

Din Haberciliğinde Dezenformasyon ve Doğrulama: Teyit.org ve AA Teyit Hattı'nın Karşılaştırmalı Analizi

Kurbani GEYİK*

Öz

Medyada bilgi kirliliği ve çarpıtılmış haberlere sıklıkla rastlanmaktadır. Dezenformasyona en fazla başvuru alanlardan biri de din haberciliğidir. Dini alanla ilgili kasıtlı üretilen yalan haberlerde dini aktörler, kurum ve kuruluşlar hedef alınarak yapılan dezenformasyon, toplumsal kutuplaşmaları körüklemekte ve dini inançlar üzerindeki tartışmaları derinleştirmektedir. Medya okuryazarlığının yeterince yaygın olmadığı ülkelerde, özellikle Türkiye bağlamında toplumsal kutuplaşmalara yol açabilen bu tür dezenformasyona karşı, haber doğrulama platformlarının faaliyetleri toplumsal barış ve sosyal uyumun devamı açısından kritik önem arz etmektedir. Çalışmada, Türkiye’de dezenformasyonla mücadele eden önemli platformlardan Teyit.org ve Anadolu Ajansı’na bağlı AA Teyit Hattı’nın dinî iddialara yönelik doğruluk kontrol süreçleri karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. İçerik analizi yönteminin kullanıldığı çalışmada, iki platformda incelenen toplam 167 iddianın doğruluk kontrolü süreci analiz edilmiştir. Bulgular, her iki platformun da büyük ölçüde İslam dini ile ilgili iddialara odaklandığını ve “dini değerlerin politize edilmesi” ile “dini kurum ve aktörlerin hedef alınması” kategorilerinin en çok dezenformasyon içeren başlıklar olduğunu ortaya koymuştur. Teyit.org’un, AA Teyit Hattı’na göre azınlık dinleriyle ilgili iddialara daha fazla odaklandığı, dini dezenformasyona daha geniş bir perspektifle yaklaşma eğiliminde ve çabası içerisinde olduğu saptanmıştır. Çalışma, doğruluk kontrolü süreçlerinde farklı bakış açıları ve değerlendirme yöntemlerinin benimsenmesinin, iddialarla ilgili değerlendirme sonuçlarına yansıtıldığını ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Gazetecilik, Din Haberciliği, Teyit Platformları

Disinformation and Fact-Checking in Religious Journalism: A Comparative Analysis of Teyit.org and AA Teyit Hattı

Abstract

Disinformation and distorted news are frequently encountered in the media. One of the areas where disinformation is most frequently used is religious journalism. Intentionally fabricated false news related to religion often targets religious figures, institutions, and organizations, fueling societal polarization and intensifying debates on religious beliefs. In countries where media literacy is not widespread enough, especially in the context of Turkey, the activities of news-checking platforms are of critical importance for the continuation of social peace and social harmony against this type of disinformation that can lead to social polarization. This study comparatively examines the fact-checking processes of religious claims conducted by Teyit.org and AA Teyit Hattı, one of the key platforms combating disinformation in Türkiye. Using content analysis, it examines the verification processes of 167 claims reviewed by both platforms. The findings indicate that both platforms predominantly focus on claims related to Islam, with the categories of "politicization of religious values" and "targeting religious institutions and actors" being the most affected by disinformation. Additionally, the study finds that Teyit.org places greater emphasis on claims concerning minority

* Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi, mkurbanigeyik1@gmail.com, orcid.org/0000-0001-7154-5743, Yozgat, Türkiye

religions compared to AA Teyit Hattı and adopts a broader perspective in addressing religious disinformation. The results also suggest that differences in fact-checking perspectives and evaluation methods influence the final assessments of claims.

Keywords: Journalism, Religious Journalism, Fact-Facting Platforms

ATIF: Geyik, K. (2025). Din haberciliğinde dezenformasyon ve doğrulama: Teyit.org ve AA Teyit Hattı'nın karşılaştırmalı analizi. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 8(1), s. 263-293

Giriş

Medyada yayınlanan içeriklerin önemli bir kısmını, öteden beri dini içerikler oluşturmaktadır (Hayta, 2019, s. 131). Din, insan hayatını kuşatması, bireyi ve toplumu kimliklendirmesi gibi kritik bir etkiye sahip olmasından dolayı toplumsal yaşamın bir parçası olarak medyanın da ilgisini çekmektedir. İnsanları güçlü bir şekilde etki altına alan din, hayatın tüm alanlarını dizayn etme amacını güderken, medya da toplumsal algıyı şekillendirme gibi önemli bir gücü elinde bulundurmaktadır. Bireyi ve toplumu yönlendirme amaçları doğrultusunda, medya ve din arasında, bir etkileşim söz konusudur. Dini kurum ve kuruluşlar, medya aracılığıyla görünür olmakta, bunlara dair farklı görüşleri destekleyenlerin ya da karşıt tartışmaların odağı haline gelmektedir. Bu tür tartışmalarda, dezenformasyona başvurularak taraflar yönlendirilebilmektedir (Çekmen, 2019).

İngilizcede, “insanları aldatma amacıyla yanlış haber yayma” anlamına gelen, Fransızcadan Türkçeye “bilgi çarpıtma” olarak geçen dezenformasyon (Türk Dil Kurumu, 2024), gerçek dışı bilgiyi kullanarak manipülasyon amacı taşıdığı için genellikle kara propaganda olarak da kabul edilir (Bektaş, 2002, s. 38). Din ve dezenformasyonun, günümüz dünyasında iç içe geçmiş durumda olduğunu ifade eden Douglas (2018), bir dine inananların sıklıkla sahte haberlerin hedef kitlesi arasında yer aldığını belirtmektedir. Çekmen (2019), medyanın din alanına dair başvurduğu dezenformasyonun, ilgili görüşe yakınlık duyanları etrafında kenetlerken, aynı zamanda anti propaganda veya dezenformasyon şeklinde karşıt yayıncılığın yapılmasına zemin oluşturduğunu ifade etmektedir.

İletişim alanındaki gelişmeler sonucu, web 2.0 teknolojisinin devreye alınmasıyla ortaya çıkan sosyal medya uygulamaları, iletişim süreçlerinde köklü değişimler ortaya çıkarmış (Castells, 2005), bu yeni medya platformlarında anlık bilgi paylaşımı ve hızlı erişim, dezenformasyonun yayılmasını kolaylaştırmıştır (Çömlekçi, 2019). Sosyal medya algoritmalarıyla benzer içeriklerin hedefi haline gelen kullanıcıların, dezenformasyona maruz kalma olasılığını artırmıştır (Sunstein, 2018). Toplumsal yaşamın hemen hemen her alanında kolaylıklar sağlayan iletişim teknolojilerindeki gelişmeler aynı zamanda bilgi kirliliği, yalan haber ve dezenformasyonu artırarak doğru bilgiye erişimi zorlaştırmıştır (Erkan & Ayhan, 2018).

Toplumsal gerilimi, kutuplaşmayı ve sonuç olarak çatışmaları artıran dezenformasyon, demokrasiler için yapısal bir sorun olarak değerlendirilmektedir (Balkan & Ülgen, 2020). Fikirsiz düzeyde çatışmalar demokratik toplumlara özgü unsurlar olarak kabul edilmekte, ancak çok fazla kullanıcının etkileşime girdiği dezenformasyon yıkıcı sonuçlar doğurabilmektedir. Özellikle dini konulardaki haberlerde başvuru yapılan dezenformasyonun neden olduğu fikirsiz çatışmalar, düşmanlık ve sözlü saldırganlık nedeni olabilmektedir (Infante & Rancer, 1996). Dinin hassas bir konu olmasına bağlı olarak, inananların, inançlarına yönelik dezenformasyona dayalı içeriklerle

karşılaşmaları durumunda, sosyal medyanın etkileşimsel özelliğini kullanarak aşırı davranışlar sergileyebilme olasılığı oldukça yüksektir (Rahman vd., 2015). Dolayısıyla medyadaki dini dezenformasyonla mücadele, toplumsal uyumun korunması açısından kritik önem arz etmektedir.

Dünyada birçok ülkede, dezenformasyonla mücadele kapsamında başta yasal düzenlemeler olmak üzere sosyal medya okuryazarlığı eğitimi gibi bir dizi uygulamalara başvurulsa da sorunun çok boyutlu ve karmaşık olması nedeniyle yetersiz kalmaktadır. Bu noktada devreye giren doğrulama platformları, artan dezenformasyona karşı haberlerin güvenilir filtrelerden geçirilmesi noktasında önemli sorumluluk üstlenmektedir. Doğrulama platformlarının kamu yararı adına yürüttükleri faaliyetler, zaman zaman eleştirilerin odağı haline gelmektedir. Bu platformlara yönelik sıklıkla yöneltilen eleştiriler arasında taraflılık suçlamaları öne çıkmaktadır (Young vd., 2018).

Bu çalışmanın amacı, din haberciliğinde dezenformasyona karşı mücadelede doğrulama platformlarının rolünü saptamaktır. Bu çerçevede, amaçlı örnekleme yöntemi esas alınarak, Türkiye’de bağımsız faaliyet gösteren ve Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı tarafından yayınlanan İlkeler Kılavuzu’nu imzalayarak bu alanda sertifika sahibi olan teyit.org ile geleneksel medyada haber ağı en geniş haber kuruluşlarından Anadolu Ajansı’na (AA) bağlı AA Teyit Hattı’nın, din haberciliği alanında ortaya atılan iddiaları aynı düzeyde inceleme sağlayıp sağlamadığı ele alınmaktadır. Çalışma periyodu belirlenirken söz konusu doğrulama platformlarının faaliyetlerine başladığı tarih baz alınmıştır. Teyit.org, 26 Ekim 2016 tarihinde faaliyete geçmiş, ancak kıyaslama yapılabilmesi için AA Teyit Hattı’nın kuruluş tarihi olan 13 Eylül 2022, başlangıç noktası olarak belirlenmiştir. Bu tarihten itibaren, araştırmanın sonlandırıldığı 31 Aralık 2024’e kadar olan dönemde, her iki platformun din haberciliğiyle ilgili yayımladığı içerikler, içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

1. Din ve Medya

Din, etimolojik olarak farklılıklar göstermekle birlikte, hüküm, teslimiyet, ibadet, üstün gelme, hâkimiyet, gelenek, yol, kanun ve millet gibi birçok kavrama vurgu yapan anlam zenginliğine sahiptir (Çuhadar, 2015). Bu nedenle, herkesin kabul edebileceği ve her dini kapsayan tanımın yapılması oldukça güçtür. Farklı bakış açılarına göre çok fazla tanım söz konusudur. Batılı kaynaklarda, hemen hemen her dinde görülen, dinin fonksiyonu açısından insanın ruhî ve hissî yönlerini kuşatan psikolojik davranış özelliklerinin yanı sıra toplumsal hareketlerinin de tanımında yer almasına önem verilmiştir (Yüksel, 2012).

Ström ve arkadaşları tarafından 1960’ta yayınlanan çalışmada, din kavramıyla ilgili, “bireylerin veya grupların, kendi çıkarları ve kaderleri üzerinde nihai bir eylemde bulunduğunu düşündükleri güç veya güçlere karşı resmi ve sosyal bir tutumdur”, “belirli değerlere yönelik içgüdüsel bir istek” şeklinde tanımlara yer verilmekte, bu tanımlarda, dini tutumun temel unsurlarından birinin, insanın kaderinin basit bir tesadüf değil, irade veya niyet atfedilen bir güç tarafından belirlendiği inancına işaret edilmektedir. İslami kaynaklara göre ise din, “akıl sahibi şuurlu insanları kendi irade ve arzuları ile hak ve gerçeğe, mutlak hayır ve saadete götüren, insanlara saadet yollarını gösteren ve peygamberlerin vahiy ve ilhamına dayanan ilâhi bir kanun” olarak tanımlanmaktadır (Doğan, 1979).

Temelde bir eğitim sistemi olarak ele alınan din, bireyi bu sistem doğrultusunda eğiterek ortak nitelikli bir toplum meydana getirmektedir. Geniş anlamda ele alındığında, dinin birey ve

toplum üzerinde önemli etkileri olduğu görülmektedir (Küçük, 1976). İnsanlara bir yaşam biçimi sunan, onları belli bir dünya görüşü içinde toplayan dinin (Arslantürk, 1998, s. 44), bireye ve topluma aktarılması gereken mesajları bulunmaktadır. Dolayısıyla bu mesajların aktarım süreci, medya platformlarını önemli kılmaktadır. Din ve medya arasında, bireyi ve toplumu eğitime, dizayn etme amacı doğrultusunda bir etkileşim söz konusudur. Din, bireyi ve toplumsal hayatı kuşatmasına bağlı olarak, medya gerçekliğinde de aktif olarak var olmaktadır (Okumuş, 2024). Çeşitli medya platformları aracılığıyla iletilen, öğrenilen, temsil edilen dini fikirler, haberlerde, filmlerde ve televizyon programlarında bir imge kaynağı olabilmektedir. Özellikle İslam inancında dinin evrenselliği, bu dinin mensuplarını medyadan azami ölçüde yararlanma konusunda etkili olmaktadır (Şahin, 2011). Medya ile din arasındaki bu ilişki, tarih öncesi mağara resimlerinin çizilmesine kadar uzanmaktadır. İbranice İncil'in yazıya geçirilmesi, Johannes Gutenberg'in matbaasının ilk çıktısının İncil olması, sanatta, müzikte ve el yazması geleneğinde dini temaların öne çıkması, 1906'da ilk radyo yayınının dini bir ayın olması, medya ile din arasında güçlü ilişkinin örneklerini oluşturmaktadır.

