

Siyasal İletişimde Yapay Zekâ Etkisi ve Deepfake (Derin Sahte) Dezenformasyonu: 2024 ABD Başkanlık Seçimleri Örneği

→ Hande ULUSOY* → Çağla KAYA İLHAN**

Öz

Bu çalışmada, ABD seçim kampanyaları sürecinde dolaşıma giren siyasi derin sahte içerikleri analiz ederek, derin sahte içeriklerin yoğunluğunu, dolaşıma sokuldukları mecraları, derin sahte içeriklerin türlerini, hedef aldıkları siyasi aktörleri, derin sahte içeriklerin duygu tonunu ve söz konusu içeriklerin özelliklerini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda, internet tabanlı bilgi kaynakları sunan Snopes, AFP, Politifact, Logically, Full Fact ve Teyit doğrulama platformlarından elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Yeni nesil dezenformasyon biçimi olarak dikkat çeken derin sahte içeriklere ABD seçim kampanyaları sürecinde kamuoyunu yanlış yönlendirmek amacıyla başvurulduğu görülmüştür. Söz konusu derin sahte içeriklerin sıklıkla X platformunda dolaşıma sokulduğu, fotoğraf ve video-ses derin sahte içerik türlerinin ön plana çıktığı ve hedef aldıkları siyasi aktörlere yönelik olumlu duygu tonu içeren derin sahte içerikler sınırlı kalırken büyük oranda olumsuz duygu tonu oluşturmayı amaçladıkları anlaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Derin Sahte, Dezenformasyon, Siyasal İletişim, Yapay Zekâ, Manipülasyon

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Bölümü, İstanbul, Türkiye

E-mail: hulusoy@gelisim.edu.tr

ORCID:0000-0002-3859-7098

**Doç. Dr., İstanbul Gelişim Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü, İstanbul, Türkiye

E-mail: cakaya@gelisim.edu.tr

ORCID:0000-0003-4674-1851

Artificial Intelligence Effect in Political Communication and Deepfake Disinformation: The Case of 2024 US Presidential Elections

→ Hande ULUSOY → Çağla KAYA İLHAN

Abstract

This study analyzes political deepfakes that circulated during the election campaigns in the United States. The study aims to reveal the intensity of deepfakes, the channels in which they are circulated, the types of deepfakes, the political actors they target, the emotional tone of deepfakes and the characteristics of the content in question. In this respect, the data obtained from Snopes, AFP, Politifact, Logically, Full Fact and Teyit verification platforms, which provide internet-based information sources, were analysed by content analysis method. It has been revealed that deepfakes, which attract attention as a new generation form of disinformation, were used to mislead the public opinion during the US election campaigns. It was understood that these deepfakes were frequently circulated on the X platform, photo and video-audio deepfakes were prominent, and while deepfakes with a positive emotional tone towards the targeted political actors were limited, they aimed to create a negative emotional tone to a great extent.

Keywords: Deepfake, Disinformation, Political Communication, Artificial Intelligence, Manipulation

1. Giriş

Son yıllarda sosyal medya mecralarında dezenformasyon nitelikli içeriklerin yayılım hızındaki artış kamusal alan oluşumunda demokrasiyi tehdit eden bir unsur olarak dikkat çekmektedir. Sosyal medyada politik botlar ve suni kamuoyu oluşturma gibi teknikler kullanılarak yayılan dezenformasyonun seçim dönemlerinde dünyanın birçok ülkesinde seçmen davranışlarını etkilemeyi amaçladığı artık bilinen bir gerçektir (Toker, 2019, s. 1). Yapay zekâ (AI) teknolojilerinin gelişimi ile birlikte ortaya çıkan deepfake (derin sahte) içerikler de seçim dönemlerinde siyasi aktörleri hedef alarak demokratik işleyişin önünde engel oluşturabilmektedir. Oldukça inandırıcı fotoğraf, video ve ses manipülasyonlarına olanak tanıyan yapısıyla gerçek ile sahte arasındaki ayrımı bulanıklaştıran derin sahte içerikler, yeni nesil dezenformasyon biçimi olarak gündeme gelmektedir.

Bu çalışmada, ABD'deki seçim kampanyaları sürecinde dolaşıma giren siyasi derin sahte içerikler incelenmektedir. Çalışmanın amacı, 1 Ocak 2024 – 29 Temmuz 2024 tarihleri arasında dolaşıma giren siyasi derin sahte içeriklerin yoğunluğunu, derin sahte içeriklerin türlerini, hedef aldıkları siyasi aktörleri, dolaşıma sokuldukları mecraları ve içeriklerin duygu tonunu ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda, dezenformasyonuna yönelik internet tabanlı bilgi kaynakları sunan Snopes, AFP, Politifact, Logically, Full Fact ve Teyit doğrulama platformlarında yer alan ilgili derin sahte içerikler, içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Çalışmada ilk olarak yapay zekâ ve derin sahte kavramı ele alınmakta yapay zekânın tanımı, tarihsel gelişimi ve yapay zekâ aracılığıyla üretilen derin sahte teknolojisinin kapsamı serimlenmektedir. Ardından siyasal iletişim ve derin sahte dezenformasyonu başlığı altında dezenformasyon kavramına ve dezenformasyon türlerine değinildikten sonra siyasal iletişimde derin sahte dezenformasyonunun yol açtığı risklere yer verilmektedir. Doğrulama platformları üzerinden elde edilen siyasi derin sahte içeriklerin analiz edildiği son kısımda ise ABD seçimleriyle ilişkili derin sahte içeriklerin yoğunluğu, derin sahte içeriklerin türleri, hedef aldıkları siyasi aktörlere yönelik bulgulara yer verilmekte ve örnek derin sahte içerikler yorumlanmaktadır.

2. Yapay Zekâ ve Derin Sahte Kavramı

Gündelik yaşamın birçok alanında yer edinen yapay zekâ en basit hâliyle “insan tarafından yapıldığında zekâ olarak adlandırılan davranışların, makine tarafından da yapılması” biçiminde ifade edilmektedir (Dereli, 2020, s. 115). Jatin Borana (2016, s. 64) yapay zekâyı karmaşık sorunları çözmek için yapay bir varlık tarafından sergilenen zekâ olarak tanımlamaktadır Kaplan ve Haenlein’e göre (2019) ise yapay zekâ bir sistemin dış verileri doğru bir şekilde yorumlama, bu verilerden öğrenme ve esnek adaptasyon yoluyla belirli hedeflere ve görevlere ulaşmak için bu öğrenmeleri kullanma yeteneğidir (Akt. Barnect ve Lütge, 2021, s. 8). Tanımlardan yola çıkarak yapay zekânın insan zihnini taklit etmek ve hatta ondan daha iyi performans göstermek amacıyla geliştirildiğini belirtmek mümkündür.

Yapay zekâ, her ne kadar yeni bir kavram olarak hayatımıza girmiş olsa da Antik Çağ’dan bu yana insanoğlunun düşünü kurduğu bir teknoloji olduğu görülmektedir. Yapay zekâ ve insana özgü özelliklere sahip olan akıllı robot düşüncesinin ilk örneklerine Antik Yunan mitlerinde yer alan Ateş Tanrısı Hephaistos’un hikâyesinde rastlanmaktadır (Kapır, 2020, s. 78). Homeros’un İlyada adlı destanında bahsettiği Hephaistos, tepeden tırnağa tunçtan oluştuğu belirtilen Talos adında dev bir robot yapmıştır. Destanda, Girit Kralı Minos’a armağan edilen bu robota Girit Adası’nı koruma görevi verildiği ifade edilmektedir (Erhat, 2007). Benzer şekilde, Yunan mitolojisinde mimar, heykeltıraş ve her türlü mekanik araçları yapabilen üstün bir sanatçı olarak betimlenen Daedalus’un “yaşayan heykelleri” ile yapay insan yaratmaya teşebbüs etmesi anlatılmaktadır (Liveley ve Thomas, 2020’den akt. Sarıoğlu ve Develi, 2022, s. 94).

Antik Dönem mitolojisinde izlerine rastlanan yapay zekâ hayalinin 17. yüzyılda gerek düşünsel altyapısı gerekse atılan ilk adımlar bağlamında daha sağlam temellere oturmaya başladığını söylemek mümkündür. Dönemin ünlü filozoflarından biri olan ve 1596 ile 1650 yılları arasında yaşadığı bilinen Descartes’in, insanı saate benzeyen bir düzenek ile çalışan makinelere benzetmesi yapay zekânın düşünsel temellerine işaret etmesi bakımından dikkat çekicidir (Coşkun ve Gülleroğlu, 2021, s. 948). Yapay zekâya yönelik somut adımların izine ise İngiliz matematikçi Charles Babbage’nin bazı zeki davranışlar göstermesini amaçladığı birtakım makineler üzerinde yapılan deneylerde rastlanmaktadır. (Dereli, 2020, s. 118). Babbage’nin (1792-1871),

matematiksel işlemleri yapabilme özelliğine sahip olan “Fark Motoru” adını verdiği hesap makinesini geliştirmesi ile insana ait zihinsel özellikler taklit edilmiştir (Coşkun ve Gülleroğlu, 2021, s. 948).

Modern anlamda yapay zekâya yönelik çalışmaların dikkat çekmesi ise İkinci Dünya Savaşı sırasında söz konusu olmuştur. Alan Mathison Turing, İkinci Dünya Savaşı’nda Alman gizli haberleşme sistemindeki şifreleri çözen “Bombe” isimli bir sistem geliştirmiştir. Bu dönemde gerçekleştirdiği çalışmalar ile modern bilgisayarın ve yapay zekâ fikrinin öncü figürlerinden biri hâline gelen Turing, 1950 yılında Mind dergisinde yayımlanan “Bilgisayar Mekanizması ve Zekâ” (Computing Machinery and Intelligence) makalesinde, yapay zekâ çalışmalarının başlangıcı kabul edilebilecek Turing Testi’ni tanıtmıştır (Topal, 2017, s. 1345). “Makineler düşünebilir mi?” sorusuna yanıt arayan ve taklit oyunu olarak da bilinen Turing Testi’nde oyuncular bir insan, bir makine ve bir sorgucudan oluşmaktadır. Sorgucu, makine ve insanla yazılı olarak gerçekleştirdiği iletişim sonucunda bilgisayarın insan gibi davranıp davranmadığını belirlemeye çalışmaktadır (Taştan, 2024, s. 326). Test sonucunda, eğer sorgucu, makineyle mi yoksa insanla mı iletişim kurduğunu ayırt edemezse makinenin Turing Testi’ni geçtiği kabul edilmektedir. Alan Turing’in geliştirdiği bu test, bir makinenin zekâ yeteneğini ölçmek için belirlenen ilk standart olarak kabul edilmektedir (Kurtuluş, 2023).

Yapay zekâ ile ilgili düşünsel temeller ve ilk adımlar daha önceye dayan- sa da literatürde ilk kez “yapay zekâ” kavramının kullanılması 1956 yılına uzanmaktadır. Yapay zekâ kavramının ilk kez, 1956 yılında Dartmouth’ta düzenlenen konferans sonrasında ortaya koyulan; “The Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence” başlıklı araştırma raporunda geçtiği bilinmektedir (Dereli, 2020, s. 119). 1980’li yıllarda yapay zekâ endüstriyel bir bilim hâline gelmiş, 1987 yılında ise bir bilim dalı olarak kabul edilmiştir. İnternetin yaygınlaşması ile birlikte, özellikle 1990’lı yılların sonlarına doğru yapay zekâ tabanlı programların gelişimi de hız kazanmıştır (Kırık ve Özkoçak, 2023, s. 77). Öyle ki 2000- 2005 yılları arasında robot oyuncakların piyasaya sürülmesiyle birlikte birçok elektronik cihazda yapay zekâ uygulamaları kullanılmaya başlanmıştır (Pirim, 2006’dan akt. Kırık ve Özkoçak, 2023, ss. 77-78). Günümüzde ise Google, IBM, Samsung, Intel ve Apple gibi şirketlerin büyük yatırımlar yaptığı bir alan olan yapay zekâ teknolojileri veri işleme, metin işleme, ses işleme, görüntü işleme, otonom araçlar, siber gü-

venlik, sağlık, finans ve bankacılık gibi birçok alanda yaygın ve işlevsel bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır.

Yapay zekânın görüntü işleme alanında kullanılmasıyla birlikte derin sahte teknolojisinin de gelişmeye başladığını söylemek mümkündür. “Deep learning” (derin öğrenme) ve “fake” (sahte) kelimelerinin birleşiminden oluşan derin sahte kavramı en genel biçimde yapay zekâ uygulamaları aracılığıyla üretilen ve gerçeğinden ayırt edilmesi oldukça zor olan sahte fotoğraf, ses ve videoları tanımlamak için kullanılmaktadır.

Deepfake olarak da adlandırılan derin sahte teknolojisi, yapay zekâyâ ve alt kümelerine, yani makine öğrenimine ve derin öğrenmeye dayanmaktadır (Yıldırım ve Yolcu, 2022, s. 65). Deepfake içerikler literatürde kimi zaman “sentetik medya” kavramıyla ifade edilse de bütünüyle birbirlerini karşılayan kavramlar olmadıklarını belirtmek gerekir. Sentetik medya, yapay zekâ veya makine öğrenimi kullanılarak kısmen ya da tamamen oluşturulmuş video, görüntü, metin veya ses gibi her türlü içeriği tanımlamak için kullanılan kapsamlı bir kavramdır. Sentetik medya türleri, yapay zekâ ile yazılmış müzik, OpenAI’nin ChatGPT’si gibi metin üretimi, bilgisayar tarafından üretilen görüntüler (CGI), sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR) ve ses sentezinden oluşabilmektedir. Derin sahte içerikler ise görüntü, ses ve video gibi ikna edici sahte içerikler oluşturmak için görsel veya işitsel bilgileri manipüle etmeye ya da değiştirmeye odaklanan sentetik medyanın belirli bir alt kümesidir (Askari, 2023). Dolayısıyla, sentetik medya kavramını derin sahte teknolojisini de kapsayan şemsiye bir kavram olarak ifade etmek mümkündür.

Derin sahte kavramı ilk kez 2017 yılının sonlarında “deepfakes” isimli bir Reddit kullanıcısının paylaşımları ile gündeme gelmiştir. 2018 yılının şubat ayında kullanıcı derin sahte teknolojisi ile oluşturulmuş cinsel içerikli paylaşımları nedeniyle Reddit tarafından engellenmiştir (Kirchengast, 2020, s. 4). Yüzleri kendilerinden izin alınmadan başkalarına aktarılan aktörler, şarkıcılar ve politikacılar gibi ünlü kişiler derin sahte teknolojisinin ilk hedefleri olmuştur. Günümüzde ise derin sahte teknolojisi kullanılarak oluşturulan farklı türlerde içerikler hızla yaygınlaşmaktadır.

Javahir Askari (2023), derin sahte içeriklerin uygulamada üç yaygın biçimde görüldüğünü belirtmektedir. Bunlar:

Yeniden Yüz Canlandırma (Face Re-enactment): Gerçek bir kişinin yüzünün özelliklerini manipüle etmek için gelişmiş yazılımlar kullanarak yüzün yeniden canlandırılması ya da hareketlendirilmesi.

Yüz Oluşturma (Face Generation): Çok sayıda gerçek yüze ait verinin görüntülerini kullanarak gerçek bir kişiye ait olmayan tamamen yeni yüz görüntüleri oluşturmak için gelişmiş yazılımların kullanımı.

Ses Sentezi (Speech Synthesis): Birinin sesinin bir modelini oluşturmak için gelişmiş yazılımların kullanımı şeklinde belirtilmektedir.

Kietzmann vd. (2019, s. 8) ise derin sahte içerik türlerini dört ana başlık altında ele almakta ve bunları fotoğraf, video, ses ile ses ve video derin sahte içerikler olarak sınıflandırmaktadırlar. Tablo 1'de derin sahte türlerine ve işlevlerine ilişkin bilgilere yer verilmektedir.

Derin Sahte Türü	İşlevi
Fotoğraf	Yüz ve Beden Değişirme Bir Yüz Üzerinde Değişiklik Yapmak, Yüzü (veya Bedeni) Başka Birinin Yüzüyle (veya Bedeniyle) Değiştirmek veya Karıştırmak
Ses	Ses Değişirme Bir Kişinin Sesini Değiştirmek veya Başka Birinin Sesini Taklit Etmek
	Metinden Sese Dönüştürme Yeni Bir Metin Üzerinden Hedef Alınan Sesi Konuşturmak
Video	Yüz Değişirme Bir Videodaki Birinin Yüzünü Başka Birinin Yüzüyle Değiştirmek
	Görsel Hareketlerin Değişimi Bir Kişinin Görsel Hareketlerini Başka Bir Kişinin Yüzü ve Bedenine Aktararak Yansıtmak
	Yüz Biçimlendirme Bir Kişinin Yüzünü Kusursuz Bir Geçişle Başka Bir Yüze Dönüştürmek ya da Birden Fazla Kişinin Yüzünün Özelliklerini Tek Bir Görüntüde Birleştirmek
Ses ve Video	Dudak Senkronizasyonu Videoda Bir Kişinin Ağız Hareketlerini ve Söylediği Kelimeleri Değiştirmek

Tablo 1. Derin Sahte Türleri ve İşlevleri

Kaynak: (Kietzmann vd., 2019, s. 8)

Görüntü işleme yöntemleri ve derin öğrenme teknolojisi kullanılarak fotoğraf, video ve ses sentezi gibi farklı biçimlerde üretilen ve insan gözüyle kolay-

ca yakalanamayan derin sahte içerikler sesleri, “görüntüleri ve video klipleri birleştiren, değiştiren ve üst üste koyan yapay zekâ uygulamalarının bir ürünüdür” (Yıldırım ve Yolcu, 2022, s. 65).

Derin sahtelerin popülaritesi, toplumsal etkileri ve kötüye kullanım potansiyelleri konusunda pek çok endişeyi de beraberinde getirmektedir. Bunlar arasında şantaj ve taciz, rıza dışı pornografi ve hileli finansal işlemlere yol açmak amacıyla kimlik sahteciliği için kullanılma potansiyelleri yer almaktadır. Derin sahte içeriklerin ilk örnekleri siyasi liderler, aktrisler, komedyenler ve şovmenlerin yüzlerinin cinsel içerikli videolara yerleştirilmesine odaklanırken (Hasan ve Salah, 2019), gelecekte derin sahtelerin intikam pornosu, zorbalık, mahkemelerde sahte video kanıtları, siyasi sabotaj, terör propagandası, şantaj, piyasa manipülasyonu ve sahte haberler için giderek daha fazla kullanılması muhtemeldir (Maras ve Alexandrou, 2019). Öte yandan, derin sahte teknolojisinin dezenformasyon yayılımındaki güçlü etkisi, kamuoyunu yanlış yönlendirmek ve seçim sonuçlarına müdahale etmek amacıyla derin sahte içeriklerin siyasal iletişimde manipülatif bir araç olarak kullanılma tehlikesini de gündeme getirmektedir.

