

ALGORİTMANIN SOYKIRIMI

Muhammed Ersin TOY, 1 Eylül 2026

<https://www.fokusplus.com/dosya/algoritmanin-soykirimi>

İsrail, 7 Ekim 2023 sonrasında Gazze’de yürüttüğü soykırımı ve vahşeti meşrulaştırmak, sürdürülebilir kılmak, uluslararası meşruiyet maliyetini yönetmek, İsrail markasını ve ülke imajını korumak amacıyla geleneksel medyadan dijital platformlara, sosyal medyadan hedefli kampanyalara ve sosyal medya etki üreticilerine kadar uzanan kapsamlı bir iletişim politikası ve medya stratejisi yürüttü. Şimdi bu politikanın yeni ve çok daha kritik bir cephesi var: Yapay zekâ.

İsrail, yapay zekâyı da soykırımın bir cephesine dönüştürüyor; yapay zekânın karşılaşacağı bilgi kaynaklarını, üreteceği cevapları ve bu cevaplarda kurulacak anlatının çerçevesini etkileyerek hakikatin ve gerçekliğin nasıl kurulacağını değiştirmeye, kendi anlatısını yeni bir hakikat olarak inşa etmeye çalışıyor. Böylece yalnız medya ve iletişim değil, bilginin ve hakikatin kendisi de savaşın yeni cephesine dönüşüyor.



İsrail’in soykırım sırasında yürüttüğü en önemli algı çalışmalarından biri, bu vahşeti yalnızca 7 Ekim 2023 sonrasına ait bir süreçmiş gibi çerçevelemek oldu. Başka bir ifadeyle 7 Ekim’i tarihsel bir sıfır noktası hâline getirerek Gazze’de yürüttüğü soykırımı meşru, normal ve kaçınılmaz gösterecek bir anlatı kurmaya çalıştı. Böylece 7 Ekim sonrasında yaşananları sürekli ön plana çıkarırken Filistin meselesinin 7 Ekim’den çok daha önce başlayan tarihsel bağlamını anlatının dışına itti.

Gözden Kaçmasın

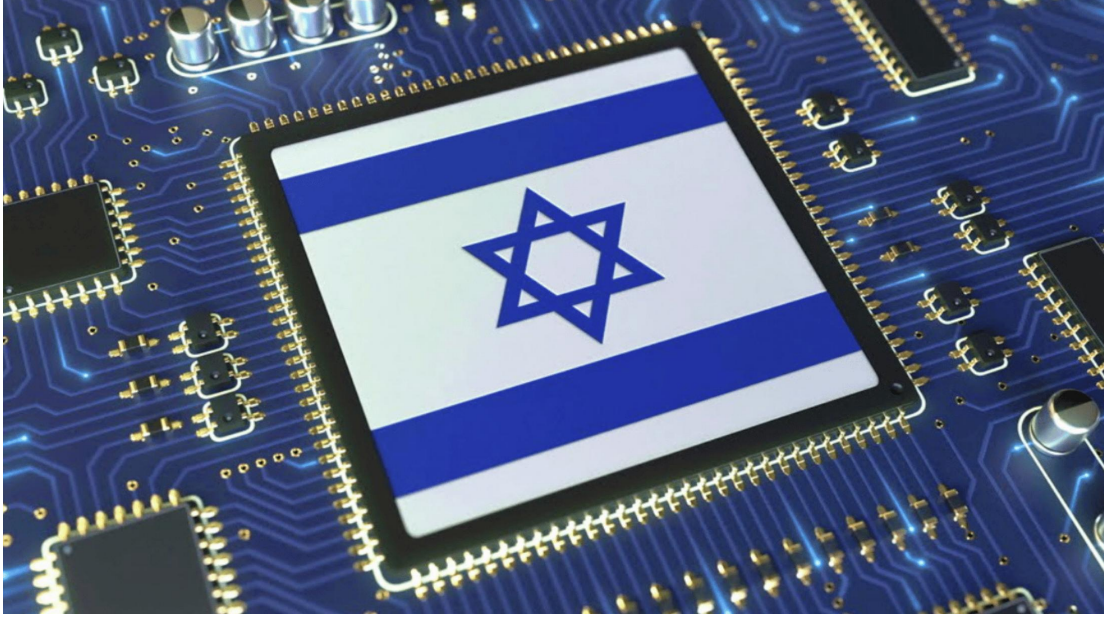
Oysa bugün yaşananlar tarihsel bir boşlukta ortaya çıkmadı. Filistin topraklarının yaklaşık bir asra yayılan işgali ve sömürgeleştirilmesi, yerleşimci şiddeti, Filistinlilerin sürgün edilmesi ve zorla yerinden edilmesi, Gazze'nin kuşatma altında tutulması ve onlarca yıla yayılan sistematik şiddet, anlatının gerisinde bırakıldı. 7 Ekim böylece yalnız bir tarih değil, geçmişî görünmez kılan, hafızayı yeniden düzenleyen ve bugünü meşrulaştırmak için kullanılan bir anlatı çerçevesine dönüştürüldü.