Medya, dini figürleri, kurumları ve hareketleri betimlerken, toplumun dini algısını şekillendirmektedir (Mahan, 2012). Medyanın dini içerikleri çerçevelemesi, tercih ettiği dil ve konu, toplumun çeşitli dinlerle ilgili algılarının oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Medya, insanların, dini konularda farklı inanç sistemleri, dini liderler ve topluluklar hakkında bilgi edinmesi için platform görevini yerine getirirken, her zaman objektif ve tarafsız olmamaktadır. Bazı din ve dini grupların olumsuz bir şekilde temsil edildiği medyada, önyargıların oluşmasına ve ayrımcılığın artmasına neden olabilmektedir. Örneğin, Batı medyasında İslam ve Müslümanlar çoğunlukla terörizm, şiddet ve aşırılık ile ilişkilendirilerek yansıtılmaktadır. Bu tür olumsuz içerikler, Müslümanlara karşı nefret duygularının ve İslamofobi gibi olguların ortaya çıkmasına zemin oluşturmaktadır (Brown vd., 2015). Türk medyasında da din ve onunla ilişkili kişi, kurum, sembol, motif ve simgeleri toplum nezdinde küçük düşürmek, tabulaştırmak ve insanları onlara karşı infiale yöneltmek düşüncesiyle yapılmış birçok yayınlara karşılaşılmaktadır (Güneş, 2018).

Dini kurum ve kuruluşlar da iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler sayesinde önceden ulaşamadıkları kesimlere ve geniş kitlelere artık mesajlarını ulaştırabilmektedir. X (Twitter), YouTube, Facebook gibi platformlar üzerinden insanlar farklı din ve inançlara dair bilgilerle karşılaşabilmektedir. Toplumun gündemine yabancı din ve kültür örneklerinin yanı sıra azınlık ya da yerel inanç grupları da girebilmekte, farklı inanç gurupları arasında sanal etkileşim mümkün olmaktadır (Arslan, 2016). İletişim platformlarının çağdaş kullanımı ve iletişim ürünlerinin çıktısı dini amaçların çok ötesine geçse de neredeyse tüm medyalarda muazzam miktarda dini içerik bulunmaktadır (Soukup, 2002).

Yeni medyanın dinlere sunduğu iletişim olanakları, aynı zamanda bazı sorunları beraberinde getirmiştir. Geleneksel dini söylem, çoğunlukla inanan kitlenin takip ettiği akademisyen, hoca vb. otoriteler tarafından üretilirken, yeni medya platformlarında ise bu söyleme katkı sunanların önemli kısmını din konusunda eğitimi olmayan sosyal medya kullanıcıları oluşturmaktadır. Din konusunda toplumu manipüle etmek için yanlış bilgileri yaymak artık son derece kolaylaşmıştır. Böyle olunca dine dair farklı bilgi, görüş, kanaat dolaşıma sokulmakta, dinin kutsallarına yönelik karalama kampanyaları, saldırılar organize edilebilmektedir. Bu nedenle, dine ilişkin doğru bilgi, denetimi mümkün olmayan büyük miktardaki bilgi havuzu içinde kaybolabilmektedir. Sosyal

medya platformlarında dolaşıma giren büyük miktardaki dinî bilgi, dinî medya okuryazarlığı ve dinî eğitimi olmayan kişilerin, zihin karışıklığı yaşamasına yol açabilmekte, dezenformasyona açık hale gelmesine neden olmaktadır (Duman, 2019).

2. Din Haberciliği

Din haberciliği, din ve maneviyat konularını ele alan habercilik türüdür. Din haberleri, dinin, inançların, maneviyatın, değerlerin veya etiğin önemli rol oynadığı herhangi bir hikaye olabilir. Dini konular, gazetecilik alanının ilk dönemlerinden bu yana haber medyasının temel konuları arasında yer almıştır.

1830'larda Amerikan basınında, *New York Herald*'ın kurucu editörü James Gordon Bennett, köleliğin kaldırılması ve kadın haklarına adanmış mezhepsel kuruluşlar ile kilise dışı gruplar tarafından New York'ta düzenlenen yıllık toplantılara yer ayıran ilk laik gazete editörü olarak bilinmektedir (Silk, 2024). 19. yüzyılda, Sanayi Devrimi'nin ardından medya ve iletişim teknolojileri alanında yaşanan gelişmeler, gazeteler ve dergileri günlük hayatın bir parçası haline getirmiş, din haberciliği de bu gelişmelerden etkilenmiştir. Artan okuyucu kitlesindeki dini çeşitliliğe karşı daha hassas hale gelen haber medyasının dini tartışmalara uzak durması, bu alanda haber üretiminin azalmasıyla sonuçlanmıştır. Din editörlerinin ve muhabirlerinin profesyonelliğini artırmak için çaba sarf edilmesine rağmen, din haberciliği geri planda kalmıştır. Din, 1980'lerin sonuna kadar ilgi fazla olmasa da haberlerin temel konuları arasında yer almıştır (Hynds, 1999). Din haberciliği, 1980'lerden sonra ABD ve dünya çapında kamusal alanda dinin rolünün artmasıyla yeniden ilgi görmeye başlamıştır. ABD'de bu dönemde çok sayıda gazete, dini konulara ayırdığı sayfa sayısını artırmış, milenyumun sonuna gelindiğinde, din haberleri Amerikan haber medyasında benzeri görülmemiş bir popülerlik kazanmıştır (Silk, 2024).

Türkiye'de ise din haberciliğinin tarihsel gelişim süreci Batılı ülkelerden farklı bir özellik arz etmektedir. Din haberciliğinin ilk örneklerine, Türk basın tarihinin ilk dönemlerinden beri rastlanmaktadır. İlk Türk gazetesi *Takvim-i Vekayi*'nin birinci sayısında, Galata'da bir Katolik kilisesi yapılacağını ve bunun için padişahın bir arsa bağışladığını bildiren haber yayınlanmıştır (Yetkin, 2003). Cumhuriyet döneminde ise Diyanet İşleri Başkanı ve Başkanlığı'nın faaliyet alanıyla ilgili gelişmelere ilişkin haberler, medyada yaygın olarak yer bulurken, günümüzde de Diyanet İşleri Başkanlığı'nı merkeze alan dini habercilik devam etmektedir (Şahin & Avcı, 2022).

Din, gazetecilerin haber yaptığı en karmaşık konulardan biridir ve kelimelerde kesinlik, nüanslara dikkat ve çok çeşitli dini gelenekler hakkında bilgi gerektirir (Connolly, 2006). Dinin toplumdaki rolü ve etkisi, dini kurumlar, dini liderler, dini inançlar ve pratikler, dinler arası diyalog, din ve siyaset ilişkisi gibi konuları kapsayan din haberciliği, gazetecilikteki en zorlu alt alanlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Din alanıyla ilgili haberlerde en ufak bir hatanın, toplumun öfkesine yol açabilme potansiyeli bulunmaktadır. Özellikle dini çoğulculuğun yüksek olduğu ülkelerde, farklı inançlara yakın grupların varlığı doğal olarak din üzerine haber yapmanın risklerini artırmaktadır. Konunun hassasiyetine bağlı olarak, dini haber üretimi yapan habercilerin alanla ilgili uzman olması gerekir (Perreault, 2022).

Din haberciliğiyle ilgili araştırmalar, haberlerin çoğunlukla tartışmaları, çatışmalara yol açan tutkuları körüklediğini göstermektedir (Ifeduba & Okonji, 2022). Son yıllarda, din haberciliğinin öneminin anlaşılmasına bağlı olarak, bu alanla ilgili araştırmalarda da artış olmuş, çalışmalarda daha çok medyada dini haberlerin miktarı ve kapsamını tanımlayan analizlere odaklanılmıştır

(Perreault, 2022). Dini inançların ve laik grupların İngiltere’de basılı medya tarafından nasıl temsil edildiğini içerik analizi yöntemine başvurarak ele alan Grizzle ve Ortiz (2019), haberlerin büyük çoğunluğunda ana konu olarak din mensuplarının eylemlerinin yer aldığını, haberlerin yüzde 14’ünün dinlerin olumsuz etkisiyle ilgili olduğunu tespit etmiştir. Aynı çalışmada, diğer büyük dinlere göre özellikle İslam ile ilgili olumsuz haberlere daha çok yer verildiği açığa çıkarılmıştır. Medyanın, dinlerle ilgili farklı yaklaşımları, insanların dinlerle ilgili algılarını şekillendirdiğini ortaya koyan çalışmalar da bulunmaktadır. Oktavianus ve Dewi (2023) tarafından Endonezya’da yapılan çalışmaya göre, dini haberlerin çerçevelenmesi, dil ve konu seçiminin, farklı din gruplarına yönelik kamu algılarını ve tutumlarını şekillendirmektedir. Özellikle Batı medyasında, terör olaylarının medya haberlerinde İslam dini ile ilişkilendirilmesi, bu dinin mensuplarına yönelik olumsuz algılara yol açmaktadır. Hemen hemen tüm Avrupa ülkelerinde, İslam ve Müslümanlara dair haberlerin arttığını belirten Varol (2019), haberlerde İslam ve Müslümanların olumsuzlanarak sunulduğunu, Müslümanların kafa kesen, vahşi insanlar gibi temsil edildiğini ifade etmektedir.

Din haberciliğine özgü zorlukların olduğunu ortaya koyan Nisbet ve Scheufele (2009), farklı ülkelerdeki dinsel mezhepler, gruplar, örgütler, kurumlar ve ibadet hizmetleri hakkında net bir anlayışa sahip olmayan gazetecilerin ürettiği haberler nedeniyle sorunların yaşanabildiğine işaret ederek, din muhabirlerinin gazetecilik alanının önemli ilkelerinden 5N ve 1K kuralının yanı sıra tarafsız ve adaletli bir yaklaşımı benimsemesinin önemine işaret etmektedir. Çeşitli dinlere mensup kişilerin, inançları konusunda çoğu zaman çok duygusal davranarak, alaycı ve aşağılayıcı ifadeleri tepkiyle karşılayabildiğini, bu nedenle muhabirlerin ilgili konuları dikkatli ve olgun bir şekilde ele alması gerektiğini vurgulayan Ifeduba ve Okonji (2022) de din haberciliği alanında içerik üreten muhabirlerin dikkate almaları gereken hususları şöyle açıklamaktadır:

Bazı toplumlarda dini siyasetten ayıran çizgi, incedir. Deneyimli bir muhabir, devletin dini işlere karışması veya dini kuruluşların devlet işlerine karışması gibi konuları nasıl ele alacağını bilmelidir. Ancak, aklının bir köşesinde ibadet özgürlüğünün temel bir insan hakkı olduğu gerçeği olmalıdır. Dinler arasında inançların çatıştığı zamanlar vardır. İslam ve Hristiyanlık gibi aynı din içinde bile, doktrinler mezhepten mezhebe veya mezhepten egemenliğe geçebilir. Muhabir, bu tür doktrinlerle ilgili bir tartışma veya münakaşa durumunda taraf tutmamalıdır. Bireysel yorumlardan ziyade kutsal kitaplarının ne söylediğine güvenmelidir.

2.1. Din Haberciliğinde Dezenformasyon

Dezenformasyon, genel anlamda bilgi, aydınlatma ve tanııtma anlamına gelen enformasyonun bozulması ve değişime uğramasıdır (Çakmak, 2019). Özellikle medya aracılığıyla topluma sunulan dezenformasyon, hiciv veya parodi, yanlış bağlantı (başlıkların veya görsellerin içeriğin kendisiyle uyuşmaması), yanıltıcı içerik, gerçek içeriği taklit etmek için tasarlanmış sahte içerik, uydurma içerik ve sahte bir bağlamda manipüle edilmiş veya sunulmuş gerçek bilgiler olmak üzere 7 ayrı biçimde üretilebilmektedir (Posetti vd., 2022). Dezenformasyon, kamuoyunu etkilemek veya gerçeği gizlemek amacıyla kasıtlı ve çoğu zaman bir çıkar gözetten insanlar tarafından gizlice yayılmaktadır (Yıldırım & Balkanoğlu, 2023, ss. 13-14).

Haber medyası, manipülasyon etkisi nedeniyle egemen güçler tarafından kısıtlanan sistemde, dezenformasyon sorunsalı içerisinde faaliyet göstermektedir. Herman ve Chomsky (1999, s. 22) tarafından geliştirilen propaganda modeline göre, medya egemen güçlerin lehine rızayı yeniden üretmek için dezenformasyona ihtiyaç duymaktadır. Medyanın haber seçiminde

muhalif düşüncelerin ötekileştirildiğini, egemen çevrelere ise mesajlarını halka kolayca nasıl iletme imkânı sağladığını açıklayan propaganda modeli, gerçeğin bilinçli olarak dönüştürüldüğü dezenformasyonla kamuoyunun kuşatıldığını ortaya koymaktadır.

Haber üretim ve dağıtım sürecinde, zaman ve mekan faktörünün engel olmaktan çıktığı yeni medya çağında, küresel düzeyde enformasyon akışına maruz kalan toplumlar, aynı zamanda dezenformasyon ile daha sık karşılaşmaktadırlar. Gazetecilik alanının ilk dönemlerinden bu yana toplumları manipüle etmek amacıyla başvuru olan dezenformasyon, günümüzde yeni medya platformlarında etkisini daha yoğun olarak göstermektedir (Utma, 2022, s. 71).

Dezenformasyona sıklıkla rastlanan alanlar arasında din haberciliği de yer almaktadır. Dini dezenformasyon, yanıltıcı ve yanlış yorumlanmış kutsal metinler, dini kayıtlar veya ilahi güçle ilgili yanlış iddialar içeren inanç temelli anlatılar sunmaktadır (Alimardani & Elswah, 2020). Dezenformasyona başvuru olan dini haberler, “dini duygulara etki eden yalan bilgi” içermekte (Haque vd., 2020), daha çok dindarlar hedef alınmaktadır (Douglas, 2018). İspanyol doğrulama platformu Maldita.es tarafından hazırlanan Dezenformasyon, Dini Azınlıklar ve Nefret Söylemi Raporu’na göre (2020), İspanya medyasında, 2017-2020 döneminde, dezenformasyon içeren 141 haber tespit edilmiş ve bu haberlerin yüzde 70,54’ünün İslam veya Müslümanlarla ilgili olduğu açığa çıkarılmıştır. Laferrara ve arkadaşları tarafından yapılan bir çalışmada (2024), birçok medya kuruluşunun dinle ilgili konularda haber yaparken sansasyonel içerikler kullandığı, gerçekliğin yalnızca bir kısmını tasvir ederek bir tür yanıltıcı bilgi oluşturduğu ortaya konulmuştur. Batı medyasında, İslam’ı ve inançlı grupları hedef alan dini dezenformasyona karşı, Ortadoğu ve Afrika ülkelerinde ise siyasiler tarafından kamuoyunu ikna etmek ve yönlendirmek amacıyla dini otoriteler referans gösterilerek dezenformasyon üretildiğini belirleyen çalışmalar bulunmaktadır. Dini dezenformasyonun inançlı gruplar üzerinde ikna etme konusunda etkili olduğu (Caramancion, 2023; Levin, 2020), bunun örneklerinden birinin Covid-19 pandemi döneminde İran’da görüldüğü belirlenmiştir. İran’da Covid-19 pandemi döneminde, tıbbi tavsiyeye karşı öne sürülen tedavi yöntemlerinde sahte hadislerle dayalı dezenformasyon içeren haberler üretildiği saptanmıştır (Alimardani & Elswah, 2020).

Türkiye’de de dinî iletişimin medyatikleşen boyutları ve bunun sağladığı fırsatlar ile yol açacağı tehditleri ele alan Kaplan (2023), sosyal medya kullanıcılarının kimi zaman dezenformasyona başvurularak farklı dini içeriklerle manipüle edilebildiğini saptamıştır. Aynı çalışmada, din bağlamında sosyal medyanın hem ifade özgürlüğüne hem de inancın yayılmasına imkân tanıdığı gibi dine ve dindarlara yönelik nefret söylemlerine de fırsat sunduğu tespit edilmiştir (Kaplan, 2023).

Hao (2021), kullanıcı etkileşimini teşvik eden algoritmaların kullanıldığı sosyal medya platformlarının, ticari gelirlerini artırmak amacıyla yalan/yanlış bilgi içerikli haberlere zaman zaman tolerans gösterdiğine, bu durumun özellikle dini konularda sahte haberlerin daha çok yayılmasına olanak tanıyarak dinler arası gerginliklerin atmasına neden olduğuna dikkati çekmektedir. Al-Zaman (2024) tarafından yapılan çalışmada, bu görüşü destekleyen bulgular ortaya konulmuştur. Çalışmanın bulgularına göre, sosyal medya kullanıcılarının yanlış dini bilgi içeren mesajlarla etkileşiminin çoğunlukla dini, politik ve radikal konular etrafında döndüğü, yalnızca birkaç olumlu tepki dışında, olumsuz tepkiler tarafından domine edildiği saptanmıştır. Aynı çalışmada, kullanıcıların yaklaşık dörtte üçünün yanlış bilgileri tespit edemediği, hem olumsuz tepki veren hem de yanlış bilgilere güvenenlerin tüm kullanıcıların yaklaşık yarısını oluşturduğu belirlenmiştir.

Kaplan (2023), sanal ortamdaki dinî içerikleri teyit eden bir platformun varlığına ihtiyaç duyulduğunun altını çizmektedir. Bu noktada, dini kurumlar, hükümet ve eğitim kurumları arasında iş birliği çabaları önem arz etmektedir.

3. Doğrulama Platformları

Doğrulama platformları, yalan haber veya yanlış bilgilerin saptanması amacıyla faaliyet gösteren çevrimiçi platformlardır. Genellikle, bağımsız gazeteciler, akademisyenler veya sivil toplum kuruluşları tarafından yönetilen bu platformlarda, bir haberin kaynağını incelemek, içerik analizleri yapmak ve ilgili verilere başvurmak suretiyle gerçekleştirilen doğrulama süreci, yalan veya yanlış bilgilerin yayılmasını engellemeye yönelik tasarlanmaktadır.

Çevrimiçi teyit platformlarının ilk örnekleri, 1990'ların sonuna doğru ortaya çıktı. Dezenformasyona karşı mücadele etmek üzere ortaya çıkan ilk doğrulama platformu sitesi, 1996 yılında kurulan Snopes.com oldu (Graves, 2016). 2000'li yıllardan sonra, yeni iletişim uygulamalarının devreye alınmasıyla birlikte yanlış bilgi üretiminin artması nedeniyle dünyanın birçok ülkesinde doğrulama platformları yaygınlaşmaya başladı (Adu-Daako & Vardhana, 2015). Dezenformasyonla mücadele kapsamında, 2015 yılında, Facebook, X, CNN, AFP ve Reuters gibi kuruluşların dahil edildiği, kapsamlı bir ağ oluşturan First Draft Network (firstdraftnews.com) kuruldu. Google, 2017'de Türkiye'nin de yer aldığı 48 ülkede bilgi doğrulama hizmeti sunmaya başladı. Doğrulama platformlarının gelişimini, izlediği yöntemleri ve etkinliklerini kayda geçirip takip eden Duke Reporters' Lab'a göre, dünya genelinde 2014 yılında 44 doğrulama platformu faaliyet gösterirken, 2024 yılı itibarıyla bu sayı 421'e ulaştı (Stencel vd., 2024).

Türkiye'de ilk doğruluk kontrol girişimi ise 2009 yılında bir grup bilim insanı ve bilim meraklısı tarafından kurulan ve domuz gribi ile ilgili yanlış iddiaları ve sahte bilimsel içeriği çürütürerek faaliyetlerine başlayan yalansavar.org olmuştur. Bunu, daha sonra 2009 yılında gazetelerde köşe yazarlarına yönelik doğruluk kontrolü gerçekleştirmek üzere kurulan ancak 2010 yılında faaliyetlerine başlayan "Muhtesip" izlemiştir (Ünver, 2020). Günümüzde örnekleri yaygınlaşan ve öne çıkan doğrulama platformları arasında, teyit.org, doğrulukpayi.com, malumatfurus.org, dogrula.org, yalansavar.org ve gununyalanlari.com ile Türkiye'nin en büyük haber ağına sahip medya kuruluşu Anadolu Ajansı bünyesinde faaliyet gösteren AA Teyit Hattı yer almaktadır.

Haber medyası kuruluşları bünyesinde faaliyet gösteren ya da kâr amacı gütmeyen bağımsız bir girişim veya bir STK projesi olarak hizmet sunan haber doğrulama platformları, çevrimiçi söylenti ve asılsız haberlere odaklananlar, politik ve kamusal açıklamaları kontrol edenler ve belirli başlıklar altındaki konuları ele alanlar olmak üzere, ilgi alanlarına göre üç temel kategoride sınıflandırılmaktadır (Brandtzaeg & Følstad, 2017, s. 65). Haber doğrulama hizmetleri bakımından, geleneksel medya kuruluşları ile bağımsız kuruluşlar arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bağımsız kuruluşlar, STK modeli altında faaliyet göstermekte ve herhangi bir yayın veya şirket kısıtlaması olmaksızın özerk bir şekilde çalışmakta, ancak kaynak bulma ve kitlelere ulaşma noktasında sıkıntılar yaşayabilmektedir. Bir medya grubuna bağlı birim olarak faaliyet gösteren haber doğrulama ekipleri ise köklü medya kuruluşları bünyesinde faaliyet gösterirken, bağlı olduğu kurumun yayın politikasının etkisi altında hizmet sunmaktadır (Cazzamatta, 2024).

Doğrulama platformlarının çalışma metodolojisinde ilk adım, hangi iddiaların kontrol edileceğinin tespit edilmesiyle başlamaktadır. Bu süreçte, iddia sahibinin kimliği, doğrulanabilirlik,

kamusal önem, okuyucu katılımı dikkate alınmaktadır. Doğrulama sürecinde ele alınacak iddia belirlendikten sonra, araştırma sürecine geçilmektedir. Araştırma süreci, doğrulama platformlarının metodolojisinin en önemli aşamasını oluşturmaktadır. Bu süreçte, birinci adım iddia kaynağının belirlenmesidir. İddianın ilk olarak nerede ve nasıl ifade edildiğinin tespiti, iddianın bağlamını anlamak ve potansiyel çarpıtmaları veya yanlış anlamaları ortaya çıkarmak açısından önemlidir. Araştırma sürecinin ikinci adımında, birincil kaynaklara başvurulur. Bu kaynaklar, resmi belgeler, araştırma raporları, akademik çalışmalar veya iddia sahipleri olabilmektedir. İkincil kaynaklara güvenmek yerine birincil kaynaklara odaklanmak, bilginin doğruluğunu artırır. Kaynaklardan toplanan bilginin ardından, uzman görüşlerine danışılmaktadır. Uzmanlar, iddiayla ilgili ek bilgiler, alternatif bakış açıları veya karmaşık konuların açıklığa kavuşturulması konusunda önemli katkı sunabilmektedir. Araştırma sürecinde bazı gerçek kontrol kuruluşlarında yapıldığı gibi hem adil değerlendirme hem de şeffaflık açısından önemli bir adım olan iddia sahibine ulaşarak, iddialarını destekleyecek kanıtlar sunma fırsatı verilebilmektedir. Araştırma aşaması tamamlandıktan sonra, son aşamada, bulguların açık ve şeffaf bir şekilde sunulması önem arz etmektedir. Birçok platform, bulguları, derecelendirme sistemleri kullanarak iddiaların doğruluk seviyesini kamuoyuyla paylaşmaktadır (Graves, 2016).

Doğrulama platformları, kullanıcıların karşılaştıkları bilgileri doğrulamalarına olanak tanırken, yanlış bilgilerin de yayılmasını önlemede kritik rol üstlenmektedir. Arjantin, Nijerya, Güney Afrika ve Birleşik Krallık'ta eş zamanlı olarak yürütülen bir çalışmada, doğruluk kontrolünün, 5 puanlık ölçekte yanlış bilgilere olan inancı en az 0.59 puan düşürdüğü, ülkeler arasındaki farklılıklara rağmen gerçek kontrolünün etkilerinin oldukça benzer olduğu gözlemlenmiştir (Porter & Wood, 2021). Chung ve Kim (2021) de doğrulama platformlarının, sosyal medyada yanlış haber paylaşma niyetini azalttığını ortaya koymuştur. Benzer bir şekilde, Alohalı (2024) tarafından yapılan çalışmada, haber doğrulama platformlarını kullananların daha az yanlış bilgiye maruz kaldığı, aynı zamanda yanlış bilgi paylaşma olasılıklarının daha düşük olduğu saptanmıştır.

Diğer taraftan, haber doğrulama platformlarında özellikle adil değerlendirme ve tarafsızlık konusu, kaynak güvenilirliğiyle ilgili önyargılar nedeniyle sorgulanmaktadır. Doğrulama platformları objektif ve tarafsız olmayı hedefleseler de bu her zaman tam anlamıyla gerçekleşmemektedir. Belirli siyasi gruplara yönelik önyargı nedeniyle kaynak seçiminin taraflı olduğuna dair eleştiriler söz konusudur. İstatistiksel, bilimsel ve tarihsel iddialarla ilgili doğruluk kontrolü sürecinde, kaynak güvenilirliği büyük önem arz etmektedir. Kaynağın güvenilir olup olmadığına karar verme süreci ise kişisel deneyimlere, siyasi eğilimlere, ideolojik inançlara ve hatta coğrafi konuma göre değişebilmekte, önyargılara açık olabilmektedir. Doğrulama platformlarında tek taraflı anlatı riskini barındıran önyargı, değerlendirmeleri nesnel bir bilgi algısından uzaklaştırabilmektedir (Soprano vd., 2024).

Singh ve arkadaşlarının araştırması (2024), ABD ve Hindistan'daki bağımsız doğrulama platformlarının, siyasi tarafsızlıktan belirli ölçüde uzaklaştığını göstermiştir. Bu çalışmanın bulgularına göre, ABD'deki doğrulama platformları için ortalama -0.17, Hindistan'daki platformlar için ise -0.24'lük bir negatif tarafsızlık skoru saptanmıştır. Chuai ve arkadaşlarının çalışmasında (2024) da ABD'deki Snopes ve PolitiFact gibi teyit platformlarında, yanlış iddialara Demokratların, Cumhuriyetçilerden daha fazla konu olduğu açığa çıkarılarak, teyit platformlarının yanlış iddia seçiminde partizan asimetriler sergileyebileceği ortaya konulmuştur. Bu çalışmalar, doğrulama

platformlarının, seçilen içerikler ve sunum şekilleri bakımından tarafsızlık ilkesini ihlal ettiklerini göstermektedir.