3. Siyasal İletişim ve Derin Sahte Dezenformasyonu

Derin sahte teknolojisi, yapay zekânın görüntü işleme konusundaki başarısını etkili bir şekilde gözler önüne sererken sosyal medya mecralarında hızla geniş kitlelere ulaşabilen derin sahte içerikler, gerçek ve sahte arasındaki ayrımı bulanıklaştırarak yanlış bilgi yayılımı konusunda ciddi riskleri beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, doğru bilginin tespitinin giderek zorlaştığı günümüz toplumlarında derin sahte içeriklerin de dolaşıma girmesiyle dezenformasyonun boyutlarının arttığını söylemek mümkündür. Çalışmanın ana konusu olan siyasal iletişimde derin sahte dezenformasyonunun etkisine değinmeden önce yanlış bilginin ve bir yanlış bilgi türü olan dezenformasyonun tanımına yer vermek önem taşımaktadır.

Yanlış ya da yanıltıcı bilginin tanımlanmasına ilişkin tek bir kavramsallaştırmanın bulunmadığı; dijitalleşme ile birlikte yoğunluğu artan bilgi bозukluklarını tanımlama girişimlerinde bir uzlaşının söz konusu olmadığı görülmektedir. Yanlış ve yanıltıcı içerikleri tanımlamak için sıklıkla kullanılan İngilizcedeki “Fake News” kavramı, “sahte” anlamına gelen “fake” ve “haber” anlamına gelen “news” kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluştu-

rulmuş, Türkçede ise sahte haber ve yalan haber kavramlaştırılmalarıyla yer edinmiştir.

Yalan haber kavramı insanları yanlış yönlendirebilecek biçimde tasarlanan, yanlış veya yanıltıcı iddiaların kasıtlı olarak haber gibi sunulması olarak tanımlanmaktadır (Gelfert, 2018, s. 108). Hölig ve Hasebrink'e (2018) göre, yalan/sahte haberler, çoğunlukla politik görüşler üzerinde etki oluşturmak amacıyla yayılan, haber gibi görünen ancak düzmece ve sahte hikâyelerden oluşan içeriği ifade etmek için kullanılmaktadır (Akt. Nisan ve Kara, 2022, s. 116).

Yalan haber ya da sahte haber kavramlarının aşırı bilgi akışı ile karşı karşıya kaldığımız günümüzde ortaya çıkan bilgi bozukluğunu ifade etmekte yetersiz kaldığı görüşünü savunanlar da bulunmaktadır. Claire Wardle (2023), 2017 yılında yılın sözcüğü seçilen ve yanlış/yanıltıcı bilgilere karşı farkındalık yaratmak amacıyla sıklıkla kullanılan sahte haber kavramının, içinde bulunduğumuz sorunu tam olarak yansıtmadığını belirtmektedir. Dijital mecralarda dolaşıma sokulan ve sahte haber olarak nitelendirilen birçok içerik, Wardle'ın deyimiyile "... aslında sahte değil, bağlamından koparılarak kullanılan gerçek içeriklerdi ve nadiren haber gibi görünüyordular" (Wardle, 2023, s. 38). Wardle'ın ifadelerinden yola çıkarak, yalan/sahte haber kavramsallaştırmasının altında yatan temel sorunlardan birinin bilgi bozukluklarını "yalan" ya da "sahte" bilgilerle sınırlı tutan bir çağrışıma yol açması olduğunu söylemek mümkündür. Kasıtlı ya da kasıtsız olarak dolaşıma sokulan her yanıltıcı içerik "yalan" ya da "sahte" bilgiler sunmamakta, kimi zaman bağlamından kopartılan gerçek bilgiler de kamuoyunu yanlış yönlendirebilmektedir.

Yalan/sahte haber kavramsallaştırmasındaki bir diğer çelişki ise haberin gerçeklik ve doğruluk ile kurulan ilişkisine dayanmaktadır. Gerçeği olduğu gibi yansıtmak ve saptırmamak olarak ifade edilen doğruluk kavramı, haberin önde gelen ilkelerinden biridir (Bülbül, 2001, s. 43). Yalan/sahte haber kavramsallaştırmasına değinen Channel 4 Haber Müdürü Dorothy Byrne, "sahte haber" diye bir şeyin olmadığını belirtmektedir. Byrne'a göre bir içerik, "sahte ise haber olamaz çünkü haberler gerçekten olan bir şeyle ilgilidir" (Akt. Tarran, 2017).

Yalan/sahte haber kavramının bilgi kirliliğinin boyutlarını açıklamakta yetersiz kaldığını dile getiren Wardle, sahte haber kavramı yerine bilgi bozukluğu

şemsiye kavramı altında dezenformasyon, mezenformasyon ve malenformasyon kavramlarını kullanmayı önermektedir (Wardle, 2023, s. 38). Dezenformasyon ve mezenformasyon kavramlarının her ikisi de yanlış veya yanıltıcı bilgileri ifade etmektedir. Ancak, dezenformasyon kasıtlı olarak bir kişi ya da kuruma zarar verme niyetiyle dolaşıma sokulurken mezenformasyon, yanlış ve yanıltıcı bilginin kasit olmaksızın paylaşılması olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir bilgi bozukluğu türü olan malenformasyonda ise yanlış bilgi bulunmamakta, genellikle gizli kalması gereken doğru bilgi, bir kişi ya da kuruma zarar vermek amacıyla kamusal alana taşınmaktadır (Wardle ve Derakhshan, 2017, s. 5).

Sosyal medya mecralarının ve internetin habere ulaşmada sıklıkla kullanılan alanlara dönüşmesi bir yandan bilgiye erişim kanallarını çeşitlendirirken diğer yandan herhangi bir editoryal denetimden geçmeyen aşırı bilgi yoğunluğunun bulunduğu bu alanlar, doğru bilginin yanı sıra yanlış bilgiye maruz kalma ihtimalini de arttırmaktadır. Günümüzde sosyal medya mecraları siyasal iletişim alanında da yaygın olarak kullanılmakta “farklı sosyal medya ortamları, siyasal etkinliklerde bulunmak için farklı fırsatlar ve imkânlar sunmaktadır” (Erkan ve Ayhan, 2018, s. 209). En genel biçimde siyasal iletişimi, “farklı aktörler tarafından dile getirilen ve medya tarafından aktarılan siyasal söylemlerin üretimi ve değişimine ilişkin akla gelebilecek her şey” olarak tanımlamak mümkündür (Özsoy, 2009, s. 22). Siyasal söylemlerin üretimi ve paylaşımında yoğun bir şekilde kullanılan sosyal medya, siyasi enformasyon kadar dezenformasyonun da kaynağı hâline gelmiştir. Özellikle seçim dönemlerinde yoğunlaşan dezenformasyon nitelikli siyasal iletişim paylaşımları bu dönemlerde bilgi kirliliğinin de artmasına yol açmaktadır (Erkan ve Ayhan, 2018, s. 209).

Siyasal iletişimde yanlış bilgi yayılımının bir boyutu da derin öğrenme ve görüntü işleme teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte son dönemde yaygınlık kazanan derin sahte teknolojiyle ortaya çıkmaktadır. Derin sahte teknolojinin sunduğu olanaklar, kötü niyetli derin sahte üreticilerine manipülasyona ve dezenformasyona başvurarak kamuoyunu yanlış yönlendirme imkânı vermektedir. Temel görüntü işleme teknolojileriyle fotoğraf ve videolar üzerine yapılan, tespiti görece kolay olan manipülatif içerikler yapay zekâ teknolojilerinin gelişimi ile birlikte artık kolayca ayırt edilemeyecek bir boyuta ulaşmıştır. Günümüzde, basit görsel manipülasyonları içeren cheapfake

(ucuz sahte) içeriklerin yanı sıra çok daha gerçekçi fotoğraf, video ve ses manipülasyonları içeren derin sahte içerikler yeni nesil yanlış bilgi türü olarak kabul edilebilir.

Özellikle seçim dönemlerinde, siyasi liderlere yönelik üretilen derin sahte içeriklerinin artışı siyasal iletişimde derin sahte dezenformasyonuna yönelik çalışmaların önemini daha da arttırmaktadır. Kötü niyetle yayılan dezenformasyon nitelikli derin sahteler ile seçim sonuçlarını etkilemek amacıyla bir siyasi parti liderinin gerçekte hiç yapmadığı konuşmalar ses ve dudak senkronizasyonu yoluyla gerçek gibi gösterilebilmekte, siyasi aktörlerin gerçekte hiç var olmayan video ve görselleri oluşturulabilmektedir.

Derin sahte içerikler konusunda endişe yaratan durumlardan birinin de ülkelerin seçim güvenliğinin sağlanmasına yönelik olduğunu belirten Westerlud, söz konusu içeriklerin topluma ve siyasi sisteme yönelik risklerini şu dört madde ile ifade etmektedir (Westerlud, 2019, s. 42):

1. Gerçeği sahte haberlerden ayırmak için mücadele eden gazetecileri engeller üzerinde baskı oluşturur.
2. Propaganda yayarak ve seçimlere müdahale ederek ulusal güvenliği tehdit ederler.
3. Vatandaşların bilgiye olan güvenini engellerler.
4. İnsanlar ve kuruluşlar için siber güvenlik sorunları yaratır.

Benzer şekilde, derin sahte teknolojisinin ortaya çıkışının çeşitli alanlarda yol açtığı derin toplumsal etkileri olduğunu belirten Yazdinejad ve arkadaşları (2020), derin sahte içeriklerin siyasi aktörlerin sahte videolarını veya ses kliplerini yayarak adaylara olan güveni sarsabileceğini, kamusal tartışmaları çarpıtabileceğini ve demokratik süreci sekteye uğratabileceğini belirtmektedirler (Akt. Al-Khazraji, 2023, s. 434). Öte yandan, derin sahte videolar, bireysel itibarı zedeleme potansiyeline de sahiptir (Karakoç ve Zeybek, 2022, s. 56). Ünlüler ve siyasi aktörler söz konusu olduğunda derin sahtelerin kişileri karalamak ya da itibarlarını zedelemek amacıyla kullanılabilirdiği de görülmektedir.