İkinci önemli propaganda hattı ise Filistinliyi insanlıktan çıkaran bir düşman imgesinin üretilmesi oldu. Filistinlileri barbarlık, terör ve vahşetle özdeşleştiren, onları “insansı hayvanlar” gibi insanlık dışı kategoriler içerisinde konumlandıran söylemler dolaşıma sokuldu. 40 bebeğin başının kesildiği, hamile kadınların karınlarının yarıldığı ve kadınlara yönelik sistematik tecavüzler gerçekleştirildiği yönündeki doğrulanmamış veya daha sonra ciddi biçimde tartışmalı hâle gelen anlatılar savaşın ilk günlerinden itibaren uluslararası kamuoyunda güçlü biçimde dolaşıma girdi. Gazze'deki hastanelerde yaşanan saldırı ve patlamalarda dahi sorumluluğu Filistinli gruplara yükleyen anlatılar hızla uluslararası kamuoyuna taşındı.

Burada kullanılan yöntem yalnız karşı tarafı suçlamak değildi. Filistinliyi insanlıktan çıkarmak, ardından ona uygulanacak şiddeti meşru göstermekti. İnsanlıktan çıkarılan bir topluluğa yöneltilen şiddetin ahlaki ve siyasi maliyeti de düşürülmeye çalışıldı. Filistinli barbarlık, terör ve medeniyet düşmanlığıyla ilişkilendirildi; ardından ona karşı yürütülen savaş yalnız İsrail'in güvenliği adına değil, Batı, medeniyet, insanlık ve barbarlığa karşı mücadele gibi daha geniş kavramlarla meşrulaştırıldı.

Bu propaganda mekanizması üç aşamalı bir anlatı düzeni içerisinde işliyor. İlk aşamada Filistinli insan dışılaştırılıyor. İkinci aşamada Filistinli kimliği Hamas'la, Hamas ise bütünüyle terör kavramıyla özdeşleştirilerek Gazze'deki sivil toplum ile silahlı örgüt arasındaki ayrım bulanıklaştırılıyor. Üçüncü aşamada ise fail ile mağdurun yeri tersine çevriliyor; İsrail soykırımının faili değil, soykırım tehdidi altındaki mağdur ve kendisini savunan taraf olarak yeniden konumlandırılırken, soykırım niyeti ve suçlaması Filistinlilere veya Hamas'a yöneltiliyor. Böylece müdahale yalnız habere değil, kavramlara ve hafızaya yapılıyor. Filistinlinin kim olduğu, Hamas'ın nasıl tanımlandığı, terörist, mağdur ve fail kavramlarının kime yöneltildiği ve soykırımın kimin tarafından gerçekleştirildiğinin nasıl anlatıldığı, aynı zamanda olayın tarihinin nereden başlatıldığı üzerinden yeniden kuruluyor. Bu soruların cevapları değiştirildiğinde yalnız olayın anlatısı değil, olayın anlamı da değişiyor.

Propaganda bu şekilde önce tarihi ve hafızayı yeniden çerçeveleyiyor, ardından Filistinlinin insanlığını tartışmalı hâle getiriyor, sonra Filistinliyi terör kavramına hapsediyor ve son aşamada fail ile mağdurun yerini değiştirmeye çalışıyor. Tam da bu noktada anlatı savaşı hakikat savaşına dönüşüyor.



Şimdi bu propaganda hattı yalnız gazete manşetlerinde, televizyon ekranlarında veya sosyal medya akışlarında değil, yapay zekâ sistemlerinin kullanıcıya verdiği cevapların çerçevesinde de yeniden üretilmeye çalışılıyor. Çünkü yapay zekânın bir olayı anlatırken hangi tarihi başlangıç noktası kabul edeceği, Filistinliyi ve Hamas'ı hangi kavramlarla tanımlayacağı, hangi kaynağı güvenilir göreceği, faili ve mağduru nasıl konumlandıracağı doğrudan üretilen cevabın anlamını belirliyor. İsrail'in yapay zekâ cephesindeki mücadelesinin asıl önemi de burada ortaya çıkıyor. Daha önce medya ve sosyal medya üzerinden kurmaya çalıştığı anlatıyı şimdi yapay zekânın üreteceği cevapların içine taşımaya çalışıyor.

Quincy Institute araştırmacısı Nick Cleveland-Stout'un ABD Yabancı Temsilciler Kayıt Yasası, İsrail kamu alım kayıtları ve görüşmelere dayandırdığı Temmuz 2026 tarihli araştırmaya göre İsrail hükûmetinin 7 Ekim sonrasında kamu diplomasisi ve uluslararası iletişim faaliyetlerine yaptığı doğrudan harcamaların toplamı 1 milyar doları aşıyor. Reklamlar, sosyal medya kampanyaları, sosyal medya etki üreticileri, gazeteci ve kanaat önderi programları ile yapay zekâyı etkilemeye yönelik faaliyetler aynı geniş iletişim ekosisteminin parçaları olarak değerlendiriliyor. İsrail siyasi ve iletişim literatüründe hasbara olarak adlandırılan bu düzenek, savaşın anlatısını yönetmek, İsrail'in eylemlerine meşruiyet üretmek ve uluslararası tepkiyi sınırlandırmak için kullanılan geniş bir anlatı yönetimi anlayışına dönüşmüş durumda. İsrail şimdi bu propaganda düzeneğini yapay zekâ sohbet sistemlerine ve yapay zekâ arayüzlerine de taşıyor.

Aramadan cevaba geçiş

Sosyal medya ile birlikte temel mücadele, insanın karşısına hangi içeriğin çıkarılacağı üzerineydi. Yapay zekâ ile birlikte ise mücadele bilginin kaynağına doğru geriliyor. Propagandacı artık yalnız insanın karşısına hangi mesajı çıkaracağını değil, yapay zekânın cevap üretmeden önce hangi kaynaklarla karşılaşacağını da etkilemeye çalışıyor.

İnternetin klasik düzeninde gazeteci haberi üretir, medya kuruluşu yayımlar, arama motoru kaynağı bulur ve kullanıcı habere giderdi. Yeni düzende ise yapay zekâ kaynağı yalnız bulmuyor; kaynakları okuyor, bilgileri seçiyor, bazı unsurları öne çıkarıyor, bazılarını dışarıda bırakıyor, farklı metinlerden aldığı parçaları birleştiriyor ve bunlardan yeni bir cevap üretiyor.

Böylece haberi tahrip ederek yeni bir haber inşa etme imkânı ortaya çıkıyor. Bunu da algoritmik bir editoryal güçle yapıyor. Buradaki tahrip, her yapay zekâ cevabının yanlış olduğu anlamına gelmiyor. Kaynak metnin bütünlüğünün parçalanması, bazı unsurların öne çıkarılması, bazılarının dışarıda bırakılması ve farklı kaynaklardan alınan bilgilerin yeni bir bağlam içerisinde yeniden kurulması anlamına geliyor. İşte İsrail, Gazze’de yürüttüğü soykırımı meşrulaştırma ve sürdürme çabasını şimdi yapay zekâ cephesine de taşıyor; bilinç savaşını, yapay zekânın karşılaşacağı kaynaklar ve üreteceği cevapların çerçevesi üzerinden yürütmeye çalışıyor.

İlk aşama: Yapay zekâyla propaganda üretmek



OpenAI’nin tehdit araştırmasına göre İsrail merkezli siyasi kampanya şirketi STOIC tarafından yürütülen ve Zero Zeno adı verilen etki operasyonunda yapay zekâ, internet yazıları ve sosyal medya içerikleri üretmek ve düzenlemek amacıyla kullanıldı. İçerikler arasında Hamas karşıtı ve İsrail yanlısı mesajlar da bulunuyordu. Bu, yapay zekânın doğrudan propaganda içeriği üretmek için kullanıldığı ilk aşamaydı. Daha sonraki belgeler ise yöntemin yapay zekânın karşısına hangi kaynakların çıkarılacağı meselesine doğru ilerlediğini gösterdi.

İkinci aşama: Yapay zekânın kaynak ortamını hedeflemek

ABD Adalet Bakanlığına Yabancı Temsilciler Kayıt Yasası kapsamında sunulan Clock Tower X çalışma planı, yapay zekânın kaynak ortamını etkilemeye yönelik stratejiyi en açık biçimde ortaya koyan birincil belgelerden biri. Çalışma planında ayda en az 100 ana içerik hazırlanması, bunlardan farklı hedef kitlelere uygun 5 bin ayrı içerik sürümü üretilmesi, içeriklerin en az yüzde 80'inin Z kuşağına göre uyarlanması ve kampanyanın ayda en az 50 milyon ücretli gösterime ulaşması hedefleniyor. Ancak belgenin asıl dikkat çekici kısmı Arama ve Dil Operasyonları başlığı altında yer alıyor. Clock Tower X, MarketBrew adlı yapay zekâ destekli platformu kullanarak belirli anlatıların arama motorlarında daha görünür hâle gelmesini, daha üst sıralarda yer almasını ve bu anlatıları taşıyan yeni internet sayfalarının oluşturulmasını planlıyor. Çalışma planına göre her ay en az 20 yeni internet sayfası hazırlanması öngörülüyor. Başka bir ifadeyle yalnız propaganda mesajı üretilmiyor; o mesajı taşıyacak ve internet üzerinde kaynak olarak bulunabilecek bir bilgi ortamı da oluşturulmaya çalışılıyor. Belgedeki en dikkat çekici ifadelerden biri, oluşturulacak internet siteleri ve içeriklerin GPT konuşmalarında GPT çerçeveleme sonuçları üretmek amacıyla kullanılacağını belirtmesi. Buradaki hedef yalnız arama motorlarında daha görünür olmak değil. Amaç, ChatGPT benzeri yapay zekâ sistemleri bir konu hakkında cevap üretirken karşılıklarına belirli kaynakların çıkmasını ve bu kaynakların taşıdığı anlatının yapay zekânın kuracağı cevabın çerçevesine girmesini sağlamak. Bu nedenle Clock Tower X örneği, klasik dijital propagandadan yapay zekânın bilgi ve kaynak ortamını hedefleyen yeni bir iletişim stratejisine geçişi gösteriyor.

Üçüncü aşama: Makine için kaynak mühendisliği

Piro Inc. örneği bu yöntemin nasıl çalıştığını daha açık biçimde gösteriyor. Burada makine fiziksel bir cihaz değil; ChatGPT, Gemini, Claude ve Perplexity gibi farklı bilgi kaynaklarını değerlendirip bunlardan cevap üreten büyük dil modeli tabanlı yapay zekâ sistemleri. ABD Adalet Bakanlığı kayıtlarına göre Piro, İsrail Hükûmeti Reklam Ajansı LaPam adına çalışan Havas Media Germany üzerinden faaliyet yürütüyor. Piro'nun kendi internet sitesinde sunduğu Yapay Zekâ Anlatı iyileştirmesi hizmeti ise yöntemi açık biçimde tarif ediyor. Şirket önce yapay zekâ modellerinin hangi kaynakları okuduğunu haritalıyor. Reddit başlıkları, YouTube konuşma dökümleri, yayıncı sayfaları, forumlar ve karşılaştırma siteleri bu kaynaklar arasında yer alıyor. Daha sonra büyük dil modellerinin güvenilirliği değerlendirme biçimine göre yapılandırılmış ve kaynaklandırılmış içerikler hazırlıyor.

Bu içerikleri yalnız müşterinin kendi sitesinde değil, üçüncü taraf alanlarda da yayımlıyor. Ardından yapay zekânın hangi kaynakları alıntıladığı ölçülüyor, içerik yeniden düzenleniyor, tekrar yayımlanıyor ve sonuç yeniden ölçülüyor. Böylece propaganda tek seferlik içerik üretiminden çıkıp ölçülen, sınanan ve yapay zekânın ürettiği cevaba göre sürekli yeniden düzenlenen bir sisteme dönüşüyor. Bu artık yalnız arama motoru iyileştirmesi değildir. Amaç, yapay zekânın belirli bir kaynağı okumasını, güvenilir

bulmasını, alıntılmasını ve o kaynağın taşıdığı anlatıyı kendi cevabının yapı taşlarından biri hâline getirmesini sağlamaktır.



Ben bunu “makine için kaynak mühendisliği” olarak tanımlıyorum. Buradaki hedef yalnız yapay zekâ cevabında görünmek değil, yapay zekânın ürettiği cevabın kurulmasında kullanılan kaynaklardan biri hâline gelmektir.

Hanover: Kaynağın kendisinin üretilmesi

Hanover Institute for Public Policy örneği yöntemin bir sonraki aşamasını gösteriyor. Guardian araştırmasına göre görünür bir tüzel kişiliği, fiziki adresi, çalışanı veya imzalı yazarı bulunmayan site yalnız dokuz günde 124 rapor ve 560 binden fazla kelime yayımladı. Başlıkların neredeyse tamamı yapay zekâ sistemlerine yöneltilebilecek sorular biçimindeydi. Bunlar arasında İsrail’in Gazze’de soykırım yapıp yapmadığına ilişkin başlıklar da yer alıyordu.

Metinler akademik, yoğun biçimde kaynaklı ve tarafsız araştırma görüntüsündeydi; ancak İsrail’e yönelik eleştirileri zayıflatan ortak çerçeveler taşıyordu. Burada propaganda yalnız içeriğin içinde üretilmiyor. Kaynağın görünümü de iletişim stratejisinin parçası hâline geliyor. Propagandacı yalnız anlatıyı değil, anlatının taşınacağı ve yapay zekânın güvenilir kaynak olarak algılanması hedeflenen bilgi yüzeyini de üretmeye çalışıyor. Bu nedenle yapay zekâ çağında propaganda, propaganda görüntüsünden uzaklaşıp akademik rapor, araştırma sitesi, kaynaklı analiz veya tarafsız bilgi sayfası görünümüne bürünebiliyor.

Sonuç olarak: Hakikatin kendisi yeni cephe

İsrail, 7 Ekim’den itibaren Gazze’de yürüttüğü soykırımı aynı zamanda geniş bir anlatı ve bilinç savaşına dönüştürdü. Fiziksel savaş ile iletişim savaşы birbirinden bağımsız iki alan olarak yürütülmedi. Sahadaki askerî operasyonun uluslararası kamuoyunda nasıl

anlamlandırılacağı, nasıl meşrulaştırılacağı ve hangi kavramlarla anlatılacağı da aynı stratejinin parçası hâline geldi.

Şimdi bu strateji yapay zekâ alanına taşınıyor. İsrail sinemayı, medyayı, dijital platformları ve algoritmaları nasıl kullandıysa şimdi bilgiyi, kaynağı ve yapay zekânın üreteceği cevabı da aynı mücadelenin alanına dönüştürmeye çalışıyor. Yapay zekâ çağında propaganda yalnız insana hangi içeriğin gösterileceğiyle ilgili değil. Yapay zekânın hangi kaynaklarla karşılaşacağı, hangi kaynakları güvenilir kabul edeceği, hangi bilgileri seçeceği ve kullanıcıya hangi çerçevede cevap vereceği de iletişim mücadelesinin konusu hâline geliyor.

Sosyal medya döneminde mesaj platform üzerinden doğrudan insana ulaşıyordu. Yapay zekâ döneminde ise mesaj ile insan arasına kaynak seçen, bilgiyi yeniden düzenleyen ve yeni bir cevap üreten yapay zekâ sistemi giriyor. Bu nedenle bilgiyi ve kaynak ortamını etkilemeye yönelik faaliyetler, yapay zekânın vereceği cevabı ve bu cevap üzerinden oluşacak algıyı etkileme girişiminin parçası hâline geliyor. İsrail böylece yapay zekâyı yalnız soykırımın anlatıldığı yeni bir mecra olarak değil, hakikatin nasıl kurulacağına ilişkin mücadelenin yeni bir cephesi olarak kullanmaya çalışıyor.