Çetindemir (2023), bir tarafın ürettiği dezenformasyonu öne çıkarırken, diğer tarafın ürettiği dezenformasyonu görmezden gelmek, finansman kaynaklarının çıkarına uygun hareket etmek, bir ideolojiye hizmet etmek, etki ajanlığına soyunmak, bir olayda aktif davranırken, benzer başka bir olayda idare etmek gibi durumların, teyit platformlarının tarafsızlığını gölgede bırakan önemli sorunlar olduğunun altını çizmektedir. Türkiye merkezli yapılan çalışmalarda da teyit kuruluşlarının tarafsızlığı ve ideolojik yaklaşımlarının, doğrulama süreçleri ve değerlendirme yöntemlerinde farklılıklara neden olabileceğini ortaya koymaktadır. Karadağ ve Ayten'in (2020) yaptığı karşılaştırmalı çalışmada, Türkiye'deki Doğruluk Payı ve Teyit.org platformları incelenmiş, her iki platformun insan kaynakları, finansman ve organizasyon açısından benzerlikler gösterdiği, ancak doğrulama ve analiz süreçlerinde farklılıklar olabildiği tespit edilmiştir. Uzunoğlu ve Uyar tarafından yapılan çalışmada da (2021), Türkiye'deki bazı doğrulama kuruluşlarının bazı konularda doğrulamacılık yapmadıklarını ve bunun ideolojik sebeplerle böyle olduğu öne sürülmektedir.

Teknoloji politikaları üzerine odaklanmış bağımsız bir yayın kuruluşu Tech Policy Press'ten Adu-Daako ve Vardhana (2015), doğruluk kontrol sürecindeki önyargıları tamamen ortadan kaldırmak mümkün olmasa bile doğrulama platformlarının tarafsızlığının sağlanmasında, metodolojinin iç ve dış denetime açık olacak şekilde, kaynakların ve gerçek kontrol kriterlerinin açıkça belirtilmesi, çeşitli bakış açısına sahip bir ekiple çalışması, iç veya dış denetime tabi tutulması, çeşitli haber kaynaklarından oluşan bir veri tabanının kullanılması, yerel medya kuruluşlarıyla ortaklık kurulması ve kapsayıcı gerçek kontrolüne daha fazla kaynak ayrılmasının kritik rol oynadığına vurgu yapmaktadır.

Dini habercilik alanındaki iddiaların doğruluğunu kontrol etmek ise diğer biçimlerinin aksine daha zor olmaktadır. İddiaların doğruluğunu kontrol etmek için din ve sosyolojik bağlamı hakkında derinlemesine bilgi sahibi olmak gerekir (Alimardani & Elswah, 2020). 2019 yılında kurulan Brezilyalı bir gerçek kontrol platformu olan Bereia, dini medya alanındaki iddiaların kontrol sürecini “buğdayı samandan ayırmak” olarak ifade etmektedir. Hristiyan gazeteciler, araştırmacılar ve iletişim öğrencileri tarafından oluşturulan bu platform, Bereia'nın yayıncısı gazeteci Magali Cunha'ya göre, dünyada türünün ilk örneği olarak öne çıkmaktadır (Batista, 2020). Türkiye'de faaliyet gösteren doğrulama platformları arasında da teyit.org ve AA Teyit Hattı gibi din ve inançlar kategorisinde de doğruluk kontrolü yapan platformlar yer alırken, ancak sadece dini alanla ilgili haberleri değerlendiren bir platform henüz bulunmamaktadır.

4. Yöntem

Bu çalışmada, Türkiye'de din haberciliği alanında öne çıkan iddialarla ilgili teyit platformlarının doğrulama süreçleri analiz edilmektedir. Doğrulama platformlarının, din haberciliği alanındaki iddialarla ilgili doğrulama süreçlerinde ne tür farklılıklar bulunduğu, aynı düzeyde inceleme sağlayıp sağlamadığı, çalışmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır. Bu noktadan hareketle tasarlanan çalışmada, örneklem belirlenirken amaçlı örneklem yöntemi esas alınmıştır. Amaçlı örneklem yönteminde, örneklemi oluşturan birimler, araştırmanın sorularına yanıt bulunacağına inanılan birimlerden seçildiği, örneklem birimlerinin, amaca en uygun şekilde hizmet edeceği düşüncesi hakimdir (Sencer, 1989, s. 386). Bu nedenle, Türkiye'de bağımsız faaliyet

gösteren, Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı tarafından yayınlanan İlkeler Kılavuzu'nu imzalayarak bu alanda sertifika sahibi olan ve sosyal medya uygulaması X'te en fazla takipçisi bulunan teyit.org ile geleneksel medya kategorisinde haber ağı en geniş haber kuruluşlarından Anadolu Ajansı'na bağlı AA Teyit Hattı örneklem olarak belirlenmiş, bu iki platformun din haberciliği bağlamındaki doğrulama süreçleri karşılaştırmalı olarak incelenmiştir.

Çalışmanın kapsadığı dönemin belirlenmesinde, örnekleme dahil edilen iki platformun faaliyet başlangıç tarihleri dikkate alınmıştır. Teyit.org, 26 Ekim 2016 tarihinde faaliyete geçmiş, ancak kıyaslama yapılabilmesi için AA Teyit Hattı'nın kuruluş tarihi olan 13 Eylül 2022, başlangıç noktası olarak belirlenmiştir. Bu tarihten itibaren, araştırmanın sonlandırıldığı 31 Aralık 2024'e kadar olan dönemde, her iki platformun din haberciliğiyle ilgili yayımladığı içerikler değerlendirilmiştir. Araştırmanın veri seti, her iki platformun sosyal medya hesapları ve internet sitelerinde yayımladığı din haberciliği alanıyla ilgili içeriklerinden oluşmaktadır. Teyit.org (teyit.org) ve AA Teyit Hattı (www.aa.com.tr/tr/teyithatti) web sitelerinden iddialar sistematik bir şekilde manuel olarak taranmış, din ve inançlarla ilişkili olan doğrulama çalışmaları veri setine dahil edilmiştir. Araştırma döneminde, örnekleme dahil edilen iki platformun web sitesinden din ve inançlarla ilgili toplam 167 içerik tespit edilmiştir.

Araştırmada, içerik analizi yöntemine başvurulmuştur. İçerik analizi yöntemi, sosyal bilimler alanında yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Geray, 2006). Berelson (1952), içerik çözümlemesini, bir içeriğin nesnel, sistemli ve nicel olarak betimlemesi şeklinde ifade etmektedir. Krippendorff (2004) ise içerik analizi yöntemini verilerden yenilenebilir ve geçerli çıkarsamada bulunmak amacıyla başvuru alan araştırma yöntemi olarak değerlendirmektedir. Araştırmada, verilerin analizinde, alan yazındaki benzer çalışmalarda kullanılan formlardan hareketle araştırmaya özgü kodlama yapılmıştır. Örneklem dahilindeki doğrulama platformlarının, din haberciliği alanında hangi iddiaları analiz için seçtiği, aynı iddiayla ilgili doğruluk kontrolünün ne ölçüde farklı şekilde incelenip sonuçlandırıldığı yönündeki sorulara yanıt aramak için Tablo 1'de yer alan kodlama listesi oluşturulmuştur. Araştırma tarihi sınırlılığı kapsamında ulaşılan içeriklerin incelenmesi tamamlanıp, Excel elektronik tablolama programı üzerinden iki kodlayıcı tarafından birbirinden bağımsız kodlama işlemi gerçekleştirilmiştir. Kodlayıcılar arasındaki uyuma bakılmış (Poindexter & McCombs, 2000, s. 203), daha sonra farklı kodlamaların nedenleri ele alınarak, ulaşılan görüş doğrultusunda, analiz edilmek üzere kodlamalara son şekli verilmiştir. Hesaplanan uyumun yüzde 87 düzeyinde olduğu saptanmıştır.

Tablo 1. Kodlama Listesi

İddia Konusu	
Dini Değerlerin Hedef Alınması	Bir inanç sistemine veya belirli bir dine ait figürler, kutsal metinler ve pratiklerle ilgili iddiaları ifade etmektedir.
Dini Kurum ve Aktörlerin Hedef Alınması	Dini kurumlar (örneğin, Türkiye Diyanet İşleri Başkanlığı ve bağlı birimler, kiliseler, sinagoglar) ve dini liderlerle (Diyanet İşleri Başkanı, Müftü, vaiz, imam, papa, papaz, haham) ilgili iddiaları kapsamaktadır.
İnanç Özgürlüğü İhlali	İbadet yerlerine erişim engeli, dini kıyafet ve sembollerin yasaklanması, ibadet esnasında müdahale veya engelleme, inançlarını açıklama özgürlüğüne müdahale, dini grupların hukuki haklarının engellenmesi, zorla din değiştirme veya inançsızlığa zorlama gibi bireylerin veya grupların, dini inançlarını özgürce yaşama, ibadet etme veya inançlarını ifade etme haklarının kısıtlanmasını ya da engellenmesini konu alan iddiaları ifade etmektedir.
Dinin Şiddet ve Terörizmle İlişkilendirilmesi	Belirli bir dinin ve mensuplarının terör saldırısı, cinayet, taciz, soygun gibi suçlarla ilişkilendiren iddiaları kapsamaktadır.
İnanç temelli propaganda	Bir inanç sistemini benimsemesi veya reddetmesi için bireyleri hedef alarak üstünlüğünü veya doğru inanç olduğunu savunan iddiaları ifade etmektedir.
Dini Değerlerin Siyasi Araç Olarak Kullanılması	Dini değerlerin, inançların veya sembollerin belirli bir siyasi amacı desteklemek, güç kazanmak veya toplumda siyasi bir etki yaratmak üzere öne sürülen iddiaları kapsamaktadır.
İddiaya Konu Olan Din ve İnançlar	
Din ve İnanç Türü	Doğrulama platformlarında değerlendirilen iddiada hangi din veya inancın ele alındığını belirtmektedir.
İddialarla İlgili Başvurulan Kaynak Türü	
Resmi Kaynaklar	Hükümet, resmi kurumlar, yasama organları ve devlet destekli kuruluşlardan elde edilen bilgi ve verilerin kullanılması
Akademik ve Araştırma Kaynakları	Akademik dergiler, araştırma makaleleri, üniversite raporları veya bilimsel çalışmalara yer verilmesi
Haber Kaynakları	Güvenilir medya kuruluşlarının haber bültenleri ve raporları.
Uzman Görüşleri	İddia konusunda uzman kişilerin görüşüne yer verilmesi
Sosyal Medya Kaynakları:	Sosyal medya paylaşımlarına yer verilmesi
Veri Tabanları ve Dijital Araçlar	Doğrulama süreçlerinde görsel analiz araçları, açık veri kaynakları gibi dijital araçlar ve veri tabanlarının kullanılması
Kanıt Kullanımı	
Görsellerle Destekli	İddia, doğrulama sürecinde görsel kanıtlarla desteklenmiştir.
Belge Tabanlı	İddia, resmi belgeler, raporlar veya kayıtlarla desteklenmiştir.
Görsel ve Belge Birlikte	Hem görsel hem de belge kanıtı sunulmuştur.
Kanıt Sunulmamış	Doğrulama yapılırken somut bir kanıt veya belge sunulmamıştır.
Doğrulama Kontrolü Sonucu	
Doğru	İncelenen iddianın doğru olduğuna dair veriler elde edilmiştir.
Yanlış	İncelenen iddianın yanlış olduğuna dair veriler elde edilmiştir.

5. Bulgular

Çalışmada, 13 Eylül 2022 - 31 Aralık 2024 tarihleri arasında, din haberciliği kategorisinde, örnekleme dahil edilen Teyit.org'un 95, AA Teyit Hattı'nın 72 iddianın doğruluk kontrolünü yaptığı tespit edilmiştir. Ancak, bu iddialardan **16'sı her iki platformda da incelendiğinden**, yalnızca Teyit.org'da ele alınan iddia sayısı **76**, yalnızca AA Teyit Hattı'nda ele alınan iddia sayısı ise **56** olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla incelenen toplam iddia sayısı 167 olsa da **tekrarlanan iddialar çıkarıldığında toplamda 151 farklı iddia** incelendiği saptanmıştır.

Tablo 2. Araştırma Döneminde Değerlendirilen İddialar

İddia Dağılımı	Sayı (n)	Yüzde (%)
Yalnızca Teyit AA'da Değerlendirilen İddialar	56	37,08
Yalnızca Teyit.org'da Değerlendirilen İddialar	79	52,32
Her İki Platformda Değerlendirilen İddialar	16	10,60
Toplam	151	100

5.1. Din Kategorilerine Göre İddiaların Dağılımının Analizi

Doğrulama platformunda incelenen içeriklerin, din ve inanç türleri bakımından ele alındığında, Teyit.org ve AA Teyit Hattı tarafından incelenen iddiaların neredeyse tamamına yakınının İslam dini ile ilgili olduğu görülmektedir. Bu durum, Türkiye'nin nüfus yapısı ve İslam'ın ülkedeki toplumsal tartışmalarda merkezi bir yer tutmasıyla ilişkilendirilebilir. Tablo 3'te görüldüğü üzere, İslam başlığı altında, AA Teyit Hattı'nda 58, Teyit.org'da ise 66 iddia incelenmiştir. "Dini Değerlerin Hedef Alınması" kategorisinde, ele alınan toplamda 15 iddianın tamamının yanlış olduğu belirlenirken, AA Teyit Hattı'nın 5 yanlış iddiayı incelediği, Teyit.org'un ise bu konuda 10 yanlış iddiaya yer verdiği saptanmıştır. Bu durum, Teyit.org'un, İslam'ın kutsal değerlerini hedef alan dezenformasyonu ele alma konusunda daha aktif olduğunu göstermektedir.