4. Araştırma Soruları

Bu çalışmanın temel amacı, ABD'deki seçim kampanyaları sürecinde dolaşıma giren siyasi derin sahte içeriklerin özelliklerini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda, çalışmanın alt araştırma soruları şu şekilde belirlenmiştir:

S1: Derin sahte içeriklerin miktarı nedir?

S2: Derin sahte içeriklerin türleri nelerdir?

S3: Derin sahte içeriklerin ilişkili olduğu aktörler kimlerdir?

S4: Derin sahte içeriklerin dolaşıma sokuldukları sosyal medya mecraları nelerdir?

S5: Derin sahte içeriklerin siyasi aktörlere yönelik duygu tonu nasıldır?

5. Araştırmanın Yöntem ve Sınırlılıkları

Bu çalışmada, 1 Ocak 2024 – 29 Temmuz 2024 tarihleri arasında, dezenformasyon nitelikli içeriklerin yanı sıra derin sahte içeriklere yönelik internet tabanlı bilgi kaynakları sunan teyit/doğrulama platformlarının yer verdiği ABD seçimleri ile ilgili derin sahte içerikler, nicel ve nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Sosyal bilimler araştırmalarında sıklıkla kullanılan bir araştırma yöntemi olan içerik analizi gazetecilik ve iletişim çalışmalarında yoğun olarak tercih edilmektedir. Nuendorf (2002, s. 1), içerik analizini, "insan etkileşimlerinin, gazete içeriklerinin, televizyon programlarının, roman ve filmlerdeki karakterlerin betimlenmesine, politik konuşmalarda ve haberlerde kullanılan kelimelerin incelenmesine ve daha birçok konuda kayıtlı metinlerin araştırılmasına yarayan" bir yöntem olarak tanımlamaktadır. Berelson (1952), içerik analizini, iletişim içeriğinin tarafsız, sistematik ve nicel betimlemesini yapan bir araştırma yöntemi şeklinde ifade etmektedir (Akt. Bengtsson, 2016, s. 9). Alanka ise içerik analizi yöntemini, "insanların yazdıklarının ve söylediklerinin nicelleştirilmesi, sayısallaştırılması süreci" olarak tarif etmektedir (2024, s. 69). Öte yandan, 1970'lerin ardından sıklıkla nicel ve nitel içerik analizi yöntemlerinin bir arada kullanılmaya başlandığını belirten Besim Yıldırım, bu tarihten sonra içerik analizinde niteliği de vurgulayarak medya metninin üretim bağlamlarına ve anlamlarına yönelik çıkarsamaları da kapsayan daha bütünlüyci bir tanıma kavuştuğunu ifade etmektedir (2015, ss. 117-121).

Nitel içerik analizi, genel olarak yorumlayıcı (hermeneutik) yaklaşıma dayanır ve metni anlama, yorumlama ön plandadır; nicel içerik analizine karşı bir model olarak değil, onu tamamlayıcı ve bir model olarak kabul edilmektedir (Yüksel, 2019, s. 140). İçerik analizi yönteminin temelinde yazılanların ya da söylenenlerin kategorileştirilerek hangi sıklıkla kullanıldıklarının incelenmesi yatmaktadır (Simon, 1985'den akt. Alanka, 2024, s. 69).

ABD başkanlık seçimleri sürecinde dolaşıma sokulan derin sahte içerikleri incelemeyi amaçlayan bu çalışmada öncelikle içerik analizi için çalışmanın alt amaçları kısmında yer verilen sorular doğrultusunda kategoriler ve kodlama kılavuzu oluşturulmuştur. Kodlama kılavuzunda yer verilen kategoriler şu şekildedir: Derin sahte içeriklerin türü, derin sahte içeriklerin ilgili olduğu siyasi aktör, derin sahte içeriklerin dolaşıma sokulduğu sosyal medya mecraları, derin sahte içeriklerin duygu tonu. Kodlamalar sırasında, derin sahte içeriklerin türü belirlenirken Kietzmann ve diğerlerinin (2019) fotoğraf, video, ses ve ses-video derin sahteleri olarak ifade ettikleri sınıflandırmadan faydalanılmıştır. Yanı sıra, siyasi aktörlere yönelik derin sahte içeriklerin taşıdıkları duygu tonu belirlenirken Yüksel ve diğerlerinin (2015) olumlu duygu tonu (memnuniyet, takdir, umut, sevinç, sempati, şefkat, gurur duyma), olumsuz duygu tonu (endişe, kaygı, korku, öfke, şüphe, üzüntü, acıma, iğrenme, nefret) nötr (duygu uyandırmayanlar) şeklinde ifade ettikleri kategoriler referans alınmıştır (Akt. Tok, 2023, s. 154).

Çalışma, 1 Ocak 2024 – 29 Temmuz 2024 tarihleri arasında Snopes, AFP, Politifact, Logically, Full Fact ve Teyit doğrulama platformlarında yer verilen ABD seçim kampanyaları ile ilişkili siyasi derin sahte içeriklerle sınırlıdır. Söz konusu platformlar, ABD seçim kampanyaları sürecinde dolaşıma giren derin sahte içerikler açısından önemli birer kaynak olmaları nedeniyle amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Doğrulama platformlarında derin sahte içeriklere ulaşabilmek için İngilizce yayın yapan platformlar olan Snopes, AFP, Politifact, Logically ve Full Fact'te "deepfake" ve "AI-generated" anahtar kelimeleriyle arama gerçekleştirilirken Türkiye merkezli bir doğrulama platformu olan Teyit'te yapay zekâ ile üretilen içeriklere ulaşmak için "deepfake" ve "yapay zekâ" anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Söz konusu arama sonucunda, ABD seçim kampanyaları ile ilişkili olmayan derin sahte içerikler elenmiş ve ABD seçim kampanyaları ile ilişkili olan 32 siyasi derin sahte içeriğe ulaşılmıştır. Dolayısıyla, 32 siyasi derin sahte içerik çalışmanın

örnekleme alınmıştır. Belirlenen siyasi derin sahte içerikler araştırma soruları çerçevesinde oluşturulan kodlama formu kullanılarak çalışmanın iki yazarı tarafından kodlanmış ve kodlamaların sonuçları karşılaştırılmıştır. Her iki kodlayıcı arasındaki uyum %95 olarak hesaplanmış ve içerik analizi için oluşturulan kategorilerin uygun olduğuna karar verilmiştir.

6. Bulgular ve Yorumlar

Çalışmanın bu bölümünde, önceden belirlenen kategoriler doğrultusunda yapılan içerik analizi sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiş ardından her bir kategoriden örnek derin sahte içerikler nitel analiz yöntemiyle yorumlanmıştır.

6.1. Derin Sahte İçeriklerin Sayısı

ABD seçim kampanyaları sürecinde siyasi derin sahte içeriklerin özelliklerini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada ilk olarak söz konusu içeriklerin yoğunluğu incelenmiştir. Tablo 2’de içerik analizi sonucunda ulaşılan siyasi derin sahte içeriklere yer verilmektedir. Araştırmanın sınırlılıkları kapsamındaki 1 Ocak 2024 – 29 Temmuz 2024 tarihleri arasında ABD seçim kampanyaları kapsamında 32 derin sahte içeriğe ulaşılmıştır.

Platform	Tarih	Başlık
Snopes	23.07.2024	Kamala Harris’in Jeffrey Epstein ile Sahilde Kucaklaştığı Fotoğraf
Snopes	22.07.2024	Kamala Harris’i Jeffrey Epstein ile Gösteren Fotoğraf
Snopes	20.07.2024	Kamala Harris Hiçbir Zaman “Bugün Bugündür ve Dün, Dün Bugündü.” Demedi
Snopes	13.07.2024	Cumhuriyetçilere “En Aptal Seçmen Grubu” Diyen Trump Sesi
Snopes	06.06.2024	Trump’ın “Antisemitizmi Yeniden Büyük Yapın” Dediği Video
Snopes	20.05.2024	Trump’ın Orduda Görev Yaparken Çekilmiş Fotoğrafı
Snopes	29.01.2024	Biden’ın Askeri Üniforma Giydiği Fotoğraflar

Snopes	17.01.2024	Hot Mic, Biden'ı F-15 Savaş Uçaklarıyla Teksas'a Savaş Açmakla Tehdit Ederken Yakaladı
Snopes	08.01.2024	Trump ve Epstein'ı Küçük Bir Kızla Gösteren Fotoğraf
Snopes	01.01.2024	Trump ve Epstein'ın Özel Uçakta Çekilmiş Fotoğrafı
AFP	22.07.2024	Biden'a Yapılan Derin Sahte 2024 Yarışından Çekildikten Sonra İnternette Yayıldı
AFP	04.06.2024	Suç Hükümünün Ardından Yapay Zekâ ile Üretilen Donald Trump Görseli Yayılıyor
AFP	29.04.2024	Biden'ın ABD'nin Asker Alacağını Duyuran Derin Sahte İçerik
AFP	29.04.2024	Joe Biden'ın Yanlışlıkla Rusya'nın Kiev'i 10 Yıldır İşgal Altında Tuttuğunu Söylediği Video
AFP	29.04.2024	Donald Trump'ın Sabıka Fotoğrafı Olduğu Söylenen Görüntüler
AFP	29.04.2024	Ron DeSantis'in Kampanya Videosundaki Trump Fotoğrafları
AFP	26.04.2024	Trump'ın Nijerya Başkan Adayı Peter Obi'yi Desteklediği Video
Politifact	21.07.2024	Video, Joe Biden'ın Adaylıktan Çekildikten Sonraki İlk Konuşmasını Gösteriyor
Politifact	05.06.2024	Joe Biden'ın Özel Danışman Robert Hur ile Yaptığı Görüşmenin Ses Kaydı Sızdırıldı
Politifact	30.05.2024	Fotoğrafta Eski Başkan Donald Trump 30 Mayıs'ta Polis Tarafından Gözaltına Alınırken Görülüyor
Politifact	06.03.2024	Fotoğraf, Donald Trump'ı Amerikan Bayraklarıyla Kaplı Bir Caddede, Arkasında Bir Kalabalıkla Gösteriyor
Politifact	21.01.2024	Başkan Joe Biden, Demokratların New Hampshire Ön Seçimlerinde Oy Kullanmaması Gerektiğini Söyledi

Politifact	13.01.2024	Başkan Joe Biden "Teksas'a Karşı Savaş Açmak" için "F-15'ler Göndereceğini" Söyledi
Teyit	29.07.2024	Kamala Harris ve Jeffrey Epstein'i Garırlırken Gösteren Fotoğraf Gerçek mi?
Teyit	26.03.2024	Video Biden'ın "Sen Seksi Bir Çocuksun." Dediği Anları mı Gösteriyor?
Teyit	14.02.2024	Video Trump'ın "Bağımsız Bir Kürt Devletine Destek" Açıklamasını mı Gösteriyor?
Teyit	30.01.2024	Biden'ı Askeri Üniformayla Gösteren Fotoğraf Gerçek mi?
Logically	22.07.2024	Kamala Harris'in Tutarsız Bir Konuşma Yaptığını İddia Eden Video
Logically	05.07.2024	Aktör Will Smith'in Donald Trump'ı Desteklediği Video
Logically	27.03.2024	Donald Trump'ın Imran Khan'ı Destekleme Sözü Verdiği Video
Full Fact	16.07.2024	Kamala Harris'in Videosundaki Ses Değiştirildi İddiası
Full Fact	08.07.2024	Donald Trump'ın Jeffrey Epstein ve Genç Kızla Çekilmiş Sahte Fotoğrafı

Tablo 2. ABD Seçim Kampanyaları Sürecinde Dolaşıma Giren Siyasi Derin Sahte İçerikler

Araştırma kapsamında incelenen doğrulama platformlarında yer alan siyasi derin sahte içeriklerin oranları ise Tablo 3'te gösterilmektedir. ABD merkezli Snopes, 10 içerik (%31,2) ile siyasi derin sahte içeriklere en sık rastlanan doğrulama platformu olarak öne çıkmaktadır. Bunu sırasıyla, 7 içerik ile Fransa merkezli AFP (%21,9), 6 içerik ile ABD merkezli Politifact (%18,8), 4 içerik ile Türkiye merkezli Teyit (%12,5), 3 içerik ile Birleşik Krallık merkezli Logically (%9,4) ve 2 içerik ile Birleşik Krallık merkezli Full Fact (%6,2) takip etmektedir.

6.2. Derin Sahte İçeriklerin Dolaşıma Sokulduğu Mecralar

Seçim dönemlerinde kasıtlı olarak kamuoyunu yanlış yönlendirmek amacıyla üretilen siyasi derin sahte içeriklerin dolaşıma sokulduğu mecraların hangileri olduğunu ortaya koymak, manipülatif ve yanıltıcı içeriklerin paylaşımı için kullanılan platformların anlaşılması bakımından önem taşımaktadır. Tablo 3'te ABD seçim kampanyaları sürecinde paylaşılan siyasi derin sahte içeriklerin dolaşıma sokuldukları mecralara yer verilmektedir.

Platform Adı	Sayı	Oran (%)
X (Twitter)	23	71,9 %
TikTok	5	15,6 %
Instagram	2	6,2 %
Facebook	1	3,1 %
Diğer	1	3,1 %
Toplam	32	100 %

Tablo 3. Siyasi Derin Sahte İçeriklerin Dolaşıma Sokulduğu Mecralar

Çalışmada ulaşılan 32 içeriğin 23'ünün, başka bir ifadeyle %71,9'unun X Platformu'nda dolaşıma sokulduğu görülmüştür. Bunu sırasıyla, 5 içerik ile TikTok (%15,6), 2 içerik ile Instagram (%6,2) ve 1 içerik ile Facebook (%3,1) takip etmektedir. Yanı sıra 1 içerik ise, robot çağrı olarak seçmenlere yönelik telefon araması şeklinde gerçekleşen derin sahte teknolojisiyle oluşturulmuş ses kaydıyla ilgilidir. Söz konusu içerik "diğer" kategorisinde kodlanmıştır.

6.3. Derin Sahte İçeriklerin Türü

ABD seçim kampanyaları sürecinde dolaşıma giren derin sahte içeriklerin özelliklerini ortaya koymak için söz konusu içeriklerin türünü incelemek önemli görülmüştür. Derin sahte içeriklerin türü kodlanırken Kietzmann ve diğerlerinin (2019) fotoğraf, video, ses ve ses-video derin sahteleri olarak belirledikleri sınıflandırma referans alınmıştır. Öte yandan, araştırma kapsamındaki 32 içerik arasında sadece video olarak nitelendirilebilecek derin sahte içeriklerle karşılaşılmasıdır. Örnekleme dâhil olan video içeriklerin her biri aynı zamanda ses manipülasyonu da içerdiği için video-ses sınıflandırılmasına dâhil edilmiş ve "video derin sahte içerikler" kategorisi tabloda belirtilmemiştir. Tablo 4'te siyasi derin sahte içeriklerin türleri gösterilmektedir.

Derin Sahte İçerik Türü	Sayı	Oran (%)
Fotoğraf	14	43,8 %
Video-Ses	13	40,6 %
Ses	5	15,6 %
Toplam	32	100 %

Tablo 4. Siyasi Derin Sahte İçeriklerin Türleri

ABD seçim kampanyaları sürecinde dolaşıma giren derin sahte içeriklerin türleri incelendiğinde yapay zekâ aracılığıyla üretilen ve bir kişinin gerçek dışı görsellerini içeren ya da yapay zekâ aracılığıyla yüzde, bedende, kişinin bulunduğu ortamda oynamalar yapılan fotoğraf türündeki içeriklerle hem görüntü hem de sesteki değişikliklerin yapıldığı video-ses türündeki içeriklerle ve yalnızca kişinin sesine yönelik manipülasyonları barındıran içeriklerle karşılaşmıştır. Tablo 4'te gösterildiği üzere dijital mecralarda dolaşıma giren siyasi derin sahte içeriklerin 14'ü eş deyişle %43,8'i fotoğraflardan, 13'ü (%40,6) hem video hem sesteki ve 5'i (%15,6) yalnızca ses derin sahte türünden oluşmaktadır. Fotoğraf ve video-ses türlerinin oranlarının birbirine yakın olduğu dikkat çekmektedir.

6.4. Derin Sahte İçeriklerin İlişkili Olduğu Siyasi Aktörler

ABD seçim kampanyaları sürecinde dolaşıma giren derin sahte içeriklerin ilişkili olduğu siyasi aktörlerin incelenmesi, hangi siyasi aktörlere yönelik yanlış ve yanıltıcı derin sahte paylaşımlar yapıldığının anlaşılması bakımından önemlidir. Tablo 5'te siyasi derin sahte içeriklerin ilişkili olduğu aktörlere yer verilmiştir. Örnekleme dâhil edilen 32 içerik incelendikten sonra, siyasi aktörler Donald Trump, Joe Biden, Kamala Harris ve diğer şeklinde kategorilere ayrılmıştır.

Siyasi Aktörler	Sayı	Oran (%)
Donald Trump	15	44,2
Joe Biden	11	32,3
Kamala Harris	6	17,6
Diğer	2	5,2
Toplam	34	100 %

Tablo 5. Siyasi Derin Sahte İçeriklerin İlişkili Olduğu Aktörler

Dijital platformlarda dolaşıma giren derin sahte içeriklerin %44,2 oranında Donald Trump ile ilişkili olduğu bulgusuna ulaşılırken bunu sırasıyla %33,3 ile Joe Biden ile ilişkili içerikler, %17,6 ile Kamala Harris ile ilişkili içerikler ve %5,2 ile diğer siyasi aktörler ile ilişkili içerikler takip etmiştir. Diğer kategorisinde kodlanan 2 içerik, aynı zamanda Donald Trump ile de ilişkili olduğu için her iki kategoride de kodlama gerçekleştirilmiştir. Öte yandan, Kamala Harris ile ilgili derin sahte içeriklerin tamamının başkanlık adaylığının gündeme geldiği Temmuz 2024'te dolaşıma girdiği dikkat çekmektedir.

6.5. Derin Sahte İçeriklerin Duygu Tonu

Derin sahte içeriklerin duygu tonunun belirlenmesinde Yüksel ve diğerlerinin (2015) olumlu duygu tonu (memnuniyet, takdir, umut, sevinç, sempati, şefkat, gurur duyma), olumsuz duygu tonu (endişe, kaygı, korku, öfke, şüphe, üzüntü, acıma, iğrenme, nefret) nötr (duygu uyandırmayanlar) şeklinde ortaya koyduğu kategoriler kullanılmıştır (Akt. Tok, 2023, s. 154). Tablo 6'da derin sahte içeriklerin duygu tonu gösterilmektedir. İncelenen 32 siyasi derin sahte içeriklerden %75'inin (24 içerik) olumsuz duygu tonuna, %16,6'sının (5 içerik) olumlu duygu tonuna ve %9,4'ünün (3 içerik) nötr duygu tonuna sahip olduğu anlaşılmıştır.

Duygu Tonu	Siyasi Aktörler						Sayı	Oran (%)
	Donald Trump		Joe Biden		Kamala Harris			
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)		
Olumlu	3	9,4 %	2	6,2 %	-	-	5	15,6 %
Olumsuz	10	31,2 %	8	25 %	6	18,8 %	24	75 %
Nötr	2	6,2 %	1	3,2 %	-	-	3	9,4 %
Toplam	15	46,8 %	11	34,4 %	6	18,8 %	32	100 %

Tablo 6. Siyasi Derin Sahte İçeriklerin Duygu Tonu

Siyasi aktörler bağlamında derin sahte içeriklerin duygu tonuna bakıldığında ise Cumhuriyetçi Partinin adayı Donald Trump ile ilişkili 15 içerikten, 10'unun

olumsuz duygu çağrışımına sahip olduğu, 3'ünün olumlu duygu tonu içerdiği ve 2'sinin nötr çağrışım yaptığı ortaya çıkmıştır. Mevcut ABD Başkanı Joe Biden'a yönelik içerikler incelendiğinde, 11 içerikten 8'inin olumsuz çağrışımına sahip olduğu, 2'sinin olumlu, 1'inin ise nötr duygu tonunu yansıttığı anlaşılmıştır. Kamala Harris'e yönelik derin sahte içeriklere bakıldığında ise Harris'e yönelik 6 içeriğin tamamının olumsuz duygu tonuna sahip olduğu, olumlu ya da nötr duygu tonu içeren derin sahte içeriğin bulunmadığı görülmüştür.

6.6. Örnek Derin Sahte İçerikler Üzerine Nitel Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın örneklemeine dâhil edilen 32 derin sahte içerikten, farklı siyasi aktörlere yönelik olarak olumlu ve olumsuz duygu tonlarına sahip olan, fotoğraf ve video-ses türündeki örnekler nitel analiz yöntemiyle yorumlanmıştır.

ABD Başkanı Joe Biden'a yönelik olumsuz duygu tonuna sahip derin sahte içeriklerden biri Politifact doğrulama platformunda, "Video, Joe Biden'ın adaylıktan çekildikten sonraki ilk konuşmasını gösteriyor" başlığı ile paylaşılmıştır. Görsel 1'de yer alan içerik, bir sosyal medya kullanıcısı tarafından X platformunda dolaşıma sokulmuştur. Videoda Biden'ın, "Amerikalı dostlarım, bir dakikanızı ayırıp hakkımda söylediğiniz bazı nefret dolu sözlerle değinmek istiyorum. Birçoğunuz beyin solucanından mustarip olduğumu ya da beynimin elma püresi gibi olduğunu söylediniz. Lafı dolandırmayacağım, işte söylüyorum..." sözlerinin ardından hakaret içeren cümleler kullandığı görülmektedir. Ancak, Politifact platformunun yaptığı doğrulama analizi sonrasında Biden'ın bahsi geçen sözleri sarf etmediği, videonun gerçeği yansıtmadığı ve derin sahte olduğu ortaya çıkmıştır. ABD Başkanı Joe Biden'ın eski bir konuşmasının ses ve görüntülerinin değiştirildiği videonun sahne ve jestlerin eşleştiği bölümdeki asıl ifadeleri ise şu şekildedir: "Amerikalı dostlarım, bu akşam sizlerle siyasetimizde tansiyonu düşürmemiz ve aynı fikirde olmasak da düşman olmadığımızı hatırlamamız gerektiği konusunda konuşmak istiyorum. Bizler komşuyuz. Arkadaşız, iş arkadaşınız, vatandaşız. Ve en önemlisi, biz Amerikalı dostlarız. Ve birlikte durmalıyız" (Politifact, 2024).

Breaking News: President Joe Biden makes his first video address following dropping out of the Presidential race.



9:27 PM · Jul 21, 2024 · 1.4M Views

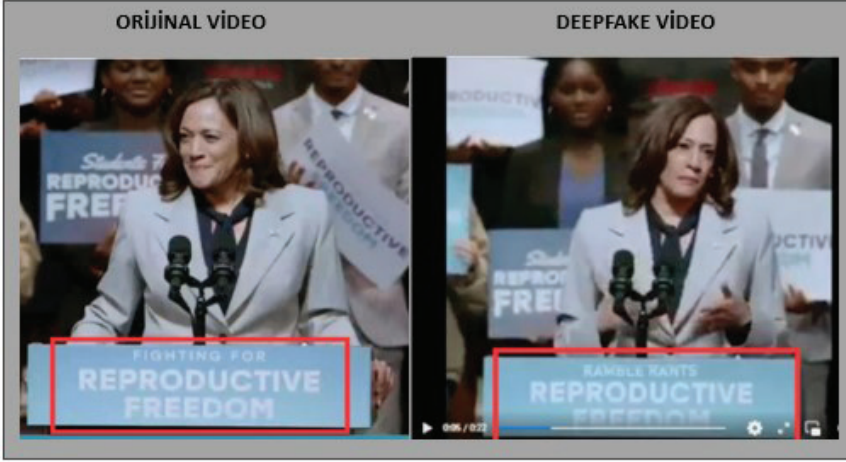
3,878 Reposts 667 Quotes 24.9K Likes 5,923 Bookmarks

Görsel 1. X Platformunda Paylaşılan Joe Biden'a Yönelik Derin Sahte İçerik

Görsel 1'deki örnek, video-ses derin sahte manipülasyonunu kategorisine girmektedir. Videoda Biden'ın dudak hareketleri değiştirilmiş ve PBS News kanalının logosu eklenmiştir. Yanı sıra, Biden'ın sesinin yapay zekâ aracılığıyla taklit edilmesi yoluyla kurgu söylemlerin oluşturulması ses manipülasyonunun göstergesidir. Hakaret içerikli sahte söylemlerin yer aldığı video, Biden'a yönelik olumsuz duygu tonuna sahiptir. Videonun, siyasi aktöre yönelik kamuoyunda yanlış bir algı oluşturmaya yönelik olduğunu söylemek mümkündür.

Olumsuz duygu tonuna sahip olan bir başka derin sahte içerik, Donald Trump'ın Cumhuriyetçilere "en aptal seçmen grubu" dediğini iddia etmektedir. Bir sosyal medya kullanıcısı tarafından TikTok platformunda dolaşıma sokulan videoda Donald Trump'ın geçmişte şu sözleri sarf ettiği ileri sürülmektedir: "Eğer aday olacak olsaydım, Cumhuriyetçi olarak aday olurum. Onlar ülkedeki en aptal seçmen grubu. Fox News'te çıkan her şeye inanıyorlar. Yalan söylesem yine de yutarlar..." (Snopes, 2024a). Görsel olarak sadece Donald Trump'ın bir fotoğrafının yanında Trump'a yönelik hakaret içeren bir cümlenin yer aldığı videoda yapay zekâ aracılığıyla ses klonlama tekniği kullanılarak siyasi aktörün sesi taklit edilmiş ve gerçekte hiç söylenmeyen sözler gerçek gibi yansıtılmıştır. Joe Biden'a yönelik video-ses

türündeki derin sahte örneğine benzer şekilde Donald Trump'ı hedef alarak paylaşılan ses manipülasyonu türündeki derin sahte içeriğin kamuoyunda yanlış bir algı oluşturmaya yönelik olduğunu söylemek mümkündür.



Görsel 2. Kamala Harris'in Logically'de Yer Alan Orijinal ve Derin Sahte Videoları

Kaynak: (Logically, 2024a)

Joe Biden ve Donald Trump'ın yanı sıra ABD Başkanı Biden'ın adaylıktan çekilmesinin ardından demokratların adayı olarak gündeme gelen Kamala Harris de olumsuz nitelikli derin sahte içeriklerin hedefi olmuştur. Bir sosyal medya kullanıcısı tarafından X platformunda, Kamala Harris'in tutarsız bir konuşma yaptığı iddiasıyla dolaşıma sokulan 22 saniyelik videoda Harris'in şu sözleri söylediği görülmektedir: “Bugün bugündür ve dün de bugündü. Dün, yarın bugün olacak, bu yüzden bugünü yaşayın. Yani gelecek bugün nasılsa yarın da öyle olacak.” Öte yandan, orijinal videoya ulaşan Logically doğrulama platformu, videonun orijinalinde Harris'in bu ifadeleri kullanmadığını belirtmektedir (Logically, 2024a).

Video-ses derin sahte türüne bir örnek olan içerikte, ses klonlama tekniği kullanılmış ve oluşturulan sahte ifadeler ile uyumlu olması için Harris'in dudak hareketleri değiştirilmiştir. Öte yandan orijinal videoda kürsüde bulunan “Fighting For Reproductive Freedom” yazısının derin sahte içerikte Ramble Runts Reproductive Freedom” olarak değiştirildiği görülmektedir. Kamala Harris'e ait olduğu öne sürülen olumsuz duygu tonuna sahip konuş-

maların yer aldığı içeriğin, siyasi aktörün imajına zarar verme amacı taşıdığını söylemek mümkündür.



Görsel 3. Donald Trump'ın Instagram'da Paylaşılan Derin Sahte Fotoğrafı

ABD seçim kampanyaları sürecinde en sık karşılaşılan derin sahte türü, %44 ile fotoğraf olmuştur. Başka bir ifadeyle 32 derin sahte içerikten 14'ü yapay zekâ aracılığı ile fotoğraf üzerinde oynamalar yapılarak oluşturulmuştur. İçerikler incelendiğinde, Joe Biden, Donald Trump ve Kamala Harris'e yönelik derin sahte fotoğraf manipülasyonlarının sosyal medya mecralarında paylaşıldığı görülmüştür. Görsel 3'te yer alan fotoğraf, Donald Trump'ın 30 Mayıs'ta bir sus payı davasının ardından gözaltına alınırken çekilmiş fotoğrafı olduğu iddiası ile Instagram'da dolaşıma sokulmuştur. İddianın temelleri Stormy Daniels isimli film yıldızına sus payı olarak Trump'ın avukatı tarafından ödeme yapılmasına ilişkin suçlamaya yöneliktir. 2016 yılında Stormy Daniels'in çeşitli medya kuruluşlarına Donald Trump ile yaşadığını iddia ettiği ilişkinin görüntülerini satmayı teklif ettiği ve Trump'ın avukatının, Daniels'in sessiz kalması için ona 130 bin dolar ödediği farklı medya kuruluşlarında yer almıştır (BBC, 2023). Ancak, 30 Mayıs 2024 tarihinde Instagram'da "GUILTY!" (SUÇLU!) ifadesiyle paylaşılan fotoğrafın yapay zekâ

aracılığıyla üretilen bir derin sahte olduğu anlaşılmıştır. Söz konusu fotoğraf, Trump'ı "suçlu" olarak nitelendirmesi ve polisler tarafından gözaltına alındığını gösteren sahte bir görsel ile kamuoyuna yansıtması nedeniyle olumsuz duygu tonu içermektedir.

Siyasi aktörlere yönelik olumsuz çağrışım yapan fotoğraf türündeki derin sahteler arasında Jeffrey Epstein ile ilişkilendirildiği manipülatif içerikler de bulunmaktadır. Donald Trump ve Jeffrey Epstein'i birlikte gösteren iki farklı fotoğraf türündeki derin sahte içerik çeşitli sosyal medya platformlarında paylaşılmış ve farklı teyit platformları tarafından doğruluk kontrolleri yapılmıştır. Söz konusu içeriklerden biri Trump ve Epstein'i küçük bir kızla aynı karede yansıtmaktadır. X platformunda dolaşıma sokulan derin sahte içeriğin Full Fact ve Snopes tarafından doğruluk kontrolü yapılmıştır. Benzer şekilde siyasi aktörü Epstein ile ilişkilendiren bir diğer fotoğraf ise iki ismi bir özel uçakta yan yana göstermektedir. Ancak her iki fotoğrafın da sahte olduğu ve yapay zekâ ile oluşturulduğu ortaya çıkmıştır.

Donald Trump'ın yanı sıra Kamala Harris de Jeffrey Epstein ile ilişkilendirilen manipülatif görüntüleri dolaşıma giren siyasi aktörlerdendir. Harris'in Epstein ile plajda sarıldıkları sahte görsel, farklı sosyal medya mecralarında paylaşımı yapılan derin sahte fotoğraf türüne örnektir. Kamala Harris, ABD Başkanı Joe Biden'ın adaylıktan çekilmesinin ardından Demokrat Partinin yeni başkan adayı olmuştur. Çalışmada, Harris'e yönelik derin sahte içeriklerin tamamının Biden'ın adaylıktan çekildiği temmuz ayında dolaşıma sokulmuş olması dikkat çekmektedir.



Görsel 5. X Platformunda Dolaşıma Sokulan Askeri Üniformalı Biden Derin Sahte İçeriği

ABD seçim kampanyaları sürecinde paylaşılan derin sahteler arasında olumlu duygu tonuna sahip içeriklere de rastlanmıştır. Olumlu duygu tonu taşıyan içerikler incelendiğinde dikkat çeken bir nokta, olumlu nitelikli toplam 5 içerikten 4'ünün fotoğraf, 1'inin video-ses türüne sahip olmasıdır. Görsel 5'te siyasi aktörlere yönelik olumlu duygu çağrıştıran derin sahte fotoğraf örneklerinden birine yer verilmiştir.

Bir sosyal medya kullanıcısı tarafından X platformunda dolaşıma sokulan görselde askeri üniforma giyen ABD Başkanı Joe Biden "Başkomutan" olarak nitelendirmiş ve görselin, Biden'ın düşmana karşı plan yaptığı anı gösterdiği ileri sürülmüştür. Ancak, doğrulama platformu Snopes'ın yaptığı kontrol sonrasında, görselin yapay zekâ ile üretildiği ve bir derin sahte olduğu ortaya çıkmıştır (Snopes, 2024b). Söz konusu görselin, seçim kampanyaları sürecinde siyasi aktörleri hedef alan ve imajlarına zarar vermeye niyeti güden olumsuz nitelikli örneklerden farklı olarak, güçlü bir siyasi figür çağrışımı oluşturmayı amaçladığını söylemek mümkündür.

Benzer şekilde olumlu duygu tonuna sahip bir başka içerik, Donald Trump ile ilişkili bir video-ses derin sahte örneğidir. X platformunda dolaşıma sokulan içerikte ünlü aktör Will Smith'in seçimlerde Cumhuriyetçi Parti adayı Donald Trump'ı desteklediğine ilişkin ifadelerinin yer aldığı iddia edilmektedir. Öte yandan, Logically doğrulama platformunun yaptığı kontrol ile videonun gerçeği yansıtmadığı ve derin sahte olduğu ortaya çıkmıştır (Logically, 2024b). Yapay zekâ ile ses klonlama tekniğinin kullanıldığı videoda, Will Smith'in dudak hareketlerinin de sahte ses ile uyumlu hâle getirilmek için değiştirildiği görülmektedir. 2024 yılında farklı sosyal medya platformlarında Donald Trump'ı siyahi ABD vatandaşları ile bir arada gösteren derin sahte fotoğraflar dolaşıma sokulmuştur. Araştırma kapsamında yer alan doğrulama platformları aracılığıyla ulaşılamayan bu görsellerden ikisi BBC tarafından incelenmiş ve Trump'ın siyah seçmenlerle poz verirken çekildiği iddia edilen söz konusu görsellerin yapay zekâ ile üretilen derin sahte fotoğraflar oldukları belirtilmiştir (BBC, 2024). Söz konusu fotoğraflarda olduğu gibi, siyahi aktörün Trump'ı desteklediğini gösteren video-ses türündeki derin sahte içeriğin, siyahi seçmenlerin oy verme davranışını olumlu yönde etkilemeye yönelik olduğunu söylemek mümkündür.

7. Sonuç ve Tartışma

Yeni dijital teknolojilerdeki gelişmelerle birlikte, dezenformasyon nitelikli içeriklerin paylaşımı oldukça kolaylaşmış; sosyal medya platformlarında izlediklerimiz ve gördüklerimiz içerisinde neyin gerçek ve neyin sahte olduğunu ayırt etmek giderek zorlaşmaya başlamıştır. Bu soruna katkıda bulunan en son gelişmelerden biri, bir kişinin aslında hiç dile getirmediği sözcükleri söylediğini ve hiç olmamış şeyleri yaptığını göstermek için yapay zekâ kullanan hiper-gerçekçi videolar ya da görseller olan derin sahte içeriklerin ortaya çıkmasıdır.

Bu çalışmada, ABD seçim kampanyaları sürecinde dolaşıma giren siyasi derin sahte içerikler analiz edilerek derin sahte içeriklerin yoğunluğu, dolaşıma sokuldukları mecralar, derin sahte içeriklerin türleri, hedef aldıkları siyasi aktörler, derin sahte içeriklerin duygu tonu ve söz konusu içeriklerin özellikleri ortaya konulmuştur. Araştırmanın sınırlılıkları kapsamındaki 1 Ocak 2024 – 29 Temmuz 2024 tarihleri arasında ABD'deki seçim kampanyaları ile ilişkili 32 derin sahte içeriğe ulaşılmıştır. Söz konusu içeriklerin %43 oranında Donald Trump'a yönelik olduğu ortaya çıkmıştır. Bunu sırasıyla %31 ile Joe Biden'a yönelik içerikler, %17 ile Kamala Harris'e yönelik içerikler ve %9 ile diğer siyasi yönelik aktörlere yönelik içerikler takip etmektedir.

ABD seçim kampanyaları sürecinde X, Tiktok, Instagram ve Facebook gibi farklı sosyal medya mecraları üzerinden siyasi derin sahte içeriklerin dolaşıma sokulduğu anlaşılmıştır. Ancak, söz konusu içeriklerin sıklıkla X platformunda paylaşıldığı, bu paylaşımlar arasında fotoğraf ve video-ses türündeki derin sahte içeriklerin ön plana çıktığı, çalışmanın kapsamı dâhilindeki zaman aralığında yalnızca ses sentezinden oluşan tek bir derin sahte içeriğin bulunduğu görülmüştür.

Derin sahte içerikler incelendiğinde siyasi aktörlere yönelik olumsuz, olumlu ya da nötr çağrışımlara sahip duygu tonları ile karşılaşmıştır. Derin sahte içeriklerden %75'inin olumsuz duygu tonuna, %16'sının olumlu duygu tonuna ve %9'unun nötr duygu tonuna sahip olduğu anlaşılmıştır. Siyasi aktörlere yönelik olumlu duygu tonuna sahip içerikler sınırlı kalırken büyük oranda derin sahte içerikler ile olumsuz duygu tonu oluşturmanın amaçlandığı anlaşılmıştır. Dolayısıyla yeni nesil dezenformasyon biçimi olarak dikkat çeken derin sahte içeriklere ABD seçim kampanyaları sürecinde kamuoyunu yanlış yönlendirmek amacıyla başvurulduğunu ve siyasi aktörlere yönelik olumsuzluklar içerdiğini söylemek mümkündür.

Siyasi derin sahte içerikler özellikle seçim dönemlerinde siyasi aktörlerin itibarını zedelemek amacıyla üretilebilmektedir. Kasıtlı olarak kamuoyunu yanlış yönlendirmek, siyasi aktörlere yönelik yanlış kanaatlere neden olmak amacıyla üretilen dezenformatif derin sahte içerikler demokrasiyi tehdit eden bir unsur olarak kabul edilebilir.

Bugüne kadar üretilen ve ucuz sahte (cheapfake) olarak adlandırılan basit görsel manipülasyonlar barındıran içeriklere kıyasla derin sahte içerikler oldukça gerçekçidir. Bu nedenle derin sahte teknolojisi aracılığıyla yanlış bilgi ve dezenformasyonun yayılmasıyla mücadele etmek için söz konusu içeriklerin tespit tekniklerinin geliştirilmesi, derin sahtelerin varlığı ve yol açabileceği sorunlar konusunda farkındalık yaratılması oldukça önemlidir. Öte yandan, kötü niyetli derin sahte üreticilerini ve yayıncılarını sorumlu tutan politikaların oluşturulması ve bu anlamda var olan hukuki boşlukların giderilmesi derin sahte dezenformasyonu ile mücadelede birer gereklilik olarak görülmektedir.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarları herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar Makaleye % 50 (1. Yazar), % 50 (2. Yazar) oranında katkı sağlamış olduklarını beyan ederler.

Kaynakça

- Alanka, D. (2024). Nitel Bir Araştırma Yöntemi Olarak İçerik Analizi: Teorik Bir Çerçeve. *Kronotop İletişim Dergisi*, 1(1), 62-82.
- Al-Khazraji, S.H., Saleh, H. H., Khalil, A. I., ve Mishkal, I. A. (2023). Impact of Deepfake Technology on Social Media: Detection, Misinformation, and Societal Implications. *The Eurasia Proceedings of Science, Technology, Engineering & Mathematics (EPSTEM)*, 23, 429-441.
- Askari, J. (2023). Deepfakes and Synthetic Media: What are they and how are techUK members taking steps to tackle misinformation and fraud. <https://www.techuk.org/resource/synthetic-media-what-are-they-and-how-are-techuk-members-taking-steps-to-tackle-misinformation-and-fraud.html> (Erişim tarihi: 28.09.2024).
- Bartneck, C. ve Lütge, C. (2021). What Is AI? An Introduction to Ethics in Robotics and AI. C. Bartneck, C. Lütge, A. Wagner ve S Welsh (Ed.), *An Introduction to Ethics in Robotics and AI*. Switzerland: Springer, 5-16.

- BBC. (2023). Donald Trump porno yıldızı Stormy Daniels'a yaptığı 'sus payı' ödemesi nedeniyle gözaltına alınabilir mi? <https://www.bbc.com/turkce/articles/cv201wj2j0yo> (Erişim Tarihi: 25.07.2024).
- BBC. (2024). Trump supporters target black voters with faked AI images. <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-68440150> (Erişim Tarihi: 02.08.2024).
- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis, *Nursing Plus Open*, pp.8-14.
- Borana, J. (2016). Applications of Artificial Intelligence and Associated Technologies. *Proceeding of International Conference on Emerging Technologies in Engineering, Biomedical, Management and Science*, 5-6 March, 64-67.
- Bülbül, A. R. (2021). *Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Coşkun, F. ve Gülleroğlu, H. D. (2021). Yapay Zekanın Tarih İçindeki Gelişimi ve Eğitimde Kullanılması. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 54(3), 947-966.
- Dereli, T. (2020). Yapay Zekâ ve İnsanlık. İçinde M. Şeker, Y. Bulduklu, C. Korkut ve M. Doğrul (Ed.), *Bilişim Teknolojileri ve İletişim: Birey ve Toplum Güvenliği*. Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi, 113-130.
- Erhat A. (2007). *Mitoloji Sözlüğü*. (15. baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Erkan, G. ve Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (29. Özel Sayısı), 202-223. <https://doi.org/10.31123/akil.458933>
- Gelfert, A. (2018). Fake News: A Definition. *Informal Logic*, 38(1), 84-117.
- Hasan, H. R. ve Salah, K. (2019). Combating Deepfake Videos Using Blockchain and Smart Contracts. *IEEE Access*, 7, 41596-41606. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2905689>
- Kapır, B. (2020). Yapay Zekâ Eksenli Gelişen Algoritmik Toplum. İçinde F. Zengin ve B. Kapır (Ed.), *Yapay Zekâ ve Medya*. İstanbul: Doruk Yayıncılık, 59-101.
- Karakoç, E. ve Zeybek, B. (2022). Görnek İnanmaya Yeter mi? Görsel Dezenformasyonun Ayırt Edici Biçimi Olarak Siyasi Deepfake İçerikler. *Öneri Dergisi*, 17(57), 50-72.
- Kırık, A. M. ve Özkoçak, V. (2023). Medya ve İletişim Bağlamında Yapay Zekâ Tarihi ve Teknolojisi ChatGPT ve Deepfake ile Gelen Dijital Dönüşüm. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (58), 73-99, <https://doi.org/10.17498/kdeniz.1308471>
- Kietzmann, J., Lee, W. L., McCarthy, P. I. ve Kietzmann, C. T. (2020). Deepfakes: Trick or treat?. *Business Horizons*. 63, 135-146.
- Kirchengast, T. (2020). Deepfakes and Image Manipulation: Criminalisation and Control. *Information & Communications Technology Law*, 29(3), 1-16.
- Kurtuluş, Ö. (2023). Turing'den Bugüne Yapay Zekâ Testleri. <https://bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/turingden-bugune-yapay-zeka-testleri> (Erişim tarihi: 23.09.2024).

- Logically, (2024a). Deepfake video of Kamala Harris shared to claim she delivered incoherent speech. <https://www.logicallyfacts.com/en/fact-check/fake-deepfake-video-of-kamala-harris-shared-to-claim-she-delivered-incoherent-speech> (Erişim Tarihi: 26.07.2024)
- Logically, (2024b). Deepfake video of actor Will Smith shared to claim he endorsed Donald Trump. <https://www.logicallyfacts.com/en/fact-check/fake-deepfake-video-of-actor-will-smith-shared-to-claim-he-endorsed-donald-trump>. (Erişim Tarihi: 22.07.2024).
- Maras, M. H. ve Alexandrou, A. (2019). Determining authenticity of video evidence in the age of artificial intelligence and in the wake of Deepfake videos. *International Journal of Evidence and Proof*, 23(3), 255–262.
- Nisan, F. ve Kara, E. Ş. (2022). Yalan Haber ve Etik. İçinde M. İşliyen ve F. Ş. İşliyen (Ed.), *Dijital Sis: Yeni Medya Çağında Bilginin ve Gerçeğin Değişen Korumu*. Konya: Çizgi Kitapevi, 99-134.
- Neuendorf, K.A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: Sage.
- Özsoy, O. (2009). *Seçim Kazandıran Siyasal İletişim*. İstanbul: Pozitif.
- Politifact, (2024). A July 21 video aired by PBS News shows President Joe Biden's first video address following dropping out of the presidential race. <https://www.politifact.com/factchecks/2024/jul/22/tweets/this-video-doesnt-show-president-joe-bidens-first/> (Erişim tarihi: 28.07.2024).
- Sarıoğlu, B. ve Develi, İ. (2022). Pazarlamada Kampanya Yönetimi ve Yapay Zekâ Kullanımı. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 5(2), 91-124.
- Snopes, (2024a). Clip Features AI-Generated Trump Voice Calling Republicans Dumbest Group of Voters. <https://www.snopes.com/fact-check/trump-republicans-ai-dumbest-voters/> (Erişim tarihi: 20.07.2024).
- Snopes, (2024b). Real Photos of Biden Wearing Military Uniform? <https://www.snopes.com/fact-check/biden-in-military-uniform/>. (Erişim tarihi: 30.08.2024).
- Tarran, B. (2017). Why facts are not enough in the fight against fake news. *Significance*, 14(5), 6-7.
- Taştan, Ü. (2024). Turing Testinin Sınırları Üzerine Felsefi Bir İnceleme. *FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi)*, 37, 325-344.
- Tok, İ. (2023). Tık odaklı haberlerin duygusal boyutu: Çevre haberleri üzerine bir inceleme. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi (KİAD)*, (10), 145-171. DOI: 10.56676/kiad.1251643
- Toker, S. (2019). 23 Haziran Seçimlerinde Yalan Haber ve Dezenformasyon. *Seta/Perspektif*, 243, 1-5.
- Topal, Ç. (2017). Alan Turing'in Toplumbilimsel Düşünü: Toplumsal Bir Düş Olarak Yapay Zekâ. *DTCF Dergisi*, 57(2), 1340-1364.
- Yıldırım, A. ve Yolcu, E. (2022). Sahte Ne Kadar Derin? Derin Sahte (Deepfake) Kavramının İzini, Youtube Üzerinden Sürmek. *Electronic Cumhuriyet Journal of Communication*, 4(1), 65-77.

- Yıldırım, B. (2015). İletişim Araştırmalarında Yöntemler, Konya: Literatürk.
- Yüksel, E. (2019). Türkiye’de İletişim Araştırmalarında İçerik Analizi Uygulamaları, Sorunlar ve Çözüm Önerileri. International Euroasia Congress on Scientific Researches and Recent Trends – V, Baku, Azerbaycan, 16 - 19 Aralık 2019, cilt.2, 134-152.
- Wardle, C. (2023). Misunderstanding Misinformation. Issues in Science and Technology 29(3), 38-40.
- Wardle, C. ve Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. Council of Europe. France: Strasbourg.
- Westerlund, M. (2019). The Emergence of Deepfake Technology: A Review. Technology Innovation Management Review, 9(11), 39-52.

