadaki haber kavramını medya olmadan düşünmek imkânsız hale gelmektedir (Aslanov, 2020: 78-80).

1.4. Haberin Özellikleri ve Temel İlkeleri

Yeryüzünde sayısız olay meydana gelmiş ya da gelmektedir. Doğada ve insan hayatında yaşanan her türlü olay habere kaynaklık etmektedir. Ancak söz konusu bu olaylardan sadece “bazıları” haber olabilmektedir. Bu kapsamda bazı araştırmacılar, bir olayın haber sayılabilmesi için hangi özellikleri taşıması gerektiği sorusuna cevap aramıştır. (Işıklar, 2012: 9). Haberi diğer yazılı metinlerden ayıran özellikleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

1. Henüz olmuş ya da yeniden meydana gelen olaylara dair haberin güncel olması (Bülbül, 2000:100) ve haberin toplumsal bir içeriğinin bulunması gerekmektedir. Çünkü haberin hedef kitlesini toplum oluşturmaktadır. Yine haberin sıradan olmayan, dikkat çeken, ilginç bir özelliğe sahip olması gerekmektedir (Cereci, 2005: 14-15).

2. Haberin gerçekçi ve önemli olması, anlaşılır bir dille yazılması ve objektif bir şekilde yayına hazırlanması gerekmektedir (Almasoodi ve Sucu, 2021: 56). Öte yandan kesin bir dille yazılması gereken haberin, insanların aklında “*Acaba meydana gelmiş mi?*” gibi soruların bırakılmaması gerektiği de haberin başlıca diğer özellikleri arasında yer almaktadır (Uğurlu ve Öztürk, 2006: 38-39).

3. Haberin başlığı ile haber metninde yer alan başlıkların bir anlam birliğine sahip olması gerekmektedir. Çünkü hedef kitleyi habere çeken şey genellikle başlık olmaktadır (Yapar Gönenç, 2012: 86).

4. Haberde esas olan bilgidir. Enformasyonun bir habere dönüşebilmesi için “Ne”, “Ne zaman”, “Nerede”, “Nasıl”, “Neden”, “Kim” (5NİK) ve dijital dönemde “Nereden” veya “Hangi kaynaktan” (6NİK) sorularına cevap vermesi gerekmektedir (Önen, 2023: 89).

5. Haberin ilginçlik, önemlilik, uygunluk, anlamlılık, yenilik ve kamu yararı değerlerini taşıması gerekmektedir (Çağlar, 2024: 6-7).

Haberin özelliklerinin yanı sıra haberciliğin dayandığı temel ilkeler de bulunmaktadır. Haberin değerini gösteren bu temel ilkeleri şu şekilde tanımlamak mümkündür. *İlginçlik*, haberin ilginç olması anlamına gelmektedir. *Önemlilik*, haberin bir öneme sahip olması gerekmektedir. Söz konusu bu önem sayesinde haber televizyonlarda birinci haber ya da haber gazetelerinde manşetten verilmektedir. Önemlilik unsuru, haberin hedef kitleyi ne oranda etkilediği ve bu etkilemenin ortaya koyduğu sonuçların ne olduğu gibi soruların cevaplarıyla ilgilenmektedir (Yüksel ve Gürcan, 2005: 59). *Uygunluk* ise haberin hedef kitlenin istek ve beklentilere hitap etmesi anlamını taşımaktadır. Örneğin işçi ve memurlara yapılacak zam oranlarıyla ilgili haberler her zaman hedef kitlenin dikkatini çekmiştir. *Anlamlılık*, haber konusunun haberi yapan kişiler ile hedef kitle açısından anlamlı olması demektir. *Yenilik*, haber konusunun yeni, güncel olmasını ifade etmektedir. *Kamu Yararı*, haberde toplumsal ve kamusal yararın bulunması gerekmektedir. Muhabirin kendi veya çalıştığı kurumun çıkarlarını ortaya koyan haberler yapması, kamu yararı ile ilişkilendirilmemektedir. Bu nedenle bu tarz haberler toplum tarafından değerli görülmemektedir (Çağlar, 2024: 6-7). Yedi temel ilkeye sahip olan haberi, niteliklerine ve içeriklerine göre iki başlıkta ele almakta mümkündür. Niteliklerine göre haber çeşitleri genel, basit, karmaşık ve özel konulu haberler şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Uğurlu ve Öztürk, 2006: 28-29) İçeriklerine göre ise sert ve yumuşak olmak üzere iki türlü haber bulunmaktadır. Ayrıca haberleri, nitelik ve içeriklerinin yanı sıra yapıları ve konuları bakımından da ele almak mümkündür (Bülbül, 2000:104-106).

A) Niteliklerine Göre Haberler: *Genel haberler*, konuları bakımdan her zaman ortaya çıkması mümkün olan haberlerdir (Tokgöz, 2015: 253). Başka bir ifadeyle toplantı, açılış veya tören gibi konular genel haberler kategorisinde yer almaktadır. Genel haberler herhangi bir uzmanlık alanı gerektirmemektedir (Yüksel & Gürcan, 2005: 68). *Basit haberler*, konusu belli olan haber anlamına gelmektedir. Herhangi bir yorumun varlığı söz konusu değildir. Ölüm, cinayet, deprem, sel, kazalar ve hava durumu gibi haberler basit haberlere örnek olarak verilebilmektedir. *Karmaşık haberler*, ayrıntının ve araştırmanın söz konusu olduğu bu haberler ise bir çaba, bir emek gerektirmektedir. Mahkeme haberleri, siyasi parti haberleri, iş ve çalışma hayatına yönelik olan tarım haberleri, uzaydan bilime kadar araştırma haberleri karmaşık haberlere örnek olarak verilmektedir. Spor haberleri, sosyete, edebiyat, sanat, kültür, kadın gibi haberler ise *özel konulu haberler* kategorisinde yer almaktadır (Bülbül, 2000:105-106).

B- İçeriklerine Göre Haberler: İçeriklerine göre haberler sert haberler ve yumuşak haberler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. *Sert haberler* siyasi, ekonomik veya bilimsel gibi ciddi konuları içermektedir. *Yumuşak haberler* ise kadın, magazin veya spor gibi haberleri konu edinmektedir (MEB, 2013: 35). Diğer bir ifadeyle sert haberler, olayları ciddiyete, insanları ise düşünmeye yönlendirmektedir. Yumuşak haber ise insanları hem bilgilendirirken hem de eğlendirmektedir (Yıldırım ve diğerleri, 2020: 37)

C- Yapılarına göre haberler: Yapılarına göre haberleri *haber röportaj*, *ilan haber* ve *reklam haber* olmak üzere üç başlıkta ele almak mümkündür. Haber röportajda, haber ile röportaj bir arada bulunmaktadır. Amaç haberin renklenmesini sağlamaktır. Daha çok televizyon ve radyo da yer almaktadır. İlan haber, modern gazetecilikte ilanların da haber niteliğinin taşıdığı savunulduğu bir haber türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Reklam haber ise reklamlar, haber formatında hedef kitleye sunulmaktadır. Bu kapsamda haber formatında sunulan reklamlar, hedef kitle açısından kurum ya da söz konusu malla ilgili olumlu bir imaj yaratmaktadır (Bülbül, 2000:106-108).

D- Konularına Göre Haberler: İçeriklerine göre haberler özel, atlatma, risk taşıyan ve makas haberler olmak üzere dört başlıkta ele alınmaktadır. Gazetecinin

araştırması özel haberin temelini oluşturmaktadır. Kamuoyu tarafından bilinmeyen olayların veya gizli kalmış bilgilerin gün yüzüne çıkarılması özel habere örnek olarak verilmektedir. *Özel haber* ayrı bir emek istemektedir. *Atlatma haber*, söz konusu bir yayın organında yer alan özel haber atlatma haber olarak da değerlendirilmektedir. Öte yandan sıradan, günlük haberlerin de atlatılması söz konusu olabilmektedir. *Risk taşıyan haberler*, kaynağın sağlam olmadığı haberler, gazeteciyi, muhabiri zor durumda bırakabilmektedir. Söz konusu bu durum çoğu zaman soruşturma konusu olabilmektedir. *Makas haberler*, daha önce yayınlanan haberlerin, yeniden yazılması anlamına gelmektedir (Bülbül, 2000:106-108).

1.5. Haberde Doğruluk ve Gerçeklik

Doğruluk ve gerçeklik, günlük yaşantımızda çokça yer alan kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Anlam bakımından birbirlerinin yerine kullanılan bu iki kavramın felsefe de aynı anlamı taşımadığı ileri sürülmektedir. Var olan her şey “gerçeklik” olarak tanımlanırken, “doğruluk” ise bir bilginin gerçekte var olan duruma uygunluğunu ifade etmektedir (Yıldırım, 2019). Gerçeklik ve doğruluğun dil, algı ve imgeleme gibi bilişsel süreçlerle yakından ilgili olduğu bilinmektedir. Gerçeklik kavramı, bireylerin dünya gerçekliğine ilişkin düşüncesinin yapısını anlatmaktadır. Bireyler gerçekliği dış algısıyla deneyebilmekte, bilimsel olarak gerçekliğin üzerine düşünebilmekte ve akıl yürütebilmektedir. Doğruluk ise dilsel yapıyı ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle gerçeklik varoluş, doğruluk ise dilsel yapı anlamına gelmektedir. Örneğin herhangi bir düşüncenin gerçekliğinden bahsetmek yanlış olabileceken, o düşüncenin doğruluğundan söz etmek mümkündür. (Demir Bilgiç ve Bilgiç, 2014: 85-86). Doğruluk kavramı, birçok filozofun tartışma konusu olmuştur. Doğruluk idealistlere göre tutarlılık, realistlere göre varlıkla eş değer bir nitelik olarak değerlendirilirken, pragmatiklerin ise doğruluğu faydalı olma bakış açısıyla ele aldıkları görülmektedir (Demirel, 2022: 248). Yukarıdaki ifadelerden hareketle günlük hayatımızda yer alan gerçeklik ve doğruluk kavramının felsefede farklı anlamlara sahip olduğu görülmektedir. Söz konusu bu iki kavramın habercilik çerçevesinde de oldukça önemli olduğunu söylemek mümkündür.

Nitekim haberde doğruluk ilkesi gazeteciliğin temel kurallarının başında gelmektedir (Tokgöz, 1981: 115). Doğruluk, haberi değerli kıldığı gibi aynı zamanda

değersiz haledede getirebilmektedir. “*Get it first, but first get it right*” (*Haberini ilk önce sen ver ama öncelikle doğru ver*) sözü gazetecilik mesleğinde doğruluk kavramının önemine vurgu yapmaktadır (İrvan, 2024). Nitekim Ethical Journalism Network (Etik Gazetecilik Ağı), gazetecilikte etik ilkeleri doğruluk, bağımsızlık, tarafsızlık, insanilik ve hesap verilebilirlik başlığıyla ele almıştır. Etik Gazetecilik Ağı tarafından beş başlık altında ele alınan bu ilkelerden doğruluk ilkesi, haberde yer alan bütün bilgilerin doğruluğunun kanıtlanabilecek şekilde doğru olması ve şekil değiştirmeden gerçeğin olduğu gibi aktarılması anlamını taşımaktadır (Saygın, 2024: 464-465). Öte yandan “gerçeğe uygunluk” anlamına gelen doğruluğu anlayabilmek için gerçeklik, dürüstlük gibi kavramları da bilmek gerekmektedir. Ayrıca haberde doğruluk, haberdeki bilgilerin doğruluğundan emin olmak demektir. Bu kapsamda yalan, yanlış ve sahte bilgilerin haberde yer almaması gerekmektedir. Diğer yandan bilgi ve belgelerin güvenilirliği de haberin doğruluğunu ortaya koymaktadır (Yüksel, 2018: 72).

Özetle doğruluk; gerçeklik ve hakikat kavramları çerçevesinde “haber ve doğruluk” ilişkisi kapsamında ele alınmaktadır. Doğruluğun haber ile olan ilişkisini haberin temelinde yer alan “gerçeği olduğu gibi yansıtmak, saptırmamak” ifadesiyle anlatmak mümkündür. Yine doğruluğa sahip olmayan bir bilgilendirme, haberin yalan olarak algılanmasına neden olabilmektedir. Ayrıca doğruluk sadece haberin değil diğer yazınsal türlerinde önemli bir gerekliliğidir (Büyükaşar ve Özçağlayan, 2019: 46). Bir diğer önemli kavram olarak haberde karşımıza çıkan gerçeklik ise bireyler tarafından iki şekilde algılanmaktadır. İlki bireyin kendi gözlemleriyle elde ettiği bilgi, ikincisi ise haberi iletenlerin aracılığıyla sunulan gerçekliktir (Türk, 2022: 16). Haberde gerçeklik, haberde yer alan bilgilerin görünen gerçeğe uygun olması anlamına gelmektedir. Diğer bir ifadeyle haber yazım teknikleri ile haberciliğin temel ilke ve kurallarına göre kaleme alınan ve kaynağı gerçek olan haberler, gerçekliğe uygun haber olarak görülmektedir. Bir kişinin bir suçtan dolayı polise ifade vermesi habere konu olabilir. Söz konusu bu olayı duyuran televizyon kanalları veya gazeteler şahsın söz konusu suçu işlememiş olması halinde bile var olan gerçekliği servis etmiştir. Ancak haberde “şüphelinin ifadesi alındı” yerine “olayın faili yakalandı” gibi gerçekliği bulunmayan ifadelerin yer alması olayı farklı

bir hale sokmaktadır. Bu nedenle gerçeklik anlamındaki ölçüt, haberin kamuoyuna yansıtılan ilk andaki haline uygun olmasıdır (Yüksel ve Gürçan, 2005: 64). Öte yandan bilgilerin yanı sıra gerçek olmayan görüntülerin de haberde kullanılması inandırıcılık sorununu ortaya çıkarmaktadır. Söz konusu bu durum da kamuoyuna haberi servis eden yayın kuruluşuna karşı bir güvensizliğe neden olabilmektedir (Işıklar, 2012: 12).

Farklı anlamlara sahip olan doğruluk ve gerçeklik kavramı, günümüzde özellikle haber için önemli bir hale gelmiştir. Çünkü büyük bir dönüşümü beraberinde getiren günümüzün teknoloji çağında doğru, gerçek ve güvenilir bilgilere ulaşmak oldukça güçleşmiştir. Bu noktada doğruluk ve gerçekliğin ne olduğunu bilmek doğru, güvenilir bilgilere ya da haberlere erişim konusunda kolaylık sağlayacağı söylenebilir.

1.6. Haberde Etik

Haber için oldukça önemli olan bir diğer kavram da etik olgusudur. Etiğin geçmiş dönemlerde beri dünyanın farklı toplumlarında bulunduğu görülmüştür. Dinler tarihi, felsefe tarihi ya da arkeolojik buluntular, etiğin geçmiş dönemlerden beri var olduğunu kanıtlamaktadır. Zaman ve toplumun inanişına göre farklılık gösteren etik, felsefi bir disiplin olarak karşımıza çıkmaktadır. Etiğin gelişim sürecinde üç aşamadan söz etmek mümkündür. Söz konusu bu aşamalar; filozof Kant dönemine kadar devam eden eski Yunanlıların etiği, Kant tarafından etiğin yeniden ele alındığı dönem ve Kant'tan sonra gündeme gelen etikdir. Eski Yunan etiğinde mutluluk ve erdem ön plana çıkarken, Kant döneminde etik olgusunun yeniden ele alındığı görülmektedir. Bu dönemde ödev, görev ve sorumluluk mutluluğa giden yol olarak belirlenmektedir. Yine bu dönemlerde insan hayatının amacı, filozofların en önemli sorunlarından biri olarak görülmektedir. Söz konusu bu soruna filozofların verdiği ortak cevabın ise mutluluk olduğu bilinmektedir. Fakat mutluluğun ne şekilde elde edileceğine yönelik soruların yanıtları ise birbirinden farklılık göstermektedir. Örneğin, Demokritos, mutluluğun haz ile elde edileceğini, Sokrates mutluluğa erdem ile ulaşacağını, Kant ise mutluluğa giden yolun ödev, görev ve sorumluluktan geçtiğini ifade etmiştir. (Levent, 2023: 15-24).

Bilgi kapasitenin fazla fazla arttığı günümüz çağında bilgi artık takip edilemez bir hal almıştır. Bu çağda toplumu ve insanları bilgilenme telaşının ortaya çıktığı görülmektedir. Bu nedenle söz konusu kurumlar, hedef kitleyi istedikleri gibi bilgilendirmeye çalışmıştır (Pembecioğlu, 2013: 7). Bu süreçte etik önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. İş ahlakı veya iş etiği gibi kavramların ortaya çıkmasında etkili olan ve aynı zamanda insanların iş yaşamlarında da önemli bir role sahip olan etik, “*ahlaki ilkeler bütünü*” olarak tanımlanmaktadır. Ahlak kurallarını konu edinen bir bilim olan etik, (Yüksel ve Gürcan, 259: 2005) başka bir tanıma göre ise uyulması gereken ya da uzak durulması gereken davranışlar bütünü olarak ifade edilmektedir (Benhür Aktürk, 2018: 35-36). TDK da etik kavramını, “*Çeşitli meslek kolları arasında tarafların uyması veya kaçınması gereken davranışlar bütünü*” olarak tanımlamaktadır (TDK, 2024). Başka bir söylemle etik aynı zamanda ahlakı konu edinmektedir. Arapça bir kelime olan ahlak ise toplum tarafından benimsenmiş ve insanların birbirleriyle olan ilişkilerini düzenleyen davranış kuralları demektir. Ayrıca hem toplumsal hem de insanın vicdanıyla ilgili olan ahlak, yanlış- doğru ve iyi-kötü çerçevesinde yapılan şeylerin ortaya koyduğu sonuçları değerlendirmektedir (Yüksel ve Gürcan, 2005: 259-260).

Görüldüğü üzere felsefe disiplininde farklı anlamları bulunan etik genel olarak olması gereken seçeneklere duyulan ilgi, istenen bir yaşamı araştırmak ve anlamak, neyin yapılacağı ya da yapılmayacağı gibi durumların bilinmesi ile “doğru ve yanlış davranış” olarak karşımıza çıkmaktadır. Özetle etiğin, bireylerin bir olay karşısında sergilediği davranışlarla alakalı olduğu görülmektedir (Erol, 2012: 32)

Habercilik de doğası gereği her zaman etik tartışmaların merkezinde olmuştur. Bu nedenle habercilik mesleğine bir takım etik görevler verilmiştir. Haber tanımlarında sıklıkla kullanılan bir kavram olan etik aynı zamanda gazetecilik mesleğinin vazgeçilmez bir unsuru olarak görülmektedir (Yurdigül, 2013: 83). Öte yandan teknoloji ve buna bağlı olarak iletişimin gelişmesi, insan hayatının karmaşık bir hal alması ve nüfus gibi etkenler ahlaki değerlerin bozulmasına neden olmaktadır. Dolandırıcılık, yolsuzluk gibi olaylarda yaşanan artış, toplumun ahlaki değerleri yeniden ortaya çıkarma eğilimi içinde olduğunu göstermektedir. Söz konusu bu durumlar meslek etiğinin daha da önemli bir hal aldığını kanıtlamaktadır. Meslekteki

etik ilkelerini, toplum tarafından kabul görmüş iyi insan olmak, doğru olmak, adil olmak gibi özelliklerden ayrı düşünmek pek mümkün görülmemektedir (Işık, 2014: 155-165). Gazetecilik mesleğinde ise iletişim teknolojileriyle birlikte ortaya çıkan bir diğer önemli meselenin yeni medya etiği olduğu belirtilmektedir. Özellikle internet ortamındaki habercilikte etik ilke ve kodların nasıl şekillenmesi gerektiği önemli noktayı oluşturmaktadır. İnternet ortamında gerçekleşen habercilik anlayışı, yeni medya etiğine tartışma konusu olmaktadır. (Işık, 2014: 219). Her geçen gün gelişen iletişim teknolojileri, sunduğu imkanların yanı sıra etik sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu kapsamda yeni medyada, medya etiğine ilişkin tartışmalar farklı bir boyuta ulaşmaktadır. *Yeni medyada etik sorunları beş başlık altında sıralamak mümkündür;*

Kişisel hakların yani mahremiyetin ihlali: Bütün kullanıcıların bilgilerinin toplandığı bir havuza dönüşen internet, mahremiyetin ihlaline neden olmaktadır.

Görüntü ve ses manipülasyonu: Söz konusu bu etik ihlale herhangi bir videonun, ses veya fotoğrafın çeşitli programlar aracılığıyla yeniden düzenlenmesi örnek olarak verilebilmektedir.

İçeriğin izinsiz ya da kaynak gösterilmeden kullanılması: Çok sayıda bilgiye ev sahipliği yapan yeni medyada herhangi bir içeriğin kolaylıkla alınması söz konusu olabilmektedir.

Bilgi Yanılsaması: Bilgiye ulaşmanın oldukça kolay olduğu günümüzde bir gazeteci aradığı bilgiyi rahatlıkla bulabilmektedir. Bu bilginin doğruluğu ve yanlışlığı etik sorunlara neden olmaktadır.

Reklam kaynaklı etik sorunlar: Platformların, kullanıcıların rızası dışında onların çevrimiçi davranışlarını, beğenilerini ticari amaçla kullanılması reklamdan kaynaklanan etik sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Uluk, 2021: 45-52).

Medya etiği, etik felsefesinin bir alt dalı olarak bilinmektedir. (Erol, 2012: 50). Yeni medyada, "*basın ahlakı ve basın etiği*" kavramlarının öneminin arttığı görülmektedir. Gazete, televizyon ve radyo gibi basın kuruluşları, itibarı olan bir basın mesleği geliştirebilmek adına mesleki etik kodlar ortaya çıkarmışlardır. Basın kuruluşları ile gazeteciler, muhabirler, editörler gibi basın mensuplarının söz konusu

bu kurallara uyup uymadığı noktasında ise bir otokontrol mekanizması devreye sokulmuştur. Günümüzde işlevini halen devam ettirmekte olan otokontrol diğer bir ifadeyle öz denetim sistemi, basın alanında “*basın konseyleri*” olarak karşımıza çıkmaktadır. 1989 yılında kurulan basın konseyi, medya organlarının ve gazetecilerin görevlerini icra ederken uyulması gereken etik ilkeleri belirlemiştir (Kösedağ, 2021:183).

Irkı, cinsiyeti, dini inancı veya sosyal düzeyi ne olursa olsun hiç kimsenin yayınlarda kınanmayacağı, düşünce ve ifade özgürlüğünü sınırlayan, ahlakı, dini ve aileyi hedef alan sarsıcı yayın yapılmayacağı, gazetecilik mesleğinin özel çıkarlara alet edilemeyeceği, insanların özel hayatının, kamu yararı söz konusu olmadıkça yayın konusu olamayacağı, doğruluğundan emin olunmayan haberlerin yayınlanamayacağı, kamu yararı söz konusu olmadığı sürece gizli kalması gereken bilgilerin paylaşılmayacağı, mahkeme kararı ile suçu kesinleşmeyen birinin suçlu ilan edilemeyeceği, gazetecinin mesleğinin itibarına gölge düşürecek eylemlerde bulunamayacağı ve gazetecinin toplumu şiddet veya zorbalık gibi olaylara özendirici yayın yapamayacağı basın konseyi tarafından hayata geçirilen etik ilkeler olarak belirlenmiştir. (Basın Konseyi, 2020). Söz konusu bu ilkelerin hayata geçirilmesinin medya kuruluşlarının duyarlılığına bağlı olduğu söylenmektedir. Medya kuruluşlarının ve medya çalışanlarının kendi vicdanları, topluma ve insanlara servis edilen haberlerin yapımında mesleki bir oluşum ortaya çıkmaktadır. Her meslek için önem taşıyan etik, etkileme ve yönlendirme gücü fazla olan medya sektörü için çok daha büyük anlam ifade etmektedir. Medyanın etkileme ve yönlendirme gücü dikkate alındığı zaman, sorumluluğun bilincinde olmayan bireylerin ortaya koyacağı haber, olumsuz sonuçlar oluşturabilmektedir (Güz, 2012: 21).

1.7. Yalan Haber Kavramı

Her toplum için farklı anlama gelmekte olan yalan haberin anlamı değişiklik göstermektedir (Dang, 2021: 38). Hedef kitleyi yanıltmak için kasıtlı olarak üretilen bilgilerden oluşan yalan haber kavramı (Uluk, 2021: 61-62), başka bir ifadeyle kasıtlı olarak yazılan, doğrulanabilir ve okuyucu yanıltmak amacıyla kaleme alınan haber anlamına gelmektedir. Gerçekle ilişkisi bulunmayan ve çarpıtılmış haber olarak bilinen sahte haberlerin bir dengede arttığı bilinmektedir. Çünkü alıcıların taraflı

haberleri sevmesi veya sahte haberlerin doğru ve iyi araştırılmış bir içerik oluşturmaktan daha ucuz olduğu görülmektedir. Öte yandan sahte haberler hem bazı tüketicilere fayda sağlamakta hem de bazı alıcıların gerçeklik hakkında bir sonuç elde etmesini zorlaştırmaktadır. Seçmenlerin hangi adayı seçeceği konusunda bir çıkarım yapmasının zorlaşması söz konusu bu duruma örnek olarak verilebilir (Allcott ve Gentzkow, 2017: 213). Yeni bir terim olmayan *yalan haber* kavramının altında, ideolojik ve finansal olmak üzere iki temel motivasyon yer almaktadır. Bir taraftan popüler olan sahte hikayeler, tıklanmalar sayesinde içerik üreticilerine reklam geliri sağlamaktayken, diğer taraftan sahte haber sağlayıcıları başkalarını itibarsızlaştırmak, belirli düşünceleri veya kişileri desteklemek amacıyla yalan haber üretmektedir. Bir moda haline geldiği görülen yalan haberin, çeşitli çalışmalarda haber parodileri veya haber propagandası gibi farklı kelimeleri tanımlamak için kullanıldığı görülmüştür. Günümüzde ise yalan haber daha çok sosyal medyada yayılan yanlış bilgileri tanımlamak için kullanılmaktadır (Tandoc ve diğerleri, 2017: 4).

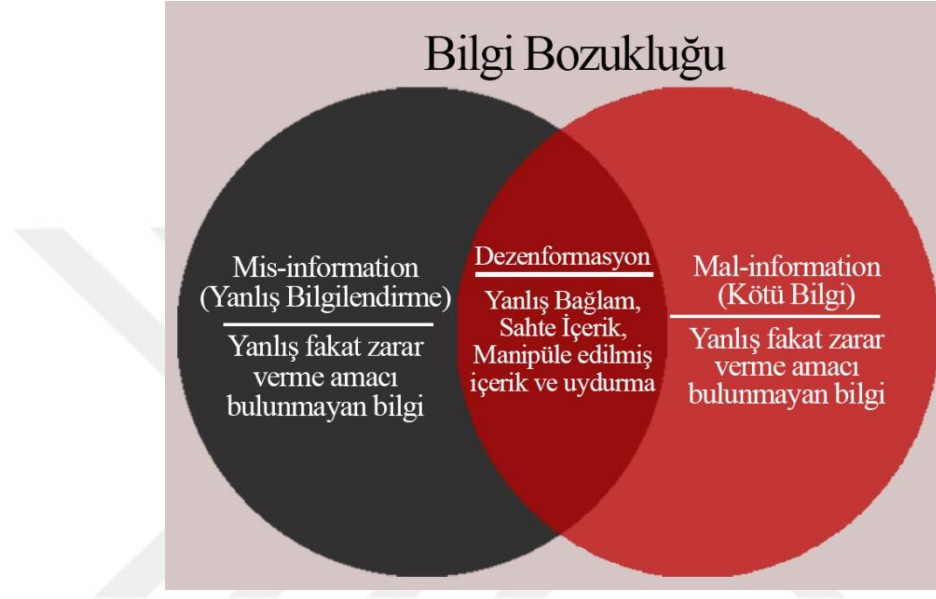
Yalan haberler; dergiler, gazeteler gibi basılı yayımların önemli olduğu zamanlardan dijital içeriklerin yaygınlık kazandığı günümüze kadar her zaman varlığını devam ettirmiştir. İletişim teknolojisinde her zaman var olan ve insanların maruz kaldığı bir tür olan yalan haber (Onursoy ve diğerleri: 2020: 501) terimini kullanan bilimsel çalışmalarda farklı haber türlerinin olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda 2003 ile 2017 yılları arasında yalan haber kavramının kullanıldığı akademik çalışmalar incelenmiştir. Bu çalışmaların incelenmesi sonucunda sahte haberle ilgili uydurma, manipülasyon, propaganda, hiciv, parodi ve reklam olmak üzere altı farklı yalan haber türünün olduğu belirlenmiştir (Tandoc ve diğerleri, 2017: 5).

Claire Wardle ve Hossein Derakhshan da yalan haberle ilgili "Dezenformasyon, Mis-information ve Mal-information" olmak üzere üç kavrama dikkat çekmiştir. Wardle ve Derakhshan, birbirinden farklı anlamlara sahip olan ve yalan haber içeriklerinden oluşan bu üç önemli kavramı şu şekilde tanımlamaktadır:

1- Dezenformasyon: Bir ülkeye, bir kuruluşa veya bir insana zarar vermek amacıyla yanlış ve kasıtlı olarak oluşturulan bilgi demektir.

2- Mis-information (Yanlış bilgilendirme): Yanlış olan fakat zarar verme amacı gütmeyen bilgilerdir.

3- Mal-information (Kötü bilgi): Gerçeğe dayalı olan ve kötü niyet içeren bilgilerdir. Bir insana, bir kuruluşa ya da bir ülkeye zarar vermek amacı bulunmaktadır.



Görsel 1.1. Yanlış ile yanlış bilgilendirmenin yanlışlık kavramları etrafında bir araya gelmesi (Wardle ve Derakhshan, 2017:20)

Savaş zamanı, ekonomik bunalımlar ya da önemli olayların yaşandığı kriz dönemlerinde toplumu manipüle etmek maksadıyla kasıtlı olarak üretilen yalan haberlerin tetikleyici bir özelliğe sahip olduğu görülmektedir. Söz konusu bu duruma bir dönem bütün dünyayı etkileyen covid-19 örneği verilebilir (Balcı ve Yeles Karaman, 2023: 752). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) Genel Direktörü Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus, Münih Güvenlik Konferansı'ndaki konuşmasında sahte haberlerin koronavirüs gibi virüslerden daha hızlı ve kolay yayıldığını ifade etmiş ve sadece bir salgınla değil aynı zamanda yanlış olan bilgi ile de mücadele ettiklerini söylemiştir (WHO, 2020). Yine doğruluğu bulunmayan, yanıltıcı bilgilere sahip olan ve uydurulan bir haberin gerçekmiş gibi sunulması olan yalan habere geçmiş yıllarda gündem olan "Sakallı bebek" haberi de örnek olarak verilebilir. 1987 yılında Türkiye'de yayımlanan bir haberde Cerrahpaşa Tıp Fakültesi'nde sakallı bir bebeğin doğduğu ve bebeğin konuşarak "Bayramın ikinci günü kıyamet kopacak" dediği

İçinde yaşadığımız yüzyılın en önemli gelişmesi olan internet (Güz, 2012: 21) bilgi çağının kapısını aralamıştır. Fakat internet dezenformasyon, mizenformasyon ve sahte haber sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Bu nedenle bilgi çağından yanlış bilgi çağına geçiş kaçınılmaz olmuştur (Akyüz ve diğerleri, 2021: 2821). İnternet, çevrimiçi sosyal etkileşimlerin oldukça az olduğu dönemlerde bile yalan bilgi ve haberlerin paylaşılmasına imkân tanımıştır (Uluk, 2021: 69). Son yıllarda büyük bir etki yaratarak beklenmedik sonuçlara neden olan ve önemli bir sorun haline gelen yalan haberlerin (Gravanis ve diğerleri, 201: 2019) yarattığı kaygı 2016 yılında Birleşik Krallık'ın Avrupa Birliğinden ayrılması için gerçekleşen Brexit adlı referandum ve Donald Trump'un başkan seçilmesiyle sonuçlanan ABD başkanlık seçimleriyle ciddi boyutlara ulaşmıştır. Seçim kampanyaları sırasında özellikle facebook gibi sosyal ağlarda paylaşılan dedikodular, haberler ve görüntüler yüzlerce kullanıcıya ulaşmıştır (Uluk, 2021: 75). Yalan haberin kendini gösterdiği önemli olaylardan biri olan ABD başkanlık seçimleriyle ilgili Facebook'ta paylaşılan sahte haberlerin, New York Times ve NBC News gibi büyük haber kuruluşlarının en fazla paylaşılan haberlerinden daha fazla etkileşim aldığı görülmüştür (Silverma, 2016).

1.8. Post-Truth Kavramı

Günümüzde geniş bir kullanım alanına sahip olan ve toplumsal gerçekliği çarpıtarak yoğun bir şekilde kullanılan yalan haber, gerçekliğin önemini kaybettiği "post-truth" bir döneme girdiğimiz iddiasını gündeme getirmektedir. Algıların, gerçekten daha önemli görüldüğü post-truth dönemi, her türlü sahte içeriklerin hedef kitleye kolaylıkla iletildiği bir zamanı ifade etmektedir (Yerlikaya ve Toker Aslan, 2020: 181). Bu zamanda nesnel gerçeklerden daha çok kişisel inançlar ve duygular ön plana çıkmaktadır. Çıkar elde etmek isteyen troller, terör örgütleri veya bazı politikacılar insanların korku, öfke, nefret gibi duygularını tetiklemekte ve manipüle etmektedir (Tecer, 2024: 101).



Görsel 1. 3. 9 Mayıs 2020'de ABD'nin Kaliforniya eyaletinde düzenlenen gösterideki fake news Is the real virus (gerçek virüs sahte haberdır) yazılı pankart (Yerlikaya ve Toker Aslan, 2020: 181).

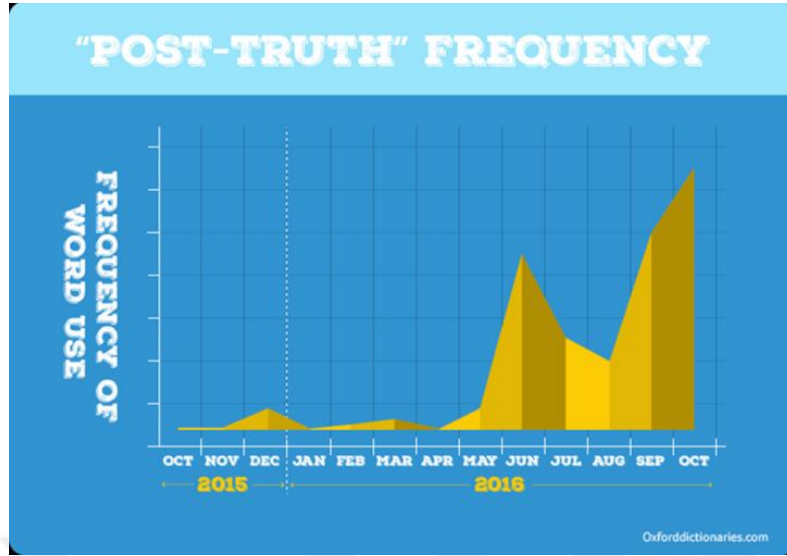
Günümüz dünyası, post-truth olarak adlandırılan yalan haberlerin dağılımı için bir zemin oluşturmaktadır. Çünkü gerçekle yüzleşmeye gerek duyulmamaktadır. Ayrıca yalan haberi alan insanlar, kendi görüş ve düşüncelerini güçlendirdiği için yalan haberi doğru olarak kabul etmekte ve yalan haberi yeniden paylaşımına sokmaktadır. Bu da çok sayıda yalan haberin sosyal ağlarda hızlıca yayılmasına neden olmaktadır. Yeni bir kavram olmayan ve internette üretilen bilgilerin çoğalmasıyla yeniden canlanan (Prego, 2017: 21) post-truth son yılların dikkat çeken konularından biri olmuştur. Hemen hemen her alanda karşımıza çıkmaya başlayan ve tartışmalara konu olan post-truth kavramı (Barit, 2021: 241) nesnel hakikatlerin, herhangi bir konuyla ilgili kamuoyu oluşturmada duygulara ve kişisel inançlara başvurmadan daha az etkili olduğu anlamını taşımaktadır (OxfordLanguages, 2016). Söz konusu bu durum gerçeklerin önemini kaybettiğini göstermektedir. İletişim teknolojileri alanında yaşanan gelişmeler ve değişimler, insanlara kendilerini daha iyi bir şekilde ifade edebilme imkânı sağlamıştır. Diğer bir ifadeyle internetin sunmuş olduğu aktif izleyici rolü, üretilen içeriklerle birlikte kitleleri önemli bir konuma taşımıştır (Baritci, 2021: 242). Bu süreçte var olan bir bilginin “gerçekten doğru mu yoksa gerçekte doğru olmayan” bir bilgi mi olduğunu karmaşık hale getirmiştir. Bu karmaşık durum ise çoğunlukla gerçeklerle çelişmektedir. Bu kapsamda hakikat sonrası dönem, insanları gerçekliğin ne anlama geldiğini “gerçekten” bilmediği bir döneme götürmektedir (Lontoh, 2024: 285).



Gerçek: Düşünüyorum öyleyse varım Gerçek ötesi: İnanıyorum öyleyse haklıyım!

Görsel 1.4. Truth ve post-truth kavramını anlatan karikatür (Shovel, 2016).




Post-truth kavramının ilk olarak Sırp asıllı Amerikalı oyun yazarı Steve Tesich tarafından 1992 yılında kaleme alınan *Yalanlar Hükümeti (Government of Lies)* adlı makalede yer aldığı bilinmektedir. Söz konusu bu kavram uzun bir aranın ardından önemli siyasi gelişmelerin yaşandığı 2016 yılında dikkat çekecek bir şekilde gündeme gelemeye başlamıştır. Özellikle 2016 yılındaki ABD başkanlık seçimleri ile İngiltere'nin AB'de ayrılması post-truth kavramının gündeme gelmesinde oldukça etkili olmuştur. Donald Trump'ın seçim kampanyası sırasında suç oranlarının artmasında Meksikalı göçmenlerin etkili olduğunu söylemesi, insanların bu söyleme inanmasına neden olmuştur. Donald Trump'ın bu iddiasını geçersiz kılacak birden çok bilimsel çalışma olmasına rağmen, bu iddiaya inanların oranlarının oldukça yüksek olduğu görülmüştür. Yalanın, doğru olmadığı kanıtlanırsa bile gerçek olarak kabul edildiği belirlenmiştir (Sarsılmaz, 2023).



Görsel 1.5. Post-truth kavramının kullanım sıklığı (journo, 2016)

Türkçe karşılığı “*hakikatin önemsiz hale gelmesi veya hakikat sonrası*” olan post-truth'u modern kültürün bir sonucu olarak da görmek mümkündür. Bu kapsamda dijital ortamda dolaşıma sokulan bilgilerin kontrolden çıkması söz konusu olmaktadır. Yalan bilgi çerçevesinde bir araya gelen insanlar geçici ilişkiler kurmaktadır. Tüm insanların her yerde bilgiye kolayca ulaşabilmesi infobezite sorununu gündeme getirmiştir. İnfobezite ile tüketilen bilgi hakikatten uzaklaşmaktadır. Safsatalar, skandallar, çarpıtmalar ve yalan haberler hakikat ile kapatılmaktadır (Özdemir, 2021: 20-21). İnfobezite ise fazla bilgi yüklenmesi olarak tanımlanmaktadır. Dijital yoğun bilgi akışının söz konusu olduğu zamanlarda, insanlar gereksiz bilgiler arasında kaybolmakta ve gerçek bilgiye ulaşmakta zorlanmaktadır. Bu süreçte insanlar gerekli, gereksiz bütün bilgileri tüketmeye başladığı için “infobez” hale gelmektedir (Sarsılmaz, 2023). Haber noktasında da en çok tartışılan konulardan biri olan post-truth kavramına eski Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Joe Biden, örnek olarak verilebilir. Bir açılış sırasında yaptığı konuşmanın ardından arkasına dönen Joe Biden’in o ana ait 20 saniyelik görüntüsü çeşitli başlıklarla medyada yerini almıştır. Örneğin “*Şimdiye kadarki bütün hareketlerini unutun: Biden "pes" dedirtti*” (Yenivatan, 2022). Youtube’de yer alan “*Biden'dan bir tuhaf hareket daha: Bu sefer boşlukla konuştu*” (Medyascope, 2022) veya “*Joe Biden, önce boşlukla konuştu sonra yönünü şaşırıldı*” (Ensonhaber, 2022) şeklindeki başlıklar dikkatleri üzerine çekmiştir (Bozkurt, 2023: 63).

Tablo 1.1. Eski Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Joe Biden'nin farklı haber sitelerinde yer alan haberi

 <p>Yenivatan adlı haber sitesinde yer alan “Şimdiye kadarki bütün hareketlerini unutun: Biden "pes" dedirtti” başlıklı haber (Yenivatan, 2022).</p>	 <p>YouTube'da yer alan “Biden'dan bir tuhaf hareket daha: Bu sefer boşlukla konuştu” başlıklı görüntü (Medyascope, 2022).</p>	 <p>Ensonhaber'de yer alan “Joe Biden, önce boşlukla konuştu sonra yönünü şaşırdı” başlıklı haber (Ensonhaber, 2022).</p>
--	---	--

Tabloda yer alan resimlerden anlaşılacağı üzere hakikat sonrası çağda yalan, sahte haber ve propaganda ile karakterize edilen insanlar, söz konusu bu zamanın konusunu oluşturmaktadır (Hafizoğlu, 2021: 22). Politik ve ideolojik nedenlerin yanı sıra yalan haberlerin hızlıca yayılmasındaki en büyük diğer etkenin ekonomik kazancın olduğu ifade edilebilir. Daha fazla tık kazanmak, sayfanın daha fazla görüntülenmesini sağlamak için çarpıcı, sarsıcı, yanıltıcı başlıklar kullanılabilir. Örneğin bir haber sitesinde ünlü bir ismin hayatını kaybettiğine dair yayınlanan bir haber, insanların dikkatini çekmekte ve siteye gelen kişi sayısını arttırmaktadır. Bu durum ise haber sitesinin reklam gelirinin artmasına neden olmaktadır (Tecer, 2024: 101).

1.8.1. Haberde Dezenformasyon

İnsanların ihtiyaç duyduğu enformasyon, birinci dünya savaşından sonra insanlık için bir ihtiyaç haline gelmiştir. Gazete, dergi ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarıyla toplum içinde yayılan enformasyon günümüzde oldukça karmaşık

bir düzen içinde gerçekleşmektedir (Tokgöz, 185: 2015). Latince *informare* kelimesinden meydana gelen enformasyon, *biçim vermek* anlamına gelmektedir. Oxford sözlüğü ise enformasyonu; biri veya bir konu hakkında elde edilen ya da öğrenilen gerçekler olarak tanımlamaktadır (Henno, 2014: 24).

Günümüzde yalan, yanlış, doğruluğu bulunmayan ve kasten yayılan bir bilgi (Wikipedia, 2024) olarak karşımıza çıkan dezenformasyon ise uluslararası kuruluşlar tarafından modern yaşama yönelik bir tehdit olarak görülmektedir. Günümüzün dijital teknolojisi, gerçek bilgi ile manipüle edilen bilginin arasındaki çizgiyi belirsiz hale getirmekte ve bilgiyi yeniden üretmektedir. Öte yandan sosyal medyanın varlığı, çevrimiçi toplulukların oluşturulması gibi durumlar teknolojide ek dönüşümlerin yaşanmasına neden olmuştur. Söz konusu bu dönüşümler insanların düşünmesine, geri adım atmasına fırsat vermeden hızlı bir şekilde gelişim göstermiştir. Bu kapsamda modern teknolojilerin dezenformasyonun hızlı bir şekilde yayılmasına neden olduğu görülmektedir (Gaborit, 2024: 76).

Türk Dil Kurumu'na göre (TDK) *bilgi çarpıtma* anlamına gelen dezenformasyon (TDK, 2024), İngilizce 'den Türkçe 'ye geçmiş ve yanlış bilgilendirme anlamına gelen *disinformation* kelimesinden türetilmiştir. Sosyal medya veya internet, gazete, televizyon kanalları gibi basın yayın organları aracılığıyla toplumu yanlış bilgilendirmek ve yönlendirmek amacıyla sahte, yalan ve yanlış bilgilerin kasten yayılması dezenformasyon olarak tanımlanmaktadır. Dezenformasyon, çarpıtılmış bilgilerle kamuoyu oluşturmak veya kaos yaratmak için çoğunlukla başvurulan bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca küçük bir bilginin dezenformasyon nedeniyle toplumda infiale neden olabileceği gibi özellikle sosyal medya kullanıcıları tarafından istemeden ya da kasıtlı olarak abartılan bilgiler; toplumu, insanları ciddi anlamda manipüle etmekte ve ortaya çıkan karmaşanın daha da büyümesine yol açabilmektedir (Madanoğlu, 2023).

Günümüzde geleneksel medyanın yerini dijital medyanın alması, internet ve sosyal medyanın yangın olarak kullanılması, bilgi hacmindeki artış, gerçeğin önemsiz hale gelmesi sahte haber ve yanlış bilgilerin artmasına neden olmuştur. Yanlış bilgilerin artması üç unsur ile ilişkilendirebilir. Bu unsurlar şu şekildedir:

Aracısızlık: Yeni medya, internet veya mobil ağlarla oluşturulmuş zaman ve mekândan bağımsız bir iletişim ortamını ifade etmektedir. Sınırsız bilginin özgür bir şekilde dolaşıma sokulması söz konusudur.

Hız: Dijital medya araçlarında hız önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Haberi anında vermek ve paylaşımını yapmak doğruluğun ikinci plana atılmasına neden olabilmektedir.

Hacim: Facebook, X medya (Twitter) ve Instagram gibi sosyal medya platformlarında otomatik hesaplar bir diğer ifadeyle bot hesaplar tarafından sınırsız sayıda dezenformasyon üretilmektedir (Parlar Dal ve diğerleri, 2021: 5-6).

Bu unsurların neden olduğu bilgi kirliliğinin dışında, yalan yanlış bilgi ve haber üreten web siteleri ya da çeşitli siyasi amaçlara hizmet eden medya kuruluşları, dezenformasyonu yaymakta etkili olabilmektedir. Öte yandan dezenformasyona neden olan kişi ya da topluluklar, sahte bilgilerle toplumun karar verme iradesine de engel olmaktadır. Bu kapsamda dezenformasyonun sadece kurumları ve sosyal şartları hedef almadığı ve insanların kendi düşünceleri doğrultusunda karar verme yetkisini de ortadan kaldırdığı görülmektedir (DMM, 2023: 13-14). Claire wardle; hiciv veya parodi, yanıltıcı içerik, sahte içerik, taklit, hatalı ilişkilendirme, yanlış bağlam ve manipüle edilmiş içerik olmak üzere 7 dezenformasyon türü bulunduğunu belirtmiştir.

Tablo 1.2. Dezenformasyonun 7 türü (Wardle, 2020)

Hiciv veya parodi (Satire/Parody)	Çarpıtma (Misleading Content)	Taklit (Imposter Content)	Uydurma (Fabricated Content)
Zarar verme amacı bulunmamaktadır. Fakat kandırma potansiyeli vardır.	Bireyi çerçevelemek için bilginin yanıltıcı kullanımı söz konusudur.	Gerçek kaynakların taklit edilmesi anlamına gelmektedir.	Oluşturulan yeni içerik yüzde 100 yanlıştır ve zarar vermek amacını taşımaktadır.
Hatalı ilişkilendirme (False Connection)	Yanlış Bağlam (False Context)	Manipüle edilmiş içerik (Manipulated Content)	
Başlıklar ve görsellerin içerik ile uyumadığı bilgi anlamına gelmektedir.	Orijinal ve gerçek içeriğin yanlış bağlamsal bilgilerle paylaşılması demektir.	Gerçek olan bilgiler aldatmak için manipüle edilmiştir.	

İnsanlar tarafından masum olarak görülen **hiciv / parodinin**, sosyal ağlarda yarattığı problem doğruluğun kontrol edilmesini oldukça zorlaştırmakta ve söylentilerin yayılması için uygun bir alan yaratmaktadır. Dezenformasyonda sıklıkla başvurulan yöntemlerden biri olan **manipülasyon** ise gerçek olan bir bilginin veya görüntünün aldatma amacıyla değiştirilmesi demektir. Manipülasyon yapay gerçeklik oluşturmakta ve kullanıcıların gerçeklik algısına zarar vermektedir. Dezenformasyonun yaygınlaştırılması için çoğunlukla kullanılan yöntemlerden bir diğeri ise taklittir. **Taklit**, benzeri ortaya konulan bir bilginin gerçekmiş gibi sunulması anlamını taşımaktadır (DMM, 2023:18-30).

Gazetecilikte ve siyasette bir sorun olarak karşımıza çıkan **çarpıtma**, bilginin yanıltıcı şekilde sunulmasını ifade etmektedir. Bir düşünceyi desteklemek amacıyla ifadelerin dikkatli şekilde seçilmesi ve fotoğrafların kırılması söz konusudur. **Uydurma**, herhangi bir içeriğin yüzde 100 uydurma olduğunu ifade etmektedir. Sahte sosyal medya hesabı oluşturmak ve bu hesaptan içerikler paylaşmak örnek olarak verilebilir. Öte yandan bu kategoride yapay zekanın kullanıldığı deepfake'de görmek mümkündür. Tık tuzağının olduğu **hatalı ilişkilendirmede** ise başlık ve içeriğin, görüntünün birbirinden tamamen kopuk olması söz konusudur. Sıklıkla karşımıza çıkan bir diğerkavram ise **yanlış bağlamdır**. Yanlış bağlam gerçek görüntülerin, fotoğrafların yeni olarak tekrardan paylaşılmasıyla ortaya çıkmaktadır. Son dakika haberlerinde eski görüntülerin yeniden paylaşılmasıyla gerçekleşmektedir (Wardle, 2020). Dezenformasyonun 7 türüne şu örnekler verilebilir:

Tablo 1.3. Dezenformasyon türlerinden olan hiciv ve çarpıtmaya örnek haber

Hiciv veya parodi (Satire/Parody)	Çarpıtma (Misleading Content)
 <p>YOZGAT'ta koronavirüsten korunmak için arap sabununu yoğurda katarak yiyen kişi zehirlenerek hastaneye kaldırıldı. Midesi yıkanan ve serum takılan adam kendine geldikten sonra "Arap sabunu içimi temizler beni temiz tutar yoğurt ise bağışıklık sistemimi güçlendirir diye düşündüm" dedi.</p>	 <p>KATARLI GENÇLERE TÜRKİYE'DE SINAVSIZ TIP EĞİTİMİ HAKKI VERİLDİ</p>
<p>13 Mart 2020 tarihinde <i>internethaber.com</i> adlı internet sitesinde yayımlanan “<i>Koronavirüsten korunmak için yoğurda arap sabunu katıp yedi</i>” başlıklı haber hiciv/ parodiye örnek olarak verilebilir (<i>internethaber.com</i>, 2020).</p>	<p>Katarlı öğrencilere sınavsız tıp eğitimi verileceği yönünde iddialar gündeme gelmiştir. Sosyal medyada da yayılmaya başlayan bu iddia birçok kişi tarafından paylaşılmıştır. Fakat konuyla ilgili Resmi Gazete 'de yayımlanan kararda Türkiye ve Katar arasındaki Askeri Sağlık Alanında Eğitim ve İş Birliği Protokolünün onaylandığı bilgisi yer almıştır. Özetle protokolün, Katarlı öğrencilerin sınavsız tıp eğitimi alacağı yorumuna açık olmadığı görülmüştür (Büyükbayrak, 2021).</p>

Tablo 1.4. Dezenformasyon türlerinden olan taklit ve uydurmaya örnek haber

Taklit (Imposter Content)	Uydurma (Fabricated Content)
 <p>Beyazıt Öztürk @BeyazitOzturk</p> <p>Son dönemde ülkemizde yaşanan sessiz istilaya sessiz kalmak istemedim. Yurdumuzun istikameti Atatürk ilke ve inkılapları ile ters düşmektedir. İsteğim, aydın kişilerin artık konuşmaya başlamasıdır. Bugün susarsanız, yarın konuşacak bir vatanımız olmayacak. Artık ben de buradayım.</p> <p>3:49 PM · Jun 3, 2022 · Twitter for Android</p> <p>3,949 Retweets 246 Quote Tweets 33.5K Likes</p>	 <p>TRAFİK KAZASINDA ÖLEN ALEYNA CENAZE ARACINDA TECAVÜZE UĞRADI!</p>
<p>Dezenformasyonun türlerinden biri olan <i>taklit</i> unsuruna Şovmen Beyazıt Öztürk adına açılan sahte hesap örnek verilebilir. Bu sahte hesap üzerinden sığınmacılarla ilgili bir paylaşım yapılmıştır. Sığınmacılarla ilgili yapılan paylaşım siyasetçiler başta olmak üzere birçok kişi tarafından paylaşılmıştır. Bir sanatçı adına açılan sahte hesap ile yanlış bilgi içeren mesaj büyük bir kitleye ulaşmıştır (DMM, 2023: 27).</p>	<p>2017 yılında trafik kazasında hayatını kaybeden genç bir kızın cenaze aracında tecavüze uğradığı iddiası “uydurma” ya örnek olarak verilebilir. İlk olarak Halk Arena isimli haber sitesinde yer alan haber daha sonra sosyal medyada defalarca paylaşılmıştır. Fakat güvenilir bir kaynağa sahip olmayan söz konusu bu haberin gerçek olmadığı ortaya çıkmıştır (Cnnturk.com, 2017).</p>

Tablo 1.5. Dezenformasyon türlerinden olan hatalı ilişkilendirme ve yanlış bağlama örnek haber

Hatalı ilişkilendirme (False Connection)	Yanlış Bağlam (False Context)
 <p>The New York Times website screenshot showing a headline: "Trump Suspends Travel From Europe for 30 Days". Below the headline, there is a sub-headline: "U.K. Is Not Included in Travel Restrictions". The image shows a group of people walking in front of a large building, likely the Sultan Ahmed Mosque in Istanbul.</p>	 <p>Bakan Pakdemirli, Kapistre Deresi ve yan kolları üzerinde herhangi bir baraj tesisinin olmadığını bildirdi. Bakan Pakdemirli, Arhavi'deki taşkının, baraj patlaması sonucu meydana geldiğine dair çıkan iddialara ilişkin, "Arhavi İçerik Kapistre Deresi ve yan kolları üzerinde herhangi bir baraj tesisimiz yoktur" ifadelerini kullandı.</p>
<p>New York Times tarafından koronavirüs nedeniyle ABD'nin Avrupa'ya seyahat kısıtlaması getirdiğine yönelik bir haber paylaşmıştır. Söz konusu bu kısıtlamada Türkiye yer almamaktadır. Fakat haberin görselinde İstanbul Sultan Ahmet Camisi'ne yer verilmiştir. Yanıltıcı bu görüntü sosyal medyada da eleştirilerin hedefi olmuştur (Dönmez, 2020).</p>	<p>Yanlış Bağlam kavramına 2021 Temmuz ayında Karadeniz'de yaşanan sel felaketi örnek olarak verilebilir. Yağışın büyük bir yıkıma neden olduğu ve bazı kişiler tarafından bu yıkımın HES'in kapağının açılmasıyla meydana geldiği iddia edilmiştir. Seli anlatan bir fotoğrafın yanlış bağlam kapsamında kullanılarak dezenformasyona neden olduğu görülmüştür (DMM, 2023: 28).</p>

Tablo 1.6. Dezenformasyon türlerinden biri olan manipüle edilmiş içeriğe örnek haber

Manipüle edilmiş içerik (Manipulated Content)	
<p>Teknofest'te katılımcıları selamlayan Cumhurbaşkanı Erdoğan, hemen yanında bulunan Aziz Sancar'ın elini indirdi. O anlar kameralara yansdı.</p> 	
<p>Bir Facebook hesabında, 2021 TEKNOFEST ödül törenlerinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Bilim Adamı Aziz Sancar'ın elini indirdiği iddiası yer almıştır. Söz konusu anlara ait iddia edilen görüntü, kamuoyunda tartışmalara neden olmuştur. Fakat kısa sürede ses getiren görüntünün gerçeği yansıtmadığı ve videonun tersten oynatılarak değiştirildiği belirlenmiştir. Söz konusu videoda Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Aziz Sancar'ın elini indirmedeği aksine Sancar'ın elini kalabalığı selamlamak için kaldırdığı görülmüştür (Akkaş, 2021).</p>	

Enformasyon bozukluğu küresel bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Hem sosyal ve siyasi zarara hem de oldukça fazla şiddete sebep olan enformasyon bozukluğu nedeniyle insanlar yalnızca dijital haber medyasına değil aynı zamanda geleneksel haber medyasına da güvenini kaybetmektedir. Bu kapsamda ekonomik faktörler, kültürel değişimler gibi birçok konu tarafından tetiklenen dezenformasyon hem demokrasiye zarar vermekte hem de insanların karar alma sürecini etkileyen bir kutuplaşma ortamının doğmasına neden olmaktadır (Christopoulou, 2018: 33). Diğer yandan dezenformasyonun ardında yer alan niyetlerin anlaşılması önem taşımaktadır. Bu kapsamda Lauren Hamm, dezenformasyon kampanyalarının dört başlıkta ele alınabileceğini ileri sürmektedir. Söz konusu bu başlıklar şu şekildedir:

1- Yabancı Etkisi: Yabancı aktörlerin, sahte hesaplar veya reklam gibi çeşitli platformlar aracılığıyla bazı konularda toplumu kutuplaştırmak için kullandığı dezenformasyonu ifade etmektedir.

2- Siyasi Dezenformasyon: Seçim kampanyası zamanında karşımıza çıkan siyasi dezenformasyonun belirli bir siyasi grubun amacına hizmet ettiğini söylemek mümkündür. Siyasi partiler, siyasetçiler sahte hesaplar kullanarak manipüle ettikleri içeriklerle dezenformasyona başvurabilmektedirler.

3- Konuya Dayalı Dezenformasyon: Dini kurum, Sivil Toplum Kuruluşları (STK) gibi farklı aktörlerin oluşturdukları sahte kimliklerle bir konu etrafında birleşerek kampanya yürütmesini ifade etmektedir.

4-Kazançlı Dezenformasyon: Kar elde etmek amacıyla kullanılan dezenformasyondur. Dezenformasyonu tıklama tuzağı olarak kullanan aktörler, yönetici oldukları sahte web sitelerine trafik çekerek çevrimiçi reklamcılıktan para kazanmaktadır (Hamm, 2020).

1.8.2. Dezenformasyonun Kamuoyu Üzerindeki Etkileri

Günümüzün dijital çağı bilginin yapısı üzerinde oldukça etkili olmuştur. Teknolojik gelişmeler daha hızlı, daha erişilebilir ve daha geniş bir bilgi ortamı sunarak avantaj sağlarken aynı zamanda dezenformasyon gibi ciddi bir problemi de beraberinde getirmiştir. Kasıtlı olarak sahte, yalan ve yanlış bilgilerin yayılması olan dezenformasyon bir tehdit olarak ortaya çıkmakta ve toplum üzerinde yıkıcı etkiler bırakabilmektedir. (Ünsal, 2024). Öte yandan bilgiye ulaşmanın en çok gerçekleştiği alan olan dijital ağlarda doğru, güvenilir ve gerçek bilgiler, art niyetli aktörler tarafından istismar edilebilmektedir. Bu noktada dezenformasyonla muhatap olan insanlar doğru bilgiye ulaşmaktan korku duymaktadır. (Aytekin, 2024). Nitekim manipüle edilen bilginin kamuoyu üzerinde ciddi bir etki bıraktığını söylemek mümkündür. Örneğin 2019 yılında Çin'in Vuhan kentinde ortaya çıkan ve bütün dünyayı etkisi altına alan COVID-19 ile ilgili ortaya atılan yanlış bilgileri pandeminin yayılmasına ve insanların sağlık konusunda yetkililere olan güveninin zedelenmesine neden olmuştur (Ünsal, 2024). 2019 Aralık ayından itibaren hem geleneksel medyada hem de sosyal medyada virüsle ilgili yalan haberler ve yanlış

bilgiler hızlı bir şekilde yayılmaya başlamıştır. Bu kapsamda DSÖ (Dünya Sağlık Örgütü) COVID-19 ile ilgili yanlış bilginin önüne geçmek için doğru bilgileri kamuoyuyla paylaşma çabası içerisinde girmiştir. Fakat alkolün koronavirüse iyi geldiği, virüsün laboratuvarında üretildiği gibi iddialar hızla yayılmaya devam etmiştir. Kriz zamanlarında bilgiye olan ihtiyacın artması ciddi sorunları da beraberinde getirmiştir. COVID-19 zamanında ortaya çıkan sahte haberler, koronavirüsle ilgili insanların önlem almaması, ya da aşırı derece önlem alması veya yanlış bilgilerle tedavi yöntemlerini hayata geçirmeleri yeni sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur (Akyüz, 2020: 439). COVID-19 zamanında ortaya çıkan sahte haberlere şu örnekleri vermek mümkündür:



Görsel 1.6 Alkolün Koronavirüse iyi geldiği söylentileri üzerine İran'da yüzlerce kişinin öldüğünü belirten haber

Anadolu Ajansı'nda (AA) 2020 yılında yayınlanan “İran'da sahte içkiden ölenlerin sayısı 800'e yaklaştı” başlıklı haberde, İran'da koronavirüse “iyi geldiği” iddiaları üzerine sahte içkilerin tüketilmesi sonucu zehirlenen yüzlerce insanın öldüğü anlatılmıştır (Güler, 2020).



Görsel 1.7. COVID-19 ile ilgili internette yayılan sahte haberler nedeniyle hayatını kaybeden kişinin hikayesinin anlatıldığı haber

29 Aralık 2020 tarihinde BBC’de yer alan “*Covid-19: İnternette yayılan yalan haberlerin gerçek kurbanları*” başlıklı haber de yanlış bilgilerin insanların hayatına bile mal olabileceğini göstermektedir. Söz konusu haberde sosyal medyada gördüğü sahte bilgiler nedeniyle COVID-19’a inanmayan Brian adlı kişinin önlem almadığı için bir süre sonra eşiyle birlikte koronavirüse yakalanması, daha sonra bu salgın nedeniyle eşini kaybetmesi ve Brian’ın koronavirüse inanmadığı için yaşadığı pişmanlık anlatılmaktadır (Spring, 2020).

İnsanların yalan haberlere inanma istediği geçmişten günümüze kadar devam eden bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Hatta yalan bir haberin yalan olduğu güvenilir kaynaklar tarafından kanıtlanırsa bile insanların yalan olan habere inanma arzusunu sürdürdüğü görülmüştür. Bu duruma 1844 tarihindeki büyük balon yalanı örnek olarak gösterilebilir. “The New York Sun” adlı gazetede balon pilotu Monck Mason’ın Atlantik Okyanusu’nu balonla 75 saatte uçtuğuna dair bir yazı yer almıştır. Atlantik Okyanusu’nun ilk kez bir balonla geçilmiş olacağı iddiası bulunduğu dönem içerisinde önemli bir haber değeri taşımaktadır. Fakat bu haberin gerçek olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu yalan haberi kaleme alan Edgar Allan Poe, olayın yalan olduğunu söylemişse de insanların buna inanmadığı görülmüştür. Özetle yalan haber insanların daha çok dikkatini çekmiştir (Özdan, 2022: 25-27). *BBC radyosunun 16 Ocak 1926 yılında halkı aldatmaya yönelik yaptığı yayın* başka bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. BBC radyosu tarafından son dakika olarak verilen bir haberde işsizlerden oluşan kalabalık bir grubun sokaktaki her şeye zarar verdiği, parlamento

binasının saldırıya uğradığı ve ünlü saat kulesinin yıkıldığı gibi bilgiler halkın endişelenmesine neden olmuştur. Öyle ki insanları endişeye sürükleyen bu haberlerin inandırıcılığını arttırmak için arka planda kalabalık ve patlama seslerinin verildiği de görülmüştür. Büyük bir panik yaşayan insanlar, Londra'dan kaçmak için sokaklara dökülmüştür. Ardından BBC, haberin komik bir skecin parçası olduğunu, radyo yayını yapan kişinin konuşmasının sadece bir kısmının duyulduğunu ve haberdeki parodinin anlaşılmadığını belirterek olayları gerçek sanan insanlardan özür dilemiştir. Dönemin siyasi yapısının insanların bu haberlere inanmasında etkili olduğu görülmüştür (BBC Radio Panic, 1926).

Türkiye'de de kamuoyunu etkileyecek birden fazla dezenformasyon içerikli haberlerin var olduğu bilinmektedir. Örneğin 2023 Türkiye Genel Seçimleri sürecinde konuşulan birden fazla dezenformasyon bulunmaktadır. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın deprem bölgesine 5'inci gün gittiği iddiası, yine katıldığı bir televizyon programında sağlık problemi yaşayan Erdoğan'ın yaşanan süreçte kalp krizi geçirdiği iddiası seçim zamanında en fazla konuşulan dezenformasyon örnekleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Çetindemir, 2023).



Görsel 1.8. Sailing anarchy adlı yabancı basında yer alan “Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan kalp krizi geçirdi” başlıklı haber (sailinganarchy, 2023).

Yabancı basında çıkan Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın kalp krizi geçirdiğine yönelik haberler, dünyada gündem yaratmıştır. Haberlerde, geçirdiği kalp krizi sonucu durumunun kritik olduğu ileri sürülen Erdoğan'ın hastaneye kaldırıldığı ve seçim zamanındaki bu durumun siyasi alanda bir belirsizliğe neden olduğu iddia edilmiştir. Sosyal medya başta olmak üzere internet haber sitelerinde ve yabancı

medyada yer alan haberin binlerce kez etkileşim aldığı görülmüştür. Bu haberlerin ardından birçok resmi kaynaktan açıklama yapılarak iddialar yalanlandığı gibi Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi'nden de açıklama yapılmış ve iddialar reddedilmiştir (Teyit Hattı, 2023).

Günümüzün enformasyon toplumunda, bilgi akışındaki bozulma toplumun bütününe etkileyebilecek krizlere yol açabilmektedir. Yeni medya teknolojilerinin gelişmesi dezenformasyonun ciddi bir tehlike haline gelmesine neden olmuştur. Ayrıca tek sorunun bu olmadığı düşünülmektedir. Her geçen gün hızlı bir ilerleme kaydeden bilişim teknolojileri ve çevrimiçi ortam insan kontrolünden çıkmakta ve sınırlarının ötesine geçmektedir. Bu kapsamda troller, bot hesaplar, yapay zekâ ya da deepfake teknolojileri devreye girmektedir. 1947-1991 yıllarını kapsayan Soğuk Savaş döneminde batı ve doğu bloklarının birbirlerini dezenformasyon ile suçladıkları bilinmektedir. Bugün ise dezenformasyonun yeni medya teknolojileri üzerinden tekrarlandığı görülmektedir. Bu durum ise dezenformasyon tehlikesini her geçen gün arttırmaktadır (Aktaş, 2024: 64-79). ***Dezenformasyon tuzağına düşmenin nedenleri ise şu şekilde açıklanabilir:***

Bilişsel tembellik: Haberın kaynağı kontrol edilmemekte ve başlık ve anlatılan konuya hemen inanılmaktadır. Örneğın haberın sadece başlığı okunarak bir görüş oluşturabilmektedir.

Doğrulama yanlığı: Herhangi biri hakkında daima olumsuz haberler yapılması ve o kişiye kaşı önyargılı bir tutum söz konusuysa haberın doğruluğı hemen kabul edilmektedir.

Uyuyan etki: Bireylerin az güvenilir kaynaktan gelen bilgileri daha ikna edici bulmasını ifade etmektedir.

Yanlığı bilginin sürekliliğı: İlk öğrenilen bilgi insanların hafızalarında güçlü iz bırakabilmektedir. Bu bilgi yanlığı olsa bile unutulması zorlaşmaktadır.

Yanlığı bilgiyi doğru bilgiden ayırt etmeme: İnsanların hangi bilginin doğru, hangi bilginin yanlığı olduğunu birbirinden ayırt edememesini ifade etmektedir.

Tanıdık temalar ve mesajlar: Örneğin soğuk havada dışarıya çıkıldığı zaman hasta olunacağı inancı bilimsel olarak yanlış olsa bile bu söz sürekli duyulduğu için kabul edilmektedir.

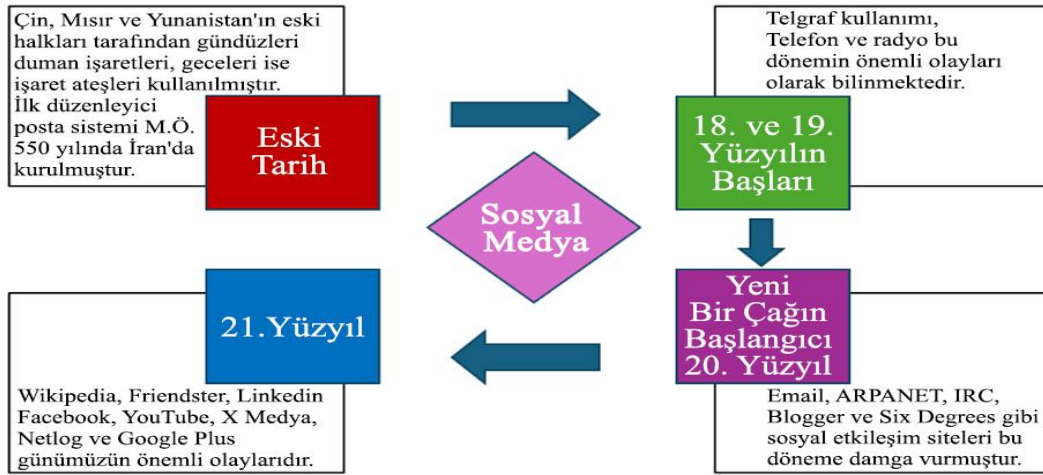
Yanıtıcı kanıtların etkisi: Doğru olmayan ifadeler, yanıtıcı kanıtlarla desteklendiği zaman daha çabuk kabul edilebilmektedir.

Çevresel ipuçları ve kaynak güvenilirliği: Dışsal ip uçları herhangi bir bilginin daha az sorgulanmasına neden olabilmektedir (Tecer, 2024: 112-114).

1.8.3. Dezenformasyonda Sosyal Medyanın Rolü

Sosyal medya, etkili bir iletişimi diyaloga dönüştürmek amacıyla web tabanlı ve mobil teknolojilerin kullanılması olarak ifade edilmektedir. Başka bir ifadeyle sosyal medya, sosyal etkileşim için kullanılan medya anlamına gelmektedir. Toplumun, insanların ve kuruluşların iletişim kurma şeklini önemli ölçüde değiştiren sosyal medya, (Baruah, 2012: 2) iki veya daha fazla taraf arasında karşılıklı iletişim sürecini ifade eden bir iletişim platformu olarak tanımlanmaktadır. Geleneksel medyanın ardından Web 2.0'ın kullanılmaya başlamasıyla birlikte tek yönlü içerik paylaşımı yerini çift yönlü içerik alışverişine bırakmıştır (Wikipedia, 2024).

Sosyal medyanın tarihi, dört farklı dönemde ele alınabilmektedir. Söz konusu ilk dönem işaretle haberleşme dönemini kapsayan eski çağı anlatmaktadır. Sonrasında telgraf, posta ve radyonun kullanılması ile devamında elektronik posta sisteminin devreye girmesi yeni bir çağın başlamasına neden olmuştur. 20. yüzyıla gelindiğinde ise internetin ortaya çıkması farklı gelişmeleri de beraberinde getirmiştir. Örneğin E- posta, BBS (Duyuru panosu sistemi), IRC (internet aktarmalı sohbet), Napster ve Six Degrees gibi sosyal medya platformlarının aktif olarak kullanıldığı görülmüştür. Devamında 2001'de Wikipedia, 2002'de Friendster, 2003'te LinkedIn, 2004'te Facebook, 2005'te YouTube, 2006'da X Medya, 2009'da Netlog ve 2011'de Google Plus ise 21. yüzyılın önemli gelişmeleri olarak karşımıza çıkmıştır (Baruah, 2012:4).

Tablo 1.7. Sosyal Medyanın Tarihi

Sosyal medya sitelerinin tarihinin gerçek anlamda “SixDegrees” ile başladığı bilinmektedir. 1997’de kurulan ilk sosyal medya platformu SixDegrees’in kullanıcılarına profil oluşturma ve arkadaşlık listelerini inceleme gibi imkanları sunduğu bilinmektedir. Fakat milyonlarca kullanıcıya sahip olan bu sosyal medya platformu 2000 yılında kapatılmıştır. Söz konusu bu yıldan sonra Friendster, LinkedIn ve MySpace, Facebook, eski adı Twitter olan X Medya, Instagram ve Snapchat gibi birden fazla sosyal ağlar kurulmuştur. Giderek yaygınlaşmakta olan sosyal medya, çevrimiçi bağlantı kuran insanlar için önemli bir hale gelmiştir. Yine sosyal medyanın günümüzde popüler olmanın ötesine geçtiğini söylemek mümkündür (Altuntaş, 2019: 99-100).

Her şeyin değiştiği günümüz çağında enformasyon, sosyal medya bağlamında kendini oldukça güçlendirmiştir. Bu durum ise nesillerin bilgi paylaşma davranışlarının değişmesine neden olmuştur (Ryan ve diğerleri, 2019: 8). Sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla beraber özellikle kriz zamanlarında bilgiyi yaymak ve paylaşmak oldukça kolay hale gelmiştir (King ve Wang, 2021: 1). Başta X medya olmak üzere Facebook gibi sosyal medya platformları senaryo, kurgu veya söylentiler şeklinde ortaya çıkan birden fazla dezenformasyona neden olmaktadır. Yine yanlış bilgilerin yayılması ve viral olması konusunda sosyal medya platformlarının oldukça elverişli olduğu görülmüştür. Aynı düşünce, görüş ve ilgi alanlarına sahip olan insanların bir araya gelmesini kolaylaştıran sosyal medya platformlarının olumlu ve olumsuz özelliklere sahip olduğu söylemek mümkündür.

Hızlı bir kaynak görevini üstlenen sosyal medya bilgilerin güvenilirliği konusunda endişeye neden olmaktadır. Çünkü dünyadaki son gelişmeler; binlerce teyit edilmemiş bilgiler için kaynak görevi görmekte olan sosyal medya platformları aracılığıyla aktarılmaktadır (Aswani ve diğerleri, 2019: 2-14).

Çevrimiçi medya olarak karşımıza çıkan sosyal medyanın bazı özellikleri bulunmaktadır. *Söz konusu bu özellikler şunlardır:*

Katılımcılık: Sosyal medya, kullanıcılarını cesaretlendirmekte ve onlardan geri bildirim almaktadır. Öte yandan medya ile kullanıcılar arasındaki çizgiyi ortadan kaldırmaktadır.

Açıklık: Geri bildirim ve katılıma açık olan sosyal medya yorum, oylama ve bilgi paylaşımına teşvik etmektedir. İçerik kullanımı ve bu içeriklere ulaşmak için nadir olarak engeller koymaktadır.

Konuşma: Yayınla ilgili olan geleneksel medyada tek yönlü bilgi paylaşımı söz konusuysen, sosyal medya iki yönlü bir konuşma olarak tanımlanmaktadır.

Toplum: Toplulukların hızlı bir şekilde oluşmasına imkân tanıyan sosyal medya, aynı zamanda toplumun etkili bir iletişim kurmasına yardımcı olmaktadır. Kitleler fotoğraf, herhangi bir konuyla ilgili düşüncelerini veya beğendikleri şeyleri paylaşabilmektedirler.

Bağlanabilirlik: Sosyal medyanın çoğu, başka sitelerle bağlantı halindedir. Diğer bir ifadeyle insanlar için diğer sitelere link vermektedir (Mayfield, 2008:5).

Sosyal medyanın özelliklerinin yanı sıra avantajları ve dezavantajları da bulunmaktadır. Koçak'ın yapmış olduğu araştırmaya göre gelişmeleri takip ve uyum, iletişim sağlama ve bilgiye erişim, ifade özgürlüğü, eğlence, örgütlenme, ekonomik iletişim sosyal medyanın avantajları arasında yer alırken; bilgi kirliliği, etik kaygılar, zaman kaybı, yüzeysellik, alışkanlık yaratma ve yalnızlık hissi ise sosyal medyanın dezavantajları arasında yer almaktadır (Koçak, 2012: 219-230).

Hem avantajları hem de dezavantajları bulunan sosyal medyanın, habere ve bilgiye erişmenin en hızlı yolu olduğu söylenebilir. Gazetecilikten uzakta, belirli amaçlar taşıyan bilgilerin, sosyal medya platformlarında denetime tabi tutulmaksızın

özgürce paylaşılması manipülasyon, propaganda ve insanları kutuplaştırmanın yanı sıra bazen de sadece *etkileşim* amaçlı olduğunu söylemek mümkündür. Yine teyide muhtaç bilgiler ve bu bilgilerin kaynağının belli olmaması, söylentiler üzerine yapılan haberler, yanıltıcı başlıklar ve tık tuzakları bilgiyi kontrolsüz bir şekilde yaymakta ve dezenformasyona neden olmaktadır (Aytekin, 2023). Ayrıca sosyal medya platformlarında dolaşıma sokulan bu yalan, yanlış bilgiler hızlı şekilde milyonlarca kişiye ulaşmaktadır. Duygusal gerçeklik, provokasyon, takipçi kazanma, reklam geliri ve denetim mekanizmasının bulunmaması söz konusu bu durumda etkili olan unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Arslan, 2022: 126).

Öte yandan günümüzde meydana gelen siyasi ve sosyal olaylar, doğal afetler veya salgın hastalıklar sosyal medyayı daha da önemli hale getirmektedir (Karataş ve Sarıtaş, 2021: 231). Örneğin Kahramanmaraş merkezli 6 Şubat 2023 tarihindeki iki deprem büyük bir yıkıma neden olmuştur. Bu süreçte başta X Medya olmak üzere sosyal medya kanalları, depremle ilgili bilgilerin paylaşıldığı bir alana dönüşmüştür. Depreme dair duydukları ve gördükleri şeyleri paylaşımına sokan insanlar yüzbinlerce tweet atmıştır. Yoğun bilgi akışının yaşandığı bu dönemde hangi bilginin doğru hangi bilginin yalan olduğu uzun bir süre anlaşılmadığı gibi dezenformasyon içerikli bu haberler insanları korku, endişe ve panik ortamına sürüklemiştir (Serin ve Ünlü, 2024: 11-13). Hatta yaşanan bu korku ve panik sürecinde bazı kesimlerin, deprem felaketini sosyal medyada kendi amaçları doğrultusunda kullandığı da görülmüştür. Örneğin bazı kişilerce hem sahte yardım kampanyalarıyla dolandırıcılık yapılmış hem de gerçek yardım kuruluşlarının çalışmaları engellenmiştir. Deprem zamanında çoğu insanın içinde bulunduğu durumun etkisi ise onların bu tuzaklara düşmesine neden olmuştur. Bu bilgiler ışığında sosyal medya, avantajlarının yanı sıra özellikle kriz dönemlerinde manipülasyon içerikli bilgilerin paylaşıldığı tehlikeli bir kaynak haline dönüşmektedir (Selvi, 2023).

2019 yılında tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19, diğer önemli bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. COVID-19 döneminde sosyal medya kullanımının önemli derecede arttığı görülmüştür. Sosyal medyada, küresel bir sorun haline gelen virüsle ilgili sahte bilgilerin ve haberlerin hızlı bir şekilde paylaşılması

ve yayılması insan sağlığı için bir tehdit haline gelmiştir (Topçu ve Çaycı, 2022: 170-174).

Başka bir örnekte ise 2013 yılındaki Taksim Gezi Parkı olaylarına dair fotoğrafların, görüntülerin ve bilgilerin sosyal medya platformlarında paylaşılması gezi parkı olaylarını daha dikkat çekici hale getirmiştir. Bu süreçte sosyal medya aracılığıyla organize ve iletişim halinde olan insanlar, olaylara yönelik çekmiş oldukları görüntüleri paylaşarak diğer insanları bilgilendirmiştir. X medya ve Facebook gibi sosyal medya ağlarında Taksim Gezi Parkı olaylarıyla ilgili bilgilerin hızlı bir şekilde paylaşılması, İstanbul dışında diğer illerde yaşayan insanların da konu hakkında bilgi sahibi yapmıştır. Bu süreçte insanların olup biteni sosyal medyadan öğrenmesi, sosyal medyanın kamusal bir alana sahip olmasına neden olmuştur (Yeniçifti, 2014: 274-280). Ancak sosyal medyada paylaşılan görüntülere ve mesajdaki söylemlere bakıldığı zaman isyan, direniş, ayaklanma, diktatörlük ve hükümet düşecek gibi söylemlerin kullanılması Gezi Parkı eylemlerinin amacından uzaklaştığını göstermiştir. Bu süreçte sosyal medya platformlarında yapılan paylaşımlar insanların sokağa çıkmasına ve şiddet olaylarının yaşanmasına neden olmuştur. Bu bilgiler ışığında sosyal medya üzerinden dolaşıma sokulan bilgilerle hangi yönde etki yaratılmak isteniyorsa o yönde kamuoyu oluşturulmuştur. (Topbaş ve Işık, 2014: 219).

1.9. Habercilik Konusunda Kuramsal Çerçeve

1.9.1. Eşik Bekçiliği

Eşik bekçiliği (Gatekeeping), kavramını tarihte ilk kez Kurt Lewin'in 1947 yılındaki "Grup Dinamiği'nin Sınırları" başlıklı makalesinde kullandığı bilinmektedir. Söz konusu bu kavram daha sonra David Manning White tarafından iletişim ve gazetecilik çalışmalarına taşınmıştır. Eşik bekçileri, söz konusu herhangi bir olayın ya da haberin ne derecede önemli olup olmadığına yönelik kararda bulunan kişileri ifade etmektedir. Eşik bekçilerinin asıl işlevi kitle iletişim araçlarıyla elde ettikleri bilgiyi süzgeçten geçirmektir (Güllü, 2023). Başka bir ifadeyle "kapı tutma" olarak da bilinen eşik bekçiliği birden fazla haberin bir araya getirildiği süreci anlatmaktadır. Bu süreçte süzgeçten geçirilen mesajlar, haber medyası tarafından

iletilen az sayıdaki mesaja dönüştürülmektedir. Nitekim söz konusu haberler kaynaktan muhabire ve oradan da editörlere iletilmekte; bu noktada kararlar alınmaktadır. Bu kapsamda eşik bekçiliği süreci sadece bir seçimden ibaret olmamakta birlikte aynı zamanda mesajların şekillendirilmesi, yayılma zamanı ve ele alınışını da içermektedir (Shoemaker ve diğerleri, 2001:233). Bu kapsamda yayın politikası, sosyal ve ekonomik durumlar veya iletişim araçlarının türü gibi faktörler seçme noktasında rol oynayan etmeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeniden inşa etme sürecinde önemli bir rolü olan eşik bekçileri gerçekliği tabii olduğu yayın politikasına uyum görülen haliyle insanlara aktarmaktadır (Işık, 2012: 91).

Günümüz çağında meydana gelen olayların hepsinin haberlerde yer alması mümkün olmamaktadır. Bu olaylar içinde haber değeri taşıyan ve taşımayanlar eşik bekçisi (gatekeeper) tarafından ayırma tabii tutulmaktadır. Bu kapsamda haber değeri taşıyan olaylar, söz konusu o günün gündemini belirlemektedir. Öyle ki kamuoyunun en çok dikkatini çekebilecek özellikteki haberler ön plana çıkarılmaktadır. Hatta bazen kasıtlı olarak insanları belirli konularla meşgul etmek ve toplumun ihtiyacına cevap verebilmek amacıyla toplumun ilgisini çeken olayların ön plana alınmasıyla gündem belirlenmektedir (Aktaş, 2024: 677). Gündem belirleme kapsamında eşik bekçiliği geleneksel medyada toplumun hangi konu hakkında ve o konu hakkında nasıl düşüneceğini belirleyen bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır. Eşik bekçiliğinin yeni medyadaki kullanıma bakıldığında zaman ise insanların düşüncelerini manipüle etme gücüne ulaştığı görülmektedir (Narmanlıoğlu,2016: 166). Hangi olayların haber değeri taşıdığına ve ön plana çıkarılması gerektiğine karar veren eşik bekçilerinin sahip olduğu bu rol sosyal medyada geçerliliğini kaybetmektedir. Çünkü herhangi bir filtrelemenin olmadığı ve kullanıcıların istedikleri içerikleri rahatça paylaşabildiği sosyal medyada neyin haber değeri taşıdığı, paylaşılan görüntünün uygun olup olmadığını sorgulayan bir sistem bulunmamaktadır. Buna rağmen sosyal medyanın habercilik açısından önemi göz ardı edilememektedir. Çünkü insanlar tarafından haber değeri taşıma ihtimali bulunan her türlü içeriğin, görüntünün ve fotoğrafın paylaşıldığı sosyal medya, gazeteciler için bir haber kaynağı olmaktadır (Taşkıran, 2017: 52- 53). Her kesimden bireylerin farklı amaçlar için kullandığı sosyal medyada kasıtlı olarak bilgi ve belgelerin yayılma olasılığı yüksektir. Bu

nedenle oldukça fazla bilgi kirliliğinin yaşandığı sosyal medyada paylaşılan her görüntüye, bilgiye mesafeli yaklaşmak gerekmektedir. Nitekim sosyal medyada yayılan bilgiler, görüntüler, videolar toplumsal infiale neden olabilmektedir. Ayrıca suistimale açık olan sosyal medya haberciliğini geleneksel medya haberciliğiyle bir tutmamak gerekmektedir. Geleneksel medyada kontrol edilen haberler tek yönlü olarak hedef kitleye aktarılırken, sosyal medyada haberler bireysel olarak üretilmekte ve denetimsiz yayınlanmaktadır (İnce, 2018: 78).

1.9.2. Hipodermik İğne (Sihirli Mermi Kuramı)

“Uyarıcı tepki”, “Sihirli mermi”, “Hipodermik iğne” kuramı Siyaset Bilimci Harold Lasswell tarafından “Propaganda iletişim kuramı” olarak tanımlanmaktadır. Sözlü iletişimi tanımlamakta olan bu kuram beş unsurdan oluşmaktadır. Lasswell, iletişimin asıl işleyişini “*Kim, ne, hangi kanalda, kime, hangi etkiyle söyler*” olmak üzere beş öncüllerle açıklamaktadır. Aynı zamanda “tek yönlü süreç” veya “eylem kuramı” olarak da bilinmekte olan bu kuram bulunduğu dönem içinde en etkili iletişim kuramlarından biri olarak ön plana çıkmaktadır (Gültepe, 2021: 86). Medyanın insanlar üzerindeki etkisini “sihirli mermi” kuramıyla açıklayan Lasswell’e göre “etki” iletişim sürecindeki en önemli etmendir. Öte yandan Lasswell, kaynaktan hedef kitleye gönderilen mesajın asıl amacının hedef kitleyi etkilemek olduğunu savunmaktadır (Işık, 2012: 35).

Tablo 1.8. Lasswell’e Göre İletişim Tepki Modeli (Tekinalp ve Uzun, 2019: 68).

Kim?	Ne Diyor	Hangi Kanal	Kime İzleyiciler	Hangi etkilerle
Kontrol Çalışmaları	İçerik Analizleri	Medyanın Analizi	Analiz edilmesi	Etki araştırmaları

Yukarıdaki tablo incelendiğinde Lasswell bu ögeler arasında bir ilişki olduğunu savunmaktadır. Gönderici başka bir ifadeyle kaynak iletiyi çeşitli iletişim kanallarıyla alıcıya göndermektedir. Alıcılar da göndericinin beklentilerine cevap verecek şekilde iletiyi almakta ve uygulamaya koymaktadır. Bu durumun ise Lasswell modelinin etki-tepki kuramının özelliğini ortaya koymaktadır. Özetle verilen etki, beklenen tepkiyi beraberinde getirmektedir (Güngör, 2018: 64).

Hipodermik İğne diğer bir ifadeyle Sihirli Mermi Kuramı, iletişim araçlarının güçlü ve doğrudan bir etkisinin olduğunu savunmaktadır. Sihirli Mermi Kuramındaki

bu temel görüşün kaynağının Birinci Dünya Savaşındaki propagandanın gücü olduğu bilinmektedir. İkinci Dünya Savaşı'ndan önce oldukça güncel olan bu yaklaşım (Tekinalp ve Uzun: 2019: 120) medyanın davranış üzerindeki etkilerini incelemektedir. Diğer bir ifadeyle medya, mesajlarını doğrudan insanlara enjekte etmekte ve bunun sonucunda davranışları etkilemektedir. Bu yaklaşımda izleyiciler pasif ve etkilenebilir olarak görülmektedir (Perera, 2024). İnsanları pasif olarak kabul etmekte olan sihirli mermi kuramı eleştirilmektedir. Bu kuramı eleştirenlerin savunduğu görüş ise izleyicilerin pasif olmadığı ve istediği mesajı alıp istemediği mesajı almadığı yönünde olmuştur. Hatta bu kuramın geçerliliğini kaybettiğini savunmaktadırlar. Halbuki teknolojinin gelişmesi, kitle iletişim araçlarının çoğalması ve medyanın var olmasıyla sihirli mermi kuramının günümüz çağında daha etkili olduğunu söylemek mümkündür. İletişimciler tarafından oluşturulan her mesajın bir hedef kitlesi bulunmaktadır. Hedef kitlenin kültürel, sosyolojik ve psikolojik özellikleri dikkate alınarak bir iletişim süreci oluşturulmaktadır. Bu kapsamda izleyicilerin aktif veya pasif olup olmadığını belirtmek sihirli mermi kuramının geçersiz olduğunu göstermemektedir (Taşkiran, 2024: 9).

1.9.3. Propaganda Modeli

Propaganda, insanları manipüle eden, algıları şekillendiren, istenilen amacı destekleyen bir cevap elde etmek için davranışları kasıtlı olarak yönlendiren bir sistem, bir girişim olarak bilinmektedir. (Jowett ve O'Donnell, 2018: 7) Başka bir ifadeyle propaganda hedef kitleyi etkileme sanatı olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzün teknoloji çağında daha çok kitle iletişim alanına hitap eden propaganda televizyon, film, video, afiş, broşür veya sosyal medya gibi çeşitli kanallarla toplumu yönlendirmektedir (Sönmez, 2018:103). Aynı zamanda Latince propagare kelimesinden türetilen ve "yaymak" anlamına gelmekte olan propagandanın önceden belirlenen amaçları bulunmaktadır. Propaganda bu amaçları doğrultusunda ve manipülasyonlarla kişilerin düşüncelerini, davranışlarını ve duygularını etkilemektedir. Öte yandan insanları ideolojik, siyasi ve ticari amaçlarla etkilemeye çalışan propaganda, aynı zamanda bir ikna biçimi olarak tanımlanmaktadır. (Tutar, 2023: 296). *Propagandanın yapılan tanımlarından hareketle dört temel özelliğinin bulunduğu görülmektedir;*

1- Propagandanın belli bir amacı bulunmaktadır. Bu amaç kapsamında propaganda kitleleri etkilemekte ve istediği şekilde yönlendirerek ikna etmektedir.

2- Tek yönlü iletişim kullanılmaktadır. Propagandacının vermiş olduğu bilgiler asıl doğrular olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle diyaloga yer verilmemektedir ve tek yönlü iletişim hâkim olmaktadır.

3- Propaganda hedef, kitleler olmaktadır. Burada asıl olan kişilerin tutumlarından ziyade kitlelerin tutumları olmaktadır. Propagandanın, ne kadar çok kitleye hâkim olursa o kadar başarılı olduğu kabul edilmektedir.

4- Asıl amacı ikna etmektir. Propagandanın ortaya çıkmasında ikna kavramının önemli bir yere sahip olduğunu bilinmektedir (Karaca ve Çakı, 2018: 16-18).

Propaganda çoğu zaman doğru bilgi olabilmektedir. Bu bilginin doğruluğunun yanı sıra bazı gerçekler ön plana çıkarılmak istenirken bilginin seçici bir şekilde sunulması ve o konuya dair farklı bir görüşün aktarılması söz konusu olmaktadır (Mull ve Wallin, 2013: 2). Günümüzde etkili bir silah olarak görülmekte olan propagandanın dünyayı değiştirdiğini söylemek mümkündür. Bolşevizm, Nazizm ve Komünizm gibi ideolojilerin propaganda sayesinde inşa edildiği bilinmektedir. Temelinde kişilerin zihninde yeni düşüncelerin oluşmasını sağlamak olan propagandanın beyaz, gri ve siyah (kara) olmak üzere üç çeşidi bulunmaktadır (Atalay, 2019: 3-8). Beyaz propaganda da kaynak gerçek olma özelliğine sahiptir ve doğru bir şekilde tanımlanmaktadır. Gri propaganda da propagandanın asıl kaynağı resmi olarak belli olmadığı görülmektedir. Buradaki amaç çıkarın ön planda tutularak insanlar için resmî açıklamalardan ziyade daha fazla kabul görebilecek bakış açılarını ortaya çıkarmaktır. Söz konusu bu duruma, hükümetten veya bilinen herhangi bir propaganda kaynağından hedef kitleye iletilen propagandanın çok az kişiyi ikna edebileceği ancak tarafsız yayın organları tarafından iletilen aynı düşüncenin insanı daha fazla ikna edilebileceği gerekçe gösterilmektedir (Osgood, 2002: 3). Başka bir ifadeyle doğru ve yalanın birlikte aktarıldığı bir propaganda türü olan gri propaganda da bilgi bulanıklaştırılarak imkânsız hale getirilmektedir. Haberin kaynağı söylentilerden oluşmakta ve haber şüphe uyandıracak biçimde kurgulanmaktadır

(Teyit Hattı, 2023). Siyah propaganda diğer ifadeyle kara propaganda da ise bireyler, başkaları tarafından etkilendiklerinin farkında olmamaktadır. Aynı zamanda gizem sessizlikten faydalanan kara propaganda (Ellul,1973: 5) yalan bilgilerin, uydurma mesajların ve aldatmacaların yaygınlık gösterdiği bir strateji olarak bilinmektedir. Kısaca kara propaganda “büyük yalan” olarak karşımıza çıkmaktadır (Jowett ve O'Donnell, 2015: 21).

Toplumsal gerçekliği inşa eden medya, günümüzde bilgi edinme aracı haline gelmiştir. Bu kapsamda medyanın ortaya olduğu gerçeklik, var olan gerçekliğin yerini almaktadır. Dolayısıyla medyanın toplumu etkilediğini, yönettiğini ve yönlendirdiğini ifade etmek mümkündür. Medya, yürütme organlarınca alınan kararları kabul edebileceği gibi tam tersi şekilde kabul etmeyebilir. Örneğin kriz ve savaş dönemlerinde basın, haber içerikleriyle toplumda istenilen şekilde algı yarabilmekte ve haberi abartma, çarpıtma gibi yollara başvurabilmektedir. Basın çalışanları, oluşturulmak istenen gerçeklik algısını habere yerleştirebilmektedir. Bu gerçeklik algısı ise kültürel, medyanın sahip olduğu düşünce yapısı veya siyasi görüşlerden etkilenmektedir. Bu etkiler nedeniyle özgürlüğünü kaybeden medya propaganda aracı haline gelebilmektedir (Özçağlayan ve Pak, 2017: 108-109).

İKİNCİ BÖLÜM

2. HABERDE YAPAY ZEKÂ KULLANIMI

Teknolojiyle birlikte hayatımıza giren yapay zekâ insanlar tarafından oldukça merak edilen bir konudur. Öyle ki araştırmacılar ve akademisyenler gibi birçok bilim insanının araştırma konusu haline gelmiştir. Yapay zekâ bilgisayar sistemleriyle insan zekasını taklit etme yeteneğine sahip olan bir teknolojidir. Sinema, sağlık, eğitim, hukuk, ulaşım, tarım, sosyal medya, otonom araçlar ve akıllı ev teknolojileri gibi birçok alanda karşımıza çıkan yapay zekâ, teknolojinin geldiği en uç nokta olarak değerlendirilebilir. Dünümüzü, bugünümüzü ve yarınımızı şekillendiren yapay zekâ günümüzde oldukça etkin kullanılmaktadır. Özellikle yapay zekânın bir ürünü olan deepfake teknolojisi yaşamımızın her alanına nüfuz etmiştir. Deepfake teknolojinin hayatımıza girmesiyle sahte ile gerçeğin arasındaki çizgi belirsiz hale gelmeye başlamıştır. Söz konusu bu durum ise insanların neyin gerçek, neyin doğru olduğunu anlamasını güç hale getirmiştir. Gerçekmiş gibi görünen fakat gerçekten oldukça uzak olan deepfake ile birlikte sahte haberler, yanıltıcı bilgiler artmış ve dolandırıcılık, güvenlik riskleri, kişisel bilgilerin izinsiz alınması ve kullanılması veya mahremiyet ihlali suçu gibi birçok sorun da hayatımızda yer almaya başlamıştır. Bu bilgiler kapsamında yapay zekâ ile onun bir ürünü olan deepfake'in tanımına, tarihine veya yaratabileceği tehlikelere göz atmak kaçınılmaz olmuştur. Bu kapsamda yapay zekâ ile deepfake teknolojisine dair bilgiler aktarılacaktır.

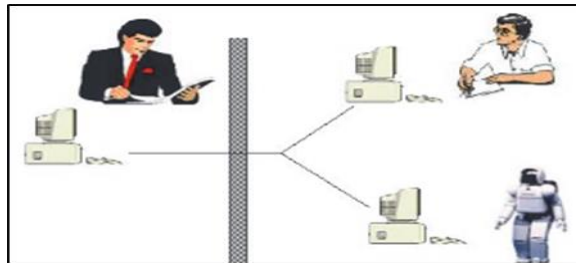
2.1. Yapay Zekâ Kavramına Genel Bir Bakış

Bilim ve teknolojiyi buluşturan yapay zekâ, günümüzün riskli, karmaşık ve heyecan verici konularının başında gelmektedir (Aydın, 2018: 19). Hızlı bir şekilde ilerleme kaydeden yapay zekâ hayatımızın hemen hemen her alanında karşımıza çıkmaktadır. Birçok alanda kullanılan ve yaygınlaşmakta olan yapay zekâ teknolojisine günlük hayatımızda karşılaştığımız sesli konuşma yapabilen, soruları anlayıp cevap verebilen, bilgi veren ve yön göstermek gibi eylemleri gerçekleştirebilen Siri; otomobil sektöründe kullanılan Tesla (Autopilot); milyonlarca müşteriyle sesli iletişim kurabilen Cogito; bilgiyi bulan, toplantı

düzenleyen veya ışıkları uzaktan kontrol etmek gibi pek çok özelliği bulunan Echo örnek olarak verilebilmektedir (Büyüksulu, 2020: 55-61).

İnsan zekâsını taklit eden yapay zekâ, teknolojinin en dikkat çeken alanı olarak görülmektedir. İnsan zekâsı akıl yürütme, öğrenme, anlama, geçmiş deneyimlerle öğrenebilme, çıkarım yapabilme gibi birçok kabiliyetten oluşmaktadır. Yapay zekâ da insan zekâsına ait olan bu yetenekleri bilgisayar veya makinelere kazandırmaktadır (Yılmaz, 2020: 1). Genellikle robot ile adlandırılan, insan gibi davranan ve hareket eden makinelerle oluşturulan teknoloji olarak tanımlanmakta olan (Aydın, 2018: 20) yapay zekânın makine öğrenmesi, derin öğrenme ve doğal dil işleme gibi alt dalları bulunmaktadır. Modern yapay zekayla ilgili ilk çalışmaların ise 20. yüzyılda başladığı ileri sürülmektedir. Özellikle 1950 ve 1960'lı yıllar, yapay zekanın temellerinin atıldığı dönemler olarak karşımıza çıkmaktadır. Öte yandan bu dönemlerde yapay zekâ programlarının geliştirildiği bilinmektedir. Yine John McCarthy da 1956'daki Dartmouth Konferansı'nda yapay zekâ kavramını ortaya atmıştır (Miandji, 2024: 122-124).

Bilgisayar teknolojisinin gelişmeye başladığı zamanlarda matematikçi Alan Turing'in "Makinler düşünebilir mi?" sorusu yapay zekanın ilk adımların atılmasına neden olmuştur (Aydın, 2018: 20). 1950'de Alan Turing'in ortaya attığı "Turing testi"nde ise sorgulayıcı kişi tarafından bir insana ve bilgisayara sorular sorulmaktadır. Sorgulayıcı kişi, verilen yazılı cevapların bir insandan mı yoksa bilgisayardan mı geldiğini anlamaz ise bilgisayar testi geçmektedir (Russell ve Norvig, 2024: 2). Burada asıl merak edilen makinenin bir insan gibi anlamlı cevaplar verip veremeyeceği konusu olmuştur.



Görsel 2.1. Turing testinin yapısı (Nabiyev, 2021:55)

Özetle Turing testine göre gerekli şartlar sağlandığı takdirde insan ile bilgisayarın vermiş olduğu cevaplar arasında bir seçim yapılamıyorsa eğer bu durum bilgisayarın zeki olduğunu göstermektedir. Amerikalı filozof John Searle ise Turing testini geçse bile makinelerin düşünmek, anlamak gibi yeteneklere sahip olamayacağını savunarak “Çin Odası Testi”ni ortaya atmaktadır. Searle’nin önerdiği test şu şekildedir; Çince bilmeyen biri, yanında Çince yazılmış tabelalar ve bu tabelayı açıklayan kurallar kitabıyla birlikte kapalı bir odada bulunmaktadır. Odanın dışında yer alan gözlemci ise sorular içeren Çince yeni tabelaları kapının altından odaya göndermektedir. Bu sorulara yanıt veren odadaki kişi, hangi tabelanın dışarıya verilmesi gerektiğini var olan simgeler aracılığıyla belirlemektedir. Bu durumda dışarıdaki gözlemci, odada bulunan kişinin Çince bildiğini düşünmektedir. Bu kapsamda en uygun kurallar bile gerçek manada Çince anlamamıza yardımcı olamıyorsa bir bilgisayar programının da Çince anlaması mümkün olmamaktadır. Bu noktada bir dili anlamak için sadece biçimsel simgeleri bilmenin yeterli olmadığını ileri süren John Searle, Çin Odası Testi ile hiçbir bilgisayarın tek başına bir insan gibi düşünemeyeceğini savunmaktadır (Nabiyev, 2021:56).

1950 ve 1960’lı yıllar yapay zekânın temellerinin atıldığı dönemler olarak bilinmektedir. Söz konusu bu dönemlerde yapay zekâ programları ile dil işleme projeleri geliştirilmiştir. 1940’lı yıllarda McCulloch-Pitts Hücreleri ve Yapay Sinir Ağları ile yapay sinir ağlarının temeli atılmıştır. 1970’li yıllarda ise bilgi temelli yapay zekâ modelleri oluşturulmuştur. 2000’lerden günümüze kadar devam eden süreçte ise makine öğrenimi ve derin öğrenme karşımıza çıkmıştır. Bu dönemde makine öğreniminin evrim geçirdiği görülmüştür. Ayrıca derin öğrenme yöntemleriyle de farklı alanlarda önemli gelişmeler elde edilmiştir (Miandji, 2024: 124,125).

1- Makine Öğrenmesi: Yapay zekanın temel kavramlarından biri olan makine öğrenmesi, makinelerin verilerle öğrenme kabiliyetini kazanması anlamına gelmektedir. Makine Öğrenmesinde istatistiksel yöntemler ve modelleme teknikleri kullanılmaktadır. Böylelikle makineler verileri analiz etmekte ve tahminlerde bulunmaktadır (Sebetci, 2024: 93). Makine öğrenmesinde “denetimli, denetimsiz, yarı denetimli ve takviyeli” olmak üzere dört öğrenme modeli bulunmaktadır.

Denetimli öğrenmede “girdi” ve “çıkıtı” verileri bulunmaktadır. Çıkış istenilen değerlerle belirlenmektedir. Denetimsiz öğrenmede makine bir sınıflandırmanın olmadığı girdi verilerini incelemektedir. Yüz tanıma, pazar araştırması örnek olarak verilebilir. Yarı denetimli öğrenme büyük oranda etiketlenmemiş verileri güçlendirmek için az miktarda etiketlenmiş verilerin girilmesiyle oluşan bir yöntem olarak bilinmektedir. Takviyeli öğrenme modeli ise birine satranç oynamayı öğretmeye benzetilmektedir. Kurallar açıklandığı takdirde kişiler pratik yaparak becerilerini geliştirebilmektedirler (SAP.com, 2024). Yine hızlı ve kesin sonuçlar ortaya koyan makine öğrenimi ile sürücüsüz otomobil, görüntü tanıma veya otomatik dil çevirme gibi birçok alanda karşılaşmaktayız. Örneğin sosyal medya platformlarında karşımıza çıkan öneriler veya gizlenen bazı gönderiler makine öğrenmesiyle gerçekleştirilmektedir. Öte yandan kendi kendine park eden araçlar, müşterilerle konuşan robotların verdikleri yanıtlar söz konusu bu teknolojiyle ortaya koyulmaktadır (Gökalp, 2022: 12).

2- Derin Öğrenme: Derin öğrenme, 2006 yılında Hinton’un yapay sinir ağlarının daha verimli eğitebileceğini savunmasıyla ortaya çıkmıştır (Yılmaz ve Kaya, 2019: 1). Yeni bir çalışma alanı olarak görülen derin öğrenmenin aslında 1940’lı yıllara dayandığı ileri sürülmektedir. Bu kapsamda ilk çalışmaların 1943 yılında Walter Pitts ile Warren McCulloch’un tarafından geliştirilen insan beynin sinir ağlarına dayalı bilgisayar modeli olduğu söylenmektedir (Aksoylu, 2021:304). Makine öğrenmesinin türlerinden biri olan derin öğrenme nesne tanıma yapay sinir ağlarını kullanmaktadır. Derin öğrenmede kodlanmış kurallar ile öğrenmek söz konusu olmamaktadır. Öğrenmek, resim, video ya da ses gibi verilerin simgelerinden otomatik olarak gerçekleştirilmektedir. Tahminlerin doğruluğu ise verilerin büyüklüğüne göre belirlenmektedir. Öte yandan örnekler üzerinden öğrenme işlemini gerçekleştirmekte olan derin öğrenme uygulamaları birçok alanda kullanılmaktadır (Yılmaz ve Kaya, 2019: 1). Örneğin otomatik tanıma, görüntü veya ses analizi, nesnelere tanıma, konuşma tanıma, metin çevirisi, otomatik sürüş teknolojisinde derin öğrenme başarılı bir şekilde uygulanmaktadır (Globalit, 2024).

3- Yapay Sinir Ağları: İnsan beyni ile sinir sistemi davranışlarının bilgisayar dünyasında taklit edilmesi anlamına gelmektedir. Yapay sinir ağları, ağın dış

dünyadan almış olduğu metin veya görüntü gibi verileri işleme olan girdi ile bunun sonucunda ağ tarafından oluşturulmakta olan çıktılarından oluşan bir sistemi ifade etmektedir. Bu sistemde sınırlar arasında bir öğrenme yeteneği bulunmaktadır. Doğrusal olmayan ilişkileri anlama, örnekten öğrenme, paralellik, genelleme kabiliyeti, uyum sağlama ve hata toleransı yapay sinir ağlarının özellikleri arasında yer almaktadır (Arıkan Kargı, 2015: 23-27).

4- Doğal Dil İşleme (NLP): Son yıllarda, insanlar arasındaki en önemli iletişim araçlarından biri olan dil ile ilgili yapılan çalışmalar, bilgisayar bilimleri arasında Doğal dil işleme (NLP) adı verilen bir bilimin ortaya çıkmasına neden olmuştur. NLP, bilgisayar sistemlerinin doğal bir dili çözümlene, anlama ve yorumlamasını konu edinmektedir. 1960'lı yıllarda yapay zekanın sadece küçük bir alt kümesi olarak ele alınan doğal dil işleme, günümüzde bilgisayar bilimlerinin temel taşı olarak kabul edilmektedir (Nabiyev, 2021: 421). Bilgisayarların insan dilini işleme yapmasının bazı temel nedenleri bulunmaktadır. Bu temel nedenlerin en başında insanlarla iletişim kurmak gelmektedir. İnsanların bilgisayar ile etkileşim kurma noktasında bilimsel bir dil yerine doğal bir dilin kullanılması daha elverişli olmaktadır. İkinci temel neden ise öğrenmektir. Burada bilgisayarın insan dilini daha iyi anlaması, yorumlaması, üretmesi ve yine insan dilindeki kelimelerin anlamını iyi kavranması gerekmektedir. Doğal dil işlemenin üçüncü temel nedeni de yapay zekâ araçlarıyla birlikte dil ve dil kullanımının bilimsel anlayışın devamını sağlamaktır (Russell ve Norvig, 2024: 824).

5- Bilgisayarlı Görü: Bilgisayarın fotoğraf, video gibi görüntülerden anlam çıkarma ve yorumlama yeteneğini ifade etmektedir. Bilgisayarlı görü sosyal medya, güvenlik, sanayi ve sağlık gibi çeşitli alanlarda kullanılmaktadır (CBDDO, 2024).

2.2. Yapay Zekânın Farklı Alanlardaki Uygulamaları

Yapay zekâ, özellikle son 20 yılda hayatımızın büyük bir alanında yaygınlık göstererek gelişmeye devam etmektedir. Yakın zamana kadar robotlar veya bilim kurgu filmleriyle akıllara gelmekte olan yapay zekâ, son yıllarda ChatGPT gibi dil modellerinin geliştirilmesinin yanı sıra Google Gemini, Poe gibi üretken yapay zekâ araçlarının daha popüler hale geldiği görülmektedir. Metin, fotoğraf, ses, video gibi

farklı biçimlerde içerik üretmekte olan üretici yapay zekâ tıp, sağlık, eğitim, ulaşım, tarım ve Google çeviri ile Instagram, Tik tok gibi sosyal medya kanallarında kullanılmaktadır (Kurtuluş, 2023). Dünya Bankası Grubu (World Bank Group) tarafından hazırlanan “Dünyada üretken yapay zekâyı kim kullanıyor? (Who on Earth Is Using Generative AI?)” adlı çalışmada 2024 Mart itibariyle en iyi olan 40 üretken yapay zekâ aracı belirlenmiştir. Söz konusu çalışmaya göre kullanım oranının en çok olduğu ve toplam 2,3 milyar web sitesi ziyareti alan ChatGPT listenin ilk sırasında yer almaktadır. ChatGPT’yi sırasıyla 132,9 milyon web sitesi ziyaretiyle Gemini ve 43,4 milyon web sitesi ziyaretiyle Poe takip etmektedir. En iyi 40 üretken yapay zekâ araçlarının ilk 10’nu ise şu şekilde sıralanabilir; (Liu ve Wang, 2024:13).

Tablo 2.1. En iyi 10 üretken yapay zekâ aracı (Liu ve Wang, 2024:12).

	Web sitesinin adı	Türü	Web sitesi ziyareti
1- ChatGPT	chat.openai.com	Sohbet robotu	2,343 milyar
2-Gemini	gemini.google.com	Sohbet robotu	132,9 milyon
3-Poe	poe.com	Sohbet robotu	43,4 milyon
4-Perplexity	perplexity.ai	Sohbet robotu	40,2 milyon
5-Claude	claude.ai	Sohbet robotu	32,3 milyon
6-DeepAI	deepai.org	Sohbet robotu	31,1 milyon
7-Copilot	copilot.microsoft.com	Sohbet robotu	26,2 milyon
8-Midjourney	midjourney.com	Resim	24,7 milyon
9-Prezi	prezi.com	Resim	18 milyon
10-Nightcafe	creator.nightcafe.studio	Resim	13,9 milyon

Son zamanlarda merak uyandıran yapay zekâ teknolojileri oldukça geniş bir alanı kaplamaktadır. Yapay zekâ teknolojisinin hızını ve bir atılımı nerede ne zaman gerçekleşeceğini tahmin etmenin zor olduğunu söylemek mümkündür. Sağlık, akıllı ödeme sistemleri, otomatik sürüş gibi birçok sektörde kullanılmakta olan yapay zekânın gerçek dünyadaki durumlarla bağlantı kurma, öğrenme, karar verme ve uyum sağlayabilme gibi yetenekleri bulunmaktadır. Bu kapsamda daha iyi kararlar alan yapay zekâ sistemleriyle insanların hayatı kolaylaşmaktadır. (Yadav ve diğerleri, 2022: 6).

Yapay zekâ çerçevesinde insanlar ile teknoloji bir araya geldiği zaman yenilikçi ve sürdürülebilir bir geleceğe gitmenin mümkün olacağı söylenebilir.

Günümüzde yapay zekâ sinemada, antropolojide, astronomide, bankacılık sektöründe, biyolojide, hukuk, iletişim, matematik, meteoroloji, savunma sanayi, siyaset bilimi, spor, sosyoloji, tarih, tarım, tıp, ulaşım ve trafik, hizmet sektörü, mimarlık, sanat ve yayıncılık alanında karşımıza çıkmaktadır (Miandji, 2024:152-217). Örneğin geçmiş yıllara göre kullanım alanı oldukça genişleyen yapay zekanın tıp alanında kullanılması bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Mesela hastaların kişisel verilerinin yayınlanması konusu etik açıdan tartışmalara konu olmuştur. Yine yanlış olan bilgileri de öğrenebilen sinir ağları, söz konusu bu bilgileri yeniden tekrarlayarak istenmeyen sorunlara yol açabilmektedir. Bunlara rağmen yapay zekanın sağlık alanında önemli bir yer edindiği gerçeğinin göz ardı edilmesi mümkün olmamaktadır (Bashkirova ve diğerleri, 2024: 73).

Hukuk alanında da karşımıza çıkan yapay zekâ; hukuki işlemleri hızlandırma, mahkeme kararları veya alınan emsal kararları analiz etme, yasaların uygulanması ve yorumlanması konusunda hukukçulara yardımcı olma, yapay zekâ tabanlı chatbotlar ile hukuk büroları danışanlarının sorularını cevaplama veya randevu planlaması yapma gibi birçok konuda hukuk alanında büyük avantajlar sağlamaktadır (Görentaş, 2023: 7-8).

2.2.1.Sinemada Yapay Zekâ

Dijitalleşmenin etkisiyle sinema sektöründe de karşımıza çıkan yapay zekâ teknolojileri, sinemanın geleceğine şekil vermeye başlamıştır (Türten, 2024: 419). Yapay zekânın, sinemayı etkilemesiyle birlikte yapay zekâ konulu filmlerin sayısında da artış yaşanmıştır. Sinema ve yapay zekâ ilişkisinin aslında sinemanın ilk yıllarına kadar uzandığı bilinmektedir. 1927 yılında Metropolis filmi ile başlayan söz konusu süreçte yapay zekâ konulu birden fazla film çekilmiştir. Filmlerde genellikle yapay zekânın olumsuz yönleri ön plana çıkarılırken, 2000'li yıllardan sonra yapay zekânın olumlu özelliklerinin ele alındığı filmlerde çekilmeye başlanmıştır. Yapay zekânın olumsuz yönlerini anlatan filmlerde robotlar genellikle savaşı ve yıkıcı karakterler olarak gösterilmiştir. Bu durum ise yapay zekânın geleceği nasıl etkileyebileceği konusunda seyircinin düşünmesine neden olmuştur. Yapay zekânın olumlu yönlerinin ele alındığı filmlerde ise robotlar insanlara yardımcı, koruyucu ve yalnızlıkları gideren varlıklar olarak gösterilmiştir (Işık, 2024: 35-36). Başka bir

ifadeyle sinemanın ilerlemesini sağlamak için yapay zekâdan yararlanmada üç önemli ve farklı filmlerden söz etmek mümkündür. Bu filmler 20. yüzyılın başlarında yaşanan hızlı teknolojik gelişmeleri en iyi yansıtan 1926 yapımı Metropolis, dünyayı dış tehditlerden korumak amacıyla ele alınan bilim kurgu filmlerinden olan 1951 yapımı The Day the Earth Stood Still ile konuşma ve bağımsız düşünme yeteneğine sahip bir zihin kavramının çok iyi bir şekilde tasvir edildiği 1968 yapımı 2001: A Space Odyssey filmidir. Bu filmler yapay zekâyı iyi ve kötü arasındaki dramatik çatışmanın merkezine yerleştirmiştir (Cheriki, 2025: 386-387). Bu ilgiler ışığında yapay zekâ, sinemayla birlikte hem hayatı kolaylaştıran yönleriyle hem de neden olabileceği tehlikelerle önemli bir konudur (Işık, 2024: 35). Ayrıca yapay zekânın sinema sektöründe kullanılmaya başlamasıyla işsizlik, yaratıcı yazarlığın ve özgünlüğün kaybedilmesi, sinema dili ile estetiğin değişime uğraması, yanıltıcı veriler, telif hakları ve sorumluluklar ve kişileştirilmiş sinemanın olumsuzlukları gibi sorunları ve tartışmaları da beraberinde getirmiştir (Zengin, 2020: 171-172).

Günümüz sinema endüstrisinde yapay zekânın yanı sıra onun bir ürünü olan deepfake de karşımıza çıkmaktadır. Deepfake teknolojisiyle hayatını kaybeden ünlü oyuncuların ekranda yeniden hayat bulması ya da yaşlanmış film yıldızlarının gençlik hallerinin yeniden canlandırılması mümkün hale gelmiştir (Birsel, 2025). Başka bir ifadeyle ünlü isimlerin deepfake ile oluşturulan videoları, resimleri hatta sinema filmleri bile popüler hale gelmiştir. Buna VFXChrisUme isimli bir video içerik üreticisi tarafından deepfake ile oluşturulan 1990 yapımı “*Evde Tek Başına (Home Allone)*” filmi örnek olarak gösterilebilir. Yönetmenliğini Chris Columbus’un yapmış olduğu filmde, başrol oyuncusu Macaul Culkin’in yüzünün oyuncu Sylvester Stallone’nin yüzüyle değiştirildiği Home Stallone (2019) isimli kısa film dikkatleri üzerine çekmiştir. Yine Ctrl Shift Face isimli içerik üreticisinin, 1980 yapımı olan “*Cinnet (The Shining)*” adlı filmdeki Jack Nicholson sahnelerine ise Jim Carrey’nin yüzünün yerleştirdiği deepfake videoları söz konusu olmuştur. Bu örnekler teknolojinin sinema alanındaki etkisini göstermektedir (Satıcı, 2023:1700).



Görsel 2.2. Home Allone adlı filminin deepfake teknolojisi ile Home Stallone ismiyle yeniden hayat bulduğunun anlatıldığı görsel¹

Gelişmiş bir yapay zekâ ürünü olarak karşımıza çıkan deepfake, film endüstrisine girerek hem oyuncuların performansları üzerinde hem de sanatsal bütünlük üzerinde de etkili olduğu görülmüştür. Hollywood filmi “*The Irishman*” da oyuncuların deepfake teknolojisiyle yaşlandırılması söz konusu bu duruma örnek oluşturmaktadır. Deepfake teknolojisinin kusursuz bir şekilde yansıtıldığı filmde oyuncuların uzun yıllar devam edecek karakterlerini başarılı bir gerçekçilikle canlandırmalarına imkân tanımıştır. Deepfake’in sinemadaki olumlu yansımalarının yanı sıra, aynı zamanda oyuncuların kimliklerinin metalaştırılması veya gerçeklik ile kurgu arasındaki çizgilerin bulanıklaşmasına neden olmuştur (Okeke ve diğerleri: 2024: 36-49).

Sinemanın yanı sıra birçok alanda olduğu gibi yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilikte de kullanıldığı görülmektedir. Yapay zekânın gazetecilerin işlerini kolaylaştırdığı gibi gazetecilerin hedef kitleye hızlı, etkili ve objektif haberler iletmesine de yardımcı olmaktadır. Örneğin yapay zekâ; yeni haberlerin otomatik olarak tespit edilmesi, toplanan haberlerin belirli özelliklere göre analiz edilmesi, analiz edilen haberlerin siyaset veya ekonomi gibi kategorilere ayrılması noktasında kullanılabilir. Öte yandan yapay zekâ sosyal medya gibi platformlarda üretilen bilgileri analiz ederek insanların hangi konu hakkında konuştuğunu, eğilimlerini ve düşüncelerini anlamaya çalışarak gazetecilere yardımcı olmaktadır (Özsalih, 2023: 537).

¹ Home Allone adlı filminin deepfake teknolojisi ile Home Stallone ismiyle yeniden hayat bulduğu video <https://www.youtube.com/watch?v=Qdr2ZvLE7sw>

2.3. Haberde Yapay Zekâ

İnsan zihnini taklit eden yapay zekâ, yeni teknolojilerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu teknolojinin arka planında yer alan ekonomi ve toplum ise hızlı bir şekilde gelişmektedir. Bu gelişim internet ekonomisi çağının kapılarını aralamıştır. Bununla birlikte bilgisayarlar, akıllı telefonlar insanların yaşamlarını etkilemeye başlamıştır. Şu anda ise günümüzün yapay zekâsının bilgi ve verileri toplama, işleme noktasında insanlardan daha kabiliyetli olduğu savunulmaktadır. Bu kapsamda haber bilgisi üretiminin yapay zekâ ile yakından ilişkisi olduğu söylenmektedir. Nitekim birçok medya kuruluşunun haber toplama, yazma ve yayma konusunda yapay zekâ sistemlerini kullandığı bilinmektedir. Başka bir ifadeyle teknolojinin gelişmesi yapay zekâ ve robotlar tarafından haberlerin yazılmasını kaçınılmaz kılmıştır (Wang ve Li:2022: 2).

Yapay zekâ, haber sektörünün gelişmesi ve güçlenmesi bakımından önemli bir rol üstlenmektedir. Nitekim yapay zekâ haberin kalitesini artırmakta ve ekipman, zaman gibi sınırlı olan kaynakların en etkili şekilde kullanılmasına imkân tanımaktadır. Öyle ki haber doğası gereği, yapay zekâ teknolojisinin sunmuş olduğu imkanlardan faydalanmak zorunda kalmıştır (Wang ve Zhang, 2024:2-3). Yapay zekâ tarafından oluşturulan içerikler (AIGC) derin bir etkiye sahip olmaktadır. AIGC ile birlikte haberler otomatik olarak oluşturulabilmektedir. Öte yandan oluşturulan haber metinlerini en iyi duruma getirme, insan emeğinin olmadığı haber içeriği üretme veya çeşitlendirme yapay zekâ tarafından oluşturulan içerikler ile mümkün olabilmektedir. Bu süreç haber üretimini hızlandırırken aynı zamanda içeriğin biçimlerini de zenginleştirmektedir. Haberde AIGC teknolojisinin kullanılması içerik üretimde önemli bir değişimi yansıtmakta ve birçok avantajı beraberinde getirmektedir. Zhang ve diğerleri, geleneksel haber üretim süreci ile yapay zekâ destekli oluşturulan haber içeriklerinin üretim sürecinin karşılaştırılmasını şu şekilde belirtmiştir:

Tablo 2.2. Geleneksel ve yapay zekâ ile oluşturulan haber içeriği oluşturma süreci (Zhang ve diğerleri, 2024: 163)

Geleneksel haber içeriği üretme süreci

Manuel Olarak Görüşme		Manuel Yazma	Manuel Olarak İnceleme ve Düzenleme		Baskı
Haberin değerini belirlemek, rapor hazırlamak ve muhabir görevlendirmek	Haber için görüşme yerine gitmek, yüz yüze görüşmek ve not almak	Röportaj için hazırlamak, haber metnini yazmak.	Gerçekleri ve haberdeki üslup ile ifadeleri kontrol etmek	Haberin metin ve görselleri düzenlemek, sayfa düzenini ayarlamak başlık ve bölüm eklemek	Haber baskıya göndermek, Gazetenin dağıtım ve satışının gerçekleşmesi
Editörler hazırlamış oldukları raporlama planını tavsiye etmektedir.	Muhabirler söz konusu haber için görüşme yapmakta ve bilgi toplamaktadır.	Muhabirler elde ettikleri bilgiler kapsamında haberi yazmaktadır.	Editör haberi kontrol ve revize eder	Editörler sayfanın düzenini ayarlar	Haberin yayınlanması söz konusu olmaktadır.

Yapay Zekâ haber içeriği üretme süreci

Otomatik olarak bilgi toplamak	Yapay zekâyla otomatik yazı yazmak	Otomatik inceleme, değerlendirme ve gözden geçirme		Haberin dijital yollarla iletilmesi	
Filtrelenmemiş büyük verileri toplamak ve işlemek	Doğal dil işleme yöntemiyle içerikleri analiz etmek.	Derin öğrenme ile otomatik taslak oluşturmak.	Algoritmaların belirlenmesi için otomatik tespitin yapılması	Oluşturulan dijital içeriklerin en iyi hale getirilerek istenen sonuca ulaşmak	Hızlı online yayıncılık
Verileri taramak, metin, ses, görüntülerin verilerini elde etmek, eğitim veri kümelerini oluşturmak	Kelimeleri anlamsal olarak ayırtmak ve anlam çıkarmak. Önemli, anahtar bilgileri elde etmek, içerik etiketlerini oluşturmak	Anahtar kelimeler, dil modeli oluşturmak, yapay zekâyla oluşturulan çıktının taslağı ya da ön izlemesi	Gerçeklerin doğruluğunu kontrol etmek, dilbilgisi kontrolü ve otomatik olarak metin düzeltme	Otomatik olarak görüntü seçmek ve seçilen görüntüyü düzenlemek, ses ve video dosyalarını eklemek ve son metinleri oluşturmak	Web sitesi ve uygulama bildirimleri, yazılımın farklı cihazlarla uyumlu çalışması

Yapay zekâ, habercilik alanında teknolojinin ileri boyutunu oluşturmaktadır. Gazetecilik sektöründe köklü değişimlere yol açan yapay zekâ, gazetecilerin uyum sağlaması gerektiği önemli ve tartışmalı bir teknoloji olarak görülmektedir. Haber sürecinde büyük avantajlar sağlayan söz konusu bu teknolojilerin son zamanlarda daha da önemli hale geldiği bilinmektedir. Öte yandan yapay zekanın habercilikte aktif olarak kullanılması birçok tartışmayı da beraberinde getirmektedir. Mesela yanlış bilgilerin yayılması güvenilirlik ve doğruluk kapsamında etiği; yapay zekanın gazetecilerin mesleğini ellerinden alma ihtimalinin bulunması istihdam ve emeği; büyük yatırımlara ihtiyaç duyulması ise maliyeti ve yine zaman kavramı tartışmaların odağı haline gelmektedir. (Zinderen, 2024: 652-656).

Günümüzde dikkate değer bir ilerleme kaydeden yapay zekânın, zaman geçtikçe daha bağımsız hale geldiği ve bunun yanı sıra şeffaflık, adaletin sağlanması gibi birçok konuda kaygı yarattığı ileri sürülmektedir. Öte yandan yapay zekâ sistemlerinin hızlıca kabul edilmesinin sosyoekonomik sonuçları da önem arz eden konular arasında yer almaktadır. Her ne kadar yapay zekanın büyük avantajları bulunsu da mesleklerin yerini almak gibi tehlikelere neden olduğu düşünülmektedir (Sfetcu, 2024: 4-5). Ayrıca yapay zekanın insanların yaşamını kolaylaştırdığı süreçte ön plana çıkan bir diğer konu da “etik sınırların ne şekilde korunacağı ve gözetileceği” olmuştur. Yapay zekânın gelişiminde, bu teknolojiyi kullanan insanların niyetlerinin belirleyici olacağı düşünülmektedir. Başka bir ifadeyle iyi niyetli kullanıcıların yapay zekayı toplumun yararına kullanacağı düşünülürken, kötü niyetli kullanıcıların ise ciddi problemlere neden olabileceği savunulmaktadır (Miandji, 2024: 222).

Gazetecilik sektörü ve medya için oldukça etkili bir teknoloji olan yapay zekanın beraberinde getirdiği temel etik sorunlara “hesap verebilirlik” örnek olarak verilebilir. Görüntü, ses veya metin gibi çeşitli içerikler üretme yeteneğine sahip olan yapay zekâ aynı zamanda insanların gerçek içerikleri ayırt etmesini zorlaştırmaktadır. Bu da yapay zekâ sitelerinin kötü amaçlı bilgiler üretmek için kullanılacağı yönündeki endişeyi beraberinde getirmektedir. Bu durum sahte içerikli haberlerin, bilgilerin yayılmasına sebep olabileceği gibi aynı zamanda toplum ve insanlar üzerinde ciddi etkiler bırakabilir (Pavlik, 2023: 88).

2.4. Deepfake (Derin Sahte) Nedir? Deepfake Kısa Tarihi

Herhangi bir sesin, görüntünün veya videonun derin öğrenme yöntemiyle manipüle edilmesi deepfake olarak kabul edilmektedir (Räkköläinen, 2024). Sinemada, filmlerde karakter oluşturma veya keyifli videolar yapmak için kullanılabilir kadar gelişen deepfake teknolojisinin zamanla insanları yanıltmak amacıyla kullanıldığı da görülmüştür (Tecer, 2024: 87). Ayrıca 2019 ve 2020’de deepfake ile hazırlanan içeriklerin sayının yüzde 900 oranında arttığı tespit edilmiştir. Bu da günümüzde deepfake teknolojisinin oldukça fazla kullanıldığını göstermektedir. Günümüz çağında sıklıkla duyulmakta olan deepfake, deep learning (derin öğrenme) ile fake (sahte) sözcüklerinin birleşiminden oluşmaktadır. Deepfake teknolojisi, herhangi bir insanın yüzünün dijital ortamda başka bir kişinin vücuduna yerleştirilmesi sonucu elde edilen görüntüleri ifade etmektedir. Kısacası deepfake ile A kişinin yüzü B kişisine monte edilebilmektedir (Şahin, 2024). Diğer bir ifadeyle deepfake, yapay zekâ yöntemlerinin kullanılarak insanların yüzlerinin, hareketlerinin veya sesinin gerçeğe uygun bir şekilde değiştirilmesi anlamına gelmektedir. Ayrıca deepfake yapay zekâ sahteciliği olarak da tanımlanmaktadır. Yapay zekâ tekniklerinin kullanılarak elde edilen her türlü video, fotoğraf veya sesler karşımıza deepfake’i çıkarmaktadır (Özgür, 2021).

Deepfake ilk olarak 2017’de Reddit isimli bir platformda bir deepfake kullanıcısı tarafından ünlü isimlerin pornografik videolarını yayınlamasıyla ortaya çıkmıştır. Yayımlanan bu içeriklerin ardından Reddit sitesi odak noktası haline gelmiştir (Berk, 2020: 1512). Bu videoların gerçek olmadığı daha sonra ortaya çıksa da yüz değiştirme yönteminin öğrenilmesi ve hızla yayılması dikkatleri üzerine çekmiştir. 2018 yılında ise deepfake olarak bilinen bu tekniğe yönelik bütün subredditler kapatılmıştır. Öyle ki sosyal medya platformu X medya ile birlikte Discord gibi birçok multimedya sitelerinden bile kaldırılmış ve yasaklanmıştır. Fakat deepfake içerikli görüntülerin dünya çapında yayılmaya devam ettiği görülmüştür (Gardiner, 2019: 7). Günümüzde sürekli karşımıza çıkan deepfake’in çeşitli türleri de bulunmaktadır. *Deepfake’in söz konusu bu türlerini şu şekilde belirtmek mümkündür:*

Tablo 2.3. Deepfake (Derin Sahtecilik) türleri (Kietzmann ve diğerleri, 2020).

Deepfake Çeşitleri	Açıklama
Deepfake fotoğraflar	Yüz ve vücut değiştirmek. Üzerinde değişiklik yapılan yüzün ya da vücudun başka birinin yüzüyle veya vücuduyla değiştirmek.
Deepfake sesler	Başkasının sesini taklit etmek veya herhangi bir metin üzerinden hedefteki sesi konuşturmak.
Deepfake videolar	Videoda yer alan kişinin başka bir insanın yüzüyle değiştirmek. Hedefteki yüz sorunsuz bir şekilde başka bir yüzle aktarılırken, aynı zamanda bir kişinin tüm hareketleri başka birinin vücuduna da aktarılmaktadır.
Deepfake video ve sesler	Dudak senkronize etmek, videoda konuşan kişinin ağız hareketlerini değiştirmek.



Orijinal

Deepfake

Görsel 2.3. Hollywood yıldızı Tom Cruise'un orijinal ve deepfake görüntüsü

Yukarıdaki fotoğrafta Ünlü Hollywood yıldızı Tom Cruise'un orijinal ve deepfake görüntüsü yer almaktadır. Fotoğraftan deepfake ile değiştirilen görüntüleri anlamamanın, tanımamanın zor olduğu söylenebilir (Patel ve Desai, 2024:1389).

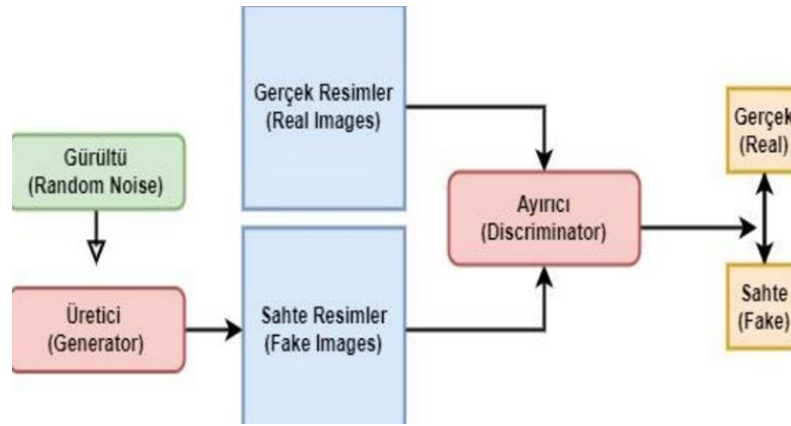
2.4.1. Deepfake ve Gerçeklik

Nesnel gerçekliğe sürekli müdahale edilmesinin söz konusu olduğu teknoloji çağında neyin gerçek neyin sahte olduğunu anlamak zorlaşmaktadır. Bu bağlamda bir araya gelen yapay zekâ ile bilgisayar, gerçeğe yönelik arayış konusunda bireyleri algıladıklarına yönlendirmektedir. Bu durum nesnel gerçeklik ile sanal gerçekliği birleştiren insanlar için sorunlu bir alan haline gelmektedir. Yine bireyler nesnel

gerçekliği, sanal ortamlarda gördükleri içeriklerle kurgulamaktadır. Erişimin kolay olduğu sanal ortamın hızı ve ikna edici özelliği derin sahtekarlıkların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu derin sahtekarlıklar aynı anda milyonlarca insana hızlı bir şekilde ulaşabilmektedir. Anlık veri akışının söz konusu olduğu bu süreçte ses ve görüntüye müdahale ise kaçınılmaz hale gelmektedir. Bu noktada yapay zekâ destekli deepfake videolar ile gerçeklik kopyalanmaktadır (Elitaş, 2022: 117). Deepfake videolar, gerçekte var olmayan şeyleri söyleyen veya yapan insanları anlatmak için dijital olarak manipüle edilmiş oldukça gerçekçi videolardır (Westerlund, 2019:40). Deepfake, “dijital çağ” olarak adlandırılan günümüz çağında gerçeklerin bulanıklaştırılmasında büyük bir rol oynamaktadır. Hatta deepfake’in gerçeklik kavramına şok etkisi yarattığını söylemek mümkündür (Barın, 2024: 17). Bu bağlamda deepfake’in neden olduğu en önemli sorunlardan biri manipülatif özelliğiyle gerçeklik algısında meydana getireceği muhtemel yıkıcı etkiler olabilmektedir. Bu sorun, bireylerin gördüklerinin gerçek mi yoksa sahte mi olduğu anlamakta zorluk yaşamalarına neden olabilmektedir (Karakoç ve Zeybek, 2022: 64).

2.4.2.Deepfake Teknikleri Nelerdir?

Deepfake içerik üretmek için birden fazla yöntem bulunmaktadır. Özellikle internet ortamında, amatörlükten profesyonelliğe kadar çeşitli sahte görüntüler oluşturmak için oldukça fazla uygulama bulunmaktadır. Söz konusu bu sahte içerikler Otomatik Kodlayıcı olarak bilinen CNN tarafından üretilmektedir. Bu noktada sahte görüntülerin kalitesini daha fazla arttırmak için Çekişmeli Üretici Ağlar (GAN-Generative Adversarial Network) devreye girmektedir. Çekişmeli Üretici Ağlar, denetimi bulunmayan bir derin öğrenme algoritması olarak karşımıza çıkmaktadır. Önceki zamanlarda Photoshop gibi farklı yöntemler kullanılarak oluşturulan sahte görüntüler, günümüzde GAN’ların ortaya çıkmasıyla sonuçların oldukça gerçekçi olduğu bir süreci yaşamaya başlamıştır.



Şekil 2.1. Geleneksel gan mimarisi

Yukarıdaki şekil incelendiği zaman Çekişmeli Üretici Ağlarda (GAN) üretici ve ayırıcı olmak üzere iki temel bileşenin olduğu görülmektedir. Temel bileşenlerden biri olan üretici görüntüleri oluştururken, ayırıcı ise oluşturulan görüntülerin sahte mi yoksa gerçek mi olduğunu sınıflandırmaktadır (Korkmaz ve Alkan: 2023: 857).

Deepfake’ler Üretken Çekişmeli Ağlar olarak bilinen Generative Adversarial Networks’ü (GAN) kullanmaktadır. Bu algoritmalar ile var olan veri kümelerinden yeni veriler oluşturulabilmektedir (Baker, 2019). Bu nedenle yapay zekâ destekli oluşturulan sahte ama oldukça gerçekçi görünen görüntüleri, ses kayıtlarını ifade eden deepfake’in oluşturulmasında GAN’lar büyük rol oynamaktadır. Deepfake’in inandırıcı olması GAN’ların ulaşabileceği verilerin daha iyi olması gerekmektedir (Bass ve Penning, 2023). GAN’ların ortaya çıkmasıyla birlikte dijital görüntüleri manipüle etme ve görüntülerdeki pikselleri dönüştürmenin yeni yolları da ön plana çıkmaya başlamıştır. Bu bağlamda GAN ağları tekniğini, sahte görüntülerin oluşturulması noktasında daha popüler bir hale gelmiştir.



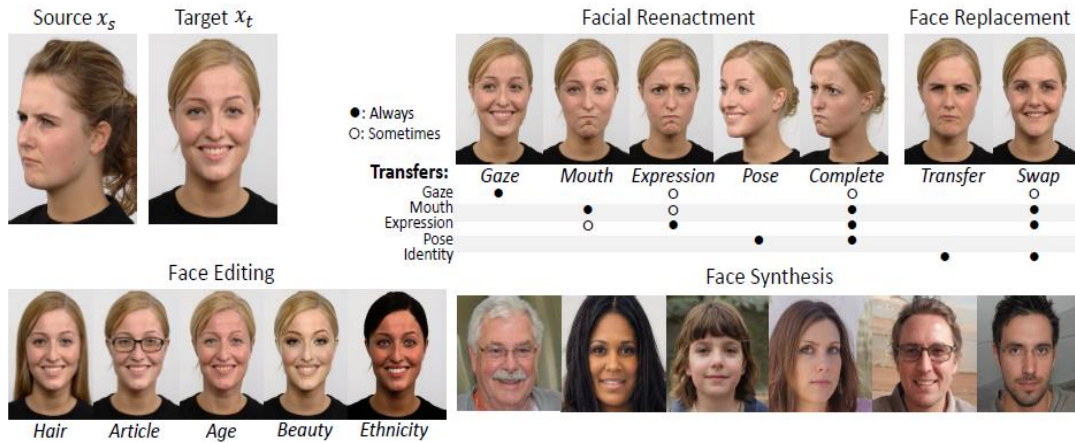
Görsel 2.4. GAN’lar kullanılarak oluşturulan görüntü örnekleri. (Nataraj ve diğerleri, 2019:1-2).

Son zamanlarda endişe verici bir şekilde ilerleme kaydeden deepfake teknolojisi, yüz değiştirme, dudak eşleştirme ve kukla tekniği olarak da bilinen ifade değiştirme olmak üzere üç kategoride karşımıza çıkmaktadır. Yüz değiştirme, herhangi bir fotoğraf ya da video içeriğinde bir insanın yüzünün başka bir insanın yüzüyle değiştirilmesi anlamına gelmektedir. Dudak eşleştirme diğer bir ifadeyle dudak senkronizasyonu, başka bir insanın ses ve video içeriğinde olmadığı bir şeyi söylüyormuş gibi görünmesi demektir. Kukla tekniği olarak da bilinen ifade değiştirme ise bir kişinin doğal olmayan yani sahte olan davranışlarını ifade etmektedir (Ramluckan, 2024: 282-283).



Görsel 2.5. Deepfake çeşitleri olan ifade değiştirme, yüz değiştirme ve dudak senkronizasyonuna örnek fotoğraflar (Lyu, 2020: 1)

Yüz değiştirme, dudak eşleştirme ve ifade değiştirme tekniğinin kendine özgü bir çalışma şeklinin olduğunu söylemek mümkündür. Bu üç yöntemden en fazla kullanılan ve tercih edilen tekniğin ise yüz değiştirme işleminin olduğu bilinmektedir. Zamanla ortaya çıkan deepfake teknolojisinin gelişmesi ve yazılımlar sayesinde deepfake içerikli görüntüler herkes tarafından kolaylıkla üretilmeye başlanmıştır (Berk, 2020: 1514).



Görsel 2.6. İnsan yüzünün değiştirilmesi, tekrardan canlandırılması, düzenlenmesi veya yüzlerinin taklit edilmesine örnek görseller (Mirsky ve Lee, 2021: 3).

2.4.3. Deepfake ve Dezenformasyon

Dijital algının belirsizliğiyle karakterize edilen günümüz çağında insanlar çevresiyle daha fazla iletişim kurmaktadır. Sanal olarak değerlendirilebilecek bu ortam aynı zamanda gelişmiş araçlarla gerçekliği manipüle etmektedir. Son zamanlarda derin öğrenme tekniklerine dayanmakta olan deepfake'in gelişmesinde ciddi ilerlemeler söz konusu olurken aynı zamanda sahte haberler de tartışılarda konu olmuş ve analiz edilmeye başlanmıştır. Nitekim insanlar bir taraftan görsel medyaya güven duyma konusuyla mücadele etmeye çalışırken, bir taraftan da aldatıcı deepfake gerçeğine karşı dikkatli olma eğilimi içine girmiştir (Sunvy ve diğerleri, 2023: 303-304).

Gerçeklere ve doğrulara olan güveni tehdit eden ve bir zamanlar güvenilir kabul edilen bilgi ya da kaynaklara duyulan güvenin azalmasına yol açan (Pawelec, 2022: 19) deepfake'in çok sayıda dezenformasyonun ortaya çıkmasına neden olduğu ileri sürülmektedir. Dezenformasyonun yayılmasından sorumlu tutulan deepfake, özellikle siyasi alanda büyük bir risk taşımaktadır. Örneğin seçim zamanında iyi bir şekilde hazırlanmış deepfake içerikli herhangi bir görüntü çeşitli hasarlara yol açabilmektedir. Yine deepfake mali kayıplara da neden olabilmektedir. Deepfake teknoloji kullanılarak gerçeğe çok yakın taklit edilen ses ile İngiltere merkezli bir enerji firmasının CEO'sunun kandırılması bu duruma örnek olarak verilebilir. 2019 yılında yaşanan olayda telefonda yöneticisiyle konuştuğunu düşünen enerji firmasının CEO'su yöneticisi sandığı kişinin talimatıyla bir banka hesabına yüklü

miktarda para aktarmıştır. Yine deepfake'in telafisi mümkün olmayan itibar hasarlarına neden olduğu da bilinmektedir. Mesela 2021 yılında haberlerde bir annenin, kızının amigo takımındaki rakiplerini elemek için takımdaki kişilerin görüntülerini deepfake ile değiştirdiği iddiası yer almıştır. Deepfake ile oluşturulan görüntülerde takımdaki kişilerin alkol tükettiği, sigara içtiği ve çıplak poz verdiği görülmüştür. Görüldüğü üzere deepfake ile itibarın zedelenmesi, utancın çok ötesine geçebilmektedir (Ramluckan, 2024: 284). Bu kapsamda dezenformasyona neden olan *deepfake*'in neden olduğu olaylara şu örnekler verilebilir:

B B C

Ev Haberler Spor İşletme Yenilik Kültür Sanatlar Seyahat Toprak Ses Video Canlı

Anne, amigo rakiplerini iftira atmak için deepfake kullandı

15 Mart 2021 Paylaşmak < Kaydetmek □



Bir annenin, kızının amigo takımındaki rakiplerini takımdan attırmak için açık deepfake fotoğraf ve videolar kullandığı iddia edildi.

ABD'nin Pensilvanya eyaletinden Raffaella Spone'nin, Victory Vipers takımı oyuncularının "çıplak, içki içip sigara içtiğini" gösteren içeriği koçuna gönderdiği bildirildi.

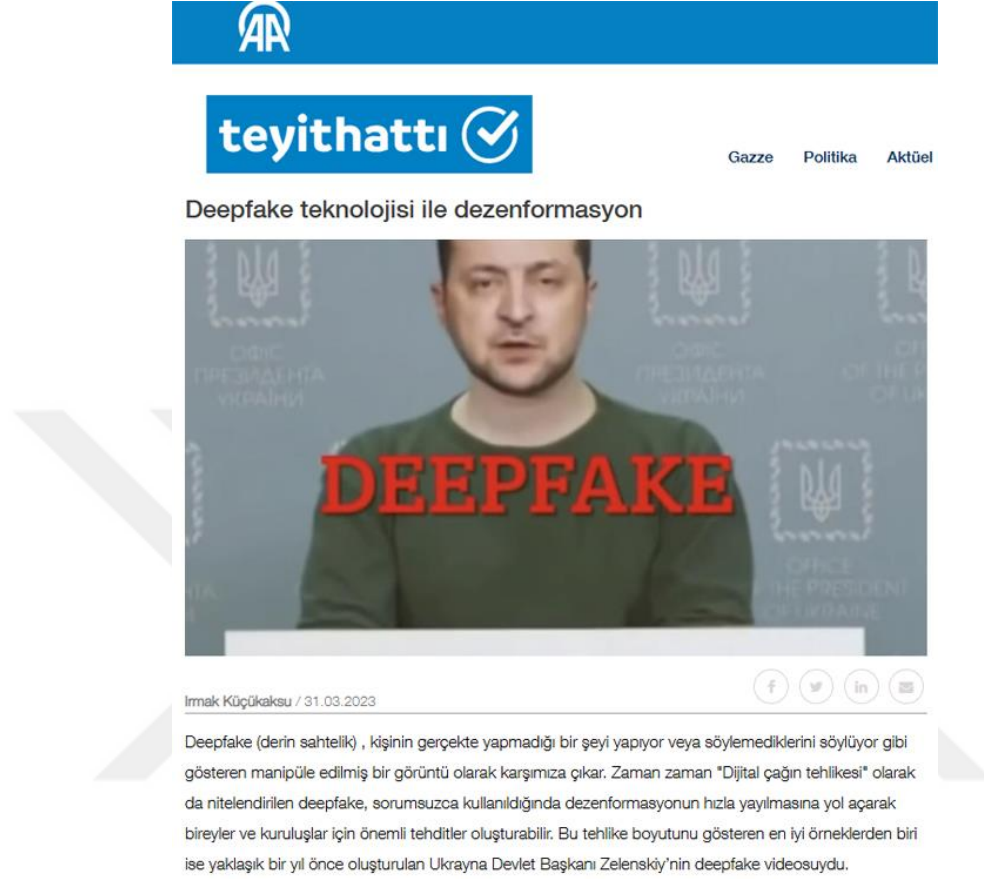
Deepfake'ler, yapay zekayı kullanarak görüntü ve videoları değiştiriyor.

Bayan Spone'a birden fazla taciz suçlaması yöneltildi.

Görsel 2.7. BBC'de yer alan "Anne, amigo rakiplerini iftira atmak için deepfake kullandı" başlıklı haber (BBC,2021).

15 Mart 2021 tarihinde BBC adlı internet haber sitesinde yer alan haberde, bir annenin amigo takımında olan kızının rakiplerini takımdan attırmak için deepfake fotoğraf ve görüntüler kullandığı iddiası anlatılmaktadır. Haberde, annenin takımdaki diğer oyuncuların çıplak bir şekilde içki ve sigara içtiğini gösteren

deepfake içerikler hazırladığı ve söz konusu bu görüntüleri takımın koçuna gönderdiği anlatılmaktadır.

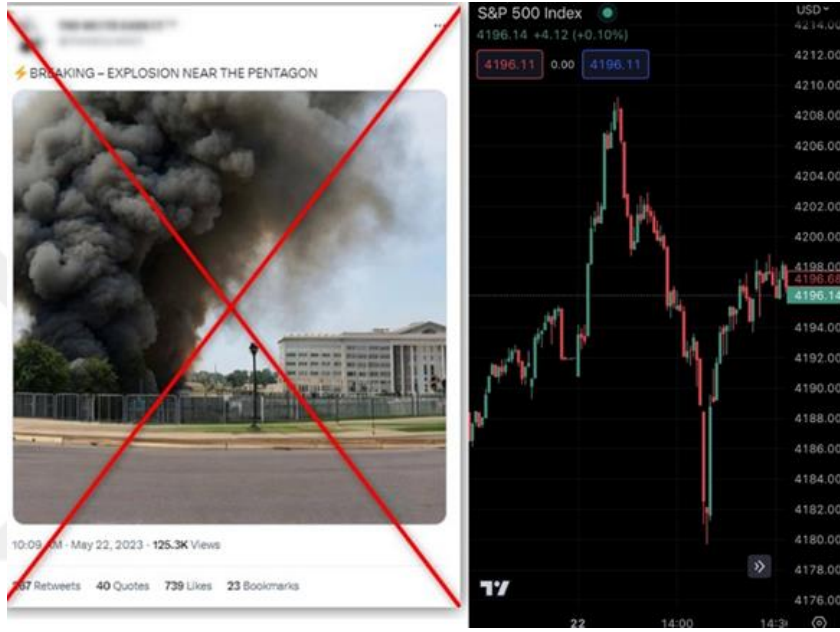


Görsel 2.8. Ukrayna Devlet Başkanı Zelenskiy'nin deepfake teknolojisiyle oluşturulan ve dezenformasyona neden olan sahte görüntüsü

Dijital çağın tehlikesi olarak da bilinen deepfake'in dezenformasyon konusunda en tehlikeli boyutunu gösterdiği bir diğer örnek ise Ukrayna Devlet Başkanı Zelenskiy'nin deepfake videosu olmuştur. Yapay zekâ ile yapılan bu deepfake videosunda Zelenskiy'nin, halkının silah bırakarak Rusya'ya teslim olması gerektiği yönde açıklaması yer almaktadır. Kısa sürede sahte olduğu anlaşılan video dezenformasyonun hızlı bir şekilde yayılmasına neden olmuştur. Daha sonra bir açıklama yapan Zelenskiy, söylemediği şeyleri söylemiş gibi görünmesini sağlayan deepfake videosuna tepki göstermiştir (Küçükaksu, 2023).

İnternet çağında aktif olarak kullanıldığı tespit edilen bir yapay zekâ aracı olan deepfake (Okhrymovych, 2024: 122) aynı zamanda video tabanlı görsel dezenformasyonun yeni bir özelliği olarak değerlendirilebilmektedir (Vaccari ve

Chadwick, 2020: 3). Gerçekliği bulunmayan fakat gerçekmiş gibi hazırlanan videolar sahte haberlerin yayılmasına neden olabilmektedir. Bu şekildeki bilgiler toplumda gerginlik yaratabilir ya da yanlış bilgilendirmeye yol açabilmektedir. Örneğin 2023 yılında Pentagon yakınlarında meydana gelen bir patlamada oluşan alevlerin görüntüsü ve duman bulutları sosyal medyanın gündemi haline gelmiştir (Tecer, 2024: 91).



Görsel 2.9. ABD savunma bakanlığı binası Pentagon'da yaşandığı iddia edilen patlama ve Patlamanın ardından piyasalarda yaşanan düşüşün görseli

ABD Savunma Bakanlığı binası Pentagon'da meydana geldiği iddia edilen patlama, dumanların olduğu bir görüntü ile paylaşılmıştır. Hemen ardından medya kuruluşları görüntüleri haberleştirmiş ve servis etmiştir. Patlamaya yönelik fotoğraflar, videolar, itfaiye ve ambulans görüntüleri kısa sürede hızla yayılmıştır. Paniğe yol açan görüntüler aynı zamanda borsada kısa süreli bir düşüşün yaşanmasına neden olmuştur. Daha sonra görüntülerin deepfake olduğu tespit edilmiş ve Pentagon'da herhangi bir patlamanın yaşanmadığı, haberlerin yalan olduğu açıklanmıştır (Ersen, 2023).

Yukarıda verilen örneklerden de anlaşılacağı üzere deepfake'in kullanıldığı bir görüntünün doğruluğunu kontrol etmek için o görüntünün gerçek olup olmadığının tespit edilmesi gerekmektedir. Deepfake'in teknik gücü bunun tespit

edilmesini zorlaşmaktadır. Deepfake'lerin topluma açık olan videolardan üretilmesi de söz konusu videonun gerçekliğinin tespit edilmesini zorlaştıran bir diğer durum olarak karşımıza çıkmaktadır (Vaccari ve Chadwick, 2020: 3-9). Bu nedenle dezenformasyonun yayılmasında rolü büyük olan deepfake konusunda insanların eğitilmesi gerekmektedir. Çünkü insanların deepfake konusunda eğitilmiş olması ve deepfake karşı daha temkinli yaklaşması sahte içerikli görüntülere gerçekmiş gibi inanmanın olasılığını azaltabilir. Görüntüleri anlayabilmek, hayata geçirilecek düzenlemeler veya insanların eğitilmesi, farkındalığı arttırabilir fakat bunların deepfake sorununun ana çözümü olarak görmek yeterli olmayabilir (Räkköläinen, 2024). Ayrıca yüz ve dudak hareketleri, göz hareketleri, gölge ve ışıklandırma, görüntüsü kalitesi veya arka plan, söz videonun deepfake olup olmadığı anlamak için insanlara yardımcı olabilecek diğer ip uçları olarak görülmektedir. Mesela deepfake videolarında gülümseme ve kaş kaldırma gibi ifadeler abartılı görünebilir. Ya da göz kırışıplarının oldukça az olması, yüzün hareketli bölümünde görüntünün net olmaması gibi durumlar deepfake videolarını ele verebilmektedir (Tecer, 2024: 93-95).

Yukarıdaki bilgiler sonunda deepfake teknolojisiyle dezenformasyonun daha inandırıcı hale geldiğini söylemek mümkündür. Örneğin seçim, savaş veya ekonomik kriz zamanlarında siyasetçilerin söylemedikleri sözleri söylüyormuş gibi gösterilmesi toplumda büyük sorunlara neden olmaktadır. Ayrıca ünlülerin veya sıradan insanların itibarını zedelemenin deepfake sayesinde daha da kolaylaştığı görülmüş ve finansal açıdan da deepfake'in kullanılmasının ekonomik kayıplara neden olabileceği tespit edilmiştir. Mesela dolandırıcıların deepfake içerikli ses kayıtlarını kullanmasıyla binlerce insanı mağdur etmesi küçük bir örnek olarak verilebilir. *Dijital çağın tehlikesi* olarak bilinen deepfake'in aynı zamanda günümüzde adından sıklıkla söz ettiren dezenformasyon için bir araç haline geldiğini söylemek mümkündür. Deepfake ile manipüle edilmiş görüntülerin, bilgilerin sosyal medya başta olmak üzere birçok farklı alanlarda hızlı bir şekilde yayılması oluşabilecek riskleri bir nevi gözler önüne sermektedir. Çok yönlü çalışmalarla dezenformasyonla mücadele edilmesi gerektiği gibi kötüye kullanılarak insanlık için tehlikeli hale gelen

deepfake ile de mücadele oldukça önemlidir. Yasal düzenlemeler ya da eğitimin yanı sıra deepfake'in yapay zekâ teknolojisiyle de tespit edilmesi oldukça önemlidir.

2.4.4. Deepfake'in Faydaları ve Yaratabileceği Tehlikeler

Günümüzde yapay zekanın geldiği nokta deepfake teknolojisinin hızlı bir şekilde gelişmesine büyük katkı sağlamaktadır. Deepfake sinema, reklam, televizyon şovları veya diğer eğlence alanlarında gerçeküstü efektlerin ortaya çıkmasına imkân tanımaktadır. Ölen bir liderin veya sanatçının bir sahnede yer alması veya seslendirme yapması bu duruma örnek olarak verilebilir. Yine tarih sahnelerinin canlandırılması ile uygulamalı eğitim gibi birden fazla alanlarda kullanılan deepfake, güvenlik ve gizlilik konusunda da sahte içeriklerin tespitinde kullanılabilir (Kalaycıoğlu Birol ve Bilgen, 2024). İçerik oluşturma konusunda potansiyelinin oldukça yüksek olduğu görülen ve dijital asistanlar, dil çevirisi gibi çeşitli sosyal uygulamalarda da karşımıza çıkmakta olan deepfake'in birden fazla avantajı bulunuyor olsa da her teknoloji gibi kötüye kullanılması da kaçınılmaz hale gelmektedir. Sahte haberler veya bir kişinin yüzünün değiştirilmesi bu duruma örnek verilebilir. Nitekim haberlerin güvenilirliğini ortadan kaldırmak toplumun güvenini zedeleyebilmektedir. Yine eğlence veya taciz amaçlı sıradan veya ünlü isimlerin yüzlerinin değiştirilmesi, değiştirilen yüzlerin porno videolarında kullanılması da etik ve yasal sorunlara neden olmaktadır (Albahar ve Almalki, 2019: 3246-3247). Ayrıca yapay zekâ destekli deepfake'in pornografik içerik üretmek için sıklıkla kullanıldığı ve bu içeriklerin günümüzde binlerce kadını hedef alan tehlikeli cinsel bir suç olduğu belirlenmiştir (George, 2024: 122).

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere birden çok avantajı bulunan deepfake'in bazı durumlarda tespit edilemeyecek kadar gelişim gösterdiği görülmektedir. İnsanları taklit etme yeteneğine sahip olan ve bu sahte taklitleri gerçekmiş gibi gösteren ve aynı zamanda insanların bu yalanlara inanmasını sağlayan deepfake önlem alınmadığı takdirde geri dönüşü olmayan sorunların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Ramluckan, 2024: 287). Bu kapsamda deepfake'in insanlar için bir tehdit unsuru oluşturduğunu söylemek mümkündür. Çünkü bu teknoloji ile kişisel veriler kolaylıkla manipüle edilebilmektedir. Diğer bir ifadeyle insanları kandıran, kişisel verilere yönelik suçların ortaya çıkmasına neden olan

deepfake, siber zorbalık, finansal zarar veya dolandırıcılık gibi tehlikeli yanları ile günümüzde oldukça yaygın hale geldiği görülmektedir. Deepfake ile tehdit, şantaj ve çıkar amacını hayata geçirmek isteyen saldırganlar, özellikle teknoloji konusunda dezavantajlı konumunda bulunan çocukları ve yaşlıları hedef almaktadır (KVKK, 2024: 2-3). Yine siyasi, sosyal, ekonomik veya hukuki nitelikte önemli sorunların ortaya çıkmasına neden olan deepfake (Sunvy ve diğerleri, 2023: 296) örneğin siyasetçilerin hesap verme çabasını engellemekte ya da belirli grupların toplumda ikinci plana atılmasına neden olabilmekte ve aynı zamanda vatandaşların siyasi tartışmalara güçlü bir biçimde katılmasını engelleyebilmektedir. Öte yandan derin sahtekarlıklar yani deepfake'ler insanların karşılıklı empati ve saygısını tehdit ederek demokratik değerleri de olumsuz etkilemektedir (Pawelec, 2022: 19).

2.4.5. Deepfake Nasıl Tespit Edilir?

Tüm deepfake'lerin kötü niyetli olmadığı düşünülmektedir. Ancak teknolojiyle inandırıcı medya oluşturmanın daha kolay hale geldiği günümüzde kötü niyetli kullanıcıların saldırılar gerçekleştirmek amacıyla deepfake teknolojisinden faydalandığı görülmüştür. Söz konusu bu saldırılar ise insanları hedef almaktadır. Gün geçtikçe kötü niyetli deepfake'lerin daha fazla yayılması beklenmektedir (Mirsky ve Lee, 2021: 32).

Kaur ve diğerleri (2024) "*Deepfake video detection: challenges and opportunities*" adlı çalışmasında herhangi bir görüntünün insanları kandırmak ya da yanlış yönlendirmek amacıyla manipüle edilip edilmediğini belirleme sürecini, deepfake görüntü tespiti olarak tanımlamaktadır. Çalışmada bir insanın görüntüsünün değiştirilmesi, ışık veya arka planın değiştirilmesi, nesnelerin eklenmesi ya da silinmesi, görüntünün bağlamından koparılması, görüntünün dikey veya yatay kırılmış olmasının görüntü manipülasyonunun çeşitli yöntemleri olduğu anlatılmaktadır. Yine deepfake görüntüleri tespit etmek için kullanılmakta olan bazı yöntemlerin ele alındığı çalışmada, yaygın olarak kullanılan bu yöntemler arasında görüntüyü analiz etmek, görüntünün piksellerindeki tutarsızlıkları bulmak ile görüntüyü orijinal ve sahte görüntü veri kümeleriyle karşılaştırması gerektiği ifade edilmiştir.

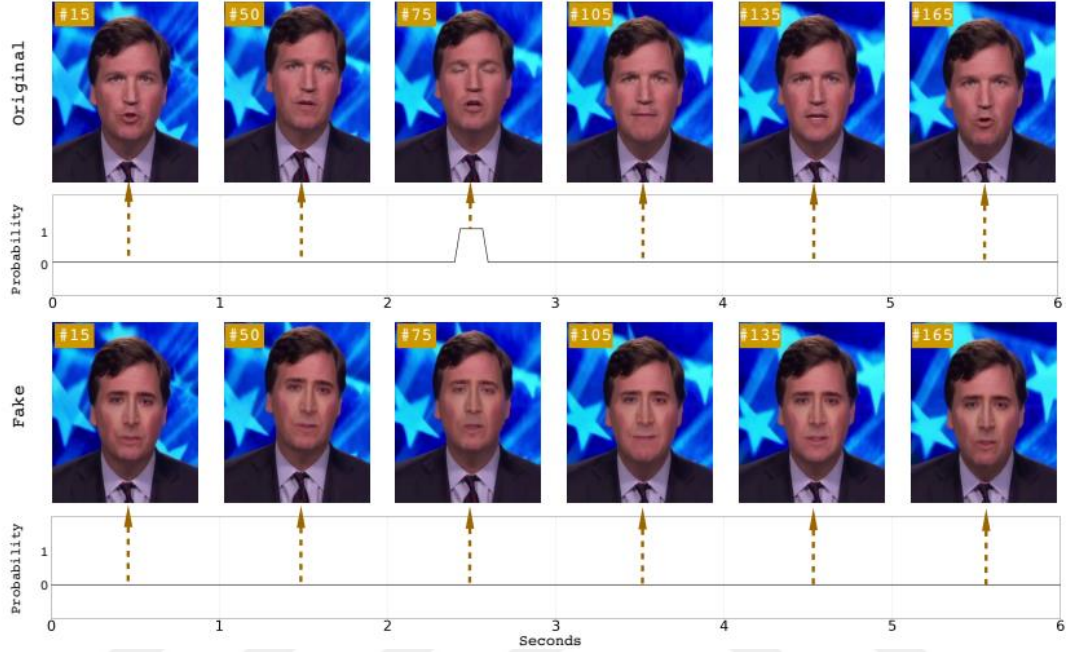
Baciak ve diğerleri (2020) “*Deepfake video detection using the ensemble of neural networks*” çalışmasında ise günümüz teknolojisine bağlı olarak her geçen gün gelişme göstermekte olan deepfake’lerin insan gözü tarafından kolaylıkla tespit edilemeyecek bir hal almasının deepfake’leri tespit etme düşüncesini ortaya çıkardığını belirtmektedir. Bu kapsamda çalışmada deepfake videoların görüntü tabanlı tespit yöntemleri “*görüntü özellikleri /dokular, insan özellikleri /canlılık özellikleri ve yalnızca yapay zekâ yaklaşımları*” olmak üzere üç başlık altında ele alınmış ve detaylı bir şekilde tartışılmaktadır. Söz konusu bu çalışmada deepfake görüntülerin tespit yöntemleri aşağıdaki tabloda şu şekilde belirtilmiştir:

Tablo 2.4. Deepfake video tespit yöntemleri

Görüntünün Özeliği-Dokusu	İnsan-Canlılık Özellikleri	Yalnızca Yapay Zekâ Yaklaşımları
Deepfake oluşturma sürecinde hataların ya da tutarsızlıkların belirlenmesi	Kafa pozlarındaki veya bakış yönündeki tutarsızlıklar	Deepfake görüntülerin yapay zekâ ile tespit edilmesi
Renklerdeki ani değişiklik veya dokuların bozulması	Doğal olmayan göz kırpmaları veya göz kırpması sıklığı	Uçtan uca yaklaşımlar ve söz konusu görüntünün deepfake olup olmadığını tespit eden modeller
Deepfake görüntüsünün çekildiği kameranın fiziksel özellikleri	Biyolojik sinyaller, görüntüdeki kişinin gerçek olup olmadığını anlamak, yüzdeki bozulmalar ve yüz ifadelerinin doğallıktan uzak olması	Nöron kapsama teknikleri, dikkat mekanizmaları ve aşamalı öğrenme

Li ve diğerleri (2018) “*In Ictu Oculi: Exposing AI Generated Fake Face Videos by Detecting Eye Blinking*” çalışmasında derin üretici ağlardaki yeni gelişmelerin ve hızlı ilerlemelerin, gerçekmiş gibi görünen sahte yüz videoları oluşturmada kalite ve verimliliği önemli ölçüde arttırdığı ifade edilmektedir. Söz konusu bu çalışmada yapay zekâ ile oluşturulan sahte yüz videolarını ortaya çıkarabilmek için yeni bir yöntem açıklanmıştır. Bu yöntem gerçek olmayan görüntülerde iyi sunulmayan ve fizyolojik bir işaret olan göz kırpmaların videoda tespit edilmesine dayandırılmaktadır. Göz kırpması algılama veri kümelerinin kıyaslamaları üzerinde test edilen yöntem, deepfake ile oluşturulan görüntülerin tespit edilmesinde başarılı bir performans göstermiştir. Ayrıca çalışmada fizyolojik olarak mümkün görülmeyen çok hızlı veya sık göz kırpmasının da deepfake videoyu

tespit etmede bir işaret olabileceği belirtilmektedir. Özetle çalışmada göz kırpma, sahte yüz görüntülerini tespit etme noktasında kolay bir işaret olarak kabul edilmektedir.



Görsel 2.10. Orijinal görüntü ile deepfake görüntünün göz kırpmaya oluşturduğu örnek fotoğraflar

Heidari ve diğerleri (2023) “*Deepfake detection using deep learning methods: A systematic and comprehensive review*” adlı çalışmasında da bazı deepfake video oluşturma modellerinin yüzün bütün dokularını sentezleyemediği ve bu durumun kaba veya yapay görünen sahte yüzlerin ortaya çıkmasına neden olduğu belirtilmiştir. Söz konusu bu duruma yüzdeki küçük kırışıklıkların, düzgün ve doğru bir şekilde oluşturulamaması örneği verilmiştir.

University of Virginia adlı internet sitesinde Berry (2024) tarafından kaleme alınan “*Q&A: How Do You Know When You’re Looking at a Deepfake?*” başlıklı yazıda ise deepfake tespit yöntemleri anlatılmaktadır. Söz konusu yazıda deepfake tespit yöntemleri şu şekilde anlatılmaktadır;

-Yüz ifadelerinde herhangi bir garipliğin olup olmadığına ve yüzdeki aydınlatmanın ortamlarla uyuşup uyuşmadığına bakılmalıdır.

- Yüz ile vücut, saç ya da boyun arasındaki renk farklarına, bulanıklık ya da çözünürlüğe bakılması gerekmektedir. Hatta yüzün üst üste bindirildiği bölgede çizgi ve bunaklık görmek mümkündür.

-Dudak ve yüz ifadelerinin doğal olup olmadığı veya herhangi bir tuhaflık deepfake tespit etme noktasında bir ipucu olabilmektedir. Özellikle söz konusu görüntüde yer alan kişinin başını çevirdiği sırada veya yüzün önüne bir nesne geldiği durumlarda izleme ve maskeleyenin çok iyi olmadığı söylenebilmektedir.

-Deepfake kişinin sesini kopyalamaz fakat hedefteki kişiye benzemek için sesi taklit etmektedir. Bu deepfake'in başarısız olmasına neden olabilmektedir.

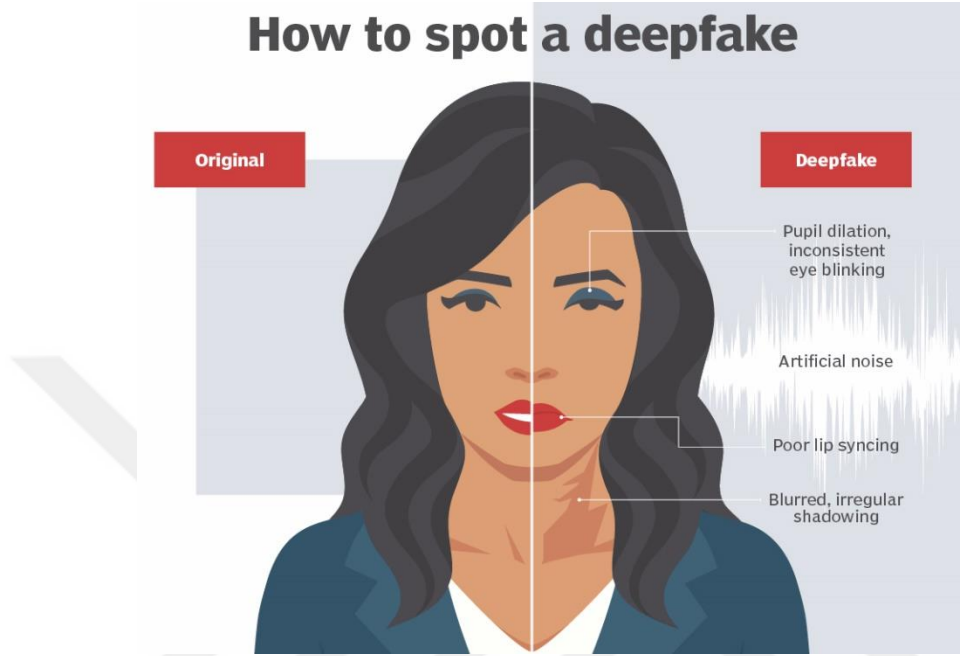
-Bilginin ve haberin nereden, hangi kaynaktan geldiğın de önemli olduğu, insanların rastgele bir sosyal medya platformundan veya bilinmeyen bir web sitesinden gelen bilgilere karşı şüpheli yaklaşması, dikkatli olması gerektiğinin anlatıldığı “*Q&A: How Do You Know When You're Looking at a Deepfake?*” başlıklı yazıda güvenilir haber kaynaklarının deepfake içerikli görüntüleri paylaşma olasılığının daha düşük olduğu belirtilmiştir.

Froehlich (2024) ise “*How to detect deepfakes manually and using AI*” başlıklı yazıda deepfake'in manuel ya da yapay zekâ kullanılarak nasıl tespit edilebileceğini şu şekilde anlatmaktadır;

- Videodaki yüz ve vücut hareketleri yakından incelenerek söz konusu görüntülerin deepfake olup olmadığı tespit edilebilmektedir. Videodaki ses ile dudak hareketlerinin uyumlu olup olmadığına dikkat etmek gerekmektedir. Çünkü kelimelerin yansıtıldığı durumlarda uyumsuz bir senkronizasyonun ortaya çıkma ihtimali bulunmaktadır. Yine tutarsız olan ya da göz kırpma eksikliği, gölgelerin ve yansımaların düzensiz olması, gözbebeğinin büyümesi, genişlemesi ve yapay ses gürültüsü gibi yöntemlerle deepfake tespit etmek mümkün olabilmektedir.

Ayrıca deepfake'in yapay zekâ ile de tespit etmenin mümkün olduğunu söyleyen Froehlich, yapay zekânın deepfake'leri otomatik olarak tespit edebilmesi için iki yöntemin bulunduğunu ifade etmektedir. Froehlich, bu yöntemleri “kaynak analizi”, ve “Arka plan video tutarlılık kontrolleri” olmak üzere iki başlıkta ele almıştır. Froehlich'a göre bir multimedya dosyasının kaynağını belirlemek o

dosyanın değiştirilmiş olabileceğinin işareti olabilir. Gelişmekte olan yapay zekâ araçları nedeniyle insan gözü tarafından fark edilemeyecek değişikler, yapay zekâ yardımıyla videoda detaylı kontroller sağlanarak tespit edilebilir.



Görsel 2.11. Gözbebeğinin büyümesi, tutarsız göz kırpmalar, yapay gürültü, iyi olmayan dudak senkronizasyonu, bulanık ve düzgün olmayan gölgelendirmeye örnek görsel

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. HABERDE DEEPFAKE UYGULAMALARININ ANALİZİ

Çalışmanın bu bölümünde haber sitelerinde yer alan ve dezenformasyona neden olan deepfake içerikli görüntüler içerik analiziyle incelenmiştir. İnceleme aşamasında deepfake görüntüler tespit edilirken alanyazında yapılmış olan altı çalışmalardan hareketle kodlama cetveli oluşturulmuştur (Kaur vd., 2024; Baciak vd., 2024; Li vd., 2001; Heidari vd., 2023; Bery, 2024; Froehlich, 2024). Literatürde yer alan deepfake’i tespit etme unsurları içerisinde 6 madde seçilerek kodlama cetveli oluşturulmuştur. 6 maddenin seçilerek oluşturulduğu kodlama cetveli ise aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo 3.1. 6 Maddenin yer aldığı kodlama cetvelindeki başlıklar ve açıklamaları

KOD	KRİTER	AÇIKLAMA
Göz	Göz hareketleri, göz kırpma sıklığı	Göz kırpma sıklığının az veya fazla olması, doğal olmayan göz hareketleri ile bakış yönündeki tutarsızlıklar
Yüz	Yüzdeki hatalar	Cilt tonundaki farklılıklar, yüzün bulanık olması, yüzdeki pikseller veya yüz hatlarının tutarsız olması
Mimik	Jest ve mimikler	Kişinin jest ve mimiklerinin konuşma veya davranışlarıyla uyumlu olmaması
Işık	Işık ve gölge uyumu	Işık yansımaları ile gölgelerin doğal olmaması yapay bir görünüm vermesi
Ses	Sesin analizi	Ses tonu, ritim ve vurgunun yapay olması, sesin arka plan gürültüsüyle uyumlu olmaması ve sesin robotik gelmesi
Renk	Ani değişiklikler	Renklerin birden değişmesi veya birinci görüntü ile bu görüntünün devamı niteliğinde olan diğer görüntülerdeki renklerin değişmesi, aynı olmaması

Araştırmanın Bulguları ve Yorumlar

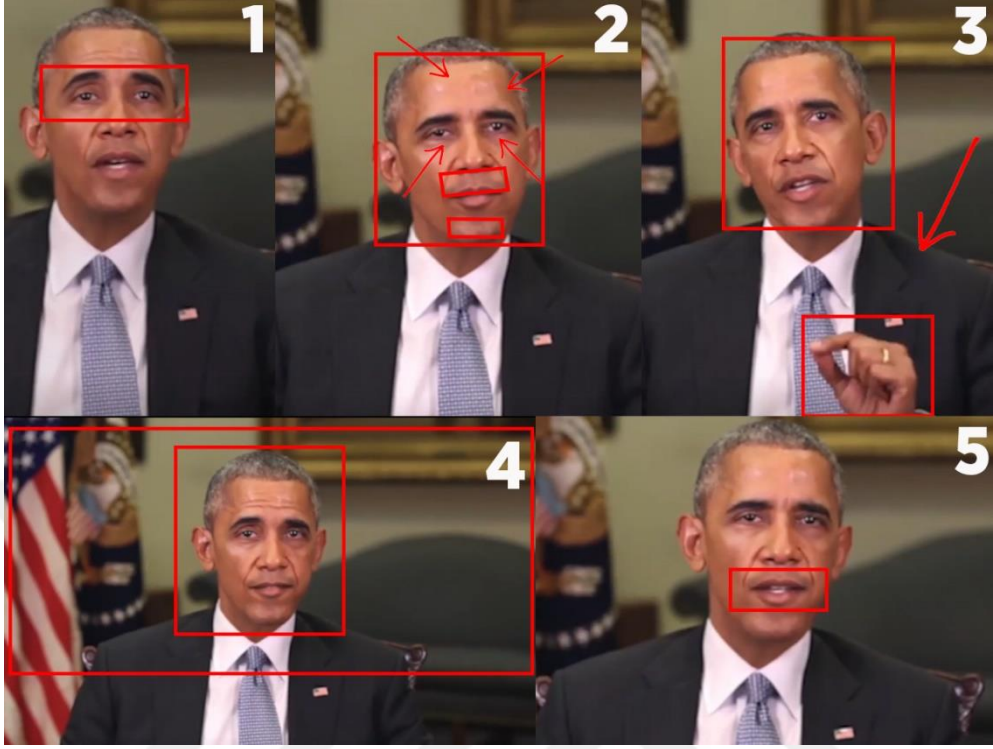
3.1. Barack Obama'nın Sahte haberlerle İlgili Bu Kamu Hizmeti Duyurusu Görüldüğü Gibi Değil Haberi

Tablo 3.2. Barack Obama'nın Sahte haberlerle İlgili Bu Kamu Hizmeti Duyurusu Görüldüğü Gibi Değil başlıklı haberin künyesi

 <p>BuzzFeed News REPORTING TO YOU</p> <p>SIGN IN ABOUT US GOT A TIP? BUZZFEED.COM</p> <h3>Barack Obama'nın Sahte Haberlerle İlgili Bu Kamu Hizmeti Duyurusu Görüldüğü Gibi Değil</h3> <p>Oscar ödüllü film yapımcısı Jordan Peele, izleyicilerini internette karşılaştıkları materyallere güvenmemeleri konusunda uyarıyor.</p> <p>David Mack BuzzFeed Haber Muhabiri</p> <p>17 Nisan 2018'de 18:26'da yayınlandı.</p> <p>Yakasına bir bayrak daha takmış bir şekilde Yıldızlı ve Çizgili Milli Takım'ın önünde oturan eski başkan Barack Obama, sahte haberler hakkında önemli bir mesaj veriyor gibi görünüyor; ancak bir şeyler biraz... <i>garip</i> görünüyor.</p>  <p>Kaynak (Mack, 2018).</p>	<p>Haberin Başlığı: Barack Obama'nın Sahte haberlerle İlgili Bu Kamu Hizmeti Duyurusu Görüldüğü Gibi Değil</p> <p>Haberin Yer Aldığı Yer: BuzzFeedNews</p> <p>Haberin Yayınlandığı Tarih: 17 Nisan 2018</p> <p>Haberin Dili: İngilizce</p> <p>Haberin Üzerinde Durduğu Konu: ABD'nin eski Başkanı Barack Obama gibi görünen ama aslında oyuncu Jordan Peele olan bir deepfake videonun insanları sahte haberlere karşı uyardığı konusu üzerinde durmuştur.</p>
--	---

2018 yılında BuzzFeed CEO'su Jonah Peretti ve ABD'li ünlü oyuncu ve yönetmen Jordan Peele işbirliğiyle hazırlanan Barack Obama'nın deepfake videosu oldukça büyük yankı uyandırmıştır. Jordan Peele'nin sesinin ve yüz hareketlerinin kullanıldığı deepfake videoda Barack Obama'nın gerçekte söylemediği şeyleri söylediği görülmüştür. Hatta Barack Obama'nın siyasetçilere yönelik hakaret içeren sözler de kullandığı video, teknolojinin güçlü yanı deepfake'in dezenformasyona neden olarak nasıl kötü yönde kullanılabileceği göstermektedir. *"Barack Obama'nın Sahte haberlerle İlgili Bu Kamu Hizmeti Duyurusu Görüldüğü Gibi Değil"* başlığıyla BuzzFeedNews adlı internet haber sitesinde yer alan haberde deepfake'in neden olduğu dezenformasyona yönelik hazırlanan bu videoda internetteki yalan sahte içeriklere karşı insanların dikkatli olması gerektiği anlatılmıştır.

Haberin Deepfake Analizi



Görsel. 3.1. ABD'nin eski Başkanı Barack Obama'nın deepfake videosunun ekran görüntüsü³

Fotoğraf 1'de ABD'nin eski Başkanı Barack Obama'nın deepfake videosundan elde edilen ekran görüntüsü yer almaktadır. Söz konusu görüntüde yapılan incelemede Barack Obama'nın konuşurken karşısında bulunan kameraya değil genellikle başka yöne baktığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda bakışları dikkatlice incelenen Obama'nın göz hareketlerinde bir uyumsuzluğun olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca bazı sahnelerde göz kırpması sıklığının az olduğunu görüldüğü deepfake videoda, Barack Obama'nın bazı süreler gözünü hiç kırpmadan konuştuğu belirlenmiştir. Deepfake videonun 28'inci saniyesinden 32'nci saniyesine kadar olan kısımda Barack Obama'nın gözlerini hiç kırpmadan konuşmasını devam ettirmesi söz konusu bu durumuma örnek oluşturmaktadır.

²Göz kırpması hızı ve göz kırpmaları arasındaki süreyi inceleyen çeşitli bilimsel çalışmalara göre sağlıklı bir bireyde normal kendiliğinden göz kırpması hızının genellikle dakikada 12 ila 15 kez arasında değiştiği belirlenmiştir. Diğer çalışmalarda ise göz kırpması aralığının 2,8 ila 4 ve 2 ila 10 saniye arasında değiştiğini tespit edilmiş ve hatta rahat koşullarda ortalama göz kırpması hızının dakikada 22'ye kadar çıkabileceği belirlenmiştir (Abusharha, 2017: 133).

³ABD'nin eski Başkanı Barack Obama'nın deepfake videosu
<https://www.youtube.com/watch?v=cQ54GDm1eL0>

Fotoğraf 2’de ABD’nin eski Başkanı Barack Obama’nın yüzünde hataların olduğu belirlenmiştir. Söz konusu deepfake videosundan elde edilen ekran görüntüsünde Barack Obama’nın yüzünün bazı bölgelerindeki cilt tonu renginde farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. Mesela oldukça prüzsüz görünen Obama’nın yüzünün bazı bölgeleri daha açık renge, diğer kısımları ise daha koyu renge sahiptir. Yine Barack Obama’nın göz kısımlarındaki rengin cilt tonuna göre daha farklı bir renge sahip olduğu, çene kısmın yüzüne göre daha açık renkte olduğu, kaş renginin cilt tonunu ve saçına göre daha siyah olduğu görülmüştür. Ayrıca Barack Obama’nın bıyığının yapay görüldüğü, Obama konuşurken bıyığın doğal bir şekilde hareket etmediği ve bıyığın sanki yüze yapıştırılmış gibi sabit kaldığı söylenebilir.

Fotoğraf 3’te ABD’nin eski Başkanı Barack Obama’nın jest ve mimikleri detaylı bir şekilde incelendiği zaman Barack Obama’nın çok çeşitli yüz ifadeleri kullanmadığı ve mimiklerin sürekli tekrarlandığı görülmüştür. Öte yandan Obama’nın sadece baş bölgesi ile elleri hareket halindeyken vücudunun ise hareketsiz kaldığını söylemek mümkündür.

Fotoğraf 4’te ise Barack Obama’nın deepfake görüntüsünde ışık ve gölge tutarsızlığı gibi görsel hataların var olduğu tespit edilmiştir. Özellikle yüzün aydınlatılması ile arka planda yer alan ışığın uyumsuz olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte Obama’nın burnunda, çenesinde, gözaltında ve alın bölgesinin gölge oluşumları nedeniye doğal görünmediği tespit edilmiş ve bu durumun yüzdeki cilt tonunun farklı renklere sahip olmasına neden olduğu belirlenmiştir.

Fotoğraf 5’te ise ABD’nin eski Başkanı Barack Obama’nın deepfake videosunda sese yönelik yapılan analizde ses manipülasyonunun olduğu tespit edilmiştir. Jordan Peele’nin yapay zekâ aracılığıyla Barack Obama’nın yüzünü ve sesini taklit ettiği videoda Barack Obama’ya benzeyen ve konuşan kişi, aslında Jordan Peele’nin sesini kullanmaktadır. Deepfake ile oluşturulan söz konusu videoda Barack Obama’nın ses tonu ve dudak hareketleri Jordan Peele’nin konuşmasıyla uyumlu hale getirilmiştir. Buna rağmen yapılan analizde dudak senkronizasyonunda bazı uyumsuzlukların olduğu görülmüştür.

Tablo 3.3. Haberinin içerik analizi sonuçları

KOD	AÇIKLAMA	DEEPFAKE ANALİZ
Göz	Göz hareketleri, göz kırpma sıklığı	✓
Yüz	Yüzdeki hatalar	✓
Mimik	Jest ve mimikler	✓
Işık	Işık ve gölge uyumu	✓
Ses	Sesin analizi	✓
Renk	Ani değişiklikler	✗

3.2. Deepfake” Kraliçe’den Tuhaf Noel Mesajı: TikTok Dansı Yapıp Gelinini Çekiştirdi Haberi

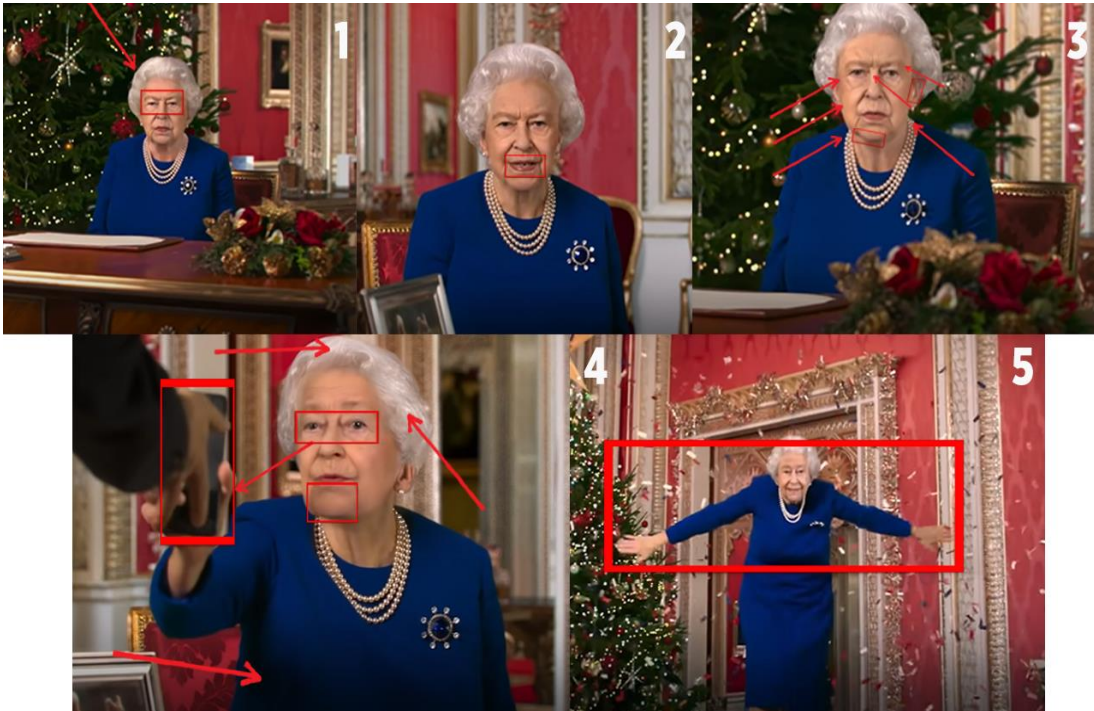
Tablo 3.4. “Deepfake” kraliçe’den tuhaf noel mesajı: tiktok dansı yapıp gelinini çekiştirdi başlıklı haberin künyesi

 <p>Kaynak: (indyturk, 2020).</p>	<p>Haberin Başlığı: “Deepfake” Kraliçe’den tuhaf Noel mesajı: TikTok dansı yapıp gelinini çekiştirdi</p> <p>Haberin Yer Aldığı Yer: indyturk.com</p> <p>Haberin Yayınlandığı Tarih: 26 Aralık 2020</p> <p>Haberin Dili: Türkçe</p> <p>Haberin Üzerinde Durduğu Konu: Eski Birleşik Krallık Kraliçesi II. Elizabeth’in yılbaşında deepfake ile oluşturulmuş konuşmasının ardından televizyon ekranlarında dans etmesi haberin üzerinde durduğu konu olmuştur.</p>
---	---

Kraliyet ailesini temsil eden ve dünya tarihinde önemli bir lider olarak kabul edilen eski Birleşik Krallık Kraliçesi II. Elizabeth, kurallara bağlı ve geleneklerin korunmasında etkisi büyük olan bir isim olarak tanınmaktadır. Ciddi ve kurallara bağlılığıyla bilinen Kraliçe Elizabeth’in yayımlanan deepfake videosunda ise Elizabeth olduğundan farklı bir karakterde yansıtılmıştır.

Eski Birleşik Krallık Kraliçesi II. Elizabeth, geleneksel olarak her yılbaşı öncesi bir konuşma yaparak mesaj vermektedir. 2020 yılında da II. Elizabeth'in yılbaşı öncesi yaptığı konuşmanın ardından kısa bir süre sonra deepfake ile oluşturulmuş başka bir videosu İngiltere merkezli bir televizyon kanalında yayınlanmıştır. İngiliz oyuncu Debra Stephenson tarafından seslendirilen II. Elizabeth'in "Channel 4" isimli televizyon kanalında yayınlanan görüntüsü oldukça dikkat çekmiştir. Videoda eğlenceli bir karakter olarak yansıtılan ve aile üyelerini esprili bir dille eleştiren Elizabeth'in konuşmasının hemen ardından dans ettiği görüntüler tartışmaları beraberinde getirmiştir. Videoda Tiktok danslarından birini yapan Elizabeth'in aynı zamanda söylem ve eylemlerinin de oldukça abartılı olduğu görülmektedir. Deepfake ile oluşturulan sahte Kraliçe Elizabeth, "*Deepfake*" Kraliçe'den tuhaf Noel mesajı: TikTok dansı yapıp gelinini çekiştirdi" haber başlığıyla "*Independent Türkçe*" adlı haber sitesine konu olmuştur. Haber sitesinde "94 yaşındaki II. Elizabeth'i hiç böyle görmediniz ama büyük ihtimal bundan sonra da kendisini bizzat bu hareketleri yaparken göremezsiniz" ifadelerinin yer alması aslında duyduğumuz ve gördüğümüz şeylerin her zaman görüldüğü ve duyulduğu gibi olmadığı konusuna dikkat çeken önemli bir ayrıntı olarak değerlendirilebilmektedir. "Channel 4" isimli televizyon kanalının deepfake ile gündeme geldiğini belirten haberde, deepfake ne olduğuyla ilgili kısa bir bilgi verilmektedir. Haberin devamında Kraliçe Elizabeth'e TikTok dansı yaptırıldığı ve Elizabeth'in muhafazakarları kızdıran konuşmalara yer verdiği anlatılmıştır. Ayrıca haberde *Channel 4*'ün teknoloji çağında gerçek olmayan sahte haberlerin yayılmasına yönelik bir uyarı niteliği amacıyla söz konusu videoyu yayınladıkları da ifade edildi.

Haberin Deepfake Analizi



Görsel 3.2. Eski Birleşik Krallık Kraliçesi II. Elizabeth'in deepfake videosunun ekran görüntüsü ⁴

Fotoğraf 1'de haberlere konu olan deepfake videonun 25'inci saniyesinde Kraliçe Elizabeth'in göz kırpması sıklığının fazla olduğu görülmüştür. Göz kırpması sıklığındaki anormal durum, söz konusu görüntünün deepfake olabileceği konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Görüntüde Kraliçe'nin göz kırpması sıklığının değiştirildiği tespit edilirken aynı zamanda yapılan detaylı incelemede Elizabeth'in konuşurken başını sabit tuttuğu, robotik bir görünüme sahip olduğu ve yine *insanların konuşurken başını hareket ettirdiği* olayından uzak olduğu görülmüştür.

Fotoğraf 2'de konuşmasını devam ettiren Elizabeth'in, videonun 1.22'nci saniyesinde ses ve dudak hareketinin senkronize olmadığı görülmüştür. Elizabeth'in derin sahte bu görüntüsünde ses ve dudak arasındaki uyumun doğallıktan uzak kaldığı tespit edilmiştir. Dudak hareketlerinin değiştirildiği, gerçekte söylemediği şeyleri söylüyormuş gibi gösterilen Kraliçe Elizabeth'in bu görüntüsü deepfake analizinde önemli rol oynamıştır.

⁴ Eski Birleşik Krallık Kraliçesi II. Elizabeth'in Deepfake Videosu
<https://www.youtube.com/watch?v=IvY-Abd2FfM&t=106s>

Fotoğraf 3'te Kraliçe Elizabeth'in yüzünde bazı hataların olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu fotoğrafta Elizabeth'in cilt tonu rengi, yüz hatları ve diğer özelliklerinin değiştirilerek manipüle edildiğini söylemek mümkündür. Çünkü yüz kısmında yer alan tutarsızlıklarda cilt tonundaki bazı farklılıkların dikkat çektiği görülmektedir. Mesela Elizabeth'in yüzünün bazı kısımları daha koyu renge sahipken, diğer kısımları daha açık tona sahiptir. Yine kraliçenin burnunun iki farklı renkten oluştuğu, burun renginin özellikle üst kısmının yüzüne göre daha açık ve parlak olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan incelemeler kapsamında Elizabeth'in çene hattında bir şekil bozukluğu olduğu ve çene hattının hafif bulanık olduğu, çenenin sol kısmının boyun bölgesiyle birleştiği görülmüştür. Ayrıca sağ kaşın bitiş noktasının yüz ile bütünleştiği, sağ ve sol kulağında bir şekil bozukluğu olduğu da tespit edilen diğer ayrıntılar arasında yer almıştır. Görüntüde dikkat çeken bir diğer detay ise kraliçenin boynundaki inci kolyesi olmuştur. Kolyenin sağ tarafı boyun kısmın arka tarafına kadar uzanırken, sol tarafı ise boyun kısmında son bulmuştur.

Fotoğraf 4'te Elizabeth'in TikTok dansı yapacağı sırada kendisinin videosunu çekmesi için telefonu uzattığı kişiye bakmadığı görülmüştür. Bu kapsamda Elizabeth'in bakışları dikkatlice incelendiği zaman göz hareketlerinde bir uyumsuzluğun olduğu ve bakışların, insan bakışları gibi doğal olmadığı belirlenmiştir. Bakışlardaki tutarsızlığın yanı sıra ışıklandırma ve gölgelendirme uyumu da incelenmiştir. Yapılan incelemede II. Elizabeth'in saçlarındaki bazı yerlerin daha parlak ve doğal olmadığı tespit edilmiştir. Bu noktada oldukça fazla veya yapay bir aydınlatmanın saçlarda belirgin bir parlaklığa neden olduğu söylenebilir. Yine görüntüde sandalyede oturan Elizabeth'in alt kısmında gölgelerin daha yoğun olduğu görülmüştür. Çene kısmının yüzden farklı olarak daha koyu bir renge sahip olması da ışık ve gölgelendirmede yapılan analizde dikkat çeken bir diğer ayrıntı olarak ön plana çıkmıştır.

Fotoğraf 5'te ise konuşmasının hemen ardından dans etmeye başlayan Elizabeth'in jest ve mimikleri incelenmiştir. Yapılan incelemede Elizabeth'in müziğin ritmine göre dans ettiği fakat dans ederken baş bölgesinin sabit kaldığı görülmüştür. Masanın üzerinde dans eden Elizabeth'in vücut pozisyonunun müziğin ritmine göre şekil aldığı tespit edilirken, dansı bitene kadar baş bölgesinin ise sabit

kalması söz konusu görüntünün deepfake olabileceği şüphesini güçlendirmektedir. Ayrıca dans etmeye başlayan Elizabeth'in dansın ilk saniyelerinde ciddi bir yüz ifadesi varken, ilerleyen dakikalarda ciddi olan bu yüz ifadesi yerini güler bir yüze bırakmaktadır. Bu kapsamda kraliçenin yüz ifadesindeki ani geçişler görüntünün deepfake olabileceği yönünde ipucu oluşturmaktadır. Başın eğilme, sallanma veya dönme gibi hareketleri ile müziğin ritmi ve yüz ifadesinin bazı noktalarda uyumlu olmaması görüntünün yapay, gerçeklikten uzak kalmasına neden olmuştur.

Söz konusu görüntülerde dikkat çeken bir diğer ayrıntı ise arka planda yer alan nesnelere olmuştur. Görüntülerde arkasında çam ağacı bulunan Elizabeth'in videosunun ilerleyen dakikalarında çam ağacının sol tarafta olduğu, duvarda asılı olan tablodaki kişilerin ise değiştiği ve yine Elizabeth'in önce masanın önünde daha sonra masanın üzerinde çıkarak dans ettiği sahnelerde arka planın değiştiği görülmüştür. Dansını bitirdikten sonra yerine oturan Elizabeth'in arka görüntüsünün yine videonun ilk saniyelerindeki haline geri döndüğü tespit edilmiştir.

Tablo 3.5. Haberin içerik analizi sonuçları

KOD	AÇIKLAMA	DEEPFAKE ANALİZ
Göz	Göz hareketleri, göz kırpma sıklığı	✓
Yüz	Yüzdeki hatalar	✓
Mimik	Jest ve mimikler	✓
Işık	Işık ve gölge uyumu	✓
Ses	Sesin analizi	✓
Renk	Ani değişiklikler	✗

3.3. Gündem Ayçiçek Yağı: Serenay Sarıkaya'nın “Deepfake” ile Yapılan Videosu Sosyal Medyayı Karıştırdı Haberi

Tablo 3.6. Gündem ayçiçek yağı: serenay sarıkaya'nın “deepfake” ile yapılan videosu sosyal medyayı karıştırdı başlıklı haberin künyesi

 <p>Kaynak: (Cumhuriyet, 2022)</p>	<p>Haberin Başlığı: Gündem Ayçiçek Yağı: Serenay Sarıkaya'nın “deepfake” ile yapılan videosu sosyal medyayı karıştırdı</p> <p>Haberin Yer Aldığı Yer: Cumhuriyet.com.tr</p> <p>Haberin Yayınlandığı Tarih: 7 Mart 2022</p> <p>Haberin Dili: Türkçe</p> <p>Haberin Üzerinde Durduğu Konu: Oyuncu Serenay Sarıkaya'nın yüzü ile oyuncu Melis Sezen'in viral olan konuşmasının kullanılmasıyla oluşturulan deepfake videosu üzerinden ayçiçek yağı fiyatlarına gönderme yapılması haberin konusunu oluşturmaktadır.</p>
--	---

Türkiye’de, Rusya- Ukrayna arasındaki savaş nedeniyle Ayçiçek yağındaki fiyat artışı hem haberlere konu olmuş hem de sosyal medyanın gündemi haline gelmiştir. Söz konusu bu durum özellikle sosyal medyada çeşitli içeriklerin üretilmesine neden olmuştur. Bu içeriklerden biri de TikTok’ta yer alan oyuncu Serenay Sarıkaya’nın yüzünün ve yine oyuncu Melis Sezen’in sesinin kullanıldığı deepfake videosu olmuştur. Genç bir kadına oyuncu Serenay Sarıkaya’nın yüzünün montajlandığı ve oyuncu Melis Sezen’in Altın Kelebek Ödül Töreni’nde viral olan “*Bunu tutuyorum çünkü elimde şu an. Çok heyecanlıyım kusura bakmayın lütfen ve artık inmem lazım*” sözlerini içeren konuşmanın yer aldığı bu deepfake videosu “*Gündem Ayçiçek Yağı: Serenay Sarıkaya'nın “deepfake” ile yapılan videosu sosyal medyayı karıştırdı*” haber başlığıyla “*Cumhuriyet.com.tr*” haber sitesine konu olmuştur. Haberde, elinde Ayçiçek yağı tutan bir kadına Serenay Sarıkaya’nın yüzünün montajlandığı ve arka planda ise Melis Sezen’in sesinin duyulduğu ve yine

birçok kişinin Serenay Sarıkaya'ya benzeyen birinin çektiği düşünülen videonun aslında gerçek olmadığı yani deepfake olduğu belirtilmektedir.

Haberin Deepfake Analizi



Görsel 3.3. Oyuncu serenay sarıkaya'nın deepfake videosunun ekran görüntüsü⁵

Deepfake tespit etmeye yönelik yapılan içerik analizi kapsamında *fotoğraf 1'de* ekran görüntüsü yer alan Serenay Sarıkaya'nın yüzündeki ışık ve gölgelerin doğal olmadığı görülmektedir. Yüzün sağ tarafı ile sol tarafındaki gölgeler ve ışık yansımaları iki farklı cilt tonunun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu kapsamda birinci fotoğrafta yer alan ışık ve gölge geçişlerindeki uyumsuzluklar söz konusu görselin deepfake olabileceği konusunda şüpheleri arttırmaktadır.

Fotoğraf 2'de “Bunu tutuyorum çünkü elimde şu an” ifadelerini kullanarak konuşan Serenay Sarıkaya'nın göz hareketlerinin sabit ve göz kırpması sıklığının neredeyse hiç bulunmadığı tespit edilmiştir. Yine *fotoğraf 3'te* söz konusu görsele ait olan videonun yapılan ses analizinde görüntünün deepfake olabileceği

⁵ Oyuncu Serenay Sarıkaya'nın Deepfake Videosu <https://www.cumhuriyet.com.tr/yasam/gundem-aycicek-yagi-serenay-sarikayanin-deepfake-ile-yapilan-videosu-sosyal-medyayi-karistirdi-1913746>

söylenbilir. Çünkü Serenay Sarıkaya'nın yüzünün montajlandığı görüntüde, bir dönem viral olan “*Bunu tutuyorum çünkü elimde şu an. Çok heyecanlıyım kusura bakmayın lütfen ve artık inmem lazım*” sözlerine yer veren oyuncu Melis Sezen'in sesi yer almaktadır. Bu bağlamda söz konusu videoda yapılan analiz sonucu dudak ile ses uyumsuzluğunun olduğu tespit edilmiştir.

Fotoğrafta 4'te Serenay Sarıkaya'nın yüzünün bazı kısımlarının doğallıktan uzak, yapay ve bulanık olduğu görülmüştür. **Fotoğrafta 5'te** ise bakış yönündeki tutarsızlıklar, ani ve beklenmedik baş ve göz hareketleri görüntünün deepfake olabileceği şüphesine neden olabilmektedir. Yine yapılan incelemede gözlerin odak noktasının yapay olduğu söylenebilir. Özetle Serenay Sarıkaya'nın deepfake videosunda yüz ve ses uyumsuzlukları, yüzdeki yapaylıklar, ışık ve gölgenin tutarsız olması, sesin farklı birine ait olması ve ses kalitesindeki farklılıklar dikkat çekmektedir. Ayrıca Serenay Sarıkaya'nın cilt tonundaki renkler hariç, kıyafetinde veya videoda yer alan diğer nesnelere renklerinde herhangi bir değişiklik tespit edilmemiştir.

Tablo 3.7. Haberin içerik analizi sonuçları

KOD	AÇIKLAMA	DEEPPFAKE ANALİZ
Göz	Göz hareketleri, göz kırpma sıklığı	✓
Yüz	Yüzdeki hatalar	✓
Mimik	Jest ve mimikler	✗
Işık	Işık ve gölge uyumu	✓
Ses	Sesin analizi	✓
Renk	Ani değişiklikler	✗

3.4. Ukrayna'nın Hacklenen Devlet Televizyonunda Zelenski'nin Sahte "Teslim Olun" Mesajı Yayımlandı Haberi

Tablo 3.8. “Ukrayna'nın hacklenen devlet televizyonunda Zelenski'nin sahte "teslim olun" mesajı yayımlandı” başlıklı haberin künyesi

 <p>Kaynak: (indyurk, 2022).</p>	<p>Haberin Başlığı: Ukrayna'nın hacklenen devlet televizyonunda Zelenski'nin sahte "Teslim olun" mesajı yayımlandı</p> <p>Haberin Yer Aldığı Yer: indyurk.com</p> <p>Haberin Yayımlandığı Tarih: 17 Mart 2022</p> <p>Haberin Dili: Türkçe</p> <p>Haberin Üzerinde Durduğu Konu: 2014 yılında başlayan Rusya ve Ukrayna savaşı sırasında Ukrayna Devlet Başkanı Volodimir Zelenski'nin, 2022 yılında vatandaşlarına Rusya'ya teslim olma çağrısı yaptığı sahte mesajı haberin konusunu oluşturmaktadır.</p>
--	---

Uzun yıllardır devam eden Rusya ve Ukrayna arasındaki gerilim, 24 Şubat 2022 tarihinde yerini savaşa bırakmıştır. Bu tarihten itibaren başlayan Rusya ve Ukrayna savaşı günümüze kadar devam etmektedir. Devam eden bu süreçte sahada başlayan savaşın aynı zamanda gelişen teknoloji ortamına da taşındığı görülmektedir. Hem sahada hem de dijital ortamlarda devam eden savaş sırasında ise sahte içeriklerle üretilen pek çok görüntü kamuoyuyla paylaşılmıştır. Bu sahte içerikli görüntüler ise deepfake teknolojisinin etkilerini ve olumsuz sonuçlarını gün yüzüne çıkarmıştır. Bu bağlamda deepfake ile oluşturulan videolara Ukrayna Devlet Başkanı Volodimir Zelenski'nin, savaş sırasında ülkesine teslim olma çağrısı yaptığı görüntüsünü örnek vermek mümkündür.

Ukrayna devlet televizyonunda Zelenski'nin askerlerine silahlarını bırakarak teslim olma çağrısında bulunduğu bir videosu yayınlanmıştır. Volodimir Zelenski, kamuoyuyla paylaşılan videosunda “*Sevgili Ukraynalılar! Sevgili savunucular! Başkan olmak o kadar kolay değildi. Zor kararlar almam gerekiyor. İlk başta*

Donbas'a dönmeye karar verdim. Gözümün içine bakma zamanı geldi. İşe yaramadı. Daha da kötüleşti. Çok daha kötü. Artık yarın yok. En azından bende. Ve şimdi size veda etmeye karar veriyorum. Silahlarınızı bırakıp ailelerinize dönmenizi tavsiye ediyorum. Bu savaşta ölmemelisiniz. Yaşamınızı tavsiye ediyorum ve ben de aynısını yapacağım” ifadelerine yer vermiştir (Cole, 2022). Zelenski'nin bu çağrısı ülkede korkuya ve paniğe neden olmuştur. Olayın ardından Volodimir Zelenski, videonun gerçeği yansıtmadığını açıklamış ve sahte görüntülere itibar edilmemesi gerektiğini belirtmiştir. Videonun sahte olduğu kısa sürede ortaya çıkmış olsa da deepfake'in tehlikeli bir dezenformasyona neden olduğu görülmüştür. Zelenski'nin bu sahte videosu birçok haber sitesinde olduğu gibi “*Ukrayna'nın hacklenen devlet televizyonunda Zelenski'nin sahte "Teslim olun" mesajı yayımlandı*” haber başlığıyla *indyturk.com*'a da konu olmuştur.

Haberin Deepfake Analizi



Görsel 3.4. Ukrayna devlet başkanı volodimir zelenski'nin deepfake videosunun ekran görüntüsü⁶

Fotoğraf 1'de Volodimir Zelenski'nin baş bölgesinde normal olmayan durumlar tespit edilmiştir. Bu bağlamda Zelenski'nin kafa bölgesinin vücuduna göre orantısız olduğunu söylemek mümkündür. Bunun yanı sıra Volodimir Zelenski'nin

⁶ Ukrayna Devlet Başkanı Volodimir Zelenski'nin Deepfake Videosu

<https://www.youtube.com/watch?v=X17yrEV5sl4>

konuştuğu sırada yüzü ikna edici bir şekilde hareket ederken vücudunun ise hareketsiz olduğu görülmektedir. Yaklaşık 1 dakika 4 saniye süren deepfake videoda gözdeki hareketler de detaylı bir şekilde incelenmiştir. Yapılan inceleme kapsamında Zelenski'nin videoda göz kırpma sıklığının rastgele olmadığı ve arka arkaya tekrarlandığı tespit edilmiştir. Mesela videonun 18'inci saniyesinden 32'nci saniyesine kadar olan kısmı Zelenski'nin göz kırpma sıklığının arka arkaya tekrarlandığı durumuna örnek oluşturmaktadır. Böylece göz kırpma sıklığının doğal olmadığını söylemek mümkündür. Ayrıca gözlerin odak noktasının sabit olması da söz konusu görüntünün deepfake olabileceği ihtimalini gösteren bir diğer ayrıntı olmuştur. Görüntüde gözlerin bakış yönü doğal olmayan bir şekilde sabit tutulmuştur.

Fotoğraf 2'de Zelenski'nin manipüle edilen yüzünde bazı hatalar tespit edilmiştir. Bu kapsamda yüzü vücuduna göre daha pikseli olan Zelenski'nin cilt tonunda farklılıklar görülmektedir. Yüz ile boyun arasında oldukça belirgin olan renk farkı söz konusu bu duruma örnek oluşturmaktadır. Ayrıca yüz ile boyun arasında doğal olmayan renk geçişinin yanı sıra bulanık geçişler de dikkat çekmektedir. Yine yüz hatlarında da tutarsızlıkların bulunduğu Zelenski'nin sağ kaşının sol kaşına göre daha biçimsiz olması, sağ kulağının sol kulağına göre daha farklı görünmesi, sağ taraftaki yüz hattıyla sol taraftaki yüz hattının birbirinden farklılıklar göstermesi yapılan incelemeler kapsamında görüntünün deepfake olabileceği ihtimalini güçlendirmiştir.

Uyumsuzlukların tespit edildiği **fotoğraf 3'te** ışık ve gölgelerin doğal bir şekilde durmadığı görülmektedir. Yapılan incelemede boyun kenarlarında bulanık bir görünümün olduğunu söylemek mümkündür. Kenarları oldukça bulanık olan boyun kısmına, Zelenski'nin kıyafetinin renginin yansıdığı tespit edilmiştir. Ayrıca Zelenski'nin yüzünde karmaşık bir ışıklandırmadan söz etmekte mümkündür. Yüzün bazı bölgelerinin diğer bölgelere göre daha aydınlık ve parlak olduğu görselde yüzün sol tarafındaki cilt renginin sağ tarafa göre daha koyu olduğunu ve gölgelendirmenin daha fazla olduğu söylenebilir. Ayrıca sakalın rengi de değişiklik göstermektedir. Yine sakalın dokusu ile sakaldaki renk tutarsızlığı deepfake belirtisi olarak ele alınabilir.

Fotoğraf 4'te ise yer alan ekran alıntısına ait olan videoda yapılan ses analizinde Zelenski'nin sesin çok derinden geldiği ve ses kalitesinin düşük olduğu söylenebilir. Bu kapsamda söz konusu videoda seste de deepfake olduğu belirlenmiştir.

Jest ve mimikle ilgili yapılan içerik analizinde ise Zelenski'nin deepfake videosuna ait ekran görüntüsünün yer aldığı *fotoğraf 5'te* ise jest ve mimiklerin gerçekçi bir akıcılığa sahip olmadığını söylemek mümkündür. Vücudu tamamen sabit olan fakat sadece baş bölgesini hareket ettiren Zelenski'nin dudak hareketleri de yapay görünmektedir. Donuk olarak nitelendirilebilecek bir dudak hareketine sahip olan Zelenski'nin dudakları sanki aynı hareketleri tekrar ediyormuş gibi bir izlenim kazandırmıştır. Bununla birlikte gözlerdeki hareketsizlikte dikkat çeken bir diğer ayrıntı olarak ön plana çıkmıştır. Ayrıca Zelenski'nin cilt tonunda meydana gelen renk değişikliği dışında kıyafetinde veya bulunduğu ortamdaki nesnelere ve kıyafetinin renginde herhangi bir ani, doğal olmayan renk değişiklikleri tespit edilmemiştir.

Tablo 3.9. Haberin içerik analizi sonuçları

KOD	AÇIKLAMA	DEEPPFAKE ANALİZ
Göz	Göz hareketleri, göz kırpma sıklığı	✓
Yüz	Yüzdeki hatalar	✓
Mimik	Jest ve mimikler	✓
Işık	Işık ve gölge uyumu	✓
Ses	Sesin analizi	✓
Renk	Ani değişiklikler	✗

3.5. Trump Tutuklandı mı? ABD'yi Karıştıran Fotoğraflar Haberi

Tablo 3.10. “Trump tutuklandı mı? ABD'yi karıştıran fotoğraflar” başlıklı haberin künyesi

 <p>Kaynak: (tgrthaber, 2023).</p>	<p>Haberin Başlığı: Trump Tutuklandı mı? ABD'yi Karıştıran Fotoğraflar</p> <p>Haberin Yer Aldığı Yer: Tgrthaber.com</p> <p>Haberin Yayınlandığı Tarih: 23 Mart 2023</p> <p>Haberin Dili: Türkçe</p> <p>Haberin Üzerinde Durduğu Konu: 2023 yılında ABD'nin önemli gündem konusu haline gelen ve sosyal medyada büyük yankı uyandıran Donald Trump'un tutuklandığına yönelik ortaya çıkan fotoğraf kareleri habere konu olmuştur.</p>
--	---

ABD Başkanı Donald Trump, çeşitli konular nedeniyle ülke gündemini meşgul etmiştir. Bu olaylardan biride o dönem başkanlığı söz konusu olmayan Trump'ın porno yıldızı Stormy Daniels'e sus payı olarak 130 bin dolarlık ödeme yaptığı iddiası olmuştur. Haber sitelerinde yer alan bu iddia kapsamında Trump'ın tutuklanabileceği gündeme gelmiştir. Gündem olan tutuklama iddiası 21 Mart 2023 yılında yapay zekâ destekli deepfake teknolojisiyle görsel hale getirilmiştir. Bu görseller ise X medyada dolaşıma sokulmuştur. Donald Trump'ın tutuklandığı ana ait olduğu iddia edilen fotoğraflar sadece ABD'de değil aynı zamanda dünyanın da gündemi haline gelmiştir. Gündemde bomba etkisi yaratan Trump'a ait olan fotoğraf kareleri, “*Trump Tutuklandı mı? ABD'yi Karıştıran Fotoğraflar*” başlığıyla “*tgrthaber.com*” haber sitesinde yer almıştır. Haberde, sosyal medyada yayılan fotoğrafların büyük ses getirdiği ve çok geçmeden görüntülerin deepfake olduğunun ortaya çıkması anlatılmaktadır. Ayrıca haberde deepfake'in ne olduğu konusuna da yer verilmiştir.

Haberin Deepfake Analizi



Görsel 3.5. ABD başkanı donald trump'ın deepfake fotoğrafları

Fotoğraf 1'de yapılan deepfake analizine göre göz kırpma sıklığını tespit etmek mümkün olmamıştır. Gün içinde birden fazla kez gerçekleşen ve doğal bir olay olan göz kırpma sıklığını deepfake içerikli fotoğraflardan çok videolarda tespit etmek daha kolaydır. Çünkü fotoğraflar doğası gereği hareketli değildir ve sabittir. Bu nedenle söz konusu fotoğraf göz kırpma sıklığı veya göz hareketleriyle ilgili bilgileri yansıtmamaktadır. Fakat fotoğraflar da bazı deepfake belirtileri gösterebilir. Mesela doğal olmayan gözlerin görünümü bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Bu kapsamda birinci fotoğrafta Trump'ın gözleri dikkatlice incelendiği zaman gözlerinin doğal bir görünüme sahip olmadığı söylenebilir. Yine fotoğrafa detaylıca bakıldığı zaman Donald Trump'ın boyun kısmında bir şeylerin doğru olmadığı anlaşılmaktadır. Bu noktada yapılan içerik analizine göre Trump'ın kafasının fotoğrafa daha sonradan yerleştirildiği tespit edilmiştir. Görselde dikkat çeken bir diğer detay ise Trump'ın kolunun kısa olmasıdır. Kol, el ve parmaklardaki tutarsızlıklar da fotoğrafın deepfake olma ihtimalini arttırmıştır.

Fotoğraf 2'de yüzdeki hatalar görselin deepfake olduğunu göstermektedir. Trump'ın yüzünün oldukça yapay görüldüğü fotoğrafta yüzün farklı bölümlerinde

tutarsızlıkların olduğu görülmüştür. Yüzün sağ tarafının görünmemesi ve doğal görünmeyen bir kaşın varlığı ile yüzün sol tarafının garip görünmesi, saçların yüz ile birleşmesi diğer bir ifadeyle saç ile yüz arasındaki geçişlerin doğallıktan uzak olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca kaş, göz, burun, ağız, çene ve kulağın yüzle uyumlu olmadığı da söylenebilir. Öte yandan cilt tonundaki farklılık ve cildin yapay bir görünüme sahip olması da söz konusu fotoğrafın deepfake olabileceği yönündeki şüpheyi güçlendirmektedir. Fotoğrafa dikkat çeken bir diğer detay ise Donald Trump'ın belinde polislere ait olan bir kemerin bulunması olmuştur.

Fotoğraf 3'te görselin deepfake olabileceği yönünde önemli bir gösterge olan ışık ve gölgelerin yapay olduğu görülmektedir. Detaylı incelenen fotoğrafta Trump'ın özellikle saçlarında doğal olmayan parlaklıklar tespit edilmiştir. Yüzdeki gölgelerin yoğun ve yapay olduğu görselin, insanların doğal görüntüsünden oldukça farklı olduğunu belirlenmiştir.

Fotoğraf 4'te Trump'ı kovalayan polis memurlarının farklı bir yöne baktığı görülmektedir. Polislerin asıl odak noktası olması gereken Trump dışında başka bir yöne bakması fotoğrafın deepfake olabileceği yönünde şüphe uyandırmaktadır. Görselde dikkat çeken en önemli detay ise Trump'ın kravatının renginin farklı olmasıdır. Birinci fotoğrafta beyaz çizgili kırmızı kravat takan Trump'ın dördüncü fotoğrafta lacivert, beşinci fotoğrafta ise renginin tamamen farklı olduğu bir kravat taktığı görülmektedir. Buradan anlaşılacağı üzere deepfake sadece yüz, ses, jest ve mimikleri değil aynı zamanda kıyafetleri de manipüle etmektedir. Bu kapsamda Donald Trump'ın taktığı kravatın renginin fotoğraflarda değiştiği görülmüştür.

Fotoğraf 5'te ise Trump'ın jest ve mimiklerini detaylı bir şekilde incelemek mümkün olmamıştır. Hareketsiz olan bu fotoğraf kareleri deepfake'i tespit etme noktasında jest ve mimiklerle ilgili bilgi sağlayamamıştır. Bu nedenle yüzdeki mimikler veya jestler belirlenememiştir. Ayrıca yukarıda yer alan 5 fotoğrafta da ses analiziyle deepfake tespiti yapmak mümkün olmamıştır. Çünkü sadece görsel verileri içermekte olan bu fotoğrafların hem görsel hem de işitsel verileri bir arada bulduran videosu bulunmamaktadır. Bu nedenle söz konusu fotoğrafların işitsel verileri bulunmadığından sese yönelik analiz yapılamamıştır.

Tablo 3.11. Haberin içerik analizi sonuçları

KOD	AÇIKLAMA	DEEPPFAKE ANALİZ
Göz	Göz hareketleri, göz kırpma sıklığı	✘
Yüz	Yüzdeki hatalar	✓
Mimik	Jest ve mimikler	✓
Işık	Işık ve gölge uyumu	✓
Ses	Sesin analizi	✘
Renk	Ani değişiklikler	✓

3.6. Kanser hastası Brad Pitt' tuzağına düştü: Kocasından Boşandı, 800 Bin Euro Kaptırdı Haberi

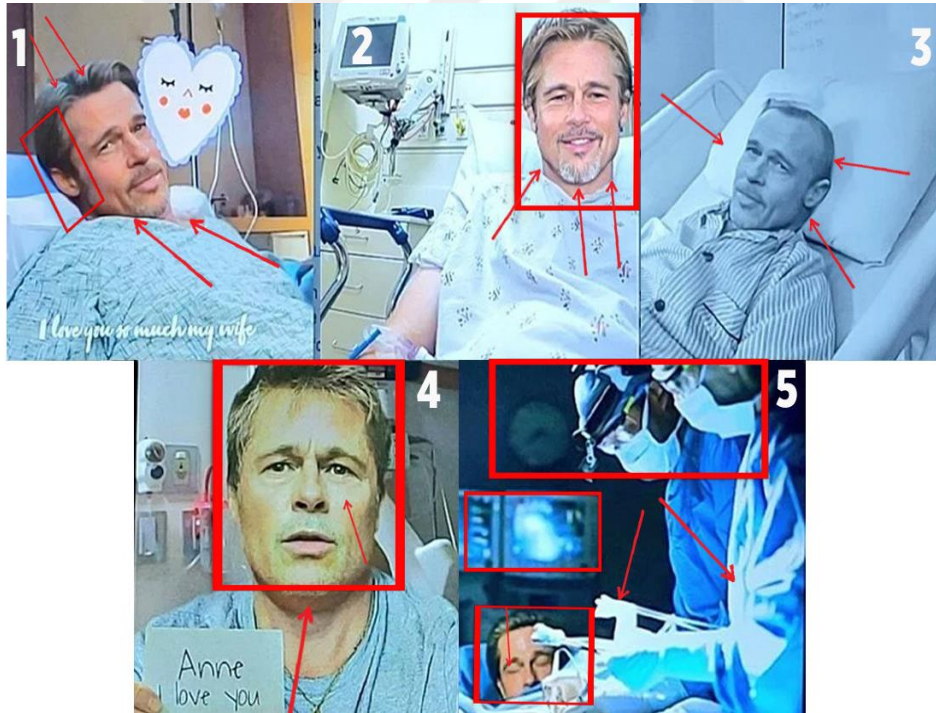
Tablo 3.12. 'Kanser hastası Brad Pitt' tuzağına düştü: kocasından boşandı, 800 bin euro kaptırdı" başlıklı haberin künyesi

<p>'Kanser hastası Brad Pitt' tuzağına düştü: Kocasından boşandı, 800 bin euro kaptırdı</p> <p>Fransa'da Brad Pitt ile çıktığına inanan bir kadın milyoner kocasından boşanarak "kanser tedavisi" gördüğüne inandığı bir dolandırıcıya binlerce euro para gönderdi. 53 yaşındaki iç mimar Anne, sosyal medyada tanıştığı ve Brad Pitt olduğunu sandığı dolandırıcıya tam 830 bin euro kaptırdı. Sahte "Brad Pitt", kanser tedavisi, gümrük vergisi ve lüks hediye masrafları gibi bahaneler ile Anne'den yüz binlerce euro talep etti. Fransız kadının dolandırıldığının farkına varması tam sekiz ay sürdü. Kandırılan mağdur şu anda şiddetli depresyon nedeniyle klinik tedavi görüyor. Bu olay, Fransa'nın en büyük aşk dolandırıcılığı olarak kayıtlara geçti.</p>  <p>Kaynak: (Ekşi, 2025).</p>	<p>Haberin Başlığı: 'Kanser hastası Brad Pitt' tuzağına düştü: Kocasından boşandı, 800 bin euro kaptırdı</p> <p>Haberin Yer Aldığı Yer: ntv.com.tr</p> <p>Haberin Yayınlandığı Tarih: 14 Ocak 2025</p> <p>Haberin Dili: Türkçe</p> <p>Haberin Üzerinde Durduğu Konu: Haber, Fransa'da yapay zekâ ile üretilen görüntülerle kendini ünlü Hollywood Yıldızı Brad Pitt olarak tanıtan dolandırıcının bir kadını yaklaşık 830 bin euro dolandırmasını konu edinmiştir.</p>
---	---

Yapay zekâ destekli deepfake teknolojisi her alanda kendini göstermeye devam etmektedir. Birçok alanda kolaylık sağlayan yapay zekâ teknolojisi kötü niyetli insanlar tarafından dolandırıcılık yöntemi olarak da kullanılmaktadır. Söz konusu bu duruma *ntv.com.tr* haber sitesinde yer alan "Kanser hastası Brad Pitt' tuzağına düştü: Kocasından boşandı, 800 bin euro kaptırdı" başlıklı haberi örnek

olarak vermek mümkündür. Fransa'da yaşanan olayda bir dolandırıcı, yapay zekâ destekli deepfake teknolojisini kullanarak elde ettiği görüntüler ve ses kayıtları ile 53 yaşındaki Anne'yi Brad Pitt olduğuna inandırmıştır. Daha sonra çeşitli bahanelerle para talep eden dolandırıcı, hasta olduğunu ve tedavi masraflarını karşılayamadığını ileri sürerek Anne isimli kadından yaklaşık 830 bin euro para almıştır. Daha da inandırıcı olmaya çalışan dolandırıcı, Brad Pitt'in yapay zekâ ile oluşturulan hastane odasından fotoğraf ve videolarını göndermiştir. Sadece bununla da kalmayan dolandırıcı aynı zamanda Fransız kadına evlenme teklifinde bulunarak kadının eşinden boşanmasına neden olmuştur. Bu olayların ardından gerçeklerin ortaya çıkmasıyla dolandırıldığını anlayan Anne isimli kadın dolandırıcıdan şikayetçi olmuştur. 15 Ocak 2025 tarihinde birçok haber sitesinde yer alan bu olay deepfake dolandırıcılığının ne kadar tehlikeli bir hal aldığı gözler önüne sermektedir.

Haberin Deepfake Analizi



Görsel 3.6. Oyuncu Brad Pitt'in Deepfake Fotoğrafları

Fotoğraf 1'de deepfake şüphesi uyandıran bazı durumların var olduğu görülmektedir. Örneğin Brad Pitt'in saçlarına bakıldığı zaman saç çizgisinin doğal olmadığı, saçın koyu ve açık olmak üzere iki farklı renge sahip olduğu ve saçtaki aydınlatmanın yüzle uyumlu olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca saç ve yüz arasındaki

geçişler de deepfake şüphesi uyandırmaktadır. Saç ve cilt arasında bulanık ve keskin geçişler, saç dokusunun doğal olmaması ve yine yüz kısmının bir bölgesinde yer alan siyahlıkların ciltle birleşmesi söz konusu şüpheyi güçlendirmiştir. Ayrıca Brad Pitt'in boyun kısmında da doğal olmayan görüntüler tespit edilmiştir. Yapılan incelemede Brad Pitt'in kafasının fotoğrafa sonradan yerleştirildiği ve eklenen yüzün boyutu ile şeklinin boyun kısmıyla uyumlu olmadığı belirlenmiştir. Yine fotoğrafta arka planın kalitesinin düşük olması da dikkat çekmektedir.

Fotoğraf 2'de Brad Pitt'in saçının, yüzünün ve kıyafetinin rengi ile arka planın tamamen değiştiği görülmektedir. Fotoğraf 1'e göre tamamen değişiklik gösteren fotoğraf 2'de de görüntünün deepfake olabileceği yönünde birçok ayrıntı bulunmaktadır. Örnek vermek gerekirse Brad Pitt'in çenesi ile boynunun sağ ve sol tarafında doğal olmayan belirgin çizgilerin varlığı görüntünün deepfake olabileceğini göstermektedir. Saç ve cilt arasında bulanık ve keskin geçişlerinde bulunduğu görselde tutarsız aydınlatmalar, gölgeler ve ciltte normal olmayan belirtiler bulunmaktadır. Birinci fotoğrafta saçları siyah olan Brad Pitt'in ikinci fotoğrafta saç renginin tamamen değişerek sarı olduğu tespit edilmiştir. Yine Pitt'in sağ ve sol kulağının farklı boyutlara sahip olduğu ve normalden farklı görüldüğü de dikkat çeken bir diğer ayrıntı olmuştur. Ayrıca bıyık ve sakalın da iki farklı renkte olduğu tespit edilen fotoğrafta Brad Pitt'in başı ile arka plan arasında doğal bir görünüm bulunmamaktadır.

Fotoğraf 3'te tamamen farklı bir Brad Pitt görseli bulunmaktadır. Arka plan ve renklerin değiştiği fotoğraf karesinde deepfake yönelik detaylar bulunmaktadır. Kalitesi oldukça düşük olan fotoğrafta çizgiler ve diğer bozulmalar ortaya çıkmıştır. Fotoğraf karelerinde olduğu gibi bu görselde de herhangi birinin yüzü, Brad Pitt'in yüzü ile değiştirilerek görüntü sahte hale getirilmiştir. Fotoğrafta kimliği taklit edilen Pitt'in başının vücuda sonradan yerleştirildiği görülmektedir. Düzenleme işlemi sırasında başın etrafında belirgin çizgilerin oluştuğu tespit edilmiştir. Ayrıca yüz ile arka plan arasında aydınlatmanın uyumsuz olduğu belirlenmiştir.

Fotoğraf 4'te arka planda da anlaşılacağı üzere bir hastane odasından çekilen görselde yer alan yüzün cilt tonu ile vücudun cilt tonu arasında belirgin farklılıklar bulunmaktadır. Yine fotoğrafta Brad Pitt'in yüzü sanki farklı bir ışık kaynağı

altındaymış gibi görünürken, arka plan ise farklı bir ışıklandırma ile aydınlatılmış gibi durmaktadır. Ayrıca saçın siyah ve sarı renge sahip olması ve saçlara normal bir görünüm vermeyen aydınlatmanın abartılı olması görüntünün deepfake olduğunu düşündürmektedir.

Fotoğraf 5'te de arka planın tamamen değiştiği görünmektedir. Fotoğrafta Brad Pitt'ten ziyade arka planda yer alan nesnelere daha çok ön planda durmaktadır. Sadece yüzü görünen Brad Pitt'in oldukça yapay bir görüntüsü söz konusudur. Fotoğrafta gözü kapalı olan Pitt'in göz kapaklarının doğal olmayan bir görüntüye sahip olduğu ve göz kapağı renginin cilt tonuna göre farklı olduğu tespit edilmiştir. Arka plandaki nesnelere bulanık olması, bazılarının şeklinin farklı görünmesi görüntünün deepfake olabileceği ihtimalini oldukça arttırmıştır.

Söz konusu 5 fotoğrafta da yapılan analizde göz hareketleri ve göz kırpma sıklığına yönelik bir veriye ulaşılamamıştır. Jest ve mimikler, göz hareketleri, göz kırpma sıklığı gibi durumlar videolarda daha kolay tespit edilirken, söz konusu bu hareketler fotoğraflarda bulunmamaktadır. Çünkü tek bir görüntüye sahip ve hareketsiz olan fotoğraf karelerinde analize değer veriler biraz daha azalmaktadır. Fotoğraflarda detaylı yapılan analizlerde dişler, gözbebekleri, kulağın şekli, kaşların şekli, cilt tonu rengi gibi durumlar görselin deepfake olabileceğini gösterebilir. Bunun yanı sıra sadece görsel verilere sahip olan fotoğraflarda deepfake ses analizi yapmak da mümkün olmayabilir. Ancak söz konusu fotoğrafların ses kaydı veya video görüntüleri bulunuyorsa ses analizi yapılabilir. Bu çerçevede fotoğraflarda deepfake analizi yapmanın zor ama imkânsız olmadığını söylemek yanlış olmayacaktır.

Tablo 3.13. Haberin içerik analizi sonuçları

KOD	AÇIKLAMA	DEEPFAKE ANALİZ
Göz	Göz hareketleri, göz kırpma sıklığı	✘
Yüz	Yüzdeki hatalar	✓
Mimik	Jest ve mimikler	✘
Işık	Işık ve gölge uyumu	✓
Ses	Sesin analizi	✘
Renk	Ani değişiklikler	✓

SONUÇ VE ÖNERİLER

Haber, dezenformasyon ve yapay zekâ destekli deepfake teknolojisinin arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu üç önemli kavram arasındaki ilişki günümüzün teknoloji çağında ciddi endişelere neden olmaktadır. Özellikle kasıtlı olarak yapılmakta olan dezenformasyonun haberde ciddi etkileri bulunmaktadır. Habere olan güvenin sarsılmasına neden olan dezenformasyon özellikle savaş gibi kriz dönemlerinde toplumun kutuplaşmasına ve insanların yanlış kararlar almasına neden olabilmektedir. Dezenformasyonun etkisini oldukça fazla hissettiğimiz günümüzde deepfake teknolojisinin varlığı da kaçınılmaz olmuştur. Yapay zekayla oluşturulan deepfake gerçekçi görünen sahte video, ses ve görüntülerle dezenformasyonun daha inandırıcı hale gelmesine neden olmaktadır. Medya, haber, siyaset, reklamcılık, siber suçlar ve dolandırıcılık başta olmak üzere birçok alanda karşımıza çıkan deepfake ile dezenformasyon bilgi çağında karşı karşıya kaldığımız en büyük zorluklardan biri olarak görülmektedir. Günümüzde ciddi bir sorun haline gelen dezenformasyon ve deepfake teknolojisi aynı zamanda medyaya ve habere olan güveni de zedelemektedir. Televizyon gibi geleneksel haber kaynakları ile sosyal medya ve dijital haber kaynakları dezenformasyonun yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu kapsamda hızlı bir şekilde yayılmakta olan dezenformasyon deepfake teknolojisiyle daha inandırıcı hale gelmektedir.

Bu çalışmada haber, dezenformasyon ve deepfake arasındaki ilişki haber örnekleri üzerinden detaylı bir şekilde ele alınmış ve bunun sonucunda haberdeki dezenformasyonun daha inandırıcı hale gelmesine neden olan deepfake'in tespit edilme yöntemleri ele alınmıştır. Çalışmada 6 haber incelenmiştir: “*Barack Obama'nın Sahte haberlerle İlgili Bu Kamu Hizmeti Duyurusu Görüldüğü Gibi Değil*, 2018; “*Deepfake” Kraliçe'den tuhaf Noel mesajı: TikTok dansı yapıp gelinini çekti*tirdi, 2020; *Gündem Ayçiçek Yağı: Serenay Sarıkaya'nın “deepfake” ile yapılan videosu sosyal medyayı karıştırdı*, 2022; *Ukrayna'nın hacklenen devlet televizyonunda Zelenski'nin sahte "Teslim olun" mesajı yayımlandı*, 2022; *Trump Tutuklandı mı? ABD'yi Karıştıran Fotoğraflar*, 2023; *'Kanser hastası Brad Pitt' tuzağına düştü: Kocasından boşandı, 800 bin Euro kaptırdı*, 2025. Bu haberler, oluşturulan kodlama cetveline göre içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. İnceleme

aşamasında haberler kronolojik sıraya göre incelenmiş ve her haberin konusu, görüntüleri, genel çözümlenmesi detaylandırılmıştır. Söz konusu altı haber analiz edildikten sonra ortaya çıkan sonuçlar ve öneriler aşağıda sıralanmıştır:

Araştırmada incelemeye alınan 6 haberden de anlaşılacağı üzere deepfake'in dezenformasyonun daha kolay ve hızlı yayılmasına neden olduğu görülmüştür. Bununla birlikte dezenformasyonun görsel hali durumuna gelen deepfake, dezenformasyona oldukça tehlikeli bir boyut kazandırmıştır. Söz konusu bu tehlikeli boyut, insanların gördükleri ve duydukları şeylere olan güveninin azalmasına neden olmuştur. Örneğin siyasi bir liderin sahte bir konuşmasının yayılmasının ardından, söz konusu o siyasi liderin gerçek bir konuşması ortaya çıksa bile insanlar buna şüpheyle yaklaşabilmektedir. Daha çok siyasi ve dolandırıcılık gibi haber türlerinde karşımıza çıkan deepfake'in, yapay zekâyla elde edilen görüntülerin ya da seslerin gerçek içeriklerden ayırt edilebilmesi için tespit edilebilmesi büyük önem taşımaktadır. Eğlence, eğitim gibi alanlarda birçok fırsatlar sunan deepfake'in özellikle siyasi isimlerin hiç söylemediği sözleri söylemiş veya yapmadığı şeyleri yapmış gibi göstererek yanlış bilgilendirmeye neden olması, dolandırıcılık, siber suçlar, özel hayatın gizliğinin ihlal edilmesi, insanların ya da kurumların itibarının zedelenmesi gibi konularda tespit edilmesini daha önemli hale getirmiştir.

Deepfake'in tespit edilebilmesi için bazı unsurlara dikkat etmek gerekmektedir. Görsel analizler, ses analizleri ve yapay zekâ destekli araçlar ile deepfake'ler tespit edilebilir. Deepfake şüphesi uyandıran herhangi bir görüntünün sahte olup olmadığını anlamak için görüntüdeki kişinin cilt tonu, yüz hatları, göz hareketleri, göz kırpma sıklığı, gölgeler, ışıklandırma, dudak senkronizasyonu ve bulanıklık gibi unsurlar deepfake'in tespit edilmesinde önemli ipuçları olmuştur. Deepfake, oldukça gerçekçi görünen sahte içerikli videolar, görüntüler oluşturmayı mümkün kısa bile söz konusu bu teknolojinin zayıf kaldığı bazı noktaların var olduğu da görülmüştür. Bu zayıf noktaların ilk sırasında gözler yer almaktadır. Göz kırpma, özellikle bakış yönü gibi ince detaylarda deepfake'in pek başarılı olduğu söylenemeyebilir. Bu durum videolardaki deepfake'lerin tespit edilmesinde önemli bir unsur olabilir.

Öte yandan söz konusu çalışmada haberlere konu olan fotoğraflarda deepfake'ler tespit edilmeye çalışılmıştır. Deepfake'leri fotoğraflarda tespit etmek videolara göre zor olmuştur. Çünkü fotoğraflarda, videolarda olduğu bir hareketin olması söz konusu değildir. Bu nedenle göz kırpma, dudak senkronizasyonu gibi durumların belirlenememesi analizi zorlaştırmıştır. Ayrıca gelişen teknoloji sayesinde oldukça başarılı bir şekilde manipüle edilen fotoğraflardaki deepfake'lerin insan gözüyle tespit edilmesi neredeyse imkânsız bir hale gelmiştir. Ancak fotoğraflardaki deepfake'lerin tespit edilebilmesi için bazı ipuçlarının var olduğu görülmüştür. Fotoğraftaki kişinin cilt tonunun rengi, doğal olmayan bir görünüm, yüzün aşırı derece pürüzsüz olması, saçların doğallıktan uzak olması, yüz hatlarının keskin olması, yüz ile vücudun cilt tonunun farklı renklere sahip olması gibi ayrıntılar görseldeki deepfake'in tespit edilmesine yardımcı olabilir. Özetle fotoğraflardaki deepfake tespiti, videolara göre oldukça zorlu bir süreci ifade etmiştir. Ancak dikkatli bir inceleme ve detaylı bir analiz ile fotoğrafta deepfake tespiti yapmak mümkündür.

Her geçen gün gelişmekte olan deepfake'in günümüzde olduğu gibi gelecekte de insanları ciddi sorunlarla karşı karşıya getireceğini söylemek mümkündür. Yapay zekayla oluşturulan her türlü sahte içerikler, her geçen gün gerçeğinden ayırt edilemez hale geldikçe insanları ve toplumu daha derinden etkileyecektir. Gelecekte deepfake ile birlikte siyasi manipülasyonların, yalan haberlerin sayısında bir artışın yaşanacağını söylemek yanlış olmayacaktır. Bunun yanı sıra hukuki süreçler, itibarın zedelenmesi, şantaj ve dolandırıcılık gibi olayların sonucunda ise psikolojik ve sosyal etkilerin daha fazla ortaya çıkması kaçınılmaz olacaktır. Bu da toplumda ve insanlarda "her gördüğüne ve duyduğuna inanma" düşüncesini arttırarak bir güvensizlik ortamının oluşmasına neden olacaktır.

Dezenformasyon, haber ve deepfake arasında güçlü bir bağlantı bulunmaktadır. Gelişen teknolojiyle birlikte bu güçlü bağlantıya rağmen deepfake yönelik etkili önlemler almak mümkündür. Bilgiye olan güvenin azaldığı ve dezenformasyonun oldukça yaygın olduğu günümüzde özellikle sosyal medya başta olmak üzere haberlerde veya internette karşımıza çıkan görüntülere şüpheyle yaklaşılması gerekmektedir. Sahte olma ihtimali bulunan ve aynı zamanda haberlere konu olan görüntülerin, videoların, seslerin güvenilir kaynaklardan teyit edilmesi

gerekmektedir. Yine dezenformasyon çağında deepfake tehlikesiyle çok yönlü mücadele etmek gerekmektedir. Çünkü her geçen gün gelişmekte olan teknoloji ve buna bağlı olarak ilerleme kaydeden deepfake, dezenformasyona neden olan sahte içeriklerin tespit edilmesini zorlaştırmaktadır. Teknolojik çözümler ile birlikte toplumsal farkındalığın oluşturulması da insanların deepfake tespit etmesine yardımcı olacaktır. Ayrıca deepfake'in otomatik tespit edilebilmesi için yapay zekadan destek alınmalıdır. Doğrulama platformları dezenformasyonun ve deepfake'lerin yayılmasının engellenmesi konusunda önemli bir rol oynayabileceğini söylemek yanlış olmayacaktır. Her alanda hayatımızı kolaylaştıran yapay zekâ destekli deepfake'in kötüye kullanılması ile dezenformasyonun oluşmasını önleyici cezaların ve yasal düzenlemelerin hayata geçirilmesi gerekmektedir. Bu yasal düzenlemeler ile toplum deepfake ve dezenformasyona karşı korunmalıdır. Deepfake ve dezenformasyonla mücadele noktasında eğitimlerle birlikte farkındalığın oluşturulması gerekmektedir. İnsanların medya okuryazarlığı konusunda yeteri kadar bilgilendirilmesi ve eğitilmesi, kişilerin oldukça gerçekçi görünen sahte içerikleri tanımalarına yardımcı olacağı mümkündür.

Görsel ve işitsel ipuçlarına dikkat etmek, kaynağı araştırmak, sorgulayıcı, eleştirel düşünceye sahip olmak bireysel düzeyde; deepfake'in eğitime dâhil edilmesi ve kampanyaların düzenlenmesi, yasal düzenlemeleri hayata geçirilmesi ise toplumsal düzeyde deepfake konusunda atılacak önemli adımlar olabilir. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı başta olmak üzere diğer tüm kurumların sahte haberlerin tespitine yönelik kalıcı sistemler geliştirmeleri gerekmektedir. Dezenformasyonun görsel hali olan deepfake sürekli gelişmektedir. Yeni bir alan olan deepfake, yeni teknolojiler ve yöntemler ortaya çıktıkça sahte içerikli videolar ile fotoğraflardaki sahteliği tespit etme yeteneğimizi de geliştirecektir.

KAYNAKÇA

- AA (Anadolu Ajansı)** (2018), **Muhabir Habercinin El Kitabı**, (Editörler: Hayri Çetinkuş ve Necati Keleş) 2. Baskı, Ankara: Anadolu Ajansı Yayınları
- ABUSHARHA**, Ali A. (2017), **Changes in blink rate and ocular symptoms during different reading tasks**, *Clinical optometry*, 133-138. doi: 10.2147/OPTO.S142718.
- AJDER**, Henry, **PATRİNİ**, Giorgio, **CAVALLİ** Francesco ve **CULLEN** Laurence, (2019), **The state of deepfakes: Landscape, threats, and impact**. Technical report, Deeptrace.
- AKBULUT**, Ural (16 Ekim 2020), **Gazete: İlk Örneğini M.Ö. 131'de Romalılar Çıkarı**, [web sitesi] <https://uralakbulut.com.tr/?p=1198&lang=tr> Erişim Tarihi 20 Aralık 2024
- AKKAŞ**, Simge (27 Eylül 2021). **Cumhurbaşkanı Erdoğan, TEKNOFEST Törenlerinde Aziz Sancar'ın Elini mi indirdi?**[web sitesi]. <https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/cumhurbaskani-erdogan-in-teknofest-torenlerinde-aziz-sancar-in-elini-indirdigi-iddiasi> Erişim Tarihi: 14 Kasım 2024
- AKSOYLU**, M. Ümit (2021). **Projelerle Yapay Zekâ Ve Bilgisayarlı Görü**, İstanbul: KODLAB Yayın Dağıtım
- AKTAŞ**, Celil (2024), **İnternet Üzerinden İşlenen Dezenformasyon Suçları**, Ankara: Seçkin Yayıncılık
- AKYÜZ**, Selman Selim, (2020), Yanlış Bilgi Salgını: COVID-19 Salgını Döneminde Türkiye'de Dolaşıma Giren Sahte Haberler. **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**(34), 422-444. <https://doi.org/10.31123/akil.779920>
- AKYÜZ**, Selman Selim, **GÜLNAR**, Birol ve **KAZAZ**, Mete, (2021). Yeni Medyada Haber Güvenilirliği Sorunu: Üniversite Öğrencilerinin Sahte/Yalan Haberlere Yönelik Doğrulama Refleksleri. **Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi**, 17(36), 2816-2840. <https://doi.org/10.26466/opus.838464>
- ALANKA**, Deniz, (2024). Nitel Bir Araştırma Yöntemi Olarak İçerik Analizi: Teorik Bir Çerçeve. **Kronotop İletişim Dergisi**, 1(1), 64-84.
- ALBAHAR**, Marwan ve **ALMALKİ**, Jameel (2019), Deepfakes: Threats And Countermeasures Systematic Review, **Journal of Theoretical and Applied Information Technology**30th November. Vol.97. No 22, pp. 3242-3250.
- ALLCOTT**, Hunt ve **GENTZKOW**, Matthew. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal Of Economic Perspectives**, 31(2), 211-236. <https://doi:10.1257/jep.31.2.211>
- ALMASOODİ**, Ali Talib Rahdi ve **SUCU**, İpek. (2021). Habercilikte Geleneksel Medyadan Yeni Medya Platformlarına Geçiş Yönünde Haber Oluşumu. **Kadim Akademi SBD**, C. 5, S. 1, s. 52-68.

- ALTUNCU**, Enes, **FRANQUEIRA**, Virginia NL ve **Lİ**, Shujun. (2024). Deepfake: Definitions, Performance Metrics and Standards, Datasets and Benchmarks, and a Meta-Review. 10.48550/arXiv.2208.10913.
- ALTUNTAŞ**, Serkan (2019), **Sosyal Medya Bağımlılığı** (Editör: Mustafa Savcı, Mustafa Ercengiz, Ferda Aysan) Problemler Teknoloji Kullanımı (ss. 99-126) içinde. Ankara: PEGEM Akademi.
- ANIKAYDIN**, İlayda, (2022). Deepfake Uygulamalarının Hukuki Boyutu, **Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 12(2), 736-747. <https://doi.org/10.55179/dusbed.1131728>
- ARIKAN KARGI**, Vesile Sinem (2015), **Yapay Sinir Ağ Modelleri ve Bir Tekstil Firmasında Uygulama**, Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım
- ARSLAN**, Şerife (2022). Sosyal Medya ve Dezenformasyon Tehdidinde Gazetecilik, **Aksaray İletişim Dergisi**, 4(2), 107-134. <https://doi.org/10.47771/aid.1102392>
- ASLANOV**, Aslan. (2020). **Haber Oluşturma: Standartlar Ve Yeni Yaklaşımlar**, Ankara: Bengü Yayınları
- ASWANİ**, Reema, **KUMAR KAR**, Arpan ve **İLAVARASAN**, Vigneswara (2019), Experience: Managing Misinformation in Social Media—Insights for Policymakers from Twitter Analytics, **Journal of Data and Information Quality**, 12(1), 1–18. <https://doi:10.1145/334110>
- ATALAY**, Gül Esra (2019), **Propaganda Mizah ve İroni**, İstanbul: Der Yayınları
- AVŞAR**, Bahadır (26 Kasım 2024), **Gerçekler ve Yalanlar Arasında: Yapay Zekâ ve Dezenformasyonun Küresel Tehditleri** [web sitesi] <https://www.tussam.org/calisma-alanlarimiz/yeni-dunyanin-kavramlari/dijitallesme/gercekler-ve-yalanlar-arasinda-yapay-zeka-ve-dezenformasyonun-kuresel-tehditleri> Erişim Tarihi 15 Aralık 2024
- AYTEKİN**, Gülbahar (10 Ocak 2023a), **Fake News: Dezenformasyonun Yayılmasında Sosyal Ağların Etkisi** [web sitesi] <https://www.guvenliweb.org.tr/blog-detay/fake-news-dezenformasyonun-yayilmasinda-sosyal-aglarin-etkisi> Erişim Tarihi: 31 Kasım 2024
- AYTEKİN**, Gülbahar (22 Mart 2024), **7 Adımda Dezenformasyonu Önleme Yolları** [web site]. <https://www.guvenliweb.org.tr/blog-detay/7-adimda-dezenformasyonu-onlemenin-yollari> Erişim Tarihi: 19 Kasım 2024
- AYTEKİN**, Gülbahar (23 Aralık 2023b). **Yapay Zekâ ve Dezenformasyon**. [web sitesi] <https://www.guvenliweb.org.tr/blog-detay/yapay-zeka-ve-dezenformasyon> Erişim Tarihi 15 Aralık 2024
- BACIAK**, Joanna, **ŻURAWSKA**, Magdalena, **CZECH**, Tomasz, **GÓRNY**, Bartłomiej. (2020). Deepfake video detection using the ensemble of neural networks. **Comarch SA, AI R&D Center**.
- BAKER**, Jennifer (21 Ekim 2019). **Deepfakes Could Break The Internet**. [web sitesi] <https://www.cpomagazine.com/cyber-security/deepfakes-could-break-the-internet/> Erişim Tarihi: 5 Ocak 2025

- BALCI**, Şükrü ve **YELES KARAMAN**, Sibel. (2023). Sosyal Medya Kullanım Motivasyonlarının Yalan Haber Paylaşımı Üzerindeki Etkileri: Konya'daki Üniversite Gençliği Araştırması. **Erciyes İletişim Dergisi**, 10(2), 749-775. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1189483>
- BARIN**, İsmail (2024), Deepfake Teknolojisi ile manipüle edilmiş sosyal medya reklamlarının tüketici tutumu üzerindeki etkisi (**Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi**). Mersin: Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BARUAH**, Trisha Dowerah (2012), Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study – **International journal of scientific and research publications**, 2(5), 1-10.
- BASHKİROVA**, Liudmyla, **KİT**, Iryna, **HAVRYSHCHUK**, Yury, **KRASNOVA**, Anatolija, ve **VASYLYUK**, Svetlana Zaitseva (2024), Artificial Intelligence in Medicine: from Diagnosis to Treatment. **Futurity Medicine**, 3, <https://DOI:10.57125/FEM.2024.09.30.07>
- BASIN KONSEYİ** (22 Haziran 2020). **Basın Meslek İlkeleri**, [web sitesi] <https://www.basinkonseyi.org.tr/basin-meslek-ilkeleri/> Erişim Tarihi: 19 Ekim 2024)
- BASS**, Danielle F. ve **PENNING**, Nathaniel (25 Temmuz 2023) The Legal Issues Surrounding Deepfakes, [web sitesi] <https://www.honigman.com/the-matrix/the-legal-issues-surrounding-deepfakes> Erişim Tarihi: 5 Ocak 2025
- BBC**, (15 Mart 2021), **Anne, amigo rakiplerini iftira atmak için deepfake kullandı** [web sitesi] <https://www.bbc.com/news/technology-56404038> Erişim Tarihi: 20 Ocak 2025
- BENHÜR AKTÜRK**, Esin (2018). **Kurumsal Yönetim Çerçevesinde Uygulanan Etik Kurallara İlişkin Algı: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma**. Ankara: İksad Publishing House Yayınevi.
- BERK**, Mustafa Evren (2020). Dijital Çağın Yeni Tehlikesi “Deepfake”. **OPUS International Journal of Society Researches**, 16(28), 1508-1523. <https://doi.org/10.26466/opus.683819>
- BERRY**, Alice (26 Ocak 2024), **Q&A: How Do You Know When You're Looking at a Deepfake?** [web sitesi] <https://news.virginia.edu/content/qa-how-do-you-know-when-youre-looking-deepfake> Erişim Tarihi: 12 Şubat 2025
- BİRSEL**, Betül (2025), **Deepfake teknolojisi ile sinemanın yeni yıldızları "sentetik aktörler" olacak**, [web sitesi] <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/deepfake-teknolojisi-ile-sinemanin-yeni-yildizlari-sentetik-aktorler-olacak/3573693> Erişim Tarihi: 23 Mayıs 2025
- BOZDAĞ**, İsmet. (2006). **Basın kurt mu? Kuzu mu?** İstanbul: Emre Yayınları
- BOZKURT**, Gülsün. (2023), "Post-Truth Çağında Haber Medyasına Güvenin Yeniden Sorgulanması Üzerine Bir İnceleme: “Joe Biden Boşlukla Konuştu.” **İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi**(63), 56-70. <https://doi.org/10.47998/ikad.1207649>

- BÜLBÜL**, Rıdvan. (2000). **Genel Gazetecilik**. 2. Baskı, Ankara: Nobel Yayın
- BÜYÜKAFŞAR**, Mehmet ve **ÖZÇAĞLAYAN**, Mehmet, (2019). Haber ve Doğruluk İlişkisi: Doğruluk Sorununun Geçmişi ve Haberin Dönüşümü, **Düşünce ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi**, 1(1), 29-49.
- BÜYÜKBAYRAK**, Berna (25 Haziran 2021), **Katarlı Gençlere Türkiye'de Sınavsız Tıp Eğitimi Hakkı mı Verildi?** [web sitesi]. <https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/katarli-genclere-turkiye-de-sinavsiz-tip-egitimi-hakki-verildigi-iddiasi> Erişim Tarihi: 14 Kasım 2024
- BÜYÜKUSLU**, Ali Rıza (2020), **Koronavirüs Sonrası Yenidünya Düzeni Ekonomi, Devlet ve Yapay Zekâ**, İstanbul: Der yayınları
- CBDDO (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi)**, (2024), Yapay zekâ nedir? [web sitesi] <https://cbddo.gov.tr/sss/yapay-zeka/> Erişim Tarihi: 20 Aralık 2024
- CERECİ**, Sedat. (2005). **Haber ve Röportaj Tekniği**, Ankara: Gökçe Yayınevi
- CHANNEL 4 ENTERTAINMENT** (25 Aralık 2020), **Deepfake Queen: 2020 Alternative Christmas Message**, [web site] https://www.youtube.com/watch?v=IvY-Abd2FfM&t=106s&ab_channel=Channel4Entertainment Erişim Tarihi: 18 Nisan 2025
- CHERİKİ**, Ahmed. (2025). Artificial Intelligence in Cinema. **International Journal of Early Childhood Special Education**. 09. 379-388. 10.48047/intjecse/v17.
- CHRİSTOPOULOU**, Androniki (2018), **The Information disorder Ecosystem: A study on the role of Social Media, the Initiatives to tackle disinformation and a Systematic Literature Review of False Information Taxonomies**. Selanik, Yunanistan.
- CNNTURK** (12 Ekim 2017), **Sosyal medyayı karıştıran 'cenaze aracında tecavüz' haberi yalan çıktı**. [web sitesi]. <https://www.cnnturk.com/turkiye/sosyal-medyayi-karistiran-cenaze-aracinda-tecavuz-haberi-yalan-cikti-688629> Erişim Tarihi: 18 Kasım 2024
- CUMHURİYET** (7 Mart 2022), **Gündem ayçiçek yağı: Serenay Sarıkaya'nın 'deepfake' ile yapılan videosu sosyal medyayı karıştırdı**, [web sitesi] <https://www.cumhuriyet.com.tr/yasam/gundem-aycicek-yagi-serenay-sarikayanin-deepfake-ile-yapilan-videosu-sosyal-medyayi-karistirdi-1913746> Erişim Tarihi: 28 Şubat 2025
- ÇAĞLAR**, Bayram. (2024). **Radyo Televizyon Haberciliği ve İletişim Özgürlüğü**. Afyonkarahisar: Yaz Yayınları
- ÇAKIR**, Hamza. (2007). **Gazeteciliğe Giriş**. Konya: Tablet Kitabevi
- ÇETİNDEMİR**, Çağdaş (29 Mayıs 2023), **Seçim Sürecinde En Çok Konuşulan Dezenformasyon Örnekleri**, [web sitesi].

<https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/aktuel/secim-surecinde-en-cok-konusulan-dezenformasyon-orneklere/1816027> Erişim Tarihi: 21 Kasım 2024

- DAĞ**, Harun ve **BUDAK**, Emrah (2022). Teknolojik Gelişmelerin Habercilik Pratikleri Üzerine Etkisi. **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**. 10 (1), 359-402. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.1010182>
- DAL PARLAR**, Emel, **ERDOĞAN**, Emre, **SEZGİN**, Ayda, **ÇAYTAŞ**, Şaban ve **KARAHASAN**, Sude (2021), **Küresel Siyasette Yeni Dezenformasyon Ekosistemini Anlamak**, RDMEDU Key Expert Report. s. 5-6. [web sitesi]. <https://www.rdmedu.com/yay%C4%B1nlar/rapor> Erişim Tarihi: 11 Kasım 2024
- DANG**, Hoang Linh, (2021). Social Media, Fake News, and The COVID-19 Pandemic: Sketching The Case Of Southeast Asia, **Austrian Journal of South-East Asian Studies**, 14(1), 37-58, <https://doi.org/10.14764/10.ASEAS-0054>
- DEMİR BİLGİÇ**, Kübra ve **BİLGİÇ**, Meriç, (2014). **Felsefeye Çıkış, Baş-Kaldırıyorum O Halde İnsanım!** Kocaeli: Umuttepe Yayınları
- DEMİREL**, Nazile. (2022), Bertrand Russell Felsefesinde “Doğruluk” ve “Gerçeklik, **Danışman Beşeri ve Sosyal Bilimler Dergisi**, (5), 245-263.
- DMM** (Dezenformasyonla Mücadele Merkezi), (2023), **Dezenformasyonla Mücadele Rehberi**, 1. Baskı, Ankara: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları
- DÖNMEZ**, Beyza Binnur (12 Mart 2020). **Türkiye, New York Times'ın yanıltıcı seyahat yasağı fotoğraflarına sert tepki gösterdi.** [web sitesi]. <https://www.aa.com.tr/en/americas/misleading-ny-times-travel-ban-photos-slammed-by-turkey/1763409> Erişim Tarihi: 14 Kasım 2024
- DURSUN**, Çiler (2003), **Gazetecilik ve Habercilik**, (Editörler: Çiler Dursun, Ragıp Duran, İncilay Cangöz, Esra D. Arsan, Özcan Yurdalan, Mehmet Sucu, Tuğrul Eryılmaz) Haber ve habercilik/gazetecilik üzerine düşünmek (ss.63-84) içinde. Derleyen Sevdâ Alankuş, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları
- EKŞİ**, Ceren (14 Ocak 2025), **'Kanser hastası Brad Pitt' tuzağına düştü: Kocasından boşandı, 800 bin euro kaptırdı** [web sitesi] <https://www.ntv.com.tr/galeri/dunya/kanser-hastasi-brad-pitt-tuzagina-dustu-kocasindan-bosandi-800-bin-euro-kaptirdi,1cr6ag-3KkaldAljLrgCJg> Erişim Tarihi: 28 Mart 2025
- ELİTAŞ**, Türker (2022). Dijital Manipülasyon 'Deepfake' Teknolojisi Ve Olmayanın İnanırcılığı. **Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 19(49), 113-128.
- ELLUL**, Jacques (1973), **Propaganda: The Formation of Men's Attitudes**, New York: Vintage Publisher

- EMRE KAYA**, Ayşe (2020). Liberal Medya Okuryazarlığı Kavramsallaştırmasına Eleştirel Bir Bakış. **Uluslararası Medya Ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi**, 3(2), 1-25. <https://doi.org/10.33464/mediaj.823525>
- EMRE KAYA**, Ayşe.(2020). “Liberal Medya Okuryazarlığı Kavramsallaştırmasına Eleştirel Bir Bakış” **Uluslararası Medya Ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi**, 3(2), 1-25. <https://doi.org/10.33464/mediaj.823525>
- ENSONHABER** (21 Ekim 2022). **Joe Biden, Önce Boşlukla Konuştu Sonra Yönünü Şaşırdı**, [web site]. <https://www.ensonhaber.com/dunya/joe-biden-once-boslukla-konustu-sonra-yonunu-sasirdi> Erişim Tarihi: 6 Kasım 2024
- EROL**, Gülbuğ, (2012). **İletişim ve Etik**, İstanbul: Hiperlink Yayınları
- ERSEN**, Enes Taha (2023). "**Pentagon'da patlama meydana geldiği**" iddiası [web sitesi] <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/aktuel/pentagonda-patlama-meydana-geldigi-iddiasi-1815985> Erişim Tarihi:1 Ocak 2025
- FİDAN BARİTÇİ**, Zühal (2021), **Siyasal İletişim Teorik Tartışmalar Kavramlar, Kuramlar ve Stratejiler**. Enderhan Karakoç ve Onur Taydaş (ed) Hakikat ve Hakikat Sonrası Siyaset (241-263) içinde. Ankara: Nobel Yayıncılık
- FROEHLİCH**, Andrew (7 Mayıs 2024), **How to detect deepfakes manually and using AI**, [web sitesi] <https://www.techtarget.com/searchsecurity/tip/How-to-detect-deepfakes-manually-and-using-AI> Erişim Tarihi 13 Şubat 2025
- GABORİT**, Pascaline. (2024), A Sociopolitical Approach to Disinformation and AI: Concerns, Responses and Challenges, **Journal of Political Science and International Relations**, 7(4), 75-88. <https://doi.org/10.11648/j.jpsir.20240704.11>
- GARDİNER**, Nicholas (2019), Facial re-enactment, speech synthesis and the rise of the Deepfake. (**Yayınlanmış tez**), Edith Cowan University Western Australian Academy of Performing Arts.
- GEORGE**, Abigail (2024).Defamation in the Time of Deepfakes. **Columbia Journal of Gender and Law** , 45 (1), 122–172. <https://doi.org/10.52214/cjgl.v45i1.13186>
- GIYASETTİN**, Tayfur (2018). **Haber Toplama, Yazma Ve Yayınlama Teknikleri**. Konya: Eğitim Yayınevi
- GIYASETTİN**, Tayfur. (2018). **Haber Toplama, Yazma ve Yayınlama Teknikleri**. Konya: Eğitim Yayınevi
- GLOBALİT** (2024). **Derin Öğrenme (Deep Learning) Nedir?** [web sitesi] <https://globalit.com.tr/derin-ogrenme-deep-learning-nedir/> Erişim Tarihi: 20 Aralık 2024
- GÖKALP**, Ömer Melik (2022). **Makine öğrenmesi**. Gazi Üniversitesi, Gazi Bilişim Enstitüsü, Adli Bilişim Bölümü, 1-14.
- GÖRENTAŞ**, Burak. (2023). Hukukta Yapay Zekâ. **Social Science Development Journal**. <https://doi:10.31567/ssd.1079>.

- GRAVANİS**, Georgios, **VAKALİ**, Athena, **DİAMANTARAS**, Kostas ve **KARADAİS**, Panagiotis, (2019). Behind the Cues: A Benchmarking Study for Fake News Detection. *Expert Systems with Applications*. 128, 201-213. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2019.03.036>
- GÜLER**, Ahmet, **HALICIOĞLU**, Mustafa Bülent ve **TAŞĞIN**, Serkan, (2015), **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri Teorik Çerçeve – Pratik Öneriler 7 Farklı Nitel Araştırma Yaklaşımı – Kalite Ve Etik Hususlar**. 2. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık
- GÜLER**, Bilal (29 Nisan 2020), **İran'da sahte içkiden ölenlerin sayısı 800'e yaklaştı** [web site]. <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/iranda-sahte-ickiden-olenlerin-sayisi-800e-yaklasti/1822904> Erişim Tarihi: 20 Kasım 2024
- GÜLLÜ**, Gaye (6 Mayıs 2023), **Eşik Bekçiliği nedir?** [web sitesi] <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/teyit-sozlugu/esik-bekciligi-nedir/1815881> Erişim Tarihi: 8 Aralık 2024
- GÜLTEPE**, Mustafa (2021). **Disiplinlerarası İletişim Kuram ve Yaklaşımları**, (Editörler: Çetin Murat Hazır, Özkan Avcı), Medya ve Kitle İletişim Kuramları (ss. 85- 105), Ankara: Gazi Kitabevi
- GÜNGÖR**, Nazife (2018) **İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar**. 4. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi
- GÜRBÜZ**, Sait, **ŞAHİN**, Faruk (2018), **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe- Yöntem- Analiz**, 5. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık
- GÜZ**, Nurettin. (2012). Teknolojik Gelişmeler Ve Haberde Etik Sorunlar, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Dönüşüm** (Yeni İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Dönüşüm.) 16-24.
- HAFIZOĞLU**, Yeşim, (2021). **Hakikat Sonrası Çağda Kadın ve Siyaset**, Ankara: Gazi Kitabevi.
- HAKKI**, Aydın İsmail (2018), **Yapay Zekâ** (Editör: Gizem Aksan), İstanbul: Girdap Kitap
- HAMM**, Lauren (11 May 2020), **The Few Faces of Disinformation** [web site]. <https://www.disinfo.eu/publications/the-few-faces-of-disinformation/> Erişim Tarihi: 19 Kasım 2024
- HEİDARİ**, Arash, **NAVİMİPOUR**, Nima, **DAG**, Hasan ve Unal, Mehmet. (2023). Deepfake detection using deep learning methods: A systematic and comprehensive review. **Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery**, 14(2), <https://doi.10.1002/widm.1520>
- HENNO**, Jaak. (2014), Information and information security. Tallinn University of Technology, **CEUR Workshop Proceedings**. 1266. 23-28.
- İŞİK**, Mehmet, (2024). Yapay Zekâ Çağında Medya, Kültür ve İletişim Üzerine Güncel Araştırmalar, Şakir Eşitti ve Serhat Çoban (ed.), **Yapay Zekâ Konulu Filmler Üzerine İnceleme** (ss.29-37) içinde. Çanakkale: PA Paradigma Akademi

- İŞİK, Metin** (2012). **Kitle İletişim Teorilerine Giriş**, Konya: Eğitim Akademi.
- İŞİK, Metin**. (2014). **İletişim ve Etik**, 5. Baskı, Konya: Eğitim Yayınevi
- İŞIKLAR, Hakan Cem**. (2012). **Kurumdan Uygulamaya Profesyonel TV Haberciliği**. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık
- İNCE, Mustafa** (2018), **Haber Edinme Aracı Olarak İnternet ve İnternet Haberciliği**. Konya: Eğitim Yayınevi
- İNDYTURK** (17 Mart 2022) **Ukrayna'nın hacklenen devlet televizyonunda Zelenski'nin sahte "Teslim olun" mesajı yayımlandı**, [web sitesi] <https://www.indyturk.com/node/485636/d%C3%BCnya/ukraynan%C4%B1n-hacklenen-devlet-televizyonunda-zelenskinin-sahte-teslim-olun-mesaj%C4%B1> Erişim Tarihi: 7 Mart 2025
- İNDYTURK**, (26 Aralık 2020), "Deepfake" Kraliçe'den tuhaf Noel mesajı: TikTok dansı yapıp gelinini çekiştirdi [Web Sitesi] <https://www.indyturk.com/node/291101/d%C3%BCnya/deepfake-krali%C3%A7eden-tuhaf-noel-mesaj%C4%B1-tiktok-dans%C4%B1-yap%C4%B1p-gelinini-%C3%A7eki%C5%9Ftirdi> Erişim Tarihi: 5 Şubat 2025
- İNTERNETHABER**, (13 Mart 2020), **Koronavirüsten Korunmak İçin Yoğurda Arap Sabunu Katıp Yedi** [web sitesi]. <https://www.internethaber.com/koronavirusten-korunmak-icin-yogurda-arap-sabunu-katip-yedi-2088231h.htm> Erişim Tarihi: 14 Kasım 2024
- İRVAN, Süleyman** (1 Ağustos 2024). **Gazeteciliğın 10 Temel İlkesi** [web sitesi]. <https://www.newslabturkey.org/2024/08/02/gazeteciligın-10-temel-ilkesi/> Erişim Tarihi: 10 Ağustos 2024.
- JOURNO** (18 Kasım 2016). **2016'nın Kelimesi Seçildi: Post-truth** [web sitesi] <https://journo.com.tr/2016nin-kelimesi-secildi-post-truth> Erişim Tarihi: 5 Kasım 2024
- JOWETT, Garth S. ve O'DONNELL, Victoria** (2018), **Propaganda & Persuasion**. 6. Baskı, Los Angeles- London-New Delhi: SAGE publications,
- KALAYCIOĞLU BİROL, Didem ve BİLGEN, İlhan Armin** (28 Ekim 2024), **Deepfake Teknolojisinin Etkileri** [web sitesi] https://blog.dkb-legal.com/deepfake-teknolojisinin-etkileri/#A_Deepfake_Teknolojisinin_Mevcut_ve_Olasi_Etkileri Erişim Tarihi: 4 Ocak 2025
- KARACA, Mustafa ve ÇAKI, Caner** (2018), **İletişim ve Propaganda** (Editörler: Mustafa Karaca, Caner Çakı), Propaganda (ss. 13-40), Konya: Eğitim Yayınevi
- KARAKOÇ, Elif ve ZEYBEK, Burcu** (2022). Görmek İnanmaya Yeter Mi? Görsel Dezenformasyonun Ayırt Edici Biçimi Olarak Siyasi Deepfake İçerikler. **Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi** 17(57), 50-72. <https://doi.org/10.14783/maruoneri.908542>
- KARATAŞ, Seher ve SARITAŞ, Hamide** (2021), **21. Yüzyıl Medya Çalışmaları** (Editör: Enderhan Karakoç, Onur Taydaş), Sağlık İletişiminde Sosyal Medya

Kullanımı: Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın Resmi Twitter Hesabı Örneği (ss. 231-250) içinde. Konya: Tablet Yayınevi

- KAUR**, Achhardeep, **HOSHYAR** Azadeh Noori, **SAİKRİSHNA**, Vidya, **FİRMİN**, Selena ve **XIA**, Feng (2024). Deepfake video detection: challenges and opportunities. *Artif Intell Rev.*, 57, 159. <https://doi.org/10.1007/s10462-024-10810-6>
- KİETZMANN**, Jan, **LEE**, Linda W, **MCCARTHY**, Lan P ve **KİETZMANN**, Tim C., (2020), Deepfakes: Trick or Treat? *Business Horizons*, 63(2), pp.135-146. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.11.006>
- KİNG**, Kelvin K., **WANG**, Bib (2021), Diffusion of real versus misinformation during a crisis event: A big data-driven approach. *International Journal of Information Management*, 71(2):102390. <https://doi:10.1016/j.ijinfomgt.2021.102390>
- KOÇAK**, Nafize Gizem (2012), Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi. (**Yayınlanmış Doktora Tezi**). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- KÖSEDAĞ**, Mehmet Sena. (2021), Basın Konseyi Kararları Bağlamında Medyada Etik İhlaller. *İş Ahlakı Dergisi*, 167.
- KURTULUŞ**, Özgür (30 Ağustos 2023), Yapay Zekâ Hangi Alanlarda Kullanılıyor? [web sitesi] <https://bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/yapay-zeka-hangi-alanlarda-kullaniliyor> Erişim Tarihi 19 Aralık 2024
- KÜÇÜKAKSU**, Irmak (31 Mart 2023), **Deepfake teknolojisi ile dezenformasyon**, [web sitesi] <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/blog/deepfake-teknolojisi-ile-dezenformasyon-/1815712> Erişim Tarihi: Erişim Tarihi:10 Ocak 2025
- KVKK** (Kişisel Verileri Koruma Kurumu), (19 Ocak 2024), **Deepfake** [web sitesi] <https://www.kvkk.gov.tr/Icerik/7807/Deepfake-Bilgi-Notu> Erişim Tarihi:27 Aralık 2024
- LEVENT**, Ethem, (2023). Etiğin Tarihsel Süreci. Burcu Güdücü ve Mehmet Akif Demir (ed.), **Etik ve Sosyal Sorumluluk** (ss.3-25) içinde. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Lİ**, Yuezun, **CHANG**, Ming-Ching, **FARİD**, Hany ve **LYU**, Siwei. (2018). In Ictu Oculi: Exposing AI Generated Fake Face Videos by Detecting Eye Blinking. <https://doi.10.48550/arXiv.1806.02877>
- LİU**, Yan ve **WANG**, He (2024), **Who on Earth Is Using Generative AI?, Policy Research Working Paper** 10870. Policy.
- LONTOH**, Frederich. (2024). The Chaos of Post-Truth: The Devil and Lies. *Jurnal Teologi Dan Pelayanan Kerusso*, 9(2), 281-291. <https://doi.org/10.33856/kerusso.v9i2.418>
- LYU**, Siwei. (2020). **Deepfake Detection: Current Challenges and Next Steps**. 2020 IEEE International Conference on Multimedia & Expo Workshops (ICMEW), 1-6. <https://doi:10.1109/ICMEW46912.2020.9105991>

- MACK, David** (2018), **This PSA About Fake News From Barack Obama Is Not What It Appears,** [web sitesi]. <https://www.buzzfeednews.com/article/davidmack/obama-fake-news-jordan-peelee-psa-video-buzzfeed#.gcxNolpGL> Erişim Tarihi: 27 Mayıs 2025
- MADANOĞLU, Ömer Faruk** (14 Şubat 2023). **Dezenformasyon nedir?** , [web sitesi]. <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/teyit-sozlugu/dezenformasyon-nedir/1815390> Erişim Tarihi: 10 Kasım 2024
- MAYFIELD, Antony** (2008), **What is Social Media,** Crossing, e-book.
- MEB,** (Millî Eğitim Bakanlığı) (2013). **Gazetecilik Haberin Nitelikleri,** Ankara: T.C. Millî Eğitim Bakanlığı.
- MEDYASCOPE** (21 Ekim 2022). **Biden'dan Bir Tuhaf Hareket Daha: Bu Sefer Boşlukla Konuştu.** [web site]. YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=H78bB6oEyMg> Erişim Tarihi: 6 Kasım 2024
- MİANDJİ, Anooshirvan** (2024), **Yapay Zekâ El Kitabı** (Editör: Mesut Örs), Ankara: Bilgi Yayınevi
- MİRSKY, Yisroel ve LEE, Wenke** (2021). **The Creation and Detection of Deepfakes: A Survey.** ACM Computing Surveys. 54. 1-41. <https://doi:10.1145/3425780>
- MİRSKY, Yisroel ve LEE, Wenke.** (2021). The Creation and Detection of Deepfakes: A Survey. ACM Computing Surveys. 54. 1-41. <https://doi:10.1145/3425780>
- MORA, Necla.** (2008). **Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim.** İstanbul: Alt Kitap Yayıncılık
- MULL, Christian ve WALLİN, Matthew** (1 Eylül 2013). **Propaganda: A Tool of Strategic Influence.** American Security Project. <http://www.jstor.org/stable/resrep06038> Erişim Tarihi: 10 Aralık 2024
- NABİYEV, Vasif** (2021), **Yapay Zekâ Derin Öğrenme – Stratejili Oyunlar Örüntü Tanıma – Doğal Dil İşleme,** 6. Baskı, Ankara: Seçkin yayıncılık
- NARMANLIOĞLU, Haldun.** (2016). İnternet Haber Sitelerinde Eşik Bekçiliği, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.** 20 (1): 153-168
- NATARAJ, Lakshmanan, MOHAMMED, Tajuddin Manhar, MANJUNATH, B. S., CHANDRASEKARAN, Shivkumar, FLENNER, Arjuna, BAPPY, Jawadul H., ve CHOWDHURY, Amit K. Roy** (2019), **Detecting GAN generated Fake Images using Co-occurrence Matrices.** Electronic Imaging, 2019(5), 532–1–532–7. <https://doi:10.2352/issn.2470-1173.2019.5.mwsf-532>
- OKEKE, Adaobi, CHİBUİKE, Julius, JOEL, Asogwa, DADA, Oluyemi.** (2024). **Utilization of Deepfake Technology in the Film Industry: Analysing AI-generated performances in the Hollywood film "The Irishman" and its impact on Artistic Integrity.** 3. 2955-0785. 10.5281/zenodo.13989607.

- OKHRYMOVYCH**, Viktoriia (2024). **Deepfake in the Communicative Space of Internet Culture: Features of Application**, Scientific journal Art Culture. Current Topics, (20(2), 118–125. [https://doi.org/10.31500/1992-5514.20\(2\).2024.318261](https://doi.org/10.31500/1992-5514.20(2).2024.318261)
- ONURSOY**, Sibel, **TURAN**, Erdem Alper, **YEŞİLYURT**, Segah ve **ASTAM**, Fatma Kübra. (2020). Yalan Habere Karşı Tutum ve Davranışlar: Üç Üniversite Örneğinde Durum Araştırması. **Türk Kütüphaneciliği**, 34(3), 485-508. <https://doi.org/10.24146/tk.759014>
- OSGOOD**, Kenneth A. (23 Mayıs 2018), Propaganda, **Encyclopedia of American Foreign Policy**, [web sitesi] <http://www.encyclopedia.com/topic/propaganda.aspx> Erişim Tarihi: 13 Aralık 2024
- OXFORDLANGUAGES** (8 Kasım 2016), **Word Of The Year 2016** [web sitesi] <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/> Erişim Tarihi: 3 Kasım 2024
- ÖNEN**, Alper. (2023). **Yeni Medya Ekosisteminde Dönüşen Habercilik ve Teyitçilik Hakikat Sonrası Çağda Dezenformasyonun Kontrolü**. İstanbul: Urzeni Yayınevi
- ÖZÇAĞLAYAN**, Mehmet (2008), Gazetelerin Gelişimi ve Gazeteciliğin Geleceği (Yeni Teknolojiler ve Medya Ekonomisi Açısından Genel Bir Değerlendirme). **Marmara İletişim Dergisi**, 13(13), 131-159.
- ÖZÇAĞLAYAN**, Mehmet, **APAK**, Dilhan (2017). Soğuk Savaş Yıllarında Algı Yönetimi, Haber ve Propaganda İlişkisi. **Marmara İletişim Dergisi**(28), 107-130.
- ÖZDAN**, Selman (2022), **Uluslararası İnsan Hakları Hukuku Açısından Yalan Haber**. Ankara: Adalet Yayınevi
- ÖZDEMİR**, Yücel, (2021), **Dijital Kültür-3 Tradijital-Post Truth-Memetik-Kimlik-Medya İnternet-Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları**. Uğur Durmaz (ed.) Post-Truth ve Folklor: Hakikat Sonrası Dönemde Gelenek Bilgisinde Sapmalar (ss.13-60) içinde. Kocaeli: Arı Sanat Yayınları
- ÖZER**, Ömer (2006). Medyaya Yönelik Kuramsal Tanımlamalarla İlgili Muhabirlerle Yapılan Saha Araştırması. **Selçuk İletişim**. 4(2), 41-51. <https://doi.org/10.18094/si.48521>
- ÖZGÜR**, Esra (22 Mayıs 2021), **Rehber: Deepfake ve cheapfake'leri tespit etme yolları** [web sitesi] <https://teyit.org/teyitpedia/rehber-deepfake-ve-cheapfake-leri-tespit-etme-yolları> Erişim Tarihi: 1 Ocak 2025
- ÖZSALİH**, Aygün (2023). Yapay zekâ yoluyla oluşturulan sahte haberlerin medya gündemini belirlemesi, **Turkish Online Journal of Design Art and Communication**, 13(3), 533-550. <https://doi.org/10.7456/tojdac.1285554>
- PATEL**, Krishna J. ve **DESAİ**, Madhavi B (2024). Ai-Driven Advances and Challenges in Deepfake Technology: A Comprehensive Review. **Journal of Electrical Systems** 20-11s:1388-1400, <https://doi.org/10.52783/jes.7451>

- PAVLİK**, John V.(2023). Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education. **Journalism & Mass Communication Educator**. 78 (1), 84-93. <https://doi.org/10.1177/10776958221149577>
- PAWELEC**, Maria (2022), **Deepfakes and Democracy (Theory): How Synthetic Audio-Visual Media for Disinformation and Hate Speech Threaten Core Democratic Functions**. *Digital Society* 1, 19 <https://doi.org/10.1007/s44206-022-00010-6>
- PAWELEC**, Maria. (2022). Deepfakes and Democracy (Theory): How Synthetic Audio-Visual Media for Disinformation and Hate Speech Threaten Core Democratic Functions. **Digital Society**. 1. <https://doi.org/10.1007/s44206-022-00010-6>
- PEMBECİOĞLU**, Nilüfer. (2023). **Medya ve Etik**, Konya: Eğitim Yayınevi
- PERERA**, Ayesh (13 Şubat 2024), **Hipodermik İğne Teorisi (İletişimin Sihirli Mermi Teorisi**, [web sitesi] <https://www.simplypsychology.org/hypodermic-needle-theory.html> Erişim Tarihi: 12 Aralık 2024
- PREGO**, Victoria (2017). **The Post-Truth Era: Reality vs. Perception**, (Editörler: José Antonio Zarzalejos, Anthony Gooch , Adalberto Palma, Victoria Prego, Armando Medeiros, Fernando Berckemeyer, Manuel Cruz, Miguel García Sánchez, Albert Medrán, Eduardo A. Quirós, Carlos de Angelis, Carolina Pina, Rosa Townsend, Iván Weissman, Francisco Rosales, Myriam Redondo, Arturo Pinedo, Iván Pino), *Informative Bubbles* (ss.20-21), Vol.27. Madrid: UNO.
- PREGO**, Victoria, (2017), **Informative Bubbles: The Post-Truth Era: Reality vs. Perception**. Victoria Prego (2017). *Informative Bubbles: The Post-Truth Era: Reality vs. Perception* (Vol.27). Madrid: UNO.
- RÄKKÖLÄINEN**, Aino (2024). The impact of AI-generated content and deepfakes on dissemination of disinformation on social media and the education as solution to reduce it. DOI:10.13140/RG.2.2.29297.49761
- RAMLUCKAN**, Trishana (2024). Deepfakes: The Legal Implications. **International Conference on Cyber Warfare and Security**. 19. 282-288. <https://doi.10.34190/icws.19.1.2099>.
- RİGEL**, Nurdoğan. (1995). **Haber, Çocuk ve Şiddet : (Üretim, Kitle İletişim ve Tüketim Sürecinde Haberin İncelenmesi)**. İstanbul: Der Yayınevi
- RUSSELL**, Stuart ve **NORVİG** Peter (2024), *Yapay Zeka Modern Yaklaşım* (Çeviri editör Cemil Öz), Ankara: Palme Yayınevi
- RYAN**, Camille D., **SCHAUL**, Andrew, **BUTNER**, Ryan ve **SWARTHOUT**, John (2019), Monetizing Disinformation in the Attention Economy: the case of genetically modified organisms (GMOs), **European Management Journal**, 38(1), 7–18. <https://doi:10.1016/j.emj.2019.11.002>
- SAİLİNGANARCHY**(26 Nisan 2023), **Turkish President Recep Tayyip Erdogan was hospitalized after suffering a heart attack on April 26, 2023**. [web

- sitesi]. <https://forums.sailinganarchy.com/threads/erdogan-hospitalized-after-suffering-heart-attack.241822/> Erişim Tarihi: : 22 Kasım 2024
- SAP** (2024), **Was ist Machine Learning?** [web sitesi] <https://www.sap.com/germany/products/artificial-intelligence/what-is-machine-learning.html> Erişim Tarihi: 20 Aralık 2024
- SARIKAYA**, Melike (21 Eylül 2024), **Doğar Doğmaz Konuştu, Kıyamet Tarihi Verdi! Türkiye'nin Gündemini Sarsan 'Sakallı Bebek'** [web sitesi] <https://www.milliyet.com.tr/pembenar/dogar-dogmaz-konustu-kiyamet-tarihi-verdi-turkiyenin-gundemini-sarsan-sakalli-bebek-7192338> Erişim Tarihi: 2 Kasım 2024
- SARSILMAZ**, Meltem (2023). **'Hakikat-sonrası' nedir?** [web sitesi] <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/teyit-sozlugu/hakikat-sonrasi-nedir/1815426> Erişim Tarihi: 10 Kasım 2024
- SARSILMAZ**, Meltem (2023). **İnfobezite Nedir?** [web sitesi] <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/blog/infobezite-nedir/1815435> Erişim Tarihi: 5 Mayıs 2023
- SATICI**, Hale. (2023). Dijital Dünyanın Dijital Varlıkları: Film Üretiminde Dijital Yüzler Ve Deepfake. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi **SBE Dergisi**, 13(3), 1699-1712. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1292562>
- SAYGIN**, Arda Umut, (2024). Gazetecilik Etik İlkeleri Çerçevesinde Deprem Dönemlerinde Uygulanması Gereken Doğru Gazetecilik Pratikleri, **Akademik Yaklaşımlar Dergisi**, 15(1 -deprem özel sayısı-), 455 - 484. <https://doi.org/10.54688/ayd.1412367>
- SEBETCİ**, Özel (2024), Full Stack Programlamaya Giriş Yapay Zekâ Özel Bölümü ile. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- SELVİ**, Murat (2023) **GÖRÜŞ - Deprem zamanında sosyal medya ve riskler** [web sitesi] <https://www.aa.com.tr/tr/analiz/gorus-deprem-zamaninda-sosyal-medya-ve-riskler/2828653> Erişim Tarihi: 29 Kasım 2024
- SERİN**, Esin ve **ÜNLÜ**, Simge (2024). Sosyal Medya Çağının Salgını Bilgi Dezenformasyonu: Twitter Üzerinden 6 Şubat Kahramanmaraş Depremi Hakkında Bir Değerlendirme. **İletişim Ve Toplum Araştırmaları Dergisi**, 4(1), 1-16. <https://doi.org/10.59534/jcss.1333439>
- SFETCU**, Nicolae. (2024). Intelligence, from Natural Origins to Artificial Frontiers - Human Intelligence vs. Artificial Intelligence. **Nicolae Sfetcu**. <https://doi:10.58679/mm97993>.
- SHOEMAKER**, By Pamela J, **EICHHOLZ**, Martin, **KİM**, Eunyi ve **WRİGLEY**, Brenda (2021), Individual and Routine Forces in Gatekeeping. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 78(2), 233-246. <https://doi.org/10.1177/107769900107800202>
- SHOVEL**, Martin (28 Kasım 2016), **My cartoon - Truth vs Post-Truth**. [web sitesi] <https://x.com/MartinShovel/status/803175908181938176> Erişim Tarihi: 7 Kasım 2024

- SILVERMA**, Craig (17 Kasım 2016), **This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook**. [web sitesi], <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook> (Erişim Tarihi: 3 Kasım 2024)
- SÖNMEZ**, Kamil (2018), **Seçim Kazanma Sanatı**, Ankara: Anı Yayıncılık
- SPRING**, Marianna (29 Aralık 2020). **Covid-19: İnternette yayılan yalan haberlerin gerçek kurbanları**, [web sitesi]. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-55467224> Erişim Tarihi: Erişim tarihi: 20 Kasım 2024
- SUNVY**, Ahmed Shafkat, **REZA**, Raiyan Bin ve **AL IMRAN**, Abdullah (2023). **Media coverage of DeepFake disinformation: An analysis of three South-Asian countries**. *Informasi*, 53(2), 295-308. <https://doi:10.21831/informasi.v53i2.66479>
- ŞAHİN**, Sami (2023). **Sosyal Bilimlerde Araştırma. Kavramlar, Yöntemler, Veri Analizi, Yayım ve Etik**, Ankara: PEGEM Akademi Yayıncılık.
- ŞAHİN**, Zeynep (8 Nisan 2024), **Deepfake nedir?** [web sitesi] <https://teyit.org/teyitpedia/teyit-sozluk-deepfake-nedir> Erişim Tarihi: 1 Ocak 2025
- TANDOC**, Edson, **LİM**, Zheng Wei ve **LİNG**, Richard. (2017). Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(3):1-17 <https://doi:10.1080/21670811.2017.1360143>
- TAŞ**, Oğuzhan ve **TAŞ**, Tuğba, (2018). Post-Hakikat Çağında Sosyal Medyada Yalan Haber ve Suriyeli Mülteciler Sorunu. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*(29), 183-208. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.500943>
- TAŞKIRAN**, İzzet (2017), **Sosyal Medyada Haber var: Gazetecilik ile Sosyal Medya ilişkisi**, İstanbul: Der Yayınları
- TAŞKIRAN**, Taner (2024), **Stratejik İletişim, İletişim Savunma Doktrini**, Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları
- TDK** (2024), **Dezenformasyon**, [web sitesi]. <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 10 Kasım 2024
- TDK** (2024), **Etik**, [web sitesi]. <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: : 15 Ağustos 2024
- TDK** (2024), **Haber**, [web sitesi]. <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 13 Eylül 2024
- TECER**, Başak, (2024), **Yapay Zekâ Hırsızları**, İstanbul: Hayykitap Yayınevi
- Tekinalp**, Şermin ve **UZUN**, Ruhdan (2019) **İletişim Araştırmaları ve Kuramları**, 5 Baskı, İstanbul: Beta yayıncılık
- TEYİT HATTI** (24 Nisan 2023), **Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Kalp Krizi Geçirdiği İddiası**, [web sitesi].

<https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/politika/cumhurbaskani-erdoganin-kalp-krizi-gecirdigi-iddiasi/1815838> Erişim Tarihi: 22 Kasım 2024

TEYİT HATTI (8 Ağustos 2023), **Yalan haber nedir?** [web sitesi]. <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/teyit-sozlugu/yalan-haber-nedir/1816345> Erişim Tarihi: 2 Kasım 2024.

TEYİT HATTI, (16 Şubat 2023), **Gri propaganda nedir?** [web sitesi] <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/teyit-sozlugu/gri-propaganda-nedir/1815425> Erişim Tarihi: 14 Aralık 2024.

TGRTHABER (23 Mart 2023), **Trump tutuklandı mı? ABD'yi karıştıran fotoğraflar** [web sitesi] <https://www.tgrthaber.com/dunya/trump-tutuklandi-mi-abdyi-karistiran-fotograflar-2880502?s=1> Erişim Tarihi: 20 Mart 2025

THE BBC RADIÖ PANİC (16 Ocak 1926), [web sitesi]. https://hoaxes.org/archive/permalink/the_bbc_radio_panic Erişim Tarihi: 21 Kasım 2024.

THE TELEGRAPH, (17 Mart 2022), Deepfake video of Volodymyr Zelensky surrendering surfaces on social media, [web site] https://www.youtube.com/watch?v=X17yrEV5sl4&ab_channel=TheTelegraph Erişim Tarihi: 18 Nisan 2025

THUKRUL, Sarvesh, **PATİL**, Suyash (2024), Deepfake Technology, From Positive Applications to Malicious Exploits, **International Journal of Emerging Technologies and Innovative Research** (www.jetir.org), ISSN:2349-5162, Vol.11, Issue 10, page no.a806-a812, Available :<http://www.jetir.org/papers/JETIR2410100.pdf>

TOKGÖZ, Oya. (1981). **Temel Gazetecilik**. Ankara: SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu Basımevi.

TOKGÖZ, Oya. (2015). **Temel Gazetecilik**. Ankara: İmge Kitabevi

TOPBAŞ, Hasan ve **İŞİK**, Umur (2014). Kurgu İle Gerçeklik Arasında Gezi Parkı Eylemleri ve Soysal Medya. **Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi**, 4(1), 197-230. <https://doi.org/10.20493/bt.90898>

TOPÇU, Emre ve **ÇAYCI**, Berk (2022). Sosyal Medyada Dezenformasyon: COVID-19 Pandemisi Örneği. **TAM Akademi Dergisi**, 1(2), 161-191. <https://doi.org/10.58239/tamde.2022.02.005.x>

TUTAR, Hasan (2023), **Algı Yönetimi**, Ankara, Seçkin Yayıncılık

TÜRK, Mehmet Sezai, (2022). Medyanın Gerçeklik İnşası ve Gerçeklik Algısı, **Düşünce Dünyasında Türkiiz**, 5(28), 9-32.

TÜRTEEN, Burak(2024), “Yapay Zekâ Ve Sinema: Film Yapımında Olanaklar Ve Fırsatlar”, **Anadolu Ve Balkan Araştırmaları Dergisi** 7, sy, 399-425. <https://doi.org/10.32953/abad.1539736>.

- UĞURLU**, Faruk ve **ÖZTÜRK**, Şerife. (2006). **Türkiye’de Televizyon Haberciliği Özel Televizyon Kanallarının getirdikleri**, Konya: Tablet Kitapevi
- ULUK**, Murat. (2021). **Hakikat Sonrası Çağda Yeni Medya ve Yalan Haber**, 2. Baskı, Eskişehir: Dorlion Yayınları
- ÜNSAL**, Mert (17 Nisan 2024), **Dezenformasyonun Kamuoyu Üzerindeki Etkisi: Dijital Çağda Yanlış Bilgiyle Mücadele Stratejilerinin Araştırılması**, [web site]. <https://www.rubasam.com/dezenformasyonun-kamuoyu-uzerindeki-etkisi-dijital-cagda-yanlis-bilgiyle-mucadele-stratejilerinin-arastirilmesi.html> Erişim Tarihi: 19 Kasım 2024
- VACCARİ**, Cristian ve **CHADWICK**, Andrew (2020). **Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News**, *Social Media + Society*. 6(1), 205630512090340. <https://doi.org/10.1177/2056305120903408>
- WANG**, Xuejiao ve **ZHANG**, Wenting (2024). Artificial intelligence technology empowers visualization and teaching of digital news communication. **Applied Mathematics and Nonlinear Sciences**. 9(1) <https://doi.org/10.2478/amns-2024-3104>
- WANG**, Yin ve **Lİ**, Ping (2022). Development and Strategy Analysis of Short Video News Dissemination under the Background of Artificial Intelligence. *Mobile Information Systems*, 2022(1), 2750925.
- WARDLE**, Claire (2020), **Verification Handbook For Disinformation And Media Manipulation** (Editör: Craig Silverman), The Age of Information Disorder, European Journalism Centre.
- WARDLE**, Claire ve **DERAKHSHAN** Hossein, (2017). Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework For Research and Policy making. (Vol. 27, pp. 1-107). **Strasbourg**: Council of Europe.
- WESTERLUND**, Mika (2019). The Emergence of Deepfake Technology: A Review. **Technology Innovation Management Review**, 9, 11, 39-52.
- WHO** (World Health Organization) (15 Şubat 2020). **Münih Güvenlik Konferansı**, [web sitesi] <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/munich-security-conference> Erişim Tarihi: 30 Ekim 2024
- WIKİPEDIA** (2024) **Sosyal Medya**, [web sitesi]. https://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya Erişim Tarihi: 10 Ekim 2024
- WIKİPEDIA** (2024), **Dezenformasyon**, [web sitesi]. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Dezenformasyon> Erişim Tarihi: 12 Ekim 2024
- YADAV**, Jaya, **SHUKLA**, Shruti, **SHARMA**, Kanika, **SONİ**, Nupur, **AGARWAL**, Shruti ve **CHANDRA PATHAK**, Prabhash (2022), **Frontiers in Artificial Intelligence and Applications, 3rd International Conference on Computation, Automation and Knowledge Management (ICCAKM)**, Dubai, Birleşik Arap Emirlikleri, pp. 1-6, <https://doi.org/10.1109/ICCAKM54721.2022.9990098>.

- YAPAR GÖNENÇ**, Aslı. (2012). Medya ve Haber, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, (14). <https://doi.org/10.17064/iüifhd.74643>
- YENİÇIKTI**, Nagihan Tufan (2014) İletişimsel Eylem Ve Facebook: Gezi Parkı Olaylarında Sosyal Medyanın Gücü. **Selçuk İletişim**, 8(2), 263-284. <https://doi.org/10.18094/si.38444>
- YENİVATAN** (22 Ekim 2022). **Şimdiye Kadarki Bütün Hareketlerini Unutun: Biden "Pes" Dedirtti** [web sitesi] <https://www.yenivatan.com.au/haber/simdiye-kadarki-butun-hareketlerini-unutun-biden-pes-dedirtti-1122> Erişim Tarihi: 6 Kasım 2024
- YERLİKAYA**, Turgay ve **TOKER ASLAN**, Seca. (2020), Social Media and Fake News in the Post-Truth Era: The Manipulation of Politics in the Election Process. **Insight Turkey**, 22(2), 177-196, <https://doi.org/10.25253/99.2020222.11>
- YILDIRIM**, Ali ve **ŞİMŞEK**, Hasan.(2021), Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, 12. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık
- YILDIRIM**, Gönül, **TAŞKIN**, Hasan ve **KOÇ**, Mahmut. (2020). **Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Gazetecilik Alanı Haber Toplama ve Yazma Ders Kitabı**, Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı
- YILDIRIM**, Ömer (3 Kasım 2019). **Doğruluk ve Gerçeklik Nedir? Doğruluk ve Gerçeklik Arasındaki Fark** [web sitesi] <https://www.felsefe.gen.tr/dogruluk-ve-gerceklik-nedir-arasindaki-fark/> Erişim Tarihi: 12.10.2024.
- YILMAZ**, Atınç (2020). **Yapay Zekâ**, 7. Baskı, İstanbul: KODLAB Yayın Dağıtım
- YILMAZ**, Atınç ve **KAYA**, Umut (2019), **Derin Öğrenme** (Editörler: İrem Soylu, Gizem Aksan) İstanbul: KODLAB Yayın Dağıtım
- YURDİGÜL**, Yusuf, (2013). **Habercinin Kimliği: Türkiye’de Haber Emekçilerinin Demografik Haritası**, İstanbul: Arı Sanat Yayınları
- YÜKSEL**, Erkan ve **GÜRCAN**, Halil İbrahim. (2005). **Haber Toplama ve Yazma**. Konya: Tablet Kitapevi
- YÜKSEL**, Erkan, (2018). **Haberciliğin Temel Kavramları**. Halil İbrahim Gürcan (ed.), Temel Kavramlar (ss. 49-75). İçinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi
- ZENGİN**, Ferhat (2020). Akıllı Makine Çağı Sinemasına Giriş: Sinema Sanatında Yapay Zekâ Teknolojilerinin kullanımı. **İletişim Çalışmaları Dergisi**, 6(2), 151-177.
- ZHANG**, Jun, **CAI**, Yuke, **XIANG**, Yanling ve **SUN**, Dapeng. (2024). Reconstruction and Integration: The Impact of Artificial Intelligence Generated Content on News Production. **Lecture Notes in Education Psychology and Public Media**. 50. 162-170. <https://doi10.54254/2753-7048/50/20240923>
- ZİNDEREN**, İbrahim Ethem (2024), **Temel Gazetecilik Kavramlar, Teknikler, Yenilikler** (Editör: Yavuz Bayram), Yapay Zekâ ve Gazetecilik İlişkisi (ss. 649–668) içinde. Akademisyen Kitabevi

ZİRAAT Bankası, (31 Aralık 2020), **Sen Hep Gülümse**, [web site]

[https://www.youtube.com/watch?v=fPiwmoxa0QE&ab_channel=ZiraatBankas%C4](https://www.youtube.com/watch?v=fPiwmoxa0QE&ab_channel=ZiraatBankas%C4%B1)

[%B1](https://www.youtube.com/watch?v=fPiwmoxa0QE&ab_channel=ZiraatBankas%C4%B1) Erişim Tarihi: 18 Nisan 2025