İslam dini başlığı altında, "Dini Kurum ve Aktörlerin Hedef Alınması" kategorisinde ise Teyit.org 13 yanlış iddia doğrulaması yaparken, AA Teyit Hattı bu kategoride 14 yanlış iddiayı ele almıştır. Her iki platformun bu kategoriye yönelik yoğun doğrulama faaliyetleri, Türkiye'de Diyanet İşleri Başkanı, müftü, imam gibi dini liderleri ve dini kurumları hedef alan dezenformasyonun toplumda karşılaşılan önemli bir sorun olduğunu ortaya koymaktadır. Bu tür dezenformasyon içeren iddiaların doğruluk kontrolünün yapılması, toplumsal uyumu bozma ve inanç temelli tartışmaları derinleştirme gibi olumsuz sonuçların önüne geçilmesi bakımından önem arz etmektedir.

Tablo 3'te, İslam başlığı altında "İnanç Özgürlüğü İhlali" kategorisiyle ilgili verilere bakıldığında, AA Teyit Hattı'nın, 1 doğru ve 3 yanlış iddiayı incelediği, Teyit.org'un ise 1 yanlış iddiaya yer verdiği görülmektedir. Tüm kategoriler içerisinde en az iddianın ele alındığı bu kategoriye yönelik sınırlı sayıda içeriğe yer verilmesi, her iki platformun da bu konuya daha az odaklandığını ya da medya gündeminde bu konuda öne çıkan çok fazla iddianın yer almadığını göstermektedir.

"Dinin Şiddet ve Terörizmle İlişkilendirilmesi" kategorisinde ise Teyit.org, İslam dinini şiddet ve terörizmle ilişkilendiren 4 iddianın, AA Teyit Hattı ise bu konuda 11 iddianın kontrolünü gerçekleştirmiştir. Her iki platformun doğruluk kontrolü sonuçlarına göre, iddiaların tamamının

yanlış olduğu belirlenmiştir. İslamofobik dezenformasyonun, İslam'ın şiddetle ilişkilendirilmesine yönelik iddiaların, özellikle AA Teyit Hattı'nın gündeminde daha fazla yer bulduğu görülmüştür.

Tablo 3. Teyit.org ve AA Teyit Hattı'nda Din ve İnanç Kategorilerine Göre İddia Dağılımı

Kategori	AA Teyit Hattı								Teyit.org								Toplam	
	İslam		Hristiyanlık		Musevilik		Diğer		İslam		Hristiyanlık		Musevilik		Diğer			
	Doğru	Yanlış	Doğru	Yanlış	Doğru	Yanlış	Doğru	Yanlış	Doğru	Yanlış	Doğru	Yanlış	Doğru	Yanlış	Doğru	Yanlış	Doğru	Yanlış
Dini Değerlerin Hedef Alınması	0	5	0	0	0	0	0	0	0	10	0	1	0	0	0	0	0	16
Dini Kurum ve Aktörlerin Hedef Alınması	0	14	1	2	0	0	0	1	0	13	1	4	0	1	0	0	2	35
İnanç Özgürlüğü İhlali	1	3	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5
Dinin Şiddet ve Terörizmle İlişkilendirilmesi	0	11	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	1	0	16
İnanç Temelli Propaganda	0	10	0	0	0	1	0	0	0	12	0	2	0	0	0	3	0	28
İnanç Temelli Ötekileştirme	0	4	0	0	0	0	0	0	1	2	0	1	0	1	0	4	1	12
Dini Değerlerin Politize Edilmesi	0	10	0	2	1	5	0	0	1	22	0	7	0	3	0	0	2	49
Toplam	1	57	1	5	1	6	0	1	2	64	1	15	0	5	0	8	6	161
	72								95								167	

İslam dini alanında, “İnanç Temelli Propaganda” kategorisinde de her iki platformda, bir inanç sistemini benimsemesi veya reddetmesi için bireyleri hedef alarak dinin üstünlüğünü veya doğru inanç olduğunu savunan toplam 22 iddia incelenmiştir. Teyit.org, 12 yanlış iddiayı incelerken, AA Teyit Hattı ise 10 yanlış iddiayı analiz etmiştir.

“İnanç Temelli Ötekileştirme” kategorisinde, İslam dini başlığındaki bulgulara göre ise Teyit.org 2 yanlış ve 1 doğru iddiayı değerlendirirken, AA Teyit Hattı 4 yanlış iddiayı ele almıştır. Bulgulardan, bu kategorinin doğrulama faaliyetlerinde sınırlı bir yer bulunduğu anlaşılmaktadır.

İslam dini başlığı altında, her iki platformun ele aldığı iddialar arasında, “Dini Değerlerin Politize Edilmesi” kategorisi en fazla yer bulmaktadır. Söz konusu kategoride, toplamda 33 iddianın sadece 1'inin doğru olduğu belirlenirken, iddiaların doğrulama platformlarına göre dağılımına bakıldığında, Teyit.org'un 22 yanlış ve 1 doğru iddiaya, AA Teyit Hattı'nın 10 yanlış

iddiaya yer verdiği görülmektedir. Bu kategoride, yüksek sayıdaki yanlış iddialar, dini değerlerin siyasi manipülasyon aracı olarak kullanılma eğilimini ortaya koymaktadır.

AA Teyit Hattı ve Teyit.org'un Hristiyanlık, Musevilik ve "Diğer" başlıkları altında doğrulama yaptıkları iddialarla ilgili bulgulara göre, her iki platformun bu dinlerle ilgili sınırlı sayıda içeriğe yer verdiği saptanmıştır. Hristiyanlık dini başlığı altında, AA Teyit Hattı'nda tüm kategorilerde toplamda 6 iddiaya yer verildiği, bu iddialardan 1'inin doğru olduğu belirlenirken, Teyit.org'da ise toplamda 16 iddianın incelendiği, 1'inin doğru olarak sonuçlandırıldığı tespit edilmiştir. Hristiyanlık dini başlığı altında, iki platform arasındaki bu fark, platformların editoryal öncelikleri, hedef kitleleri ve veri erişim süreçleri bağlamında farklılıkları ortaya koymaktadır. AA Teyit Hattı'nın bu başlık altında tüm kategorilerde toplamda 6 iddiayı ele alması, Hristiyanlıkla ilgili dezenformasyonun platformun öncelikleri arasında yer almadığını, buna karşın, Teyit.org'un toplamda 16 iddiayı incelemesi, bu platformun azınlık dinleriyle ilgili dezenformasyona daha geniş bir perspektifle yaklaşma eğiliminde ve çabası içerisinde olduğunu yansıtmaktadır.

Musevilik başlığı altında da her iki platformun ele aldığı toplam iddia sayısı, 12 olarak saptanmıştır. Musevilikle ilgili iddiaların konu bazlı dağılımına göre, AA Teyit Hattı'nda, "Dini Değerlerin Politize Edilmesi" kategorisinde toplamda 5 yanlış ve 1 doğru iddia ve "İnanç Temelli Propaganda" kategorisinde 1 yanlış iddia belirlenirken, Teyit.org'da ise 5 yanlış iddia incelenmiş, bu iddiaların 3'ünün "Dini Değerlerin Politize Edilmesi" kategorisinde olduğu, "İnanç Temelli Ötekileştirme" ve "Dini Kurum ve Aktörlerin Hedef Alınması" kategorilerinde de 1'er yanlış iddiaya yer verildiği görülmüştür. Bulgular, AA Teyit Hattı'nın, azınlık dinleriyle ilgili "Dini Değerlerin Politize Edilmesi" kategorisine daha fazla odaklandığını, Teyit.org'un ise daha çeşitli kategorilere yer verdiğini ortaya koymuştur.

Budizm ve Hinduizm gibi din ve inanç sistemlerinin yer aldığı "Diğer" başlığı altında ise hem AA Teyit Hattı hem de Teyit.org'un doğrulama faaliyetlerinin oldukça sınırlı olduğu belirlenmiştir. AA Teyit Hattı "Dini Kurum ve Aktörlerin Hedef Alınması" kategorisinde yalnızca 1 yanlış iddiayı incelerken, Teyit.org'un ise 8 iddianın kontrolünü yaptığı ve bu iddiaların tamamının yanlış olduğu saptanmıştır. Teyit.org tarafından incelenen iddiaların, 4'ünün "İnanç Temelli Ötekileştirme", 3'ünün "İnanç Temelli Propaganda" ve 1'inin de "Dinin Şiddet ve Terörizmle İlişkilendirilmesi" kategorisinde olduğu görülmüştür.

Genel olarak, Tablo 3'teki veriler, Hristiyanlık, Musevilik ve diğer dinlerle ilgili iddiaların her iki platformda da İslam ile karşılaştırıldığında oldukça düşük bir oranda ele alındığını, Türkiye'de dini dezenformasyonun daha çok İslam üzerinden şekillendiğini ve doğrulama platformlarının da önceliklerini bu bağlamda belirlediğini göstermektedir.

5.2. Doğruluk Kontrolü Süreçlerinin Kıyaslamalı Analizi

Teyit.org ve AA Teyit Hattı'nda, araştırma döneminde ele alınan aynı iddiaların doğruluk kontrolü süreçleri, iki platformun kullandığı metodolojileri kapsamında, iddiaların üretildiği kaynaklar, seçilen iddiaları araştırırken başvuru kaynakların çeşitliliği, ulaşılan sonuçlar ile sonuçlara ilişkin sunulan kanıtlar bakımından analiz edilmiştir. Bu bağlamda, Tablo 4'te yer alan 16 iddia üzerinden elde edilen veriler, Tablo 6 (AA Teyit Hattı) ve Tablo 7 (Teyit.org) ile karşılaştırılmış ve analiz edilmiştir.

Tablo 4'e göre, 16 iddiadan 4'ünün, her iki platform tarafından aynı tarihte doğruluk kontrolü yapılarak analiz edildiği, diğer 12 iddianın ise farklı tarihlerde incelendiği görülmektedir.

AA Teyit Hattı'nın, 7 iddiayla ilgili doğruluk kontrolü sonucunu Teyit.org'dan daha erken tarihte yayınladığı, Teyit.org'un ise 5 iddiayı erken tarihte değerlendirerek sonuçlandırdığı görülmektedir. Doğrulama platformlarının temel işlevlerinden biri, medyada öne çıkan bir iddiayla ilgili doğru bilgiyi mümkün olan en kısa sürede kamuoyuyla buluşturmadır. Bu bağlamda, her iki platformun toplumsal dezenformasyonu önlemede hız bakımından benzer bir yaklaşım sergilediği söylenebilir.

Tablo 4. Araştırma Döneminde Hem Teyit AA Hem De Teyit.org'da Değerlendirilen İddialar

İddia No	İddia	İddianın Değerlendirildiği Tarih	
		Teyit AA	Teyit.org
1	Malezya'da yayınlanan şampuan reklamında oyuncunun türbanla şampuanlandı iddiası	25.12.2022	06.05.2017
2	Toplu taşımada namaz kılan kişileri gösteren video Türkiye'den mi?	06.11.2024	05.11.2024
3	Elinde alkol kadehi olan gencin eski Diyanet İşleri Başkanının oğlu olduğu iddiası	02.05.2023	02.05.2023
4	Muğla'nın Milas ilçesinde bir imamın ateist olduğu gerekçesiyle istifasının istendiği iddiası	23.05.2023	22.05.2023
5	Diyanet'in yayınladığı genelge ezan sesinin artırılacağını mı söylüyor?	18.07.2023	17.07.2023
6	Hindistan'da güneş tanrılarını kızdırmamak için güneş panellerine saldırıldığı iddiası	21.08.2023	22.08.2023
7	Papa Francis'in LGBTİ+ bayrağı taşıdığını gösteren fotoğraf gerçek mi?	16.07.2023	16.07.2023
8	Diyanet İşleri Başkanlığı'nın küfrün trollere günah olmadığını açıkladığı iddiası	01.04.2023	21.04.2023
9	İstanbul Havalimanı'ndaki Ali Kuşçu Camisi'nde ibadet etmek ücretli	15.12.2024	17.12.2024
10	Ünlü Futbolcu Drogba'nın Müslüman olduğu iddia edildi.	08.11.2022	08.11.2022
11	Katar'da 2022 Dünya Kupası açılışında Kuran-ı Kerim okunduğu iddiası	21.11.2022	21.11.2022
12	Sel sırasında namaz kılan kişiyi gösteren görüntüler, Libya'dan mı?	21.09.2023	20.09.2023
13	Vikings dizisinin başrol oyuncusu Travis Fimmel'in Müslüman olduğu iddiası	08.07.2023	11.07.2023
14	Joe Biden'in hadis alıntıladığı konuşması güncel mi?	01.11.2023	03.11.2023
15	"Videonun İngiltere'ye şeriat gelmesini isteyen kadınları gösterdiği" iddiası	09.12.2022	13.12.2023
16	Bilimsel makalede MS hastalığının "Allah'ın gönderdiği bir ceza veya sınav" şeklinde tanımlandığı iddiası	06.01.2024	04.01.2024

5.2.1. İddia Kaynaklarının Seçimi

Her iki platformda yer verilen 16 iddianın kaynağına bakıldığında, sosyal medya platformu X'in (Twitter) öne çıktığı görülmektedir. AA Teyit Hattı, 16 iddianın 12'sinde X (Twitter) paylaşımını, 4'ünde ise haber sitelerinde yayınlanan haberleri kaynak olarak göstermiştir. Bu iddiaları öne süren kaynakların 9'unun iktidar karşıtı içerikler paylaştığı, 2'sinin iktidar yanlısı içerikler yayınladığı, 2 kaynağın bilgilerinin gösterilmediği, 1'inin terör örgütü PKK yanlısı olduğu ve Türkiye'de erişime kapalı olduğu, 1 kaynağın da etkileşim odaklı paylaşımlar yaptığı tespit edilmiştir. Teyit.org'da ise aynı iddialar için kaynak olarak gösterilen medya türlerine bakıldığında, 13'ünün X (Twitter) hesabı olduğu, 2'sinin haber sitesi ve 1'inin de Instagram olduğu görülmüştür. Teyit.org'un seçtiği kaynaklardan 4'ünün iktidar karşıtı, 2'sinin iktidarı destekleyen içerikler paylaştığı, 6 kaynağın bilgilerine yer verilmediği, 1'inin tarafsız, 1'inin etkileşim odaklı yayın yaptığı ve 2 kaynağın erişime kapalı olduğu saptanmıştır. Bulgular, AA Teyit Hattı'nın daha çok muhalif kaynakların ürettiği dezenformasyonu öne çıkardığını, dezenformasyon kaynağı olarak iktidar yanlısı medyayı daha az oranda gösterdiğini ortaya koyarken, Teyit.org'un ise bu konuda farklı bir yaklaşım benimseyerek, iddiaları öne süren sosyal medya kullanıcıların bilgilerinin önemli bir kısmının bilgilerine yer

vermediği, muhalif sosyal medya hesapları ya da haber sitelerini dezenformasyon kaynağı olarak daha az gösterdiğini açığa çıkarmıştır.

Tablo 5. İddianın Seçildiği Kaynak

İddia No	AA Teyit Hattı	Teyit.org
1	Oda TV – Haber sitesi - Muhalif	X (Twitter) - @TurkPars - Askıya alınmış hesap
2	X (Twitter) - @clairdelunexq_s – Muhalif	X (Twitter) – @Uzaktan_Gelen_ - Muhalif
3	X (Twitter) @VartoLu – (Terör örgütü propagandası yapan)	X (Twitter) - (Kullanıcı bilgileri gösterilmemiş)
4	X (Twitter) (Kullanıcı bilgileri gösterilmemiş)	X (Twitter) - @BADDIESCEHENEM - Muhalif
5	Anka Haber Ajansı – Muhalif	Diken Haber Sitesi, Muhalif
6	X (Twitter) - @BORSAIZINDE - Etkileşim odaklı	X (Twitter) - (Kullanıcı bilgileri gösterilmemiş)
7	X (Twitter) - @DDGrubu - İktidar yanlısı	X (Twitter) - @mkulunk - İktidar yanlısı
8	X (Twitter) - @HumpheryVanWe - Muhalif	X (Twitter) - @AliDag57978059 – Muhalif
9	X (Twitter) – @lutfuturkan - Muhalif	X (Twitter) - (Kullanıcı bilgileri gösterilmemiş)
10	Oda TV – Haber sitesi - Muhalif	www.goal.com - Spor haberleri sitesi - etkileşim odaklı
11	X (Twitter) – IslamistAgenda - İslami aktivist, İktidar yanlısı	X (Twitter) kullanıcısı SONDAKİKA - Tarafsız
12	aykiri.com.tr – Haber sitesi - Muhalif	Instagram kullanıcısı (kullanıcı bilgileri gösterilmemiş)
13	X (Twitter) @pablitonuz - Hesap erişime kapalı	X (Twitter) kullanıcısı - @pablitonuz (hesap erişime kapalı)
14	X (Twitter) - Kullanıcı bilgileri gösterilmemiş	X (Twitter) – Diriliş Postası - haber sitesi – iktidar yanlısı
15	X (Twitter) – @clairdelunexq_s - Muhalif	X (Twitter) - (kullanıcı bilgileri gösterilmemiş)
16	X (Twitter) @etkilihaber - Tarafsız	X (Twitter) kullanıcısı (kullanıcı bilgileri gösterilmemiş)

5.2.2. Doğruluma Sürecinde Başvurulan Kaynaklar

AA Teyit Hattı ve Teyit.org'un iddia doğrulama süreçlerinde başvurdukları kaynaklar incelendiğinde, her iki platformun da benzer yaklaşımı benimsediği görülmektedir. Tablo 6 ve Tablo 7'de yer alan verilere göre, sosyal medya ve veri tabanları/dijital araçlar, en sık başvurulan kaynak türü olurken, 16 iddianın 15'inin doğruluk kontrolü sürecinde sosyal medya kaynaklarına başvurulduğu belirlenmiştir. Dezenformasyon içeren iddianın seçildiği medya türü olarak öne çıkan sosyal medya, aynı zamanda iddianın doğruluk kontrolünün de yapıldığı platform olarak dikkati çekmektedir.

AA Teyit Hattı'nın doğruluk kontrolü sürecinde başvurduğu kaynak türü dağılımına bakıldığında, 1 ve 7 No'lu iddiada sadece sosyal medya ve veri tabanları/dijital araçlarından yararlanıldığı, sosyal medya ve veri tabanları/dijital araçlarının yanı sıra, 2, 6, 12, 13 ve 15 No'lu iddialarda haber kaynaklarına, 3 No'lu iddiada resmi ve haber kaynaklarına, 4 ve 5 No'lu iddialarda resmi ve haber kaynakları ile iddia sahibi ve iddianın hedefine, 9 No'lu iddiada resmi kaynaklara ve iddianın hedefine, 10 No'lu iddiada iddianın hedefine, 11 No'lu iddiada iddianın sahibine, 14 No'lu iddiada resmi kaynaklara başvurulurken, 16 No'lu iddiada ise doğruluk kontrolünün, akademik

kaynaklar, veri tabanları/dijital araçlar ve iddianın hedefinde yer alan tarafın görüşleri üzerinden yapıldığı belirlenmiştir.

Teyit.org'un doğruluk kontrolü sürecinde başvurduğu kaynaklar ele alındığında, tüm iddialarda veri tabanlarına ve dijital araçlara başvurulduğu, sosyal medya kaynaklarına sadece 16 No'lu iddiada başvurulmadığı belirlenmiştir. 2 No'lu iddiada, sadece veri tabanları/dijital araçlar ile sosyal medya kaynakları üzerinden doğruluk kontrolünün gerçekleştirildiği belirlenirken, bu kaynakların yanı sıra, 1 No'lu iddiada iddianın hedefine, 3 No'lu iddiada resmi kaynaklar ve iddianın hedefine, 4 No'lu iddiada resmi ve haber kaynakları ile iddianın hedefi ve iddia sahibine, 5 No'lu iddiada resmi ve haber kaynakları ile birlikte iddianın hedefine, 6 ve 13 No'lu iddiada haber kaynaklarına, 7 No'lu iddiada iddia sahibine, 8 No'lu iddiada resmi ve haber kaynakları ile iddia sahibi ve iddianın hedefine, 9 No'lu iddiada resmi kaynaklar ve iddianın hedefine, 10 No'lu iddiada iddianın hedefi ve iddia sahibine, 11 No'lu iddiada haber kaynakları ve iddia sahibine, 12 No'lu iddiada haber kaynakları ve iddianın hedefine, 14 ve 15 No'lu iddiada da haber kaynaklarına başvurulduğu saptanmıştır.

Tablo 6. Teyit AA'da Aynı İddialarla İlgili Yapılan Değerlendirmenin Analizi

İddia No	İddia Değerlendirme Sürecinde Başvurulan Kaynaklar									İddia Değerlendirme Sonucu
	Akademik	Resmi	Haber	Uzman Görüşleri	Sosyal Medya	İddia Sahibi	İddia Hedefi	Veri Tabanları ve Dijital Araçlar	Sunulan Kanıt	
1	Yok	Yok	Yok	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Görsellerle Destekli	Yanlış
2	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Görsel ve Belge	Yanlış
3	Yok	Var	Var	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Görsel ve Belge	Yanlış
4	Yok	Var	Var	Yok	Var	Var	Var	Var	Belge	Yanlış
5	Yok	Var	Var	Yok	Var	Var	Var	Var	Görsel ve Belge	Yanlış
6	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Görsellerle Destekli	Yanlış
7	Yok	Yok	Yok	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Görsellerle Destekli	Yanlış
8	Yok	Var	Var	Yok	Var	Var	Var	Var	Görsellerle Destekli	Yanlış
9	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Var	Görsel ve Belge	Yanlış
10	Yok	Yok	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Var	Görsellerle Destekli	Yanlış
11	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Var	Yok	Var	Görsellerle Destekli	Yanlış
12	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Görsellerle Destekli	Yanlış
13	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Görsellerle Destekli	Yanlış
14	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Görsellerle Destekli	Yanlış
15	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Görsellerle Destekli	Yanlış
16	Var	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Var	Yok	Belge	Yanlış

Bulgular, her iki platformun da iddia doğrulama süreçlerinde genellikle sosyal medya kaynaklarını temel aldığını, ancak resmi ve haber kaynakları ile dijital araçları da önemli ölçüde kullandığını göstermektedir. Her iki platformun yaklaşımını kıyasladığımızda, AA Teyit Hattı belirli iddialarda sınırlı sayıda kaynağa başvururken, Teyit.org'un daha fazla kaynak türüne yöneldiği

dikkat çekmektedir. Bu durum, platformların editoryal önceliklerinin ve kaynaklara erişim stratejilerinin farklılığını yansıtmaktadır. AA Teyit Hattı'nın doğruluk kontrolü süreçlerinde sosyal medya ve dijital araçların kullanımına odaklanması, hızlı doğrulama ihtiyacına işaret ederken, Teyit.org'un nispeten geniş bir kaynak yelpazesi kullanması, derinlemesine analiz yapma eğilimini göstermektedir.

Tablo 7. Teyit.org'da Aynı İddialarla İlgili Yapılan Değerlendirmenin Analizi

İddia No	İddia Değerlendirme Sürecinde Başvurulan Kaynaklar								Sunulan Kanıt	İddia Değerlendirme Sonucu
	Akademik	Resmi	Haber	Uzman Görüşleri	Sosyal Medya	İddia Sahibi	İddia Hedefi	Veri Tabanları ve Dijital Araçlar		
1	Yok	Yok	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Var	Görsel ve Belge	Yanlış
2	Yok	Yok	Yok	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Görsel	Yanlış
3	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Var	Görsel	Yanlış
4	Yok	Var	Var	Yok	Var	Var	Var	Var	Görsel ve Belge	Yanlış
5	Yok	Var	Var	Yok	Var	Yok	Var	Var	Belge	Yanlış
6	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Görsel	Yanlış
7	Yok	Yok	Yok	Yok	Var	Var	Yok	Var	Görsel ve Belge	Yanlış
8	Yok	Var	Var	Yok	Var	Var	Var	Var	Görsel ve Belge	Yanlış
9	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Var	Görsel ve Belge	Yanlış
10	Yok	Yok	Yok	Yok	Var	Var	Var	Var	Görsel ve Belge	Yanlış
11	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Var	Yok	Var	Görsel ve Belge	Yanlış
12	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Var	Var	Görsel ve Belge	Yanlış
13	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Görsel ve Belge	Yanlış
14	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Görsel	Yanlış
15	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Görsel	Yanlış
16	Var	Var	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Yok	Belge	Doğru

5.2.3. Değerlendirme Sonuçları Bakımından

Tablo 6'da da görüldüğü üzere, AA Teyit Hattı tarafından incelenen 16 iddianın tamamı “yanlış” olarak sonuçlandırılmıştır. Bu durum, analiz edilen iddiaların tamamen dezenformasyon içerdiğini ve doğruluğunu teyit edebilecek hiçbir bilgi bulunmadığını ortaya koymaktadır. Diğer taraftan, aynı iddialarla ilgili Teyit.org'un yaptığı doğruluk kontrolü sonuçlarının yer aldığı Tablo 7'de yer alan verilere göre, 16 iddianın 15'inin “yanlış”, sadece 1'inin “doğru” olarak sonuçlandırıldığı görülmektedir. İddiaları değerlendirme sonuçlarına ilişkin kanıt türleri incelendiğinde, her iki platformun da daha çok görsel ve belge kanıtlarını sunduğu görülmektedir. AA Teyit Hattı, 16 iddianın sonucuyla ilgili olarak 10'unda görsel, 4'ünde görsel ve belge, 2'sinde sadece belge kanıtı sunarken, Teyit.org'un 16 iddianın 9'unda görsel ve belge, 5'inde görsel ve 2'sinde kanıt olarak belge paylaştığı belirlenmiştir.

Her iki platformun değerlendirme sonuçları karşılaştırıldığında, sadece 1 iddianın sonucuyla ilgili farklılık dikkati çekmiştir. Bu farklılık, 16 No'lu, “Necmettin Erbakan Üniversitesi Tıp Fakültesi

Öğretim Üyesi Prof. Dr. Hüsnü Çaksen'in bir bilimsel makalesinde MS hastalığının nedenini, Allah'tan gelen bir ceza veya sınav olarak açıkladığı” iddiası için söz konusudur. Bu iddiayla ilgili her iki platform da Çaksen'in makalesine başvurmuş, Teyit.org, AA Teyit Hattı'ndan farklı olarak resmi kaynakları (üniversitenin açıklaması) ve veri tabanlarını kullanarak söz konusu akademisyenin önceki yayınlarını da değerlendirmiştir. Bu incelemeler sonucunda, AA Teyit Hattı, iddiayı “yanlış” olarak değerlendirirken, Teyit.org iddiayı “Doğru” olarak sunmuştur. Bu farklılığın temel nedeninin, AA Teyit Hattı'nın akademisyenin tartışmalı ifadelerini sadece hasta inançlarına atıf olarak görmesi, Teyit.org'un ise yazarın kendisinin de doğaüstü nedenlere inandığını öne sürmesini baz almasından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Teyit.org, söz konusu değerlendirmesine kanıt olarak, akademisyenin diğer yayınlarını göstererek, sonucu daha geniş bir bağlama oturtmaya çalışmıştır. AA Teyit Hattı ise Teyit.org'un aksine tartışmalı makalenin bağlamına odaklanmıştır. AA Teyit Hattı, yazarın ifadelerinin bağlamından koparıldığını ve sadece hasta inançlarını aktardığını savunurken, Teyit.org, yazarın kendi inançlarının da bu yönde olduğunu ve bu nedenle iddianın doğru olduğunu öne sürmüştür. Bu durum, doğruluk kontrolü süreçlerinde farklı bakış açılarının ve değerlendirme yöntemlerinin önemini ortaya koymaktadır. Teyit.org'un analizinin daha kapsamlı ve yazarın diğer çalışmalarına da odaklanması, bu platformun değerlendirme sonucunu daha güçlü kılmaktadır. Teyit.org'un iddialarla ilgili 1'ini doğru olarak sonuçlandırması, sadece dezenformasyon içeren iddiaları değil, aynı zamanda doğru iddiaları da analiz etme ve doğruluğunu ortaya koyma yaklaşımını benimsediğini ortaya koymaktadır.

Sonuç

Medyada, yeni iletişim platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte artan dezenformasyon, toplumlar üzerinde olumsuz etkilere neden olmaktadır. Özellikle dini konulardaki dezenformasyon, toplumda kutuplaşmayı, gerilimi ve hatta çatışmaları tetikleyebilmektedir. Din, insanların hayatında önemli bir yer tuttuğu ve hassasiyet gösterdiği bir alan olduğu için dini içeriklerdeki yanlış bilgiler ve manipülasyonlar daha da dikkat çekici ve yıkıcı olabilmektedir. Bu nedenle, din haberciliğinde doğru bilgiyi sağlamak ve dezenformasyonla mücadele etmek büyük önem arz etmektedir. Bu çalışma, din haberciliği alanında dezenformasyon durumunu ve doğrulama platformlarının bu alanda dezenformasyonla mücadeledeki rolünü ele almaktadır.

Amaçlı örnekleme yöntemi esas alınarak, örnekleme dahil edilen Türkiye'nin iki önemli teyit platformu Teyit.org ve AA Teyit Hattı'nın 13 Eylül 2022-31 Aralık 2024 tarihleri arasında gerçekleştirdiği doğrulama süreçleri, karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Her iki platformun web sitelerinde yayınladığı din haberciliğiyle ilgili içerikler manuel olarak taranmış, toplamda 167 içerik tespit edilmiş ve bu içerikler içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Bu iki platformun din haberciliği alanındaki iddiaları aynı düzeyde inceleyip incelemediği ve doğrulama süreçlerinde ne tür farklılıkların bulunduğu açığa çıkarılmıştır.

Araştırma sonucunda, 13 Eylül 2022 - 31 Aralık 2024 tarihleri arasında, din haberciliği alanında, Teyit.org'da 95, AA Teyit Hattı'nda ise 72 iddianın doğruluk kontrolünün yapıldığı belirlenmiştir. Her iki platformda incelenen aynı iddia sayısı ise 16 olarak saptanmıştır. Bu bulgulardan, her iki platformun da din haberciliği alanında aktif olduğu ancak daha çok farklı iddialara odaklandığını anlaşılmaktadır.

İncelenen içeriklerin din ve inanç türlerine ilişkin bulgular, her iki platformun da ağırlıklı olarak İslam diniyle ilgili iddiaları değerlendirdiğini göstermektedir. Bu durum, Türkiye'nin nüfus yapısı ve İslam'ın toplumsal tartışmalarda merkezi bir yer tutmasıyla ilişkilendirilebilir. AA Teyit Hattı'nda incelenen 72 iddiadan 58'inin, Teyit.org'da ise 95 iddiadan 66'sının İslam dini ile ilgili olduğu saptanmıştır. İslam başlığı altında, doğruluk kontrolü yapılan iddiaların dağılımına göre, Teyit.org'un, "dini değerlerin politize edilmesi" kategorisine daha çok odaklandığı ve bu kategoride 22 yanlış ve 1 doğru iddiayı incelediği görülürken, AA Teyit Hattı'nda ise ilk sırada, 14 yanlış iddiayla, "dini kurum ve aktörlerin hedef alınması" kategorisinin yer aldığı ortaya çıkmıştır. "Dini değerlerin politize edilmesi" kategorisinde, AA Teyit Hattı, 10 yanlış iddiayı inceleyerek, Teyit.org'un oldukça gerisinde kalmıştır. AA Teyit Hattı'nda İslam diniyle ilgili ele alınan iddiaların, dini kurumlar ve aktörler üzerinden şekillendiği görülmüştür. Özellikle, dini değerlerin politize edilmesiyle ilgili iddiaların incelendiği Teyit.org platformunun daha fazla bu kategoriye eğilmesi, dinin siyasi söylemlerle nasıl iç içe geçtiğini göstermesi bakımından dikkat çekici bulunmuştur. Türkiye'de özellikle son çeyrek asırdır dini değerlerin devlet politikalarında daha belirgin hale gelmesi ve İslam'ı merkeze alan yeni politik bir anlayışa bağlı olarak, dinin yeni toplum programının merkezine yerleşmesi ve siyasal duyarlılığının artmış olmasının (Erdiç, 2023), doğrulama platformlarındaki iddiaların bu konuda yoğunlaşmasına zemin hazırladığı söylenebilir.

İslam dini başlığı altında iddiaların doğruluk kontrolü sonuçlarına bakıldığında da AA Teyit Hattı'nda toplam 58 iddiadan sadece 1'i doğru, diğerleri yanlış olarak sonuçlandırılırken, Teyit.org'da ise 66 iddiadan 2'sinin doğru olduğu belirlenmiştir. Her iki platformda, İslam'ın yanı sıra Musevilik, Hristiyanlık ile Hinduizm ve Budizm gibi diğer kategorisinde ele alınan din ve inanç türlerinde az sayıda da olsa iddiaların ele alındığı görülmüştür. AA Teyit Hattı, Hristiyanlık dini başlığı altında 1 yanlış, 5 doğru, Musevilik dini başlığı altında 1 doğru, 6 yanlış, diğer din ve inançlar kategorisinde de 1 yanlış iddianın incelendiği, Teyit.org'da ise Hristiyanlık dini ile ilgili 15 yanlış ve 1 doğru, Musevilik dini başlığı altında 5 yanlış, diğer din ve inançlar kategorisinde 8 yanlış iddianın analiz edildiği saptanmıştır. Hristiyanlık, Musevilik ve "Diğer" başlıkları altında incelenen iddiaların sayısı, İslam'a kıyasla oldukça düşüktür. Bu durum, Türkiye'de dini dezenformasyonun daha çok İslam üzerinden şekillendiğini ve doğrulama platformlarının da önceliklerini bu bağlamda belirlediğini göstermektedir. Bulgulardan, ayrıca, Teyit.org'un, toplamda 29 iddiayla, AA Teyit Hattı'na göre daha fazla azınlık dinleriyle ilgili iddialara odaklandığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, Teyit.org'un dini dezenformasyona daha geniş bir perspektifle yaklaşma eğiliminde ve çabası içerisinde olduğunu söylemek mümkündür.

Çalışmada, her iki platformun, örneklem kapsamında ele alınan aynı iddialarla ilgili doğruluk kontrolü süreçlerinin kıyaslamalı analizi de yapılmıştır. İddiaların değerlendirildiği tarihler incelendiğinde, AA Teyit Hattı'nın 7, Teyit.org'un ise 5 iddiayı daha erken tarihte değerlendirdiği belirlenmiştir. Bu durum, AA Teyit Hattı'nın, iddiaların değerlendirme süreçlerini sonuçlandırmada hız bakımından daha hassas olduğunu göstermektedir.

Çalışmanın önemli bulgularından biri, doğrulama platformlarının tarafsızlığı ve ideolojik yaklaşımları konusunda ortaya çıkan farklılıklardır. İddiaların kaynaklarına bakıldığında, her iki platformun da incelenen içerikler için çoğunlukla sosyal medya platformu X'ten (Twitter) yapılan paylaşımları kaynak gösterdiği, aynı içerikler için iddiayı öne süren kaynakların seçiminde ise farklı yaklaşım benimsendiği görülmektedir. Kaynakların siyasi eğilimlerine bakıldığında, AA Teyit Hattı'nın daha çok muhalif kaynakların ürettiği dezenformasyona odaklandığı, Teyit.org'un ise bu

konuda farklı bir yaklaşım sergilediği, muhalif sosyal medya hesapları ya da haber sitelerini dezenformasyon kaynağı olarak daha az gösterdiği tespit edilmiştir. Bu durum, doğrulama platformlarının bir tarafın ürettiği dezenformasyonu görürken, diğer tarafın ürettiği dezenformasyonu görmezden gelebildiğini ortaya koymaktadır. Graves'in (2016), platformların belirli bir ideolojik çerçeveye göre hareket etmesinin, kamuoyunda güvenilirlik sorunu yaratabileceğine yönelik vurgusu dikkate alındığında, AA Teyit Hattı ve Teyit.org'un iddia kaynağı seçiminde daha dengeli bir yaklaşımı benimsemesi gerektiği anlaşılmaktadır.

Doğrulama sürecinde başvuru kaynakları ile ilgili bulgular da her iki platformda sosyal medya ve veri tabanları/dijital araçların en sık başvuru kaynak türü olduğunu ortaya koymaktadır. AA Teyit Hattı, bazı iddialarda sadece sosyal medya ve veri tabanları/dijital araçlarına başvururken, diğerlerinde daha çok resmi ve haber kaynaklarını değerlendirmiştir. Teyit.org ise tüm iddialarda veri tabanları ve dijital araçların yanı sıra resmi ve haber kaynaklarına ya da iddia sahibine ve hedefine de yer vermiştir. Bu bulgular, Teyit.org'un daha fazla kaynak türüne başvurduğunu ve daha derinlemesine analiz yapma eğiliminde olduğunu göstermektedir. AA Teyit Hattı'nın daha çok resmi kurumlara dayalı bir analiz yapması, devlet kaynaklarının dezenformasyonun yayılmasını önleme noktasında ne kadar etkili olduğu sorusunu da gündeme getirmektedir. Teyit.org'un farklı kaynaklara dayanan analitik yaklaşımı ise Habermas'ın (1989, s. 153) kamusal alan teorisi bağlamında, çeşitli görüşleri değerlendirme ve tartışmaları nesnel bir zeminde ele alma çabasıyla ilişkili görülmektedir.

Aynı iddialarla ilgili değerlendirme sonuçlarına ilişkin bulgulara bakıldığında da iki platformun yaklaşımlarında farklılık tespit edilmiştir. AA Teyit Hattı 16 aynı iddianın tamamını yanlış olarak sonuçlandırırken, Teyit.org'un bu iddialardan 1'ini doğru olarak sonuçlandırarak ayırmıştır. Bu farklılık, "Bilimsel makalede, MS hastalığının Allah'ın gönderdiği bir ceza veya sınav olduğu iddiası" şeklindeki 16 No'lu iddiada ortaya çıkmıştır. AA Teyit Hattı'na göre "yanlış" olarak değerlendirilen bu iddia, Teyit.org tarafından doğru olarak kabul edilmiştir. Teyit.org, söz konusu iddiayla ilgili resmi kaynakları (üniversite açıklaması) ve bilimsel makalenin yazarı akademisyenin önceki yayınlarını da dikkate alarak iddiayı "doğru" olarak değerlendirmiştir.

Çalışma, doğruluk kontrolü süreçlerinde farklı bakış açılarının ve değerlendirme yöntemlerinin önemini ortaya koyarken, doğrulama platformlarının farklı bakış açıları benimsemesinin, iddialarla ilgili değerlendirme sonuçlarına yansıyabileceğini göstermektedir. Değerlendirme farklılıklarından, doğruluk kontrolü süreçlerinin, subjektif yorumlara açık olabileceği, belirli ideolojik çerçevelerle tasarlanabileceği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla teyit platformlarının, hesap verebilirliğini artırmak ve kamuoyunun güvenini pekiştirmek için daha çeşitli ve dengeli kaynak yelpazesi kullanmaya özen göstermesi gerekmektedir. Din haberciliği gibi hassas bir alanda doğruluk kontrolü süreçlerinde iddia seçimi kriterleri, başvuru kaynak türleri, değerlendirme yöntemleri ve uzman görüşlerine nasıl başvurulduğu gibi hususlar detaylı olarak belirtilmelidir.

Türkiye'nin iki önemli teyit platformunun, din haberciliği alanında faaliyetlerinin ele alındığı bu çalışma, doğrulama süreçlerindeki farklılıkları ve benzer yaklaşımları ortaya koyarken, gelecek çalışmalar, uluslararası alanda öne çıkan teyit kuruluşlarının (örneğin, FactCheck.org), din

haberciliği alanında farklı ülke bağlamlarındaki yaklaşımları ve metodolojilerinin karşılaştırmalı analizini yaparak, uluslararası standartlara göre bu platformların konumuna ışık tutabilir.

Kaynakça

- Adu-Daako, A., & Vardhana, A. (2015). *Doğrulama el kitabı*. European Journalism Centre. <https://techpolicy.press/the-fairness-of-the-factchecking-and-its-impact-on-social-media>
- Alimardani, M., & Elswah, M. (2020). Online temptations: COVID-19 and religious misinformation in the MENA region. *Social Media + Society*, 6(3), 4-7. <https://doi.org/10.1177/2056305120948251>
- Alohali, M. (2024). Examining the effectiveness of fact-checking tools on social media in reducing the spread of misinformation. *International Journal of E-Adoption (IJEa)*, 16(1), 1-19. <https://doi.org/10.4018/IJEa.347948>
- Al-Zaman, Md. S. (2024). Social media users' engagement with religious misinformation: An exploratory sequential mixed-methods analysis. *Emerging Media*, 2(2), 181-209. <https://doi.org/10.1177/27523543241257715>
- Arslan, M. (2016). Kitle iletişim araçları, medya ve din ilişkisi üzerine. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11), 5-26. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/birtop/issue/24344/258033>
- Arslantürk, Z. (1998). *Kutsalın dönüşü yeni toplum arayışları*. Ayışığı.
- Balkan, E., & Ülgen, S. (2020). *Technology and democracy: Understanding the influence of online technologies on political behaviour and decision making*. Ekonomi ve Dış Politika Araştırma Merkezi. <https://data.europa.eu/doi/10.2760/709177>
- Batista, J. (2020, Haziran 29). *Journalism collective fact-checks religious news in Brazil*. Journalism Collective Fact-Checks Religious News in Brazil. <https://ijnet.org/en/story/journalism-collective-fact-checks-religious-news-brazil>
- Bektaş, A. (2002). *Siyasal propaganda: Tarihsel evrimi ve demokratik toplumdaki uygulamaları*. Bağlam Yayınları.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Free Press.
- Brandtzaeg, P. B., & Følstad, A. (2017). Trust and distrust in online fact-checking services. *Commun. ACM*, 60(9), 65-71. <https://doi.org/10.1145/3122803>
- Brown, L., Brown, J., & Richards, B. (2015). Media representations of Islam and international Muslim student well-being. *International Journal of Educational Research*, 9, 50-58. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2014.10.002>
- Caramancion, K. M. (2023). The link between a user's religion and mis/disinformation vulnerability. 2023 IEEE 13th Annual Computing and Communication Workshop and Conference (CCWC), 0129-0133. <https://doi.org/10.1109/CCWC57344.2023.10099194>
- Castells, M. (2005). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür, birinci cilt ağ toplumunun yükselişi* (E. Kılıç, Çev.; 3. bs). Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cazzamatta, R. (2024). The content homogenization of fact-checking through platform partnerships: A comparison between eight countries. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1-38. <https://doi.org/10.1177/10776990241261725>

- Chuai, Y., Zhao, J., Pröllochs, N., & Lenzini, G. (2024). *Is Fact-Checking Politically Neutral? Asymmetries in How U.S. Fact-Checking Organizations Pick Up False Statements Mentioning Political Elites* (No. arXiv:2310.08821). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2310.08821>
- Chung, M., & Kim, N. (2021). When I learn the news is false: How fact-checking information stems the spread of fake news via third-person perception. *Human Communication Research*, 47(1), 1-24. <https://doi.org/10.1093/hcr/hqaa010>
- Connolly, D. C. (2006). *Reporting on religion: A primer on journalism's best beat* (D. L. Mason, Ed.). Robin Enterprises, Inc.
- Çakmak, F. (2019). Medyada dezenformasyon sorunsalı ve manipülasyonun gücü: İdeoloji ve söylem açısından seçim haberlerinin siyasal iletişimdeki rolü. *Selçuk İletişim*, 12(2), 1127-1154. <https://doi.org/10.18094/josc.596861>
- Çekmen, C. (2019, Eylül 20). *Medya ve dini otorite. İslam ve Medya*. <https://www.islamvemedya.com/medya-ve-dini-otorite/755/>
- Çetindemir, Ç. (2023, Ekim 25). *Teyit platformları güvenilir mi?* <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/blog/teyit-platformlari-guvenilir-mi/1816810>
- Çömlekçi, M. F. (2019). Sosyal medyada dezenformasyon ve haber doğrulama platformlarının pratikleri. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(3), 1549-1563. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.583825>
- Çuhadar, M. (2015). Dijitalleşen din ve Diyanet. İçinde M. Çamdereli, B. O. Doğan, & N. K. Şener (Ed.), *Dijitalleşen Din Medya ve Din 2* (ss. 175-222). Köprü.
- Doğan, D. L. (1979). Din ve toplum. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, 17, 75-81. <https://dergipark.org.tr/en/pub/iusoskon/issue/9544/119196>
- Douglas, C. (2018). Religion and fake news: Faith-based alternative information ecosystems in the US and europe. *The Review of Faith & International Affairs*, 16(1), 61-73. <https://doi.org/10.1080/15570274.2018.1433522>
- Duman, S. (2019). Sosyal medya kullanımına ilişkin fikhî hükümler. *TDV-İstanbul Müftülüğü Dergisi*, 39, 28-31.
- Erdiç, Ş. (2023). Çağdaş Türkiye’de bir iktidar dili olarak din, Adalet ve Kalkınma Partisi örneği. *Tabula Rasa: Felsefe ve Teoloji*, 41, 116-133. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tabula/issue/82247/1326370>
- Erkan, G., & Ayhan, A. (2018). Siyasal iletişimde dezenformasyon ve sosyal medya: Bir doğrulama platformu olarak teyit.org. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 29. Özel Sayısı, 202-223. <https://doi.org/10.31123/akil.458933>
- Geray, H. (2006). *Toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş: İletişim alanından örneklerle* (2. bs). Siyasal.
- Graves, L. (2016). *Deciding what's true: The rise of political fact-checking in American journalism*. Columbia University Press.

- Grizzle, A., & Ortiz, F. C. (2019). Representation of religion in the print media of Great Britain and Jamaica and cultural barriers to communication: A comparative study. *Revista Extraprensa*, 13(1), 96-113. <https://doi.org/10.11606/extraprensa2019.152527>
- Güneş, A. (2018). Medyanın olumsuz din algısı. *Firat University Journal of Social Sciences*, 28(1), 203-216. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.387896>
- Habermas, J. (1989). Towards a communication-concept of rational collective will-formation. A thought-experiment. 2(2), 144-154. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9337.1989.tb00033.x>
- Hao, K. (2021, Mart 11). He got Facebook hooked on AI. Now he can't fix its misinformation addiction | MIT technology review. MIT Techonology Review. <https://www.technologyreview.com/2021/03/11/1020600/facebook-responsible-ai-misinformation/>
- Haque, M. M., Yousuf, M., Alam, A. S., Saha, P., Ahmed, S. I., & Hassan, N. (2020). Combating misinformation in Bangladesh: Roles and responsibilities as perceived by journalists, fact-checkers, and users. *Proc. ACM Hum.-Comput. Interact.*, 4(CSCW2), 1-32. <https://doi.org/10.1145/3415201>
- Hayta, N. (2019). *Medya ve din ilişkisi bağlamında Türkiye’de dini yayıncılık: Prof. Dr. Nihat Hatipoğlu ile dostu doğru programı örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (1999). *Medya halka nasıl evet dedirtir kitle iletişim araçlarının ekonomi politiği* (B. Akyoldaş, T. Han, & M. Çetin, Çev.). Minevra.
- Hynds, E. C. (1999). Large dailies have improved coverage of religion in 1990s. 20(1), 43-54. <https://doi.org/10.1177/073953299902000104>
- Ifeduba, E., & Okonji, C. (2022). Reporting religion for peace and development: A guide to principles and best practices. *Redeemer’s University Journal of Management and Social Sciences*, 5(1). <https://runjmss.com/index.php/runojs/article/view/40>
- Infante, D. A., & Rancer, A. S. (1996). Argumentativeness and verbal aggressiveness: A review of recent theory and research. *Communication Yearbook*, 19(1), 319-352. <https://doi.org/10.1080/23808985.1996.11678934>
- Kaplan, İ. (2023). *Sosyal medyada dini iletişimin medyatikleşmesi* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karadağ, G. H., & Ayten, A. (2020). Türkiye’de doğrulama/teyit platformlarının karşılaştırmalı incelemesi: Dogrulukpayi.com ve Teyit.org. *Motif Akademi Halk Bilimi Dergisi*, 13(19), 483-501. <https://doi.org/10.12981/mahder.673262>
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. SAGE.
- Küçük, H. (1976). *İslam’da kitle eğitimi*. Sırdış.
- Laferrara, V., Fernández, M. C., & Israel Turim, V. (2024). Confession and confusion: Misinformation about religion in the journalistic sphere. *Societies*, 14(6), 84. <https://doi.org/10.3390/soc14060084>

- Levin, J. (2020). The faith community and the SARS-CoV-2 outbreak: Part of the problem or part of the solution? *Journal of Religion and Health*, 59(5), 2215-2228. <https://doi.org/10.1007/s10943-020-01048-x>
- Mahan, J. H. (2012). Religion and media. *Religion Compass*, 6(1), 14-25. <https://doi.org/10.1111/j.1749-8171.2011.00330.x>
- Maldita.es. (2020, Ekim 28). *El islam: Foco de desinformación sobre las minorías religiosas en España*. Maldita.es-Periodismo para que no te la cuelen [Doğrulama Platformu]. <https://maldita.es/malditateexplica/20201028/el-islam-foco-de-desinformacion-sobre-las-minorias-religiosas-en-espana/>
- Nisbet, M. C., & Scheufele, D. A. (2009). What's next for science communication? Promising directions and lingering distractions. *American Journal of Botany*, 96(10), 1767-1778. <https://doi.org/10.3732/ajb.0900041>
- Oktavianus, J., & Dewi, H. L. C. (2023). When religion prevails: Examining religious and mainstream news coverage of measles-rubella vaccination in Indonesia. *Public Health*, 219, 39-43. <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2023.03.021>
- Okumuş, E. (2024). Din bağlamında medya-toplum ilişkileri. *Türkiye İlahiyat Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 56-76. <https://doi.org/10.32711/tiad.1416194>
- Perreault, G. (2022). Religion journalism. İçinde G. A. Borchard, *The SAGE Encyclopedia of Journalism*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781544391199.n351>
- Poindexter, P. M., & McCombs, M. E. (2000). *Research in mass communication: A practical guide* (1. bs). Bedford.
- Porter, E., & Wood, T. J. (2021). The global effectiveness of fact-checking: Evidence from simultaneous experiments in Argentina, Nigeria, South Africa, and the United Kingdom. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(37), e2104235118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2104235118>
- Posetti, J., Ireton, C., Wardle, C., Derakhshan, H., Matthews, A., Abu-Fadil, M., Tom, T., Bell, F., & Mantzarlis, A. (2022). *Gazetecilik, 'sahte haber' ve dezenformasyon: Gazetecilik eğitimi ve alıştırmaları için el kitabı* (C. Ireton & J. Posetti, Ed.). UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380323>
- Rahman, A. A., Hashim, N. H., & Mustafa, H. (2015). Muslims in cyberspace: Exploring factors influencing online religious engagements in Malaysia. *Media Asia*, 42(1-2), 61-73. <https://doi.org/10.1080/01296612.2015.1072343>
- Sarphan Uzunoğlu, & Uyar, V. (2021). *Türkiye'de doğru bilgiyi aramak: Çöldeki vahanın peşinde*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.32594.07367>
- Sencer, M. (1989). *Toplum bilimlerinde yöntem* (3. bs). Beta Basım.
- Silk, M. (2024). *Journalism, religious*. Encyclopedia. <https://www.encyclopedia.com/religion/legal-and-political-magazines/journalism-religious>

- Singh, S., Masud, S., & Chakraborty, T. (2024). *Independent fact-checking organizations exhibit a departure from political neutrality* (Versiyon 1). arXiv. <https://doi.org/10.48550/ARXIV.2407.19498>
- Soprano, M., Roitero, K., La Barbera, D., Ceolin, D., Spina, D., Demartini, G., & Mizzaro, S. (2024). Cognitive biases in fact-checking and their countermeasures: A review. *Information Processing & Management*, 61(3), 103672. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2024.103672>
- Soukup, P. (2002). Media and religion. *Communication*, 2(21), 3-37. <https://scholarcommons.scu.edu/comm/87>
- Stencel, M., Ryan, E., & Joel, L. (2024, Mayıs 30). *With half the planet going to the polls in 2024, fact-checking sputters*. Duke Reporters' Lab. <https://reporterslab.org/category/fact-checking/>
- Ström, A. V., Ringgren, H., & Jouan, R.-M. (1960). *Religions du monde*. Payot.
- Sunstein, C. R. (2018). *#Republic: Divided democracy in the age of social media* (Paperback edition). Princeton University Press.
- Şahin, A. (2011). *Medyada Ramazan ve dini bayramlar: Cumhuriyet Gazetesi örneği (1924-1941)* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şahin, M., & Avşar, Z. (2022). Din haberciliği ve din haberleri üzerine bir inceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022(58), 57-72. <https://doi.org/10.47998/ikad.1088273>
- Türk Dil Kurumu. (2024). Güncel Türkçe sözlük. İçinde Türk Dil Kurumu Sözlükleri. <https://sozluk.gov.tr/?ara=dezenformasyon>
- Utma, S. (2022). *Medyada gerçeklik algısının dönüşümü: Medya ve dezenformasyon*. İksad.
- Ünver, A. H. (2020). *Türkiye’de doğruluk kontrolü ve doğrulama kuruluşları* [Araştırma]. Ekonomi ve Dış Politika Araştırma Merkezi. <https://edam.org.tr/wp-content/uploads/2020/06/T%C3%BCrkiyede-Do%C4%9Fruluk-Kontrol%C3%BC-ve-Do%C4%9Frulama-Kurulu%C5%9Flar%C4%B1-Ak%C4%B1n-%C3%9Cnver.pdf>
- Varol, F. B. A. (2019). Batı’nın bir ötekisi olarak İslam ve Müslümanlar: Batı Avrupa medyasında İslamofobinin temsili. *Journal of Media and Religion Studies*, 2(2), 215-235. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mediad/issue/51460/641997>
- Yetkin, Ç. (2003). *İktidara karşı Türk devrim ve direnişