

# SAHTE HABER KARNESİ

*Cumhurbaşkanı ve Milletvekili Seçimleri*



2023

teyit 

# Künye

## **Raportör**

Mert Can Yılmaz

## **Editörler**

Emircan Saç

Emre İlkan Saklıca

Ezgi Toprak

Gülin Çavuş

Öyküm Hüma Keskin

Şükran Şençekiçer

## **Redaksiyon**

Ali Osman Arabacı

Beşire Korkmaz

## **İletişim**

Can Semercioğlu

Can Başaçek

## **Tasarım**

Ahmet Fahri Küçük

## **Teşekkür**

Seçim süreci boyunca katkı sunan Bağımsız Teyitçiler

Demeç Kontrolü sürecinde katkı sunan akademisyen ve teyitçiler

Tüm Teyit ekibi

## **Kaynak göstermek için**



Sahte Haber Karnesi: 2023 Cumhurbaşkanı ve Milletvekili Seçimleri.

Teyit. Eylül 2023

**teyit** 

Yayın tarihi: Eylül 2023

## İçindekiler

Önsöz	4
Yönetici özeti	6
 Giriş	8
Teyitçilik metodolojisi ve Demeç Kontrolü çalışmasında izlenen yaklaşım	13
Bu rapor ne değildir?	16
2023 seçimlerine ilişkin en fazla ilgi gören Teyit analizleri	17
Yüksek etkileşim alan yanıltıcı paylaşımlarda trend: Video içerikler	24
Teyit için yılın ilk beş ayı ve önceliklendirilen başlıklar	29
Siyasetçilerin yanıltıcı demeçleri ve yanlış bilgi türleri	34
Sosyal medyada dolaşan iddialar ve yanlış bilgi türleri	36
Yanıltıcı söylemleriyle Teyit'in radarına giren siyasetçiler	37
Bazı siyasetçiler neden DK çalışmaları kapsamında hiç ele alınmamış?	40
Seçimlere ilişkin bilgi kirliliği sosyal medyada kimi hedef aldı?	41
Asimetrik propagandada Millet İttifakı hedefte	44
Yapay zekânın sınırlı müdahalesi: Pek <i>deep</i> değil ama <i>cheapfake</i>	45
Ulusal güvenliğe dair bilgi kirliliği	47
Seçimlerin günah keçileri: Sığınmacı ve mülteciler	48
Yanlış bilginin değişmeyen "öteki"si: LGBTİ+	50
Muharrem İnce'nin adaylıktan çekilmesi süreci	51
İki tur arası kaygı: Seçim güvenliği	52
Kutlamaların merkezi Mescid-i Aksa mıydı?	53
Yanlış bilgi, kutuplaşma ve seçmenin oy verme davranışı	54
Sosyal medya platformlarındaki seçim reklamlarına dair ufak bir not	55
 Sonuç	56

## Önsöz

Değerli okuyucu,

Seçimler, Türkiye'nin demokrasi yolculuğunda her daim kritik dönemler olarak kabul ediliyor. Teyit ekibi olarak daha güvenilir bir seçim süreci geçirmek, bilgiyle kurduğumuz ilişkiyi daha sağlıklı hale getirmek için 2016 yılından beri mücadele ediyoruz. Şeffaflığı teşvik etme, yanlış bilgilerle mücadele etme ve hakikati koruma konusundaki kararlılığımız, son seçim döneminde önceliklendirdiğimiz hedeflerimiz arasında oldu.

Teyit seçim dönemindeki misyonunu, doğru bilgilendirilmiş ve aktif bir seçmen kitlesi ihtiyacını göz önünde bulundurarak şekillendirdi. Okuyacağınız rapor, son seçim manzarasını analiz ederken, yurttaşları, gazetecileri ve sivil toplum paydaşlarını uçsuz bilgi denizinde gezinmek için ihtiyaç duydukları araçlarla donatmanın önemini ve doğru seslerin gürültüye üstün gelmesini sağlama gerekliliğinin altını çiziyor.

Yaklaşımımızın temelinde gerçeği güçlendirmek ve yanlış bilginin bilgi alma süreçlerinde karşımıza çıkardığı engelleri ortadan kaldırmak yatıyor. Titiz bir teyitçilik, veriye dayalı analiz ve çeşitli alanlardan uzmanlarla işbirliği yaparak, yurttaşların kendilerine sunulan anlatıları değerlendirebilecekleri,

bulanık olmayan bir mercek sağlamaya çalışıyoruz. Çalışmalarımız doğası gereği nesnellik, şeffaflık ve hesap verebilirlik değerlerine bağlı ve bize göre bu değerler her demokrasinin sağlığı için vazgeçilmez. Bu yaklaşımla, geçtiğimiz sene boyunca internetteki yaygın yanlışların önüne geçmenin yanı sıra siyasetçileri hesap verebilir kılma ihtiyacıyla şekillenen Demeç Kontrolü projesini başlattık. Ayrıca tüm bu çabalarla örtüştüğüne inanarak, seçimlerde doğru bilgiyi ilk kez oy kullanacak üniversite öğrencileriyle birlikte nasıl ortaya çıkarabileceğimizi keşfettik.

Aktif yurttaşlar olarak karşımıza çıkan bilgilere kimden geldiğine bakmaksızın şüpheyle yaklaşmak, veriye dayalı bilgiyi talep etmek, bilgilerin bağlamını anlamak ve yanlışlar için özür beklemek en doğal hakkımız. İnternette yayılan yanlış bilgiler ve siyasetçilerin yanıltıcı bilgi içeren söylemlerinin seçim dönemlerine etkisi de aşikar. Bu nedenle 2016 yılından beri geçirdiğimiz tüm seçimlerde olduğu gibi, bu seçimde de yanlış bilgilerin nerelerde öbelediğini, hangi grupların bu yanlış bilgilerin hedefi olduğunu ve hangi söylemlerin siyasetçiler tarafından yanıltıcı bilgilerle yaygınlaştırıldığını dikkatle inceleyerek bu raporu hazırladık.

Yanıltıcı içeriklere hızlı yanıtlar verilmesini, teyitçilik için gerekli araçların yaygınlaştırılmasını ve doğrulanmış bilgilerin yayılması için platformlarla ortaklığımızın güçlendirilmesini önemsiyoruz. Bununla birlikte medya okuryazarlığını geliştirmeye, sıkışan siyasi tartışmaları aşan anlamlı diyaloglar için zeminler hazırlamaya uğraşıyoruz. Toplumun gerçek ve kurgular arasında yolunu daha net bulabilmesi ve doğru bilgilere dayalı kararlar alabilmesi için seçmenlere yardımcı olma hedefimiz baki. Önümüzdeki seçimlerde de bunu yapmaya devam edeceğiz.

Seçim döneminde sunduğumuz verilerin ve yaptığımız çalışmaların araştırmalar ve politika savunuculuğu geliştirilmesi gibi alanlar için bir temel oluşturacağına inanıyoruz. Gazeteciler, uzmanlar, sivil toplum kuruluşları ve dürüst haberciliği özleyen bireylerle kurduğumuz ortaklıklar, gelecek seçimlerde daha sağlıklı bir süreç geçirmemize katkı sağlayacaktır.

Doğru bilgi doğru karar aldırır!

## **Gülin Çavuş**

*Eş Kurucu & Strateji ve Vizyon Sorumlusu*

## Yönetici özeti

- Türkiye, 2023 yılında bir seçim dönemini daha geride bıraktı. Seçim süreci boyunca yayılan yanıltıcı bilgiler toplumun hakikate olan güveninin zedelenmesi ve bilgi bozukluğunun siyasi sisteme daha da yerleşmesi için uygun bir zemin oluşturdu. Yanlış bilgi bir yandan kutuplaşmayı beslerken bir yandan da siyasetin gündemindeki konuların objektif bir zeminde konuşulmasının önüne geçti.
- Teyit, 1 Ocak - 31 Mayıs tarihleri arasında seçim gündemine ilişkin yanıltıcı içeriklere dair 201 analiz hazırladı. Bunların 50'si direkt olarak siyasetçi demeçlerini incelemek üzere "Demeç Kontrolü" (DK) çalışması kapsamında kaleme alındı. DK metodolojisi kapsamında, siyasetçilerin mitinglerde, televizyon ekranlarında ve sosyal medyada dile getirdiği beyanlar sistematik bir şekilde incelendi.
- Teyit, klasik teyitçilik (fact-checking, FC) ve DK çalışmalarında belirli metodolojiler izleyerek bilginin doğrulanabilir ve incelenebilir olmasını temel aldı. Bu süreçte bilginin nasıl sunulduğu ve algılandığı da dikkate alındı.
- Bu rapor Teyit'in 2023 yılının ilk beş ayında seçim gündemine ilişkin hazırladığı içeriklerin incelenmesi neticesinde yanıltıcı siyasetçi demeçleri ve sosyal medya paylaşımlarında göze çarpan trendleri sunmayı amaçladı. Seçim döneminde yayılan yanıltıcı paylaşımların ardındaki örüntüyü yakalamanın, seçmeni gelecek seçimlerde karşılarında çıkabilecek bilgi kirliliğine karşı güçlendirmek ve siyasetçileri hakikate davet etmek için değerli olduğunu düşünüyoruz.
- Bu rapor belirli adaylar ve siyasi partiler için bazı trendler sunuyor olmakla birlikte belirli bir grup veya siyasi oluşumu "en çok" yanıltıcı bilgi paylaşmakla itham etmeyi amaçlamıyor. Siyasetçilerin doğru ve yanlış düzleminin ötesine geçen, muğlak, incelenebilir olmaktan uzak söylemlerine de rastlandı ve izlenen metodoloji gereği bu demeçler incelemeye tabi tutulmadı. Bazı siyasetçilerin DK çalışmalarında isminin dahi geçmemesi bu tarz bir durumla açıklanabilir.
- DK çalışmaları kapsamında siyasetçilerin çoğunlukla "çarptırma", "abartma" ve "doğru, ama..." türünden yanıltıcı demeçler verdikleri görüldü. Sosyal medyada paylaşılan yanıltıcı bilgileri incelediğimiz FC analizlerinde ise en yaygın yanıltıcı bilgi türleri olarak "hatalı ilişkilendirme", "manipülasyon" ve "çarptırma" karşımıza çıktı.

- FC çalışmaları kapsamında seçimlere ilişkin ele alınan bazı yanıltıcı iddiaların belirli siyasi oluşumları hedef aldığı, bazılarının ise siyasi oluşumları destekler nitelikte olduğu görülüyor. Millet İttifakı'nı hedef alan, Cumhuriyet İttifakı'nı ise destekler nitelikteki yanıltıcı iddialar göze çarpıyor. Bu bağlamda Millet İttifakı'na yönelik asimetrik propaganda materyallerinin de yoğunlaştığı görülüyor.
- Yapay zekâ uygulamaları deepfake videolar oluşturabilme potansiyeli nedeniyle endişe yaratıyordu, ancak bu seçim kampanyaları sırasında basit araçlarla üretilen cheapfake içerikler daha yaygındı. Özellikle ulusal güvenliğe dair bu tarz içeriklere eşlik eden yanıltıcı siyasetçi demeçlerinin seçmen davranışlarını etkilemede rolü olmuş olabilir.
- Mülteci ve sığınmacıları hedef alan yanlış bilgi kutuplaşmayı derinleştirmeyi sürdürdü. Bu seçim döneminde LGBTİ+'lar da yanlış bilginin değişmeyen "öteki"leri olarak siyasetçilerin hedef tahtasındaki yerlerini aldı.
- Tespit ettiğimiz trendler arasında Muharrem İnce'nin adaylıktan çekilmesine giden süreçte İnce ve Memleket Partisi yetkililerine dair yayılan yanıltıcı iddialar dikkat çekiciydi. İki tur arası kendini belirgin bir şekilde gösteren seçim güvenliğine ilişkin kaygılara yanıltıcı bilgiler eşlik etti. İkinci turun tamamlanmasıyla birlikte yayılmaya başlayan ve hatalı ilişkilendirilen kutlama videolarında ise adres Mescid-i Aksa'ydı.
- Geçmiş seçimlerde olduğu gibi bu seçim döneminde de yanlış bilginin siyasi kutuplaşmayı derinleştirdiği ve siyasetçilerin yanıltıcı demeçlerle daha geniş bir destekçi kitlesine ulaşmayı hedeflediği görüldü. Yanıltıcı iddiaların tekrarı yoluyla vatandaşların hakikat algısı şekillendirilmeye çalışılırken bunda kitle iletişim araçlarının rolü yadsınamayacak düzeydeydi.
- Sosyal medya platformları, genel siyasi propaganda için olduğu kadar zaman zaman siyasi propagandaya eşlik eden yanıltıcı iddiaların yayılması için de elverişli bir zemin yaratıyor. Siyasi oluşumların bu platformlarda verdiği reklamlar seçmen davranışını etkileyebilecek güçte.

## 1 Giriş

# Giriş

Polemikler, asılsız ithamlar ve birtakım dayanaksız iddialar... Türkiye, bir seçim dönemini daha geride bıraktı. 14 Mayıs'ta yapılan milletvekili ve cumhurbaşkanı birinci tur seçimlerini, 28 Mayıs'taki ikinci tur izledi. Hakikatin miting alanlarından uzakta durduğu, ekranlara yapay gündemlerin hakim olduğu ve genel olarak belagatin akla üstünlüğünü hissettirdiği bir seçim sürecine tanıklık ettik.

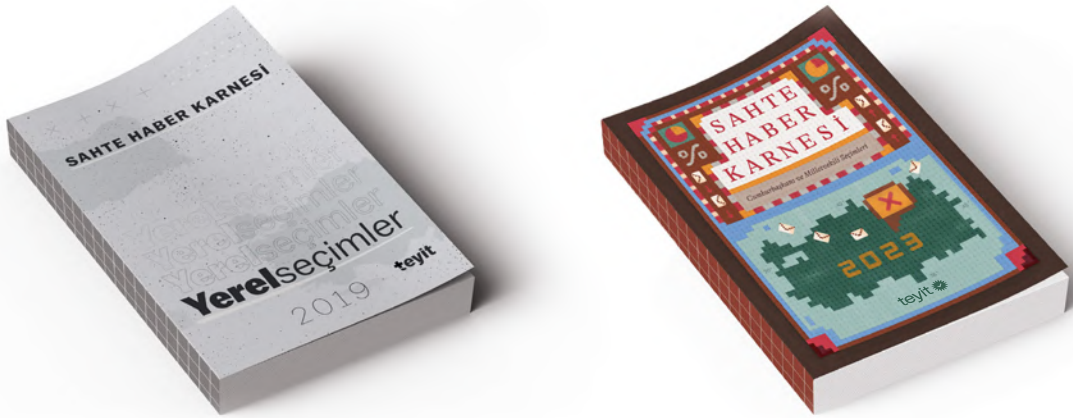
Bunlar ne o ne de bu parti veya adaya has stratejilerdi. Siyasetin farklı renkleri, bilgi ekosistemini kirletme yolunda rakiplerini yalnız bırakmamakta kararlı görünüyordu. Seçim yarışı adil ve özgür olmaktan çok uzaktı. Böylesi bir iklim, bilgi bozukluğunun siyasi sisteme daha da enfekte olması ve toplumun hakikate güveninin daha da zedelenmesi için epey verimli bir ortam sunuyordu.

ABD'li filozof Harry Frankfurt, 1986 yılında bir makale kaleme almıştı: "Saçmalık Üzerine" (On Bullshit). Esasında "zırva" olarak da düşünebileceğimiz "bullshit" kavramı, siyasetçilerin doğrulanabilirlik niteliği sınırlı demeçleri hakkında ilginç çıkarımlar yapmamıza yardımcı olabiliyor. Frankfurt, saçmalığı, doğru veya yanlışın ötesinde bir boyuta yerleştirmişti. Ona göre bu kavram sıradan bir yalan veya olağan bir yanıltıcı bilgi kırıntısı değildi.



Saçmalığa başvuran kişi çoğunlukla hayli yaratıcı ve üretken: Hakikatten uzak bir önerme geliştirip bunun mihmandarlığını yapıyor. Bunu yaparken de hakikatin özünde ne olduğuna pek aldırış etmiyor. Oy verme davranışının, bu pratiğin özünde yer alan demokratik değerlerden uzakta tutularak sığ bir eylem türüne indirgendiği ve demokratik ilkelerin içselleştirilemediği bir iklimde siyasetçinin ihtiyaç duyduğu şey tam da bu saçmalık: “Yanılıcı argümanlarım amacıma hizmet ediyorsa, yanılıcı olduklarının ne önemi var ki?”

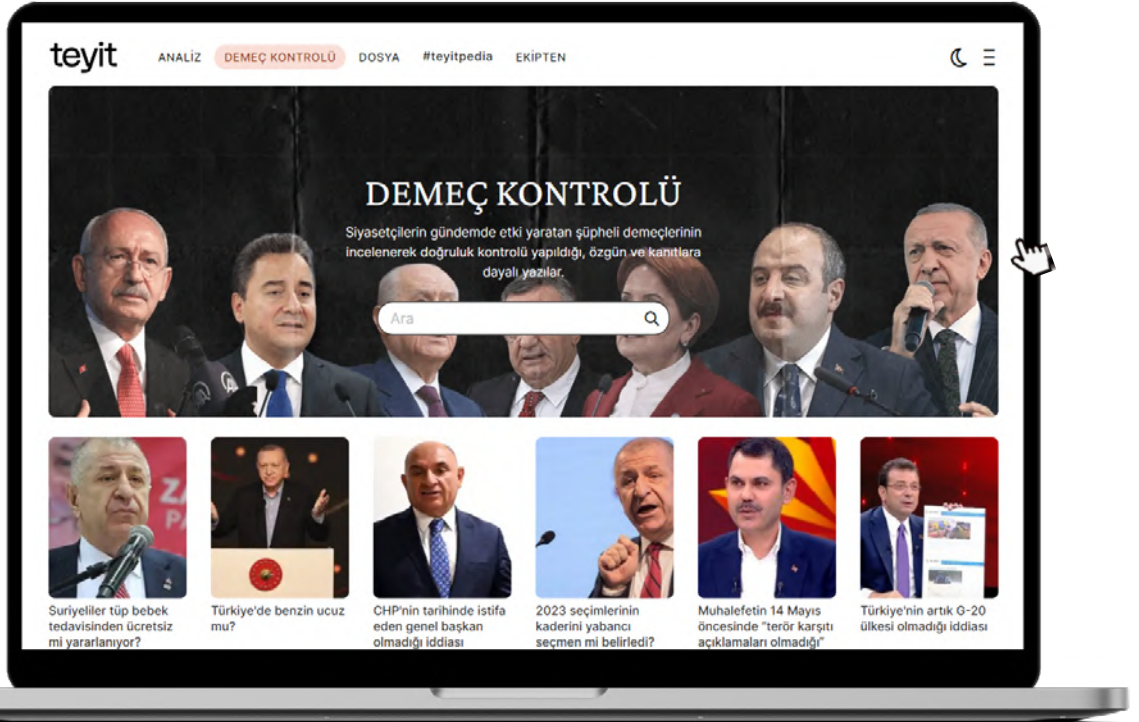
Bu seçim sürecinde de gözlemledik ki siyasetçiler Türkiye toplumunun fay hatlarında gezinen konulara ilişkin paylaşımlarında bu yöneme çok daha sık başvuruyor. Algılar hakikati perdelerken, gerçeklik algılarımızı da bulandırma yolunda emin adımlarla ilerliyor. Bu durum elbette seçmenin oy verme davranışını da belirli oranlarda etkiliyor olabilir.



Teyit bu duruma karşı çıktı, çıkıyor ve çıkmaya da devam edecek. Daha önce 2019 yılında gerçekleşen yerel seçimler kapsamında hazırladığımız Sahte Haber Karnesi'ni bu kez 2023 cumhurbaşkanı ve milletvekili seçimlerini odağımıza alarak hazırladık. Bir hedefimiz yanılıcı siyasetçi demeçleri ve sosyal medya paylaşımlarında tespit ettiğimiz örüntüleri ortaya sererek seçmenleri bilgi kirliliğine karşı güçlendirmektir. Siyasetçileri hakikate davet etmek ve siyaseti daha objektif bir zemine çekebilmek mümkün.

2023 yılının başından Mayıs ayının sonuna değin seçim gündemine ilişkin yanıltıcı aktarım ve içerikleri merkezine alan toplamda 201 analizimiz ile bilgi ekosistemindeki bozulmaya itirazımızı en yüksek perdeden dile getirme ve milyonlarca internet kullanıcıasına ulaştırma çabası içerisinde olduk. Bu analizlerin 151'i geleneksel doğrulama faaliyetlerimiz kapsamında hazırladığımız, klasik metodolojimiz dahilinde önceliklendirdiğimiz yazılardı. Bu raporda Teyit'in bu çalışmalarının klasik teyitçilik (fact-checking, FC) faaliyetleri olarak nitelendirildiğini göreceksiniz.

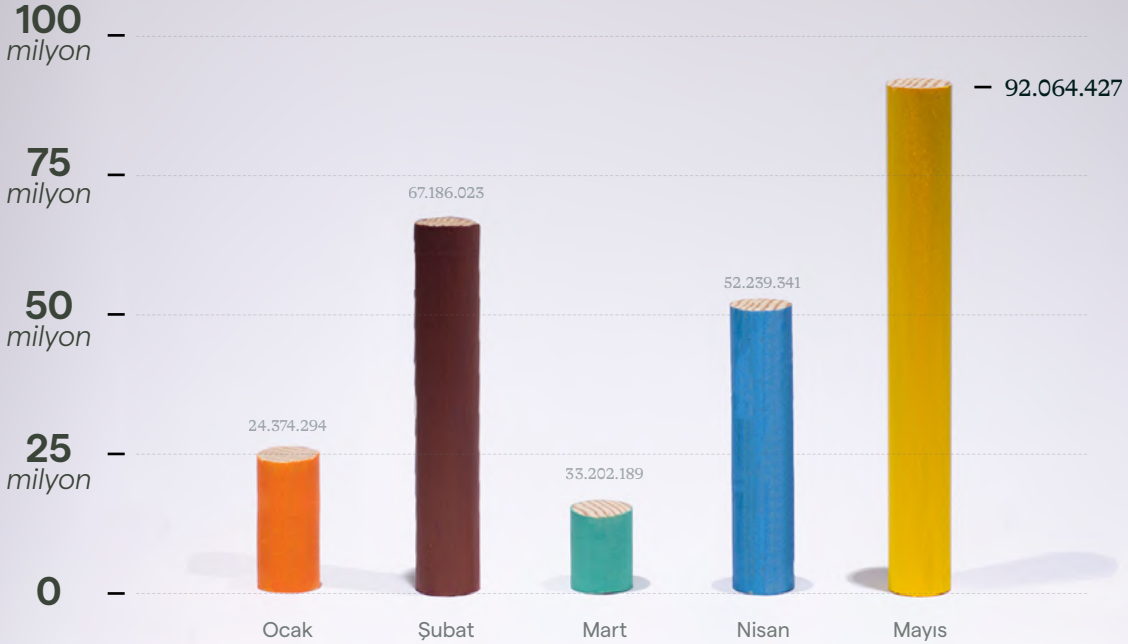
Öte yandan, bu seçim döneminde yeni bir yaklaşımımızı da hayata geçirmiş olduk: Demeç Kontrolü (DK). Bu kapsamda, 2023 seçimlerine giderken siyasetçilerin mitinglerde, televizyon ekranlarında ve sosyal medyada dile getirdiği beyanları sistematik bir şekilde inceledik. 50 analizimiz doğrudan siyasetçilerin demeçlerini ele alıyordu.



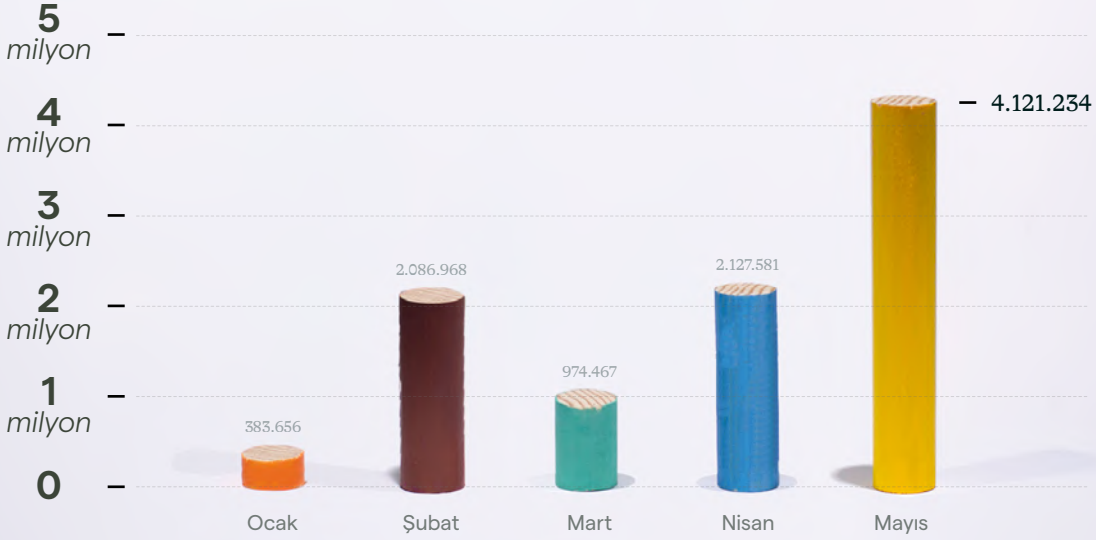
Siyasetçilerden yalnızca doğruları duymanın, yanıltıcı bilgi bombardımanına maruz kalmadan karar alabilme hürriyetinin yurttaşlar olarak hepimizin hakkı olduğuna inanıyoruz. Sürecin zorluğunun elbette farkındaydık. Siyasetçilerin muğlak ve doğrulanabilirlik konusunda teyitçileri zorlayacağı muhakkak bir retorik izleyebileceğinin bilincinde, DK çalışmaları için Teyit'in ana metodolojisinden bazı yönleriyle ayrışan bir yöntem geliştirdik. İncelediğimiz siyasetçi demeçlerindeki bilgileri "doğru" veya "yanlış" etiketiyle nitelmeden yanıltıcı yönüne vurgu yaparak ve dile getirildikleri bağlamı aktarmaya çalışarak ele aldık.

Yanıltıcı içerik ve demeçlerde tespit ettiğimiz farklı eğilimler, Türkiye'de siyasetin dili ve siyasi propagandanın yöntemine ilişkin endişe verici yönler taşıyor. Ancak, hakikate duyulan ilgideki artış, hafif de olsa yüzümüzde umut dolu bir tebessüm yaratır nitelikte.

### Teyit'in sosyal medya hesaplarındaki toplam erişim (👁) sayısının zamana göre değişim grafiği



## Teyit'in sosyal medya hesaplarındaki toplam etkileşim (♥) sayısının zamana göre değişim grafiği



Süreç içerisinde seçimlere ilişkin Teyit'in hazırladığı içeriklerin 631 kez medyaya yansıdığını tespit ettik. Çalışmalarımıza çeşitli ulusal gazete ve dergi gibi basılı mecraların yanı sıra blog ve haber siteleri gibi kaynaklarda da referans verildiğini gördük. Teyit ekibi televizyon ekranlarına davet edildi, ekibimizin çalışmaları uluslararası basında kendine yer buldu.

## Seçim çalışmaları kapsamında Teyit'in medyadaki görünürlüğü



TV  
11 kez



Gazete  
74 kez



Yabancı basın  
28 kez



Dergi  
7 kez



Blog  
45 kez



Haber sitesi  
466 kez

Artık yankı fanuslarını terk etme ve filtre balonlarını patlatma zamanı geldi de geçiyor. Bu sırada Teyit ekibi olarak biz siyasetin dilini hakikate çekmenin, bilgi ekosistemini ise bir detoks sürecine sokmanın yollarını aramaya devam ediyoruz.



## Teyitçilik metodolojisi ve Demeç Kontrolü çalışmasında izlenen yaklaşım

Bu rapor kapsamında 1 Ocak 2023 tarihinden 31 Mayıs 2023 tarihine değin Teyit ekibi tarafından hazırlanan seçim gündemine ilişkin 151'i sosyal medya ve geleneksel medyada paylaşılan şüpheli iddia üzerine hazırlanan analiz (FC analizi) ve 50'si yanıltıcı yönler taşıyan siyasetçi demeci incelemesi (DK analizi) olmak üzere toplamda 201 içerik ele alındı.

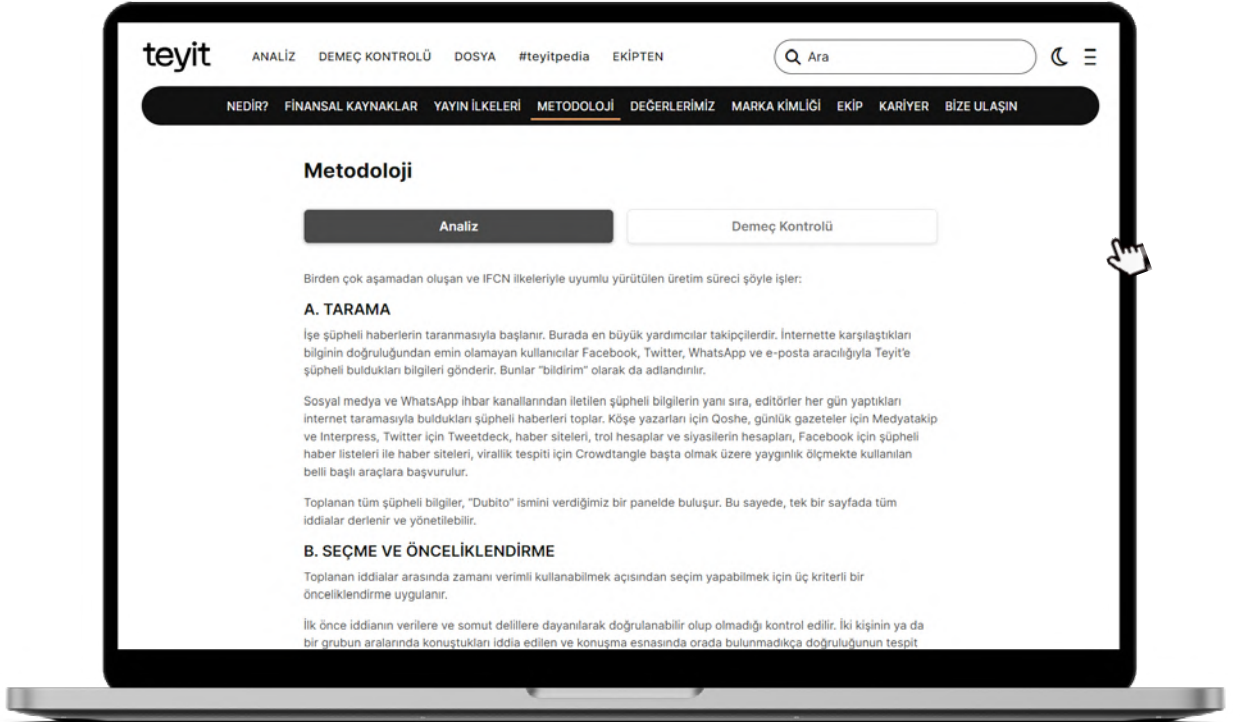
DK çalışmaları için Teyit'in ana metodolojisinden belirli noktalarda farklılaşan bir yöntem geliştirdik ve şüpheli siyasetçi demeçlerini "doğru" veya "yanlış" etiketiyle nitelemeden demeçlerin yanıltıcı yönüne vurgu yaparak ve dile getirildikleri bağlamı aktarmaya çalışarak inceledik. Dolayısıyla bu raporda sunulan veri ve içgörülerini bütünüyle anlamlandırabilmek için seçimlere ilişkin Teyit ekibi tarafından üzerinde çalışılan iki ayrı içerik grubunun metodolojileri arasındaki benzerlik ve farklılıklar hakkında bilgi sahibi olmak gerekiyor.

Tablo 1. Seçim gündemine ilişkin incelemelerde izlenen metodolojik yaklaşımlar

	Teyitçilik (FC) metodolojisi	DK metodolojisi
<b>Kapsam</b>	Sosyal medyada ve geleneksel medyada gündeme gelen şüpheli bilgiler.	Doğrudan siyasetçiler tarafından ifade edilmiş, doğrulanabilir niteliğe sahip şüpheli bilgiler.
<b>Seçme ve önceliklendirme</b>	Teyit ekibine bildirilen veya ekip tarafından tespit edilen şüpheli bilgi viralite, önem ve aciliyet kriterlerine göre değerlendirilir.	<p>Teyit ekibine bildirilen veya ekip tarafından tespit edilen, siyasi parti liderleri, parti sözcüleri, gündemde etki yaratan veya Twitter’da 2 milyondan fazla takipçiye sahip aktif siyasetçilerin şüpheli demeçleri değerlendirilir.</p> <p>Kamuoyu araştırmalarında da öne çıkan Türkiye’nin önemli problemlerine ilişkin iddia başlıkları önceliklendirilir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekonomi ve istihdam</li> <li>• Eğitim</li> <li>• Mülteciler ve göç</li> <li>• Ulusal güvenlik</li> <li>• Adalet</li> </ul>
<b>İddianın etiketlenmesi</b>	<p>Bir iddia “doğru,” “yanlış,” “karma” veya “sonuçlandırmadı” şeklinde etiketlenilebilir. “Yanlış” olarak tespit edilen yanıltıcı bilgiler, bilginin niteliğine ve niyetine göre yedi farklı kategoride değerlendirilir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bağlamdan koparma</li> <li>• Çarpıtma</li> <li>• Hatalı ilişkilendirme</li> <li>• Manipülasyon</li> <li>• Parodi</li> <li>• Taklit</li> <li>• Uydurma</li> </ul>	<p>Yanıltıcı demeçler, aktarılan bilginin niteliğine ve dile getirildiği bağlama göre farklı kategorilerde değerlendirilir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Çarpıtma</li> <li>• Bağlamdan koparma</li> <li>• Doğru, ama...</li> <li>• Dayanaksız</li> <li>• Tartışmalı</li> <li>• Uydurma</li> <li>• Abartma</li> <li>• Cımbızlama</li> </ul>

Her iki içerik grubunda da esas belirleyici faktör bir iddianın **doğrulanabilir ve incelenebilir nitelikte** olması gerekliliği. Bir şüpheli bilginin Teyit tarafından ele alınabilmesi için, açık kaynaklara ve herkes tarafından erişilebilecek bilgilere dayanılarak çürütülebilir veya doğrulanabilir olması gerekiyor. Ancak burada bazı **sınırlılıklar** yok değil. Siyasette referans değeri taşıyan kulis bilgileri veya kapalı kapılar ardında geçen konuşmalar, açık ve güvenilir kaynaklar tarafından teyit edilemeyeceği için izlediğimiz metodolojiye göre incelenemiyor. Ayrıca, siyasetçiler arasındaki kişisel ithamlara dayalı iddialar da Teyit'in inceleme alanında bulunmuyor.

Teyit'in teyitçilik metodolojisi ve Demeç Kontrolü çalışmalarında izlediği yönteme dair detaylı bilgi almak için internet sitemizde [ilgili sayfayı](#) ziyaret edebilirsiniz.



## Bu rapor ne değildir?

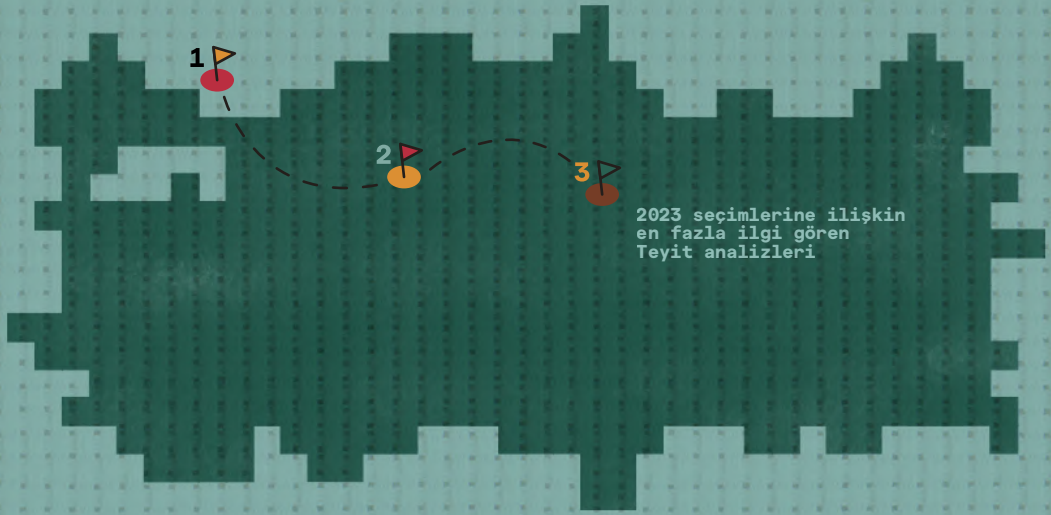
İzlediğimiz metodolojik yaklaşımlar dikkatle incelendiğinde yaptığımız çalışmaların, “en çok hangi siyasetçi, siyasi parti veya oluşum yanıltıcı bilgi paylaşmış?” sorusuna **yanıt aramadığı**, hatta kutuplaşmayı derinleştiren bu tarz bir yaklaşıma en baştan mesafeli olduğu görülebilir. Kısaca belirtelim: Takip ettiğimiz metodoloji itibarıyla bu tarz çıkarımlar yapılamaz.

Bu raporda Teyit’in radarına giren, belirli seçme ve önceliklendirme kriterlerini aşabilmiş ve bu doğrultuda incelemeye tabi tutulup analizi hazırlanmış iddialar ele alınıyor. Bir bakıma amacımız seçim dönemlerinde yüzeye vuran yanıltıcı bilgi kırıntılarının ardındaki örüntüyü açığa çıkarıp seçmeni güçlendirmek, hakikatin referans alındığı bir siyasi yarış talebini yüksek perdeden dile getirmek ve siyasetçileri objektif bir zeminde siyaset yapmaya davet etmek.

Bu rapor belirli siyasi oluşumlar için bazı trendler sunuyor ancak siyasetçilerin doğru ve yanlış düzleminin ötesine geçen, muğlak, incelenebilir olmaktan uzak söylemleri de olabiliyor ve örneğin bazı siyasetçilerin çalışmalarımız kapsamında isminin dahi geçmemiş olması bu tarz bir retorik izlemeleriyle açıklanabilir.

Metodolojik yaklaşımlarımızın temelinde yer alan doğrulanabilirlik ve incelenebilirlik meselesinin nasıl bazı siyasi çevrelerin açıklamalarını incelemeye tabi tutulamaz kıldığını çalışmalarımız sırasında belirgin bir biçimde görebildik. Bu konuya ilişkin detaylı aktarımlarımıza raporun ilerleyen sayfalarında “Bazı siyasetçiler neden DK çalışmaları kapsamında hiç ele alınmamış?” başlığı altında rastlayabilirsiniz.





## 2023 seçimlerine ilişkin en fazla ilgi gören Teyit analizleri





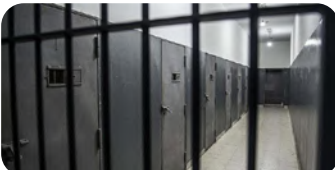
Seçim döneminde hazırladığımız içerikler arasında en fazla ilgi gören analizleri tespit edebilmek için Teyit'in sayfasındaki görüntülenme sayılarına bakabiliriz. FC çalışmaları metodolojisi dahilinde şüpheli bir iddianın belirli bir etkileşim sayısına ulaşması ve yaygınlık kazanması bizim için bir seçme ve önceliklendirme kriteri. Benzer şekilde DK çalışmalarında da toplumda gündemi belirleme veya gündeme yön verebilme etkisine sahip siyasetçilerin demeçlerine odaklandığımız görülebilir.

Bu noktada şunu hatırlatmak gerek. Bu rapora konu olan iddia ve demeçler, Teyit'in radarına girebilen şüpheli içerikler arasında ekip tarafından yukarıda ifade edilen metodoloji kapsamında incelenen, doğrulamaya tabi tutulabileceği anlaşılan ve araştırılarak analizi hazırlananlar. Raporun, tüm yanlış bilgi evrenini yansıtır nitelikte bir yapıya sahip olmadığını, Türkiye'deki seçimler özelinde gelişen bilgi kirliliğinden belirli bir kesit aktardığını söyleyebiliriz.

Bu bağlamda aşağıda yer alan istatistikler, belirli düzeylerde yayılım göstermiş şüpheli iddialar üzerine hazırlanan analizlerin, Teyit'in internet sitesi olan teyit.org'daki görüntülenme sayılarını gösteriyor. Görüntülenme sayıları, ilgili iddiaların Teyit takipçilerinin ne denli dikkatini çektiğine ve ilgili iddiaların internette ne ölçüde arandığına dair sinyal verebilir.

Tablo 2. 1 Ocak - 31 Mayıs tarihleri arasında Teyit'te en fazla görüntülenen 2023 seçimlerine ilişkin 10 FC analizi

1-5

1	 <p>Bu Pazar genel seçim olsa hangi partiye oy verirsiniz?</p>	<p>Görseldeki seçim anketinin güncel olduğu iddiası*</p> <p>✘ Yanlış   Çarpıtma &amp; Hatalı ilişkilendirme</p>	<p><b>102 bin 675</b> görüntülenme</p>
2		<p>Fotoğrafın kucak kucağa oturan Erdoğan ve Melih Gökçek'i gösterdiği iddiası</p> <p>✘ Yanlış   Manipülasyon &amp; Parodi</p>	<p><b>41 bin 86</b> görüntülenme</p>
3		<p>Fotoğrafın Millet İttifakı'nın 6 Mayıs Maltepe mitinginden olduğu iddiası</p> <p>✘ Yanlış   Hatalı ilişkilendirme</p>	<p><b>39 bin 820</b> görüntülenme</p>
4		<p>AK Parti İzmir mitingine ait fotoğrafların montaj olduğu iddiası</p> <p>✘ Yanlış   Çarpıtma</p>	<p><b>35 bin 997</b> görüntülenme</p>
5		<p>Hizbullah hükümlüsü Mehmet Emin Alpsoy'un Cumhurbaşkanlığı kararıyla serbest bırakıldığı iddiası</p> <p>✔ Doğru</p>	<p><b>35 bin</b> görüntülenme</p>

\*Analizin Teyit'in internet sitesinde en çok görüntülenen FC içeriği olmasının nedeni direkt olarak iddianın kendisine duyulan ilgi olmayabilir. Nitekim seçim kampanyaları boyunca yayılan birçok farklı sahte seçim anketi, internette ilgili anahtar kelimeleri içeren bu analizin öne çıkmasına, internet kullanıcılarının farklı anketleri ararken bu yazıyla karşılaşmalarına ve dolayısıyla içeriğin 100 binin üzerinde görüntülenmesine neden olmuş olabilir.

## Tablo 2. 1 Ocak - 31 Mayıs tarihleri arasında Teyit'te en fazla görüntülenen 2023 seçimlerine ilişkin 10 FC analizi

6-10

6

Para Akarına İhtisat				
Alınan Dekontun				
İsim	Tarih	İhtisat Zamanı	Sıra No	Fiy. Sıra No
	12/02/2023	20:21:55	100144	14530-2155
Kilometer	Alınan			
İsim	MAKSUT SERİM	MUHARREM İNCE		
Hesap	MUSTAFAKEMAL PAŞA BİRSİA SİBESİ	MERİNEYS BİRSİA SİBESİ		
IBAN	TR41 0806 4000 4012 2230 7077 24	IBAN: TR39 0806 4000 8012 2300 1419 51		
Aktarılan	Havale Görevi(TL) + Vergi	Açıklama		
10.000.000	8.000	MAKSUT SERİM TARAFINDAN HESABA AKTARILAN		

Maksut Serim'in İnce'ye 10 milyon gönderdiği iddiasıyla paylaşılan dekont

**34 bin 838**  
görüntülenme

✘ Yanlış | Uydurma & Manipülasyon

7

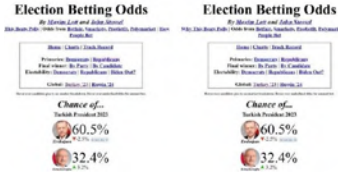


Grafiğin yurtdışında yapılan sandık başı anketi sonuçlarını gösterdiği iddiası

**32 bin 950**  
görüntülenme

☐ Sonuçlandırılmadı

8



Tablonun Erdoğan'ın yüzde 60 oy aldığını gösteren anketten olduğu iddiası

**27 bin 792**  
görüntülenme

✘ Yanlış | Hatalı ilişkilendirme & Çarpıtma

9



Görselin Millet İttifakı'nın porno siteye verdiği reklamı gösterdiği iddiası

**27 bin 260**  
görüntülenme

✘ Yanlış | Uydurma & Manipülasyon

10



Videonun Erdoğan'ın Yahudi üstün hizmet nişanı aldığını gösterdiği iddiası





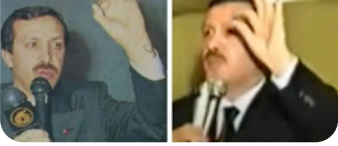










**26 bin 982**  
görüntülenme

✘ Yanlış | Hatalı ilişkilendirme & Uydurma

İlk bakışta FC çalışmaları kapsamında incelenen belirli manipülatif içerikler ile sosyal medya kullanıcılarının oy verme davranışlarını etkileme amacı güden şüpheli seçim anketlerinin internet kullanıcılarının dikkatini çektiği görülmüştür.
















Tablo 3. 1 Ocak - 31 Mayıs tarihleri arasında Teyit'te en fazla görüntülenen 2023 seçimlerine ilişkin 10 DK analizi

1-5

1	 <p>Recep Tayyip Erdoğan</p> 	<p>Erdoğan'ın 7 Mayıs İstanbul mitingine bir milyon 700 bin yurttaşın katıldığı iddiası</p> <p> Abartma</p>	<p><b>44 bin 158</b> görüntülenme</p>
2	 <p>Kemal Kılıçdaroğlu</p> 	<p>Erdoğan'ın tek malvarlığının yüzüğü olduğunu söylediği iddiası</p> <p> Çarpıtma &amp; Bağlamdan koparma</p>	<p><b>17 bin 110</b> görüntülenme</p>
3	 <p>Kemal Kılıçdaroğlu</p> 	<p>Evlilik öncesi SMA testinin Sağlık Bakanlığı tarafından yapılmadığı iddiası</p> <p> Çarpıtma</p>	<p><b>11 bin 961</b> görüntülenme</p>
4	 <p>Recep Tayyip Erdoğan</p> 	<p>Muhalefetin İHA'lar için "Biz gelince bunları durduracağız" dediği iddiası</p> <p> Çarpıtma &amp; Bağlamdan koparma</p>	<p><b>8 bin 924</b> görüntülenme</p>
5	 <p>Temel Karamollaoğlu</p> 	<p>TUSAŞ'ın 1974'ten beri uçak havalandırmadığı iddiası</p> <p> Çarpıtma</p>	<p><b>8 bin 760</b> görüntülenme</p>

Tablo 3. 1 Ocak - 31 Mayıs tarihleri arasında Teyit'te en fazla görüntülenen 2023 seçimlerine ilişkin 10 DK analizi



6-10

6	 	<p>Recep Tayyip Erdoğan</p> <p>Adnan Menderes Havalimanı'nın AK Parti döneminde yapıldığı iddiası</p> <p> Abartma</p>	<p><b>7 bin 937</b> görüntülenme</p>
7	 	<p>Gültekin Uysal</p> <p>AK Parti'nin Ordu mitinginin, Millet İttifakı mitinginin yarısı kadar kalabalık olduğu iddiası</p> <p> Çarpıtma &amp; Dayanaksız</p>	<p><b>7 bin 622</b> görüntülenme</p>
8	 	<p>Recep Tayyip Erdoğan</p> <p>HÜDA PAR'ın seçime kendi logosuyla girdiği iddiası</p> <p> Çarpıtma</p>	<p><b>7 bin 526</b> görüntülenme</p>
9	 	<p>Muharrem İnce</p> <p>Mustafa Kemal Atatürk ve Fevzi Çakmak arasında geçtiği öne sürülen diyalog</p> <p> Dayanaksız</p>	<p><b>7 bin 100</b> görüntülenme</p>
10	 	<p>Recep Tayyip Erdoğan</p> <p>Esenboğa Havalimanı'nın AK Parti döneminde yapıldığı iddiası</p> <p> Abartma</p>	<p><b>6 bin 587</b> görüntülenme</p>




En fazla görüntülenen DK analizlerine baktığımızda ise birçok farklı siyasi isme denk geliyoruz. Cumhurbaşkanı adayları Recep Tayyip Erdoğan ile Kemal Kılıçdaroğlu'nun verdiği yanıltıcı demeçlerin daha fazla dikkat çektiği anlaşılıyor.

DK analizleri özelinde Teyit'in kendi sosyal medya kanallarında en fazla dikkat çeken içerikleri de tespit ettik. Böylelikle Facebook, Instagram ve Twitter (yeni ismiyle X) platformlarında erişim/etkileşim yüzdesi en fazla olan paylaşımlarımızı görebildik. Aşağıda yer alan ilgili tablolar 27 Temmuz 2023 itibarıyla derlenen verileri içeriyor.


Tablo 4. Teyit'in Facebook sayfasında paylaşılan DK analizleri arasında erişim/etkileşim yüzdesi en fazla olan üç içerik

		👤 Erişim	❤ Etkileşim	Erişim/Etkileşim yüzdesi
	Millet İttifakı kampanya filminde Murat Karayılan'ın yer aldığı iddiası yanlış. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 7 Mayıs İstanbul mitinginde de gösterilen video montajlanmış.	<b>7 bin</b> 766	<b>269</b>	<b>3,56</b>
	Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, 1999 Marmara depreminde yönetimde şu andaki CHP'nin olduğunu iddia etti. Ancak o dönemde iktidarda DSP, MHP ve ANAP koalisyonu vardı.	<b>12 bin</b> 905	<b>364</b>	<b>2,82</b>
	Fuat Oktay'ın konuşması sırasında Suriyeli birinin cep telefonu çaldığı iddiası yanlış.	<b>9 bin</b> 106	<b>234</b>	<b>2,57</b>

Tablo 5. **Teyit'in Instagram sayfasında paylaşılan DK analizleri arasında erişim/etkileşim yüzdesi en fazla olan üç içerik**

		👤 Erişim	♥ Etkileşim	Erişim/Etkileşim yüzdesi
	Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın dile getirdiği, "Böylesi büyük felakete hazırlıklı olabilmek mümkün değildir" iddiası çarpıtma.	519 bin 975	86 bin 778	16,69
	Cumhurbaşkanı @rterdogan 7 Mayıs 2023'te İstanbul Atatürk Havalimanı'ndaki mitinge bir milyon 700 bin yurttaşın katıldığını iddia etti.	295 bin 21	20 bin 441	6,93
	Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank'ın dile getirdiği, AK Parti iktidara geldiğinde yüzde 180 ila 200 enflasyon olduğu iddiası abartma ve çarpıtma.	168 bin 469	11 bin 230	6,67

Tablo 6. **Teyit'in Twitter hesabında paylaşılan DK analizleri arasında erişim/etkileşim yüzdesi en fazla olan üç içerik**

		👤 Erişim	♥ Etkileşim	Erişim/Etkileşim yüzdesi
	Cumhurbaşkanı @RTERdogan'ın 6 Şubat'taki depremin dünyada karada meydana gelen en şiddetli deprem olduğu iddiasını inceledik.	83 bin 786	4 bin 262	5,09

	👤 Erişim	❤️ Etkileşim	Erişim/Etkileşim yüzdesi
 <p>Cumhurbaşkanı @terdogan 7 Mayıs 2023'te İstanbul Atatürk Havalimanı'ndaki mitinge bir milyon 700 bin yurttaşın katıldığını iddia etti.</p> <p>Miting sırasında çekilen fotoğraflara...</p>	597 bin 921	29 bin 464	4,93
 <p>Murat Karayılan'ın görüldüğü video Millet İttifakı'nın resmi kampanya filminde yer almıyor.</p> <p>Murat Karayılan'ın eski tarihli bir görüntüsü videoya sonradan montajlanmış.</p>	337 bin 783	165 bin 619	4,90

Teyit'in verileri, sosyal medya hesaplarımız aracılığıyla erişebildiğimiz internet kullanıcılarının en fazla dikkatini çeken içeriklerden birinin Erdoğan tarafından yaygınlaştırılan *cheapfake* videoya dair olduğunu ortaya koyuyor. Seçimin en çarpıcı yanıltıcı içeriklerinden olan bu videoyu raporun ilerleyen kısımlarında daha detaylı bir biçimde ele alacağız.

## Yüksek etkileşim alan yanıltıcı paylaşımlarda trend: Video içerikler

Teyit'in FC metodolojisi kapsamında önemli bir kriter sosyal medyada gezinen bir iddianın viralitesi. DK metodolojisi dahilinde ise özel olarak siyasetçi demecinin sosyal medyadaki yaygınlığından ziyade farklı çevrimiçi ve çevrimdışı kanallardaki yayılımı ve ilgili siyasetçinin ülke gündemini etkileme gücü göz önünde bulundurulmuştu. Bu noktada incelediğimiz siyasetçi demeçlerini bir yana bırakıp FC çalışmaları kapsamına giren iddiaların sosyal medyada ne denli viral olduklarına bakıp bazı tespitlerde bulunabiliriz.

Her ne kadar Teyit ele aldığı iddiaların virallğine dair veri tutuyor olsa da tutulan verinin tüm sosyal medya platformlarının taranarak elde edilmesi gibi bir durum söz konusu değil. Bu açıdan bir iddianın ne ölçüde viral olduğunu



net bir metrikle ifade etmek, teknik imkanlarımız ötesine geçiyor. Öte yandan tespit ettiğimiz bazı istatistikleri paylaşabiliriz. Bu istatistikleri yorumlarken verilerin mutlak rakamları ifade etmediğini, Teyit ekibinin tespit edebildiği yanıltıcı paylaşımlara atfen bu sayıların sunulduğunu anımsatmamızda fayda var.

**Tablo 7. TikTok'ta yüksek etkileşim aldığı Teyit ekibi tarafından tespit edilen ve FC analizi hazırlanan seçimlere ilişkin üç paylaşım**

Paylaşımın yapıldığı platform	Paylaşımın türü	Paylaşımın yaygınlaştırdığı yanıltıcı iddia	Paylaşımın aldığı etkileşim
 TikTok	Video	Videonun güncel Şanlıurfa mitinginde "Erdoğan istifa" sloganı atıldığını gösterdiği iddiası	En az <b>132 bin</b>
 TikTok	Video	Videonun Erdoğan'ın istifasını isteyen bir genci gösterdiği iddiası	En az <b>84 bin</b>
 TikTok	Video	Videonun Erdoğan'ı destekleyen kalabalığı gösterdiği iddiası	En az <b>76 bin</b>

Buradaki trend, video formatındaki yanıltıcı içeriklerin yukarıdan bakıldığında daha fazla etkileşim alabildiği yönünde. Bu durum internet kullanıcılarının sosyal medya kullanımlarındaki farklılaşan davranış biçimlerine de paralel bir biçimde okunabilir. Nitekim TikTok'un rakiplerine nazaran ciddi ölçüde büyümesine olanak tanıyan kısa video içerik formatının kullanıcıyı çeken yapısını, Instagram da Reels videoları ile yakalamaya çalışmıştı.

**Tablo 8. Instagram'da yüksek etkileşim aldığı Teyit ekibi tarafından tespit edilen ve FC analizi hazırlanan seçimlere ilişkin üç paylaşım**

Paylaşımın yapıldığı platform	Paylaşımın türü	Paylaşımın yaygınlaştırdığı yanıltıcı iddia	Paylaşımın aldığı etkileşim
 Instagram	<b>Video</b>	Videonun Erdoğan'ı destekleyen kalabalığı gösterdiği iddiası	En az <b>117 bin</b>
 Instagram	<b>Görsel</b>	Görselin Millet İttifakı'nın porno siteye verdiği reklamı gösterdiği iddiası	En az <b>47 bin</b>
 Instagram	<b>Video</b>	Videonun Erdoğan'ın istifasını isteyen bir genci gösterdiği iddiası	En az <b>22 bin</b>

Meta'nın üçüncü parti haber doğrulama sistemine Teyit ekibi tarafından bildirilen içerikler arasında ise tabloda ifade edilenlerden daha yüksek etkileşime sahip yanıltıcı Instagram paylaşımlarına rastlamak mümkün. Öte yandan bu rapor kapsamında ilgili veriler detaylı bir analize tabi tutulmadı. Bildirilen yanıltıcı içeriklerin platform tarafından etiketlenmesinin ardından kimi zaman kısa süre içinde silinmesinin bu raporun hazırlandığı süreçte sistematik bir taramanın önüne geçtiği söylenebilir.

Bu noktada şunu da belirtmek faydalı olabilir. Kısa video içeriklerin yüksek etkileşim alması metin türündeki paylaşımların etkisinin kırıldığına işaret etmiyor. Hangi paylaşım türünün daha akılda kalıcı olduğu, sosyal medyada yanıltıcı bilginin yayılımında daha kritik bir rol aldığı derinlemesine incelenmesi gereken bir araştırma başlığı.

Tablo 9. **Twitter'da yüksek etkileşim aldığı Teyit ekibi tarafından tespit edilen ve FC analizi hazırlanan seçimlere ilişkin üç paylaşım**

Paylaşımın yapıldığı platform	Paylaşımın türü	Paylaşımın yaygınlaştırdığı yanıltıcı iddia	Paylaşımın aldığı etkileşim
 Twitter	<b>Video</b>	Videonun Mescid-i Aksa'da Erdoğan'ın zaferini kutlayanları gösterdiği iddiası	En az <b>98 bin</b>
 Twitter	<b>Metin</b>	İtirazlar sonucunda HÜDA PAR'ın bazı milletvekillerini kaybettiği iddiası	En az <b>90 bin</b>
 Twitter	<b>Metin</b>	Kılıçdaroğlu'nun "Alevi" videosunun Twitter'da en çok izlenen video olduğu iddiası	En az <b>81 bin</b>

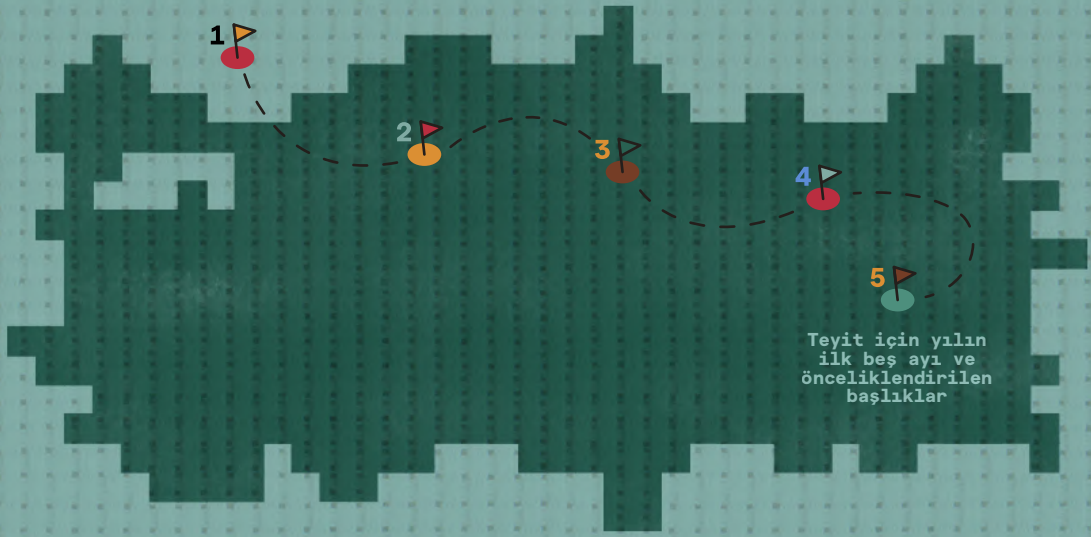


Tuttuğumuz veriler içerisinde TikTok, Instagram ve Twitter'ın yanı sıra Facebook'tan da yanıltıcı paylaşımlara rastlıyoruz. Meta'nın üçüncü parti haber doğrulama sistemine Teyit ekibi tarafından bildirilen bazı yanıltıcı Facebook paylaşımlarının da yüksek etkileşim alabildiğini gözlemledik. Örneğin Erdoğan'ın Yahudi üstün hizmet nişanı aldığını gösterdiği iddiası ile yayılan videoyu içeren Facebook paylaşımı 10 binin üzerinde etkileşim almıştı.

Kısa video içerik yapısının internet kullanıcılarını uygulamada tutmadaki başarısı muhakkak. Bu durum kısa video içeriklere ev sahipliği yapan platformların yanıltıcı bilgiyle daha etkin mücadele etmesi gerektiğinin de sinyalini veriyor. Nitekim herhangi bir video içerik çok geniş kitlelere görece çok kısa zamanda bu platformlar aracılığıyla erişebiliyor ve yanıltıcı bilginin paylaşılması durumunda bu durum oldukça endişe verici bir hal alabiliyor.

Bu konuya dair son olarak vurgulamamız gereken bir nokta daha var. Sosyal medyada yüksek etkileşim alan yanıltıcı paylaşımlardaki örüntü kısa video içeriklere işaret ediyor olsa da Teyit'te çevrimiçi platformları bütünüyle takip etme kapasitesine sahip bir teknolojimiz maalesef bulunmuyor. Kullandığımız araçlar ne denli gelişmiş olurlarsa olsunlar, yanlış bilgi havuzunun sınırlı bir kesitini gözlemlememize olanak tanıyor.

Dolayısıyla bu noktada sorumluluk platformlarda. Yanıltıcı içeriklere ev sahipliği yapan platformların bu içeriklerin ne denli yayıldığına dair metrikleri, bu içeriklere karşı kendilerinin neler yaptıklarını, algoritmik boyutta hangi mücadele mekanizmalarını devreye soktuklarını şeffaf bir biçimde kullanıcılarıyla paylaşma sorumlulukları olduğuna inanıyoruz.



## Teyit için yılın ilk beş ayı ve önceliklendirilen başlıklar

Seçim çalışmalarının ötesinde genel resme bir bakalım. Teyit, 1 Ocak 2023 tarihinden 31 Mayıs 2023'e değin internet sitesinde toplam 611 yazı yayınladı. Bunların 478'i Teyit'in klasik metodolojisi dahilinde hazırlamış olduğu analizler (FC), 50'si Demeç Kontrolü çalışmamız kapsamında hazırlanan analizler, 23'ü dosya, 54'ü Teyitpedia, ve 6'sı "ekipten" kategorimiz dahilinde ürettiğimiz içeriklerdi. Özetle 2023 yılının ilk beş ayında Teyit ekibinin ürettiği tüm içeriklerin yüzde 86'sı ekibin radarına giren şüpheli iddialar üzerine yazılmış analizlerden oluşmuştu. Tüm analizlerin üçte birinden fazlası seçim gündemine dairdi.

Şüpheli içerikler doğaları gereği birden fazla kategori içerisinde değerlendirilebiliyor. DK metodolojisi kapsamında "Ekonomi ve istihdam", "Eğitim," "Mülteciler ve göç," "Ulusal güvenlik," ve "Adalet" kategorilerindeki içerikleri önceliklendireceğimizi seçim döneminin başında ifade etmiştik.

FC çalışmalarında ise genel olarak böyle bir sınırimız bulunmuyordu. Çalışmalarımız kategoriler bazında bir incelemeye tabi tutulduklarında süreç içerisinde Teyit'in çalışmalarını keskin bir biçimde şekillendiren kritik ve üzücü bir gelişme yaşandı: 6 Şubat Depremleri.

Tablo 10. 1 Ocak - 31 Mayıs arası Teyit’te yayınlanan tüm analizlerin kategorileri

	FC analizleri (Toplamda 478 içerik)	DK analizleri (Toplamda 50 içerik)
Siyaset	236	45
2023 Seçimleri	151	50
6 Şubat Depremleri	135	8
Ekonomi ve istihdam	19	16
Eğitim	7	1
Mülteciler ve göç	12	3
Ulusal güvenlik	3	3
Adalet	0	0
Diğer kategoriler	120	0

\*Bir analiz birden fazla kategori içerisinde değerlendirilebilir.

Bu tablo seçim gündeminin Teyit’i yalnızca bu konuya odaklamadığını ve ekibin farklı konu başlıklarındaki iddiaları etkin bir biçimde incelemeyi sürdürdüğünü gösterir nitelikte. Tabloda “diğer kategoriler”in altında değerlendirilen sağlık, iklim, kültür, bilim, teknoloji gibi alanlarda yayılan şüpheli içeriklerle Teyit’in mücadele etmeyi siyasi partilerin seçim kampanyaları sürecinde de sürdürdüğü söylenebilir.

Siyasetçi demeçlerine odaklanan DK çalışmaları bütünüyle seçim gündemine paralel ilerledi ve ilk bakışta Teyit ekibinin hazırladığı 50 DK analizinden 23’ünün çalışma başlamadan önceliklendirileceği belirtilen ve Türkiye’nin ana problem başlıkları içerisinde değerlendirilen kategorilerin altında olduğu görülüyor. Kalan 27 yazıdan altısı direkt olarak 6 Şubat Depremlerine ilişkin 21’i önceliklendirilen kategorilerden sıyrılarak gündeme oturmuş siyasetçi demeçleri üzerine. Türkiye’de yakın tarihin en yıkıcı depremlerinden birinin seçim gündeminin seyrini keskin bir biçimde etkilemesi ise sıradışı bir durum değil. Bu dönemde Erdoğan kamuoyunun dikkatini çeken açıklamalarda bulunmuş ve bu açıklamalardan bazıları DK çalışmalarımıza konu olmuştu.



“Böylesi büyük felakete hazırlıklı olabilmek mümkün değildir” iddiası

 Çarpıtma



6 Şubat depreminin karada meydana gelen en şiddetli deprem olduğu iddiası

 Abartma




CHP’li büyükşehir belediyelerinin deprem bölgesine gitmediği iddiası

 Çarpıtma



1999 Marmara depremi sırasında şu andaki CHP’nin yönetimde olduğu iddiası

 Çarpıtma

Önceliklendirdiğimiz kategoriler dışında ele aldığımız ve deprem gündeminin de ötesinde gelişen demeçler arasında Erdoğan’ın yanıltıcı yönü bulunan şu iddiaları da belirli bir örüntünün habercisi niteliğinde:



Esenboğa Havalimanı’nın AK Parti döneminde yapıldığı iddiası

 Abartma



Antalya Havalimanı’nın AK Parti döneminde açıldığı iddiası

 Abartma



Adnan Menderes Havalimanı’nın AK Parti döneminde yapıldığı iddiası

 Abartma



Harran Üniversitesi’nin AK Parti döneminde yapıldığı iddiası

 Çarpıtma

Belirtilen dönemde açılmamış olan bazı yapıların yapımının üstlenilmesi meselesi siyasetçilerin zaman zaman başvurduğu taktiklerden. Bu örneklerde ilgili yapıların belirtilen dönemde yenilenmiş, güçlendirilmiş veya genişletilmiş olması iddianın “açıldı,” “yapıldı” gibi ibarelerle dile getirilmesini elbette meşru kılmıyor.

Önceliklendirdiğimiz ana başlıklardan ayrı bir noktada kendini belli eden bir diğer başlık ise miting alanlarındaki katılımcı sayılarına ilişkin. Siyasetçiler abartmayı seviyor.



Erdoğan 7 Mayıs İstanbul mitingine [“bir milyon 700 bin kişi katıldı”](#) derken de Demokrat Parti Genel Başkanı Gültekin Uysal, [AK Parti’nin Ordu mitinginin, Millet İttifakı mitinginin yarısı kadar kalabalık olduğunu](#) ifade ederken de aynı hataya düşüyor. Biri yanıltıcı bir ibareyle rakibine karşı üstünlüğünü sergilemeye çalışırken diğeri aynı hataya bu sefer rakibini küçümsemek için hareket ederken düşüyor. Abartma içeren, dayanaksız bu tarz iddialar bir yandan seçim dönemlerinde seçmen üzerinde yaratılmaya çalışılan algıya dair de bazı ipuçları taşıyor. Şüphesiz siyasetçiler kalabalık miting alanlarını kendilerine ve kendi partilerine sunulan desteğin bir göstergesi olarak görüyor ve yine bu doğrultuda biraz da sayıları abartarak kendi destekçilerinin yüreğine su serpiyor. Bu sırada kendilerini henüz desteklemeyenlere de gözdağı vermeyi ihmal etmiyorlar.

Bu başlık altında siyasetçilerin sergiledikleri eğilimi sosyal medyada da gözlemlemek mümkün. Nitekim yaygın paylaşılan kalabalık bir miting [fotoğrafının 6 Mayıs Millet İttifakı İstanbul mitinginden olduğu](#) iddia edilmiş ama iddia yanlış çıkmıştı. Yine benzer şekilde [Erdoğan’ın Şanlıurfa mitinginden olduğu iddiasıyla](#) aynı lokasyonda daha önce yapılmış bir başka miting fotoğrafı da sosyal medyada dolaşıma sokulmuştu.

Bir diğeri örneği olarak da Kılıçdaroğlu’nun [evlilik öncesinde SMA testinin Sağlık Bakanlığı tarafından yapılmadığını belirtmesi, şehit ailelerinden taşıt alımında ÖTV alındığını ifade etmesi](#) ya da benzer şekilde [Erdoğan’ın HÜDA PAR’ın seçime kendi logosuyla girdiğine dair ifadelerini](#) verebiliriz. Bu iddialarda kişilerin temel motivasyonundan emin olamasak da konuyla ilgili eksik bilgiye sahip olmaları bir neden olabilir. Elbette bu iddiaları dile getirirken farklı bir motivasyon da taşıyor olabilirler. Bu yanıltıcı iddiaların tümü açık kaynaklardan kolayca çürütülebilen ancak dile getirildiklerinde ilgili isimleri destekleyen seçmenlerin tutumlarını etkileyebilecek kuvvete sahip oldukları düşünülebilecek iddialar.



Bunlara ek olarak DK çalışmaları kapsamında önceliklendirilen konu başlıkları dışında kalan ve analizi hazırlanan iddialar ise şunlardı:



Derya Yanık:

Kadına yönelik şiddete yüzde 70-75 oranında içkinin sebep olduğu iddiası

Çarpıtma



Kemal Kılıçdaroğlu:

Sadece Türkiye'deki maden kazalarında kitle ölümlerinin yaşandığı iddiası

Abartma



Recep Tayyip Erdoğan:

Kılıçdaroğlu'nun TOKİ'yi kapatacağını söylediği iddiası

Çarpıtma



Kemal Kılıçdaroğlu:

Erdoğan'ın tek malvarlığının yüzüğü olduğunu söylediği iddiası

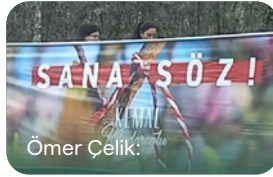
Çarpıtma & Bağlamdan koparma



Fatih Erbakan:

CHP'den vekil adayının yakın zamanda ezan ve imam hatiplerle ilgili açıklama yaptığı iddiası

Çarpıtma & Bağlamdan koparma



Ömer Çelik:

CHP'nin pankartında darağacı görseline yer verildiği iddiası

Çarpıtma & Bağlamdan koparma



Recep Tayyip Erdoğan:

AK Parti'nin mecliste kadın temsilini artırdığı iddiası

Doğru, ama...



Muharrem İnce:

Meral Akşener'in 2018 seçimlerine 10 gün kala hiç miting yapmadığı iddiası

Uydurma



Temel Karamollaoğlu:

TUSAŞ'ın 1974'ten beri uçak havalandırmadığı iddiası

Çarpıtma



Ali İhsan Yavuz:

Türkiye'deki 100 haberden 50'sinin "yalan haber" olduğu iddiası

Çarpıtma



Kemal Kılıçdaroğlu:

Kürtçenin meclis tutanaklarına "bilinmeyen dil" olarak geçtiği iddiası

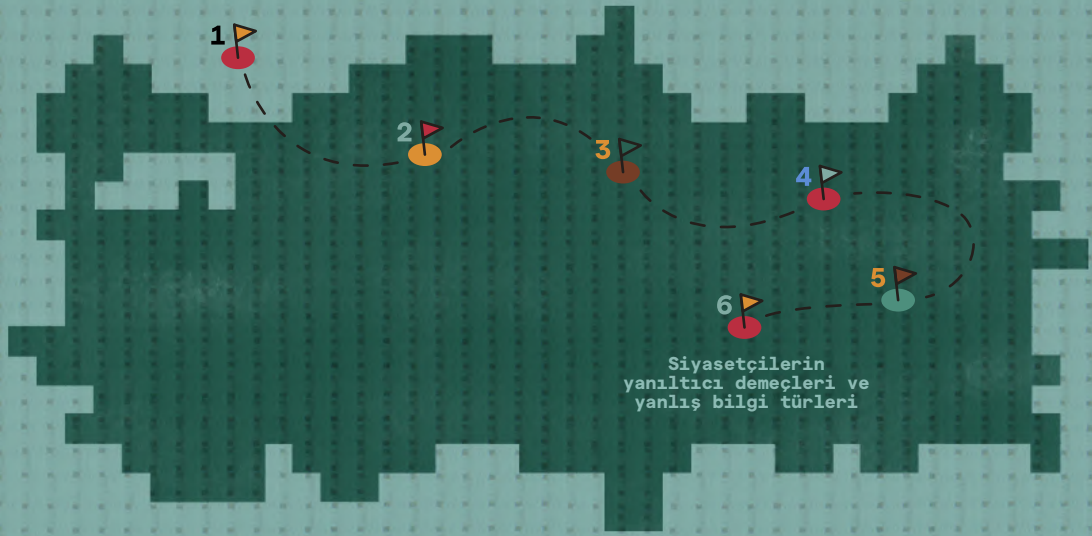
Doğru, ama...



Muharrem İnce:

Mustafa Kemal Atatürk ve Fevzi Çakmak arasında geçtiği öne sürülen diyalog


Dayanaksız



## Siyasetçilerin yanıltıcı demeçleri ve yanlış bilgi türleri

DK çalışmalarında ele alınan 50 yanıltıcı demecin türü seçim kampanyaları sırasında izlenen söylemlere dair bazı ipuçları sunuyor.

Tablo 11. 1 Ocak - 31 Mayıs arası yayınlanan DK analizlerinin aldığı etiketler (Toplam 50 içerik)

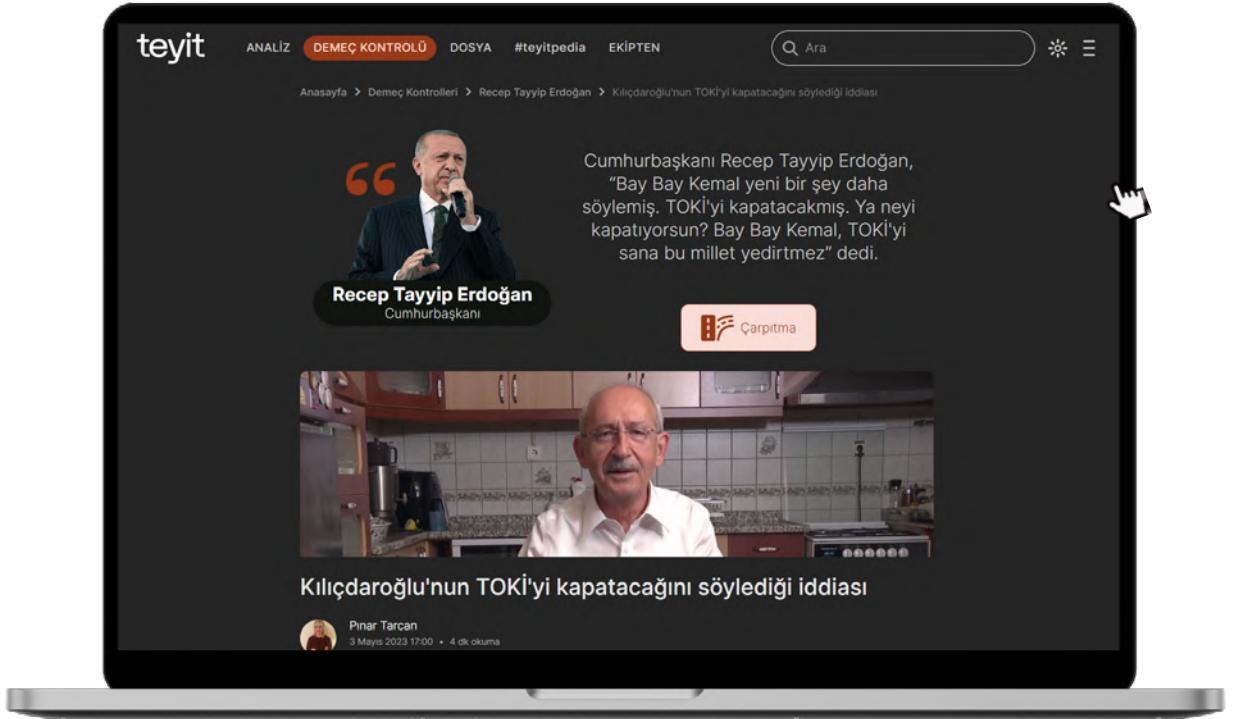
			
Çarpıtma	Abartma	Doğru, ama...	Uydurma
<b>21</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>5</b>
			
Bağlamdan koparma	Tartışmalı	Dayanaksız	Cimbızlama
<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>0</b>

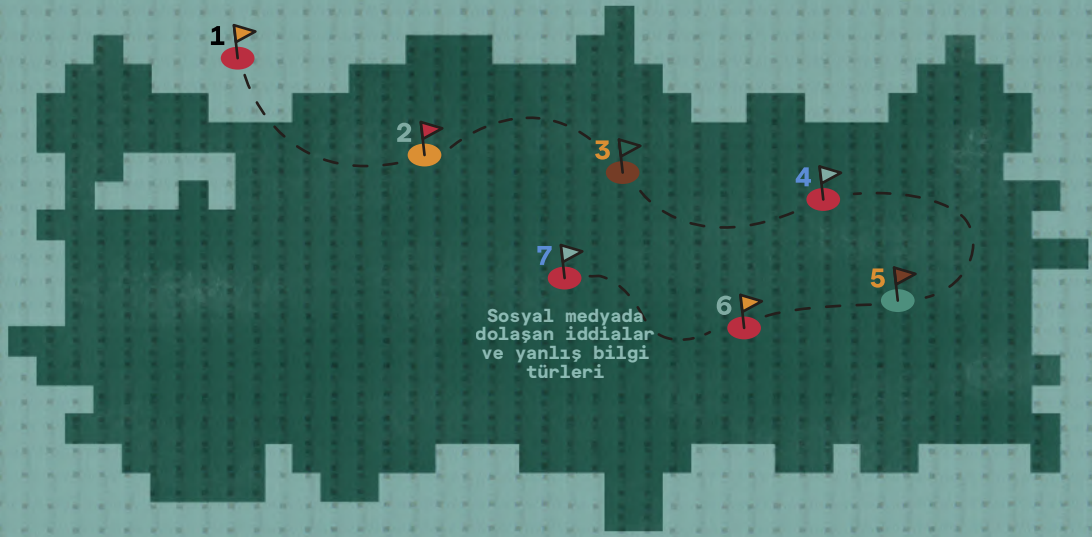
\*Bir analiz birden fazla kategori içerisinde değerlendirilebilir.

Gerçek anlamından saptırarak yanlışa sürüklemek veya yönlendirmek için aktarılan bilgiler söz konusu olduğunda önümüze düşen “çarpıtma” türü, incelediğimiz şüpheli siyasetçi demeçlerinin neredeyse yarıya yakını için uygun bir kategori. Bu bir bakıma şaşırtıcı değil. Nitekim siyasetçilerin belirli bir olguyu nesnel gerçekliğinden sıyrıp kendi ajandaları dahilinde “yorumluyor” olmaları görülmemiş şey değil.

Çarpıtmayı, ortaya atılan iddiayla, bir olayın, bilginin, verinin abartılarak aktarılması olarak kavramsallaştırdığımız “abartma” türü takip ediyor. Siyasetçilerin kendi destekçilerini kenetlemek, kendi halkaları dışındakileri ikna etmek için başvurdukları bu yöntem de pek yeni değil.

İlk üçte son sırada ise “doğru, ama...” etiketi var. Hakikatin bir yüzünü anlatıp öteki yüzünü sümen altı etmek de etkin siyasi propaganda için başvurulan tekniklerden. DK çalışmaları kapsamında ise bu yanıltıcı bilgi türü iddiada doğru bilgiler aktarılmasına rağmen, konunun farklı boyutlarının göz ardı edilmesiyle ortaya çıkan yanıltıcı durum olarak ele alınmıştı.





## Sosyal medyada dolaşan iddialar ve yanlış bilgi türleri

Peki ya 2023 seçimlerine ilişkin sosyal medyada dolaşan yanıltıcı içerikler veya bir diğer deyişle FC çalışmaları kapsamında hazırladığımız analizler? Sosyal medya kullanıcılarının düştüğü yanlışların türü ile siyasetçilerin dile getirdikleri arasında bir paralellik görülebiliyor mu?

Tablo 12. 1 Ocak - 31 Mayıs arası yayınlanan 2023 seçimlerine ilişkin FC analizlerinin aldığı etiketler (Toplam 151 içerik)

				
Doğru	Karma	Sonuçlandırılmadı	Hatalı ilişkilendirme	Manipülasyon
<b>2</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>49</b>	<b>46</b>
				
Çarpıtma	Uydurma	Bağlamdan koparma	Taklit	Parodi
<b>34</b>	<b>32</b>	<b>19</b>	<b>9</b>	<b>4</b>

\*Yanlış iddia üzerine hazırlanan bir analiz birden fazla yanıltıcı bilgi türü içerisinde değerlendirilebilir.

Sosyal medyada paylaşılan yanıltıcı içeriklerde ise en çok bir olayı gösterdiği ya da anlattığı iddiasıyla ilişkilendirilen fotoğraf, video, alıntı ya da haber başlığının başka bir olaya ait olduğu durumları ifade eden “hatalı ilişkilendirme” örneklerine rastlıyoruz. Onu ise gerçek bir bilgi ya da görüntünün kandırma amacıyla manipüle edilmesi veya seçme, ekleme ve çıkarma yoluyla bilgileri değiştirme anlamına gelen “manipülasyon” takip ediyor.

Bu noktada kritik bir araştırma konusu gündemimize geliyor. Hatalı ilişkilendirme ve manipülasyonun çalışmalarımızda bu denli öne çıkmasının nedenlerini derinlemesine ele almak gerekiyor. Görsel içeriğe sahip, hatalı ilişkilendirme veya manipülasyon içeren iddialar daha kolay yayılıyor olabilir mi? Bu denli öne çıkmalarındaki belirleyici faktör ne olabilir? Üretken yapay zeka sistemlerin görsel yaratma söz konusu olduğunda her geçen gün daha da etkileyici bir boyuta ulaşılıyor olması bu tarz bir araştırmanın aciliyetine işaret ediyor olabilir.

Siyasetçilerin gözdesi “çarpıtma” iddialar ise şüpheli sosyal medya içeriklerinde ilk üçe giren bir diğer yanıltıcı bilgi türü olarak karşımıza çıkıyor.

## Yanıltıcı söylemleriyle Teyit’in radarına giren siyasetçiler

DK çalışmaları kapsamında Türkiye’nin önemli problemlerine ilişkin incelenebilir niteliğe sahip, gündem belirleyen, çevrimiçi veya çevrimdışı ortamlarda sıkça paylaşılan siyasetçi demeçlerini ele aldık. Bu bakımdan Türkiye’nin “en popüler” denebilecek siyasetçilerinin demeçlerinin ekibimizin radarına daha sık girdiği görülebilir. Ancak 50 ayrı yazımızda 23 farklı siyasetçinin demecini incelediğimizi ve bunların farklı partilerden isimler olduklarını vurgulamadan geçmeyelim.

Her bir yanıltıcı demecin yanında yer alan “siyasetçiyi uyar” butonumuz aracılığıyla 1 Ocak - 31 Mayıs tarihleri arasında 2 bin 800’ün üzerinde farklı internet kullanıcısı toplamda yaklaşık 3 bin 300 kez yanıltıcı demeci dile getiren siyasetçiyi ifadelerinin doğrusunu takipçileriyle paylaşmaya Twitter üzerinden davet etti.

## HÜDA PAR'ın seçime kendi logosuyla girdiği iddiası

1



Zeynep Şahin  
12 Mayıs 2023 17:45 • 4 dk okuma

Bulguları Gör ▾

Paylaş >



SIYASETÇİYİ  
UYAR



2

×

Herkes ▾

**Sn. @RTErdogan, Teyit bir beyanınızda yanıltıcı yönler tespit etti. Sizi hatanızı düzeltmeye davet ediyorum.**  
[@teyitorg](http://teyit.org/demec-kontrolu/huda-parin-secime-kendi-logosuyla-girdigi-iddiasi?shrid=warn) aracılığıyla

teyit.org  
**HÜDA PAR'ın seçime kendi logosuyla girdiği iddias...**  
 Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, HÜDA PAR'ın seçime kendi logosuyla girdiğini iddia etti.

Herkes yanıtlayabilir

+

Gönder

Çalışmalarımız neticesinde ulaştığımız tablo siyasetin farklı renklerinin kamuoyunu bilgilendirme söz konusu olduğunda zaman zaman yanıltıcı açıklamalara başvurabildiğini gösteriyor. Türkiye'nin gündemini belirleme gücüne sahip siyasi isimlerin doğrudan veya dolaylı bir biçimde seçmen davranışlarını etkilemek üzere hakikatten uzaklaştığı anlaşılıyor.

Tablo 13. 1 Ocak - 31 Mayıs arası Teyit'te en fazla görüntülenen, Erdoğan tarafından dile getirilmiş bir demece dair hazırlanan üç DK analizi

1	 <p>Recep Tayyip Erdoğan</p>	<p>Erdoğan'ın 7 Mayıs İstanbul mitingine bir milyon 700 bin yurttaşın katıldığı iddiası</p> <p> Abartma</p>	<p><b>44 bin 158</b> görüntülenme</p>
2	 <p>Recep Tayyip Erdoğan</p>	<p>Muhalefetin İHA'lar için "Biz gelince bunları durduracağız" dediği iddiası</p> <p> Çarpıtma &amp; Bağlamdan koparma</p>	<p><b>8 bin 924</b> görüntülenme</p>
3	 <p>Recep Tayyip Erdoğan</p>	<p>Adnan Menderes Havalimanı'nın AK Parti döneminde yapıldığı iddiası</p> <p> Abartma</p>	<p><b>7 bin 937</b> görüntülenme</p>

Tablo 14. 1 Ocak - 31 Mayıs arası Teyit'te en fazla görüntülenen, Kılıçdaroğlu tarafından dile getirilmiş bir demece dair hazırlanan üç DK analizi

1	 <p>Kemal Kılıçdaroğlu</p>	<p>Erdoğan'ın tek malvarlığının yüzüğü olduğunu söylediği iddiası</p> <p> Çarpıtma &amp; Bağlamdan koparma</p>	<p><b>17 bin 110</b> görüntülenme</p>
2	 <p>Kemal Kılıçdaroğlu</p>	<p>Evlilik öncesi SMA testinin Sağlık Bakanlığı tarafından yapılmadığı iddiası</p> <p> Çarpıtma</p>	<p><b>11 bin 961</b> görüntülenme</p>
3	 <p>Kemal Kılıçdaroğlu</p>	<p>Kürtçenin meclis tutanaklarına "bilinmeyen dil" olarak geçtiği iddiası</p> <p> Doğru, ama...</p>	<p><b>5 bin 68</b> görüntülenme</p>

Çalışmalarımız kapsamında cumhurbaşkanı adayları Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun demeçlerinin diğer 21 siyasetçiye nazaran daha sık çalışmalarımıza konu olduğunu ifade edebiliriz. Bu noktada ilgili siyasetçilerin gündem belirleyici bir etkiye sahip olmaları ve verdikleri yanıltıcı demeçlerin çoğu zaman kamuoyunda ses getirebiliyor olması önemli birer etmen.

Hangi siyasetçi ve konu başlıklarının çalışmalarımızda önceliklendirildiklerine dair metodolojik tercihlerimizi raporun metodolojik yaklaşımlarımızı özetlediğimiz bölümünde ifade etmiştik. Bu bağlamda yine daha önce ele aldığımız "Bu rapor ne değildir?" sorusuna verdiğimiz yanıtı yeniden göz atabilirsiniz.

## Bazı siyasetçiler neden DK çalışmaları kapsamında hiç ele alınmamış?

Teyit'in DK analizlerini listelediği sayfasına girdiğinizde ilginç bir nokta yakalayabilirsiniz. Kamuoyunun yakından tanıdığı bazı siyasi isimler DK çalışmalarında hiç yer almamış. Metodolojik çerçevemiz dahilinde düşündüğümüzde birkaç olası neden öne çıkıyor diyebiliriz:

- 1 İlgili siyasetçilerin gündem belirleyici, ses getiren herhangi şüpheli bir bilgi paylaşmamış olması.
- 2 İlgili siyasetçilerin nesnel olarak test edilmesi gazetecilik faaliyetleri neticesinde mümkün olan, fakat Teyit'in metodolojisi dahilinde incelenmesi mümkün olmayan nitelikler taşıyan şüpheli bilgiler paylaşmış olması. (Açık kaynaklarla doğrulanması mümkün olmayan iddialar, kapalı kapılar ardında geçen konuşmalara ilişkin iddialar, kişisel ithamlara dayalı iddialar...)
- 3 İlgili siyasetçilerin nesnel olarak test edilmesi mümkün olmayan, söylem dili itibariyle doğrulamayı imkansız kılan muğlaklıkta şüpheli bilgiler paylaşmış olması.



İlk seçeneğin hayli nadir görülen bir durum olduğunu ve ideolojik yaklaşım veya siyasi oluşum fark etmeksizin Türkiye’de izlenen siyasetin dilinin irili ufaklı yanıltıcı yaklaşımlarla bezeli olduğunu gözlemlemek mümkün. Çalışmalarımız sırasında bu üç seçenek içerisinde özellikle sonuncusuna dair belirgin örneklerle rastladık. Bazı siyasetçiler seçim kampanyaları boyunca ağırlıklı olarak alegoriler ve muğlak ifadelerle bezeli bir retorik izledi. Zaman zaman anlaşılması güç bir dille belirli bir ideolojik yaklaşımı yücelten söylemleri nesnel kriterler dahilinde doğrulamaya tabi tutmak DK için belirlediğimiz metodolojinin sınırlarını zorladı. Nitekim bu çalışma kapsamında hangi siyasetçinin hangi vurgusuyla “neyi kastettiğini” anlama gibi bir “niyet okuma” girişiminde bulunmadık, demeçleri birebir dile getirildikleri şekliyle doğrulamaya tabi tuttuk.

## Seçimlere ilişkin bilgi kirliliği sosyal medyada kimi hedef aldı?

1 Ocak - 31 Mayıs tarihleri arasında 2023 seçimlerine ilişkin yayınlanan 151 FC analizinin 140’ı “yanlış” kategorisi içerisinde değerlendirildi. Bu 140 yanıltıcı iddianın 108’i belirli siyasi oluşumları hedef alma veya destekleme yapılarına göre ayırıp incelenebiliyordu.

Tablo 15. 1 Ocak - 31 Mayıs tarihleri arasında seçimlere dair Teyit’te yayınlanan FC analizlerine konu olan siyasi ittifaklar ve iddiaların hedef/destek yapıları (Toplam 108 içerik)

Analize konu olan siyasi ittifak	Millet İttifakı	Cumhur İttifakı	Ata İttifakı	Emek ve Özgürlük İttifakı
İlgili siyasi yapıyı hedef alan yanıltıcı iddia sayısı	44	22	12	3
İlgili siyasi yapıyı destekler görünümdeki yanıltıcı iddia sayısı	8	16	2	0

\*İlgili siyasi oluşumun cumhurbaşkanı adayına ilişkin analizler de gruba dahil edilmiştir.

Teyit ekibine bildirilen veya ekip tarafından internette tespit edilen, viralite, önem ve aciliyet kriterlerine göre değerlendirilerek seçilen iddialar üzerine yazılan analizler arasında hatırı sayılır bir kısmın **Millet İttifakı'nı hedef alan paylaşımlar** olduğu anlaşılıyor.


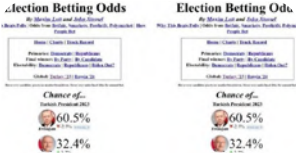


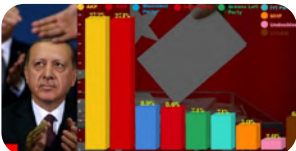
Tablo 16. 1 Ocak - 31 Mayıs tarihleri arasında Teyit'te en fazla görüntülenen ve Millet İttifakı'nı hedef alan bir iddiaya ilişkin hazırlanan beş FC analizi

1		Görselin Millet İttifakı'nın porno siteye verdiği reklamı gösterdiği iddiası	27 bin 260 görüntülenme
2		Görselde Fethullah Gülen'in yanında duran kişinin Kemal Kılıçdaroğlu olduğu iddiası	25 bin 621 görüntülenme
3		Videonun Netanyahu'nun 2023 seçimleri hakkındaki konuşmasını gösterdiği iddiası	23 bin 677 görüntülenme
4		Kılıçdaroğlu'nun uyuşturucu baronlarının parasına temiz dediği iddiası	22 bin 83 görüntülenme
5		Fotoğrafın Kemal Kılıçdaroğlu ve Abdullah Öcalan'ı gösterdiği iddiası	21 bin 358 görüntülenme

Millet İttifakı'nı hedef alan iddialara ilişkin hazırlanan, Teyit'in internet sitesinde en çok görüntülenen analizler arasında manipülasyon içeren içerikler çarpıcı bir biçimde kendini gösteriyor.

Bir siyasi grubu destekler nitelikteki yanıltıcı iddialar söz konusu olduğunda ise **Cumhur İttifakı'nı destekler görünümdeki iddiaların öne çıktığını** görüyoruz.

**Tablo 17. 1 Ocak - 31 Mayıs tarihleri arasında Teyit'te en fazla görüntülenen ve Cumhur İttifakı'nı destekler görünümdeki bir iddiaya ilişkin hazırlanan beş FC analizi**

1		Görseldeki seçim anketinin güncel olduğu iddiası	<p>102 bin 675 görüntülenme</p>
2		Tablonun Erdoğan'ın yüzde 60 oy aldığını gösteren anketten olduğu iddiası	<p>27 bin 792 görüntülenme</p>
3		Sedat Peker'in 2023 seçimlerinde Cumhur İttifakı'nı desteklediğini duyurduğu iddiası	<p>25 bin 700 görüntülenme</p>
4		Muharrem İnce'nin "Erdoğan'ı destekleyeceğim" dediği iddia edilen video	<p>23 bin 34 görüntülenme</p>
5		The Economist'in 2023 Türkiye seçimleri araştırmasıyla ilgili iddialar	<p>16 bin 516 görüntülenme</p>

Cumhur İttifakı'nı destekler görünümdeki yanıltıcı bilgiler arasında ise genellikle şüpheli seçim anketleri göze çarpıyor.

Burada yine bir vurguda bulunmadan geçmemek gerekiyor. İlgili iddialar belirli bir metodoloji dahilinde Teyit'in radarına giren ve incelemeye tabi tuttuğu iddialar. Yanlış bilgi evreninin belirli bir kesitini görüyoruz. Ancak tespit ettiğimiz hedef/destek yapılarına ilişkin veriler bu konu özelinde seçim kampanyaları boyunca gözlemlenen farklı bilgi operasyonları ekseninde de düşünüldüğünde belirli bir temsil gücüne sahip olabilir.

## Asimetrik propagandada Millet İttifakı hedefte

Bir siyasi grubun kendi propagandasını, karşısında yer aldığı grubu taklit ederek yayması durumunu [asimetrik propaganda](#) olarak tanımlıyoruz. Seçmen davranışlarını etkilemek için başvurulan bu yönetime [önceki seçimlerde](#) de rastlamıştık. 2023 seçimlerinde de asimetrik propaganda, etkin siyasi iletişim için başvurulan kötü niyetli yöntemler arasında.



Paylaşılan broşürün DEVA Partisi'ne ait olduğu iddiası



Millet İttifakı seçim afişinin yer aldığı görselin orijinal olduğu iddiası



Görseldeki Kemal Kılıçdaroğlu afişlerinin gerçek olduğu iddiası

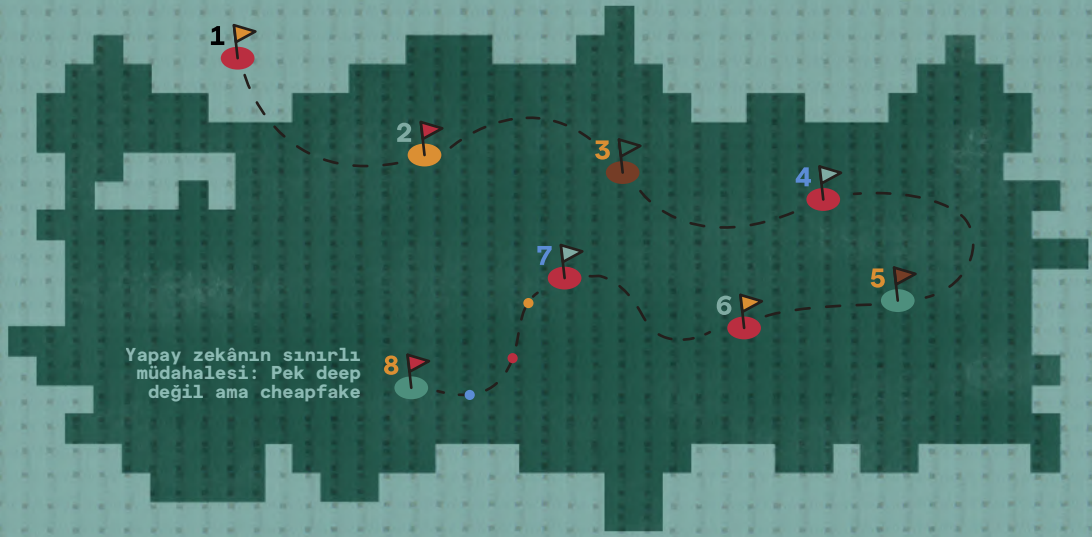


Görseldeki Kemal Kılıçdaroğlu afişlerinin gerçek olduğu iddiası



Kılıçdaroğlu'nun "Karar ver" kampanyasına ait olduğu iddia edilen afişler

Asimetrik propaganda materyallerine Millet İttifakı'nın daha yoğun bir biçimde konu olduğu anlaşılıyor.



## Yapay zekânın sınırlı müdahalesi: Pek *deep* değil ama *cheapfake*

Yapay zekâ uygulamalarının 2023 yılında kazandığı ivme birçok alanda sevindirici olsa da teyitçiler için biraz endişe verici. Seçimden üç gün önce, 11 Mayıs'ta Kılıçdaroğlu'nun deepfake videoları ilişkin uyarısı da bu konuyu Türkiye'nin gündemine taşıdı.

Öte yandan seçim kampanyaları sırasında deepfake videolar yerine, daha basit araçlar yardımıyla üretilen cheapfake içerikler Teyit ekibinin radarına girdi.



Görselde Fethullah Gülen'in yanında duran kişinin Kemal Kılıçdaroğlu olduğu iddiası

✂ Manipülasyon



Fotoğrafın Stalin'in eliyle kalp yaptığını gösterdiği iddiası

✂ Manipülasyon



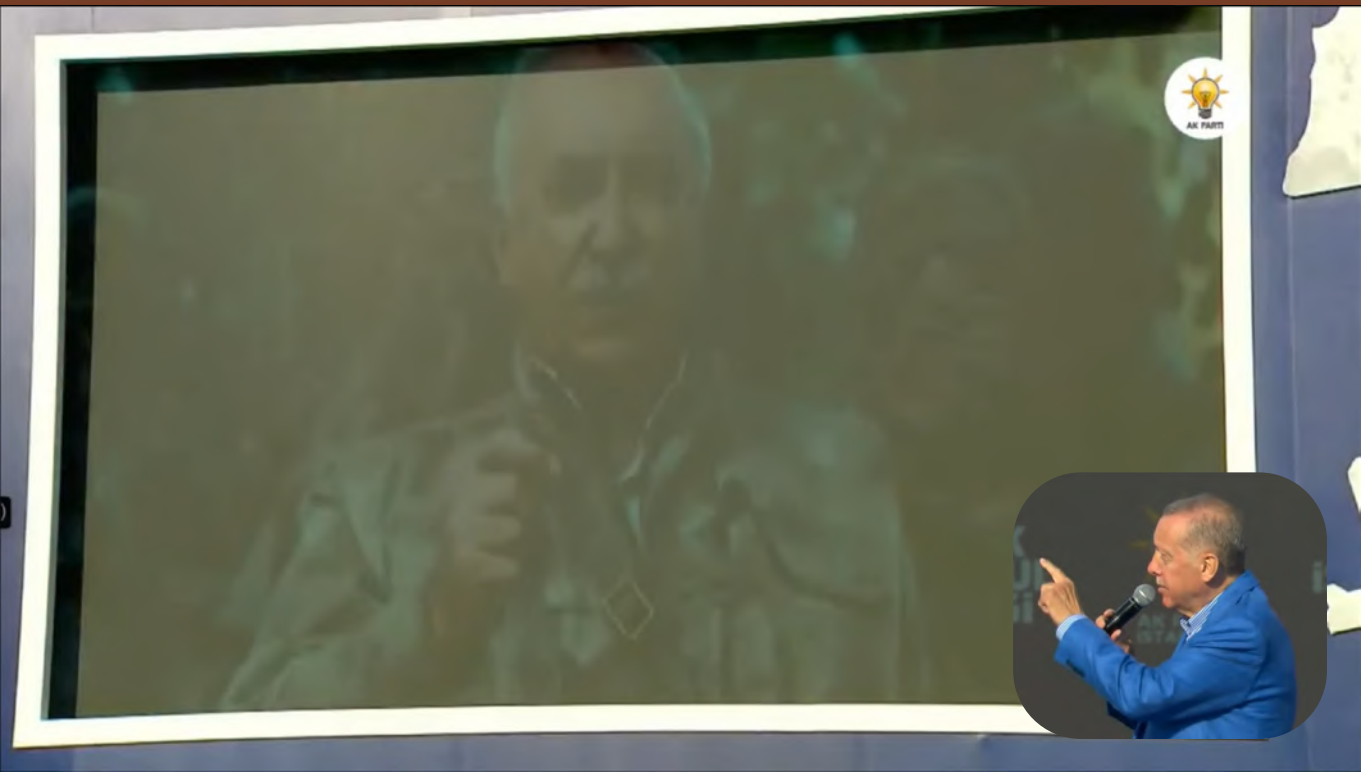
Fotoğrafın Kemal Kılıçdaroğlu ve Abdullah Öcalan'ı gösterdiği iddiası

✂ Manipülasyon



Bu seçim döneminde bir cheapfake ise hiç şüphesiz benzeri tüm yanıltıcı iddiaların önüne geçti. Erdoğan, [Kılıçdaroğlu'nun seçim kampanyası için hazırlanan bir reklam filmine Murat Karayılan'ın montajlandığı videoyu](#) 7 Mayıs'taki İstanbul mitingi sırasında katılımcılara izletti. Birçok yurttaşsa ilgili görüntülere hem sosyal medyada hem de haber kanallarında maruz kaldı. Aslında Erdoğan'ın paylaştığı video Mayıs ayının başında önce sosyal medyada yayılmasının ardından bazı haber siteleri tarafından "CHP - Kandil işbirliği" iddiasıyla da dolaşıma sokulmuştu. Bu iddia miting alanında dile getirildikten birkaç saat sonra ilgili analizi yayınladık. Konu çok hassas olmasına rağmen bu görüntünün yanıltıcı olduğu, gündemde çok da yer almadı. Ancak birkaç gün sonra görüntüler yeniden miting alanında kullanılmaya başlayınca mesele de anaakımlandı.

DK çalışmalarımız kapsamında ele aldığımız bu iddia Erdoğan'ın "uydurma" kategorisi içerisinde değerlendirdiğimiz tek iddiası.



Seçimin ikinci turundan hemen önce, 22 Mayıs'ta TRT ortak yayınında Erdoğan, "Kılıçdaroğlu'nun Kandil'dekilerle video çekimleri var. Haydi, haydi türü. Ama montaj, ama şu, ama bu... PKK'lılar videolarla bunlara destek verdiler" derken videonun manipülasyon içerdiğini doğrular nitelikte bir yorum da yapmış oldu.


Bu tarz bir yaklaşımın teyitçiler için çok ciddi problemler içerdiğini ifade etmeden geçmemek gerek. Bu tarz kurguların meşru karşılandığı bir siyasi iklimde gelecekte video manipülasyonunda gelişen yapay zekâ sistemleriyle birlikte hangi aşamaya gelebileceğimizi düşünmek bile endişe verici.

## Ulusal güvenliğe dair bilgi kirliliği

Erdoğan'ın paylaştığı cheapfake video ulusal güvenliğe ilişkin paylaşılmış tek yanıltıcı içerikten olmaktan hayli uzaktı. Seçim kampanyaları boyunca özellikle Millet İttifakı'nın adımlarını ulusal güvenlik tehditi gibi yansıtan yanıltıcı içeriklere sıklıkla rastladık. Kamuoyundaki tartışmaları ciddi anlamda etkileyen bu iddiaların hatırı sayılır bir kısmı DK çalışmaları kapsamında radarımıza giren siyasetçi demeçleriydi.




Millet İttifakı kampanya filminde Murat Karayılan'ın yer aldığı iddiası

 Uydurma




Muhalefetin İHA'lar için "Biz gelince bunları durduracağız" dediği iddiası

 Bağlamdan koparma



Muhalefetin 14 Mayıs öncesinde "terör karşıtı açıklamaları olmadığı" iddiası

 Uydurma

Sosyal medyada [Abdullah Öcalan](#)'ın ve [Fethullah Gülen](#)'in yanına Kılıçdaroğlu'nu montajlayan cheapfake içerikler ise yine yaratılmak istenen bu iklimin bir ürünü gibi duruyordu. Bu sırada ulusal güvenlik, [asimetrik propaganda örneklerinin](#) de başlıca temalarındandı. Tüm bu içeriklerin seçmen davranışlarını ne ölçüde etkilediğinden emin olamasak da ulusal güvenlik meselelerinin Türkiye'de seçmen için oldukça önem verilen kriterler arasında olduğunu söylemek yanlış sayılmaz.

## Seçimlerin günah keçileri: Sığınmacı ve mülteciler

Göçmen topluluklar dünyanın birçok yerinde günah keçisi ilan edilmek için oldukça "elverişli" insan grupları. Nitekim gidilen ülkenin dili, kültürü veya siyasi yapısı göç eden toplulukların sivil topluma kısa zamanda kaynaşmasının önünde kimi zaman ciddi engeller teşkil edebiliyor. Sığınmacı ve mülteciler içinse durum çok daha çetrefilli. Hele ki sistemik ekonomik problemler su yüzüne vurduğunda... Çatışmaların beraberinde getirdiği sosyal ve psikolojik yıkımın ardından ülkelerinden fiziksel olarak da ayrılmak zorunda kalan insanlar göç ettikleri yerde sivil toplumda yalnızlaşıyor, medyada aradığı desteği bulamıyor, toplumsal alandan çekiliyor, çekildikçe ve ev sahibi toplumla teması azalttıkça da herhangi bir sorundan dolayı günah keçisi ilan edilmeleri kolaylaşıyor. Sistemler ve kurumlardaki bozukluklar kişiler ve insan gruplarına atfedilerek problemlerin ardındaki hakikat perdeleniyor.

Türkiye, 2023 yılı itibarıyla dünyada en çok sığınmacıya ev sahipliği yapan ülke. Göç İdaresi Başkanlığı'nın açıkladığı resmi verilere göre ülkede kayıtlı



yabancı sayısı 5 milyona yakın. Akademik çalışmalar ülkedeki kayıt dışı yabancı sayısının 300 bin ila 2 milyon arasında olabileceğini tahmin ediyor. Konunun siyasetçiler tarafından çok keskin bir dille politize edilmesi ve sığınmacı ve mültecilerin günah keçisi ilan edilmeleri toplumsal kutuplaşmayı hiç şüphesiz derinleştiriyor. Bu konu DK çalışmalarımıza da elbette yansdı.



Muharrem İnce:

Muharrem İnce'nin "Sınırlarımız açık, Suriyeliler gelmeye devam ediyor" iddiası

#! Tartışmalı



Sinan Oğan:

Kılıçdaroğlu ve Millet İttifakı'nın sığınmacılar konusunda 14 Mayıs'tan önce konuşmadığı iddiası

! Uydurma

Sosyal medyanın gündemindeyse [99 ve 98 ile başlayan yabancı kimlik numarasına sahip sığınmacıların oy kullanabileceği](#) iddiası vardı. Bir diğer uydurma iddia ise [Papa Francis'in sığınmacılar konusunda Ümit Özdağ'a tepki gösterdiğiydi](#).

Sığınmacı ve mültecileri hedef alan yanlış bilginin kendilerine yönelik olumsuz tutumları beslediğini ortaya koymak gerek. Bu tutumlar ayrımcı pratikler ve mültecilere yönelik şiddet içeren eylemlerle zaman zaman davranışlara yansıyor. Bu açıdan kırılğan topluluklara dair yanlış bilginin hızla ve efektif bir biçimde teyit edilmesine duyulan ihtiyacın göz ardı edilemeyeceğini ifade etmek gerek.



## Yanlış bilginin değişmeyen “öteki”si: LGBTİ+

LGBTİ+’ları hedef alan yanlış bilgi her dönemde sıklıkla Teyit’in radarına giriyordu ancak bu seçim dönemindeki yeri bir başkaydı. Erdoğan, bir mitinginde Millet İttifakı’nı kastederek “Bunlar LGBTİ’ci” [dedi](#), bir diğerindeyse “Biz LGBT’ci değiliz” vurgusunda [bulundu](#). Süleyman Soylu ise daha farklı bir telden çalarken “Biz gideceğiz. Bu LGBTİ’ciler gelecek. Aynı cinslerin evlenmesini isteyenler gelecek. Tövbe estağfurullah ya” [diyor](#) ve 14 Mayıs’ta gerçekleşen birinci tur öncesi “Erkeğin erkekle, kadının kadınla evlenip evlenmemesinin kararını vereceğiz” ifadelerini [kullanıyordu](#).

Sosyal medyada paylaşılan [asimetrik propaganda materyallerinden birinde](#) ise “Sana söz! İktidara gelirsek oğlun istediği takdirde erkek arkadaşıyla evlilik yapabilecek” yazıyordu.

Siyasetçilerin izlediği bu retoriğin seçmen nezdindeki etkisi bir yana iddiaların kendisi gerçek bile değildi. Konuyu “[2023 seçimlerinin çelişkili tartışması: Millet İttifakı ve LGBTİ+’lar](#)” başlıklı bir dosya yazısıyla kapsamlı bir şekilde ele aldık. Millet İttifakı’nın [parti programları](#) ve [ortak mutabakat metni](#) incelendiğinde, LGBTİ+’ları kapsayan bir vaat bulunmadığı kolaylıkla görülebiliyordu. Yani iddiaların aksine, LGBTİ+’ların Millet İttifakı’nda sesi dahi yoktu.

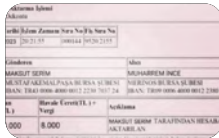
Bunun da ötesinde birçok LGBTİ+ hak savunucusu ve dernek, genel olarak muhalefet partilerinin LGBTİ+ haklarını yeterince savunmadığını ve bu konuda sessiz kaldığını [düşünüyor](#).

## Muharrem İnce'nin adaylıktan çekilmesi süreci

Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin birinci turuna dört aday girecekti. Bunlardan biri mevcut cumhurbaşkanı Erdoğan, biri Kemal Kılıçdaroğlu, bir diğeri Sinan Oğan, son isim ise Muharrem İnce'ydi. Önceki cumhurbaşkanlığı seçiminde hatırı sayılır bir oy alan ve parti içi gerilimler sonrası CHP'den ayrılan İnce, kurduğu Memleket Partisi ile siyasette yeni bir arayışa girmişti. İnce, mevcut iktidarı eleştirirken zaman zaman eski partisine karşı da sözünü esirgemedi.

Süreç içinde Muharrem İnce'ye adaylıktan çekilmesi yönünde tavsiyeler içeren birçok çağrıda bulunuldu. Televizyonlarda ve sosyal medyada yapılan bu çağrılara yanlışı bilgi de fazlasıyla eşlik etti. İnce'nin çekildiği 11 Mayıs tarihine kadar kendisi ve partisine ilişkin çok sayıda şüpheli bilgi karşımıza çıktı. [Sahte bir dekont üzerinden AK Partili bir ismin İnce'ye başış yaptığı iddiası](#) seçim döneminin çok konuşulan iddialarından biriydi. Bu süreçte İnce'nin AK Parti tarafından desteklediğine dair yürütülen bir propaganda söz konusuydu.

Bu sırada Memleket Partisi'nden isimleri taklit eden bu isimlerin istifa ettiğini iddia eden paylaşımları da sosyal medyada viral hale geliyordu. Hatta bir gün, birden fazla ismi taklit ederek açılan hesaplar nedeniyle tüm bu iddiaları tek bir analizde topluca ele aldık. İddialara konu olan sahte istifa metinlerinin ana teması "partinin amacından saptığı" yönündeki göndermelerdi.



Maksut Serim'in İnce'ye 10 milyon gönderdiği iddiasıyla paylaşılan dekont

 Uydurma & Manipülasyon



@gulderenmp adlı hesapın Memleket Partisi'den Gülderen Zeğerek Özafacan'a ait olduğu iddiası

 Taklit



Memleket Partisi'nden Ali Dursun'un istifa ettiğini duyuran hesabın gerçek olduğu iddiası

 Taklit



Memleket Partisi üyelerinin istifa ettiğini duyuran hesapların gerçek olduğu iddiası

 Taklit



Memleket Partisi'nden Ümrân Köksüz'ün istifa ettiğini duyuran hesabın gerçek olduğu iddiası

 Taklit



Muharrem İnce'nin Sözcü yayınında 189 kez CHP 17 kez AK Parti dediği iddiası

 Çarpıtma




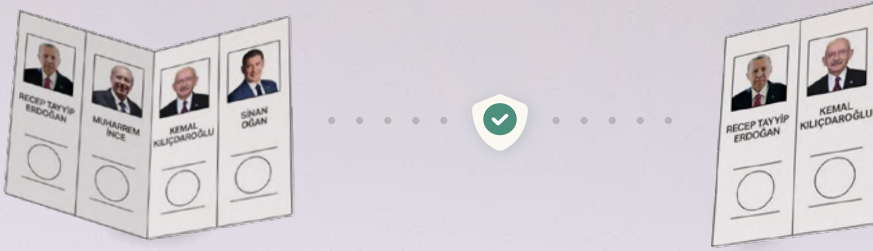
Muharrem İnce'nin "Erdoğan'ı destekleyeceğim" dediği iddia edilen video

 Çarpıtma & Manipülasyon



İnce'nin "Kılıçdaroğlu kadar çalışkan olduğumu sanmıyorum" ifadesi güncel mi?

 Çarpıtma



## İki tur arası kaygı: Seçim güvenliği

Seçimlerin birinci turu tamamlandıktan sonra 15 Mayıs sabahına Türkiye birkaç gün önceye kıyasla daha sessiz başladı. Deprem ve seçimle geçen o yoğun günlerin sonunda herkeste bir bitkinlik baş göstermiş gibiydi. Belki de herkes ne olup bittiğini anlamaya çalışıyordu. Ne de olsa ilk kez seçimlerde ikinci tura gidiyorduk.

Bu yeni durumun hemen iki gün sonrasında aniden seçim ve sandık güvenliğini odağına alan şüpheli bilgiler sosyal medyada kendini gösterdi. Fazladan oy kullanıldığı, oy sayıları arasında tutarsızlık olduğu, yurtdışı sandıklarda kayıtlı seçmen sayısından çok daha fazla kişinin oy kullandığı gibi iddialar viralleşti ve hızla gündemimize girdi.

Bahsi geçen iddiaları besleyen temel dinamiğin elbette Türkiye’de kurumlara duyulan güvenle paralel bir niteliğe sahip olduğu söylenebilir. Ancak bazı basın yayın kuruluşlarında “zaten seçimin sonucu belli”, “oylar çalınacak”, “sonuçlar şaibeli” gibi belirsizliği besleyen argümanların kutuplaşma havasında olumsuz etki yarattığını da buraya eklemeli. Zira bu iddialara serinkanlı bir gözle bakıldığında bazılarını birkaç basit arama ya da ufak matematik hesaplarıyla dahi çürütmek mümkündür diyebiliriz.



Bremen’de kayıtlı seçmen sayısından daha fazla oy kullanıldığı iddiası

 Çarpıtma



Cumhurbaşkanlığı ve milletvekili oy sayıları arasında tutarsızlık olduğu iddiası

 Çarpıtma



Misafir seçmen olarak kayıtlı olunan adres dışında oy kullanılabileceği iddiası

 Uydurma



14 Mayıs seçimlerinde fazladan 6 milyon 770 bin 786 oy kullanıldığı iddiası

 Çarpıtma



## Kutlamaların merkezi Mescid-i Aksa mıydı?

28 Mayıs gecesi seçim sonuçlarının belli olmasıyla sosyal medyada yine farklı bir rüzgarla karşı karşıya kaldık. Beklentimiz farklı şehirlerden eski tarihli kutlama videolarının güncelmiş gibi paylaşılabilceği yani hatalı ilişkilendirilen görüntülerin yaygınlaşması yönündeydi.

Hatalı ilişkilendirmeler yayıldı ancak videolar veya fotoğraflar Türkiye'nin farklı illerinden değildi. Erdoğan'ın seçim galibiyetinin Mescid-i Aksa'da kutlandığı yönünde videolar gündeme gelmeye başladı. İddiaların merkezinde Mescid-i Aksa bulunuyordu. Anaakım medyada da yayılan bu görüntüler dışında seçim kutlamalarına dair hatalı ilişkilendiren bir videoya veya görüntüye rastlamadık. Bu iddiaların tümü yanlıştı ve geçmişte gerçekleşen farklı etkinliklerdendi.



Video Mescid-i Aksa'da Erdoğan'ın zaferini kutlayanları mı gösteriyor?

≠ Hatalı ilişkilendirme



Mescid-i Aksa'da Erdoğan'ın seçim zaferinin kutlandığı iddiasıyla paylaşılan video

≠ Hatalı ilişkilendirme & Manipülasyon



Videonun Erdoğan'ın seçim zaferinin Mescid-i Aksa'da kutlandığını gösterdiği iddiası

≠ Hatalı ilişkilendirme



## Yanlış bilgi, kutuplaşma ve seçmenin oy verme davranışı

Genel olarak yanıltıcı bilgi kırıntılarının yayılımına dair tespit ettiğimiz örüntülerin seçim kampanyaları süresince seçmenin oy verme davranışını ne denli şekillendirdiği ise önemli bir araştırma başlığı. Yanlış bilginin siyasi kutuplaşmayı derinleştirdiği gözlemlenirken siyasetçilerin toplumun fay hatlarında gezinen konulara dair yanıltıcı yorumlarla oy havuzundan daha geniş pay kapmaya çalıştığı anlaşılıyor. Nihayetinde seçmenin oy verme davranışını odağına alan seçim yarışına kuş bakışı baktığımızda önümüze serilen birkaç nokta daha var:

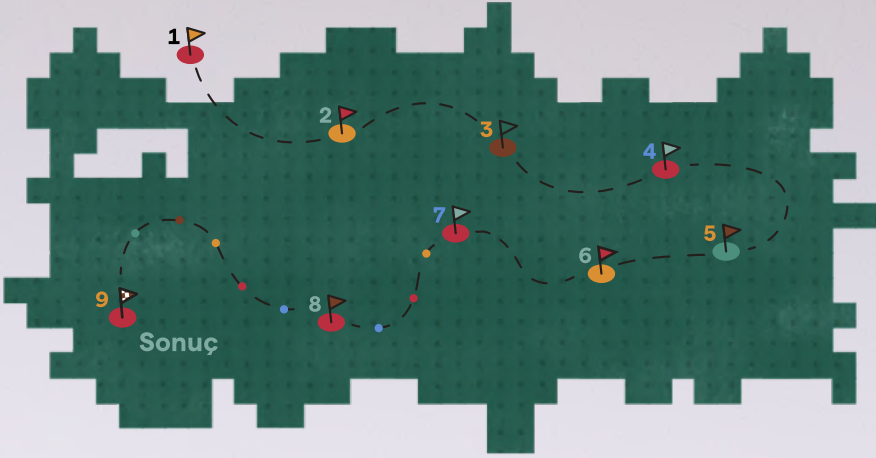
- Tekrarın gücü: Yanıltıcı iddiaların tekrarı yoluyla yaratılan gerçeklik yanılgısının gücünü hafife almamak gerek. Hakikat algımız, tekrarların zihnimizde uyandırdığı aşinalık nedeniyle yeniden şekilleniyor.
- Kitle iletişiminin ruhu: Yanıltıcı iddiaların kitlelerce benimsenmesinde televizyon ve benzeri kitle iletişim araçlarının yarattığı etki Türkiye örneğinde yadsınamayacak boyutlarda.
- Hakikat yerine belagat: İkna sanatında hakikate pek ihtiyaç yok. Algılar, tekrarlar, büyük anlatıları besleyen tekil yanıltıcı iddialar seçmeni ikna etmek için inşa edilen retoriğin bir parçası olurken siyasetin dayandığı nesnel zemin perdeleniyor.
- Eksik medya okuryazarlığı: Seçmenin eleştirel düşünce yetisini ve şüphe kasını güçlendirmek ve medya ekosistemindeki çarpıklığı açığa çıkarmak yanlış bilgi sorunuyla mücadele etmek için gerekli. Medya okuryazarlığındaki eksiklik seçmenin yanıltıcı bilgi kırıntısının ardındaki hakikate ulaşamamasına neden oluyor. Seçmeni doğru araç ve yaklaşımla güçlendirmek gerekiyor.
- Platformlar ve propaganda: Sosyal medya platformları siyasi isim ve grupların destekçileri için bir oyun alanı. Burası propaganda için uygun ve güçlü bir zemin. Dolayısıyla yanlış bilginin yayılımı için de elverişli bir iklim sunuyor. Her ne kadar bazı platformlar yanlış bilgiyle mücadele için çeşitli araç ve yaklaşımlar geliştiriyor olsa da platformlar bu sorunun büyümesinde halen etkin aktörler.

## Sosyal medya platformlarındaki seçim reklamlarına dair ufak bir not

Her seçim döneminde olduğu gibi bu yıl da siyasi partiler birçok çevrimiçi ve çevrimdışı mecrada geçmiş faaliyet ve gelecek vaatlerine dair reklam yayınlattı. Teyit bu reklamlara veya bu reklamlar için harcanan tutarlara ilişkin belirli bir veri tutmuyor olsa da özellikle seçim dönemlerinde dijital platformlarda verilen reklamların içerikleri teyit kuruluşları için hayli kritik. Nitekim Cambridge Analytica skandalı üzerinden zaman geçmiş olsa da platformların geliştirdiği güçlü algoritmalar bir ürün özelinde tüketici davranışını, seçimler özelinde ise seçmenin oy verme davranışını etkilemeye muktedir.

2023 yılında yapay zeka alanında katedilen aşamalar demokrasiler için bazı potansiyel tehlikeleri de daha belirgin bir biçimde açığa çıkardı. Mayıs 2023'te ABD Senatosu'nda yapay zekaya ilişkin oturumda konuşan OpenAI CEO'su Sam Altman "ChatGPT gibi yapay zeka dil modelleri aracılığıyla seçmenler belirli bir biçimde davranmaya ikna edilebilir mi?" sorusuna kendisinin de bu noktada bazı insanların dil modellerini bireyleri manipüle etmek, ikna etmek ve seçmenlerle birebir temasa geçmek için kullanmasından gerçekten çekinceli olduğu yanıtını [vermiş](#).

Sosyal medyada dil modellerinin sunacağı içgörü ile desteklenen, etkin bir hedefleme ile oluşturulmuş, yanıltıcı bir seçim reklamı kampanyasının önüne geçebilmenin yollarını bir yandan platformlar arıyadursun, teyitçilerin de bu alanda kendilerini geliştirip etkin araç, dil ve yöntemlerle bu tarz içerikleri teyitleme yollarını bulmaları gerekiyor.



## Sonuç

Geçmiş seçimlerde gözlemlediğimize benzer şekilde 2023 seçimlerinde de bilgi kirliliği siyasi atmosferi etkisi altına aldı. Vatandaşların hakikate güvenini zedeleyen, demokrasinin anlamlı bir biçimde uygulanmasının önüne geçen bu durumla Teyit olarak mücadele ettik. Seçimlere ilişkin sosyal medya ve geleneksel medya aygıtlarında yayılan şüpheli bilgileri ele alan çalışmalarımıza bu seçim döneminde yeni bir araç daha kazandırdık ve siyasetçi demeçlerini etkin bir biçimde incelemeye çalıştık.

Hedefimiz yanıltıcı siyasetçi demeçleri ve sosyal medya paylaşımlarında tespit ettiğimiz örüntüleri ortaya sererek seçmenleri bilgi kirliliğine karşı güçlendirmektir. Siyasetçileri hakikate davet etmenin ve siyaseti daha objektif bir zemine çekmenin demokrasiyi güçlendirmek adına olmazsa olmazlardan olduğu kanısındayız.

Tespit ettiğimiz örüntüler geleceğe bazı notlar olarak da düşünülmeli. 2024'te gerçekleşecek yerel seçimlere giden süreçte benzer trendler karşımıza çıkabilir. Yapay zeka, tespit edilmesi güç yanıltıcı içeriklerle siyasetin gündemini şekillendirebilir, asimetrik propaganda etkisini çok daha sert bir şekilde hissettirebilir. Toplumdaki kırılgan gruplar sistemik problemleri gizlemek adına hedef gösterilebilir, günah keçisi ilan edilebilirler. Seçim yarışında yanlış bilgi bazı adayların çekilmesine giden süreçte etkin bir biçimde kendini hissettirebilir. Kurumlara duyulan güven sağlıklı bir biçimde yeniden inşa edilmedikçe seçim güvenliği daima gündemde kalacaktır.

Hazırlıklıyız. Hakikate duyulan ilginin sönmeyeceğine inancımız tam. Bireylerin yankı fanuslarından özgürleşmeleri için seçmenleri güçlendirmeye çalışıyor, eleştirel düşüncenin bilgi ekosisteminin ortak değeri olacağı bir dünya için adımlarımızı atmaya devam ediyoruz.





Seçili S

# SAHTE HABER KARNESİ

*2023 Cumhurbaşkanı ve Milletvekili Seçimleri*

teyit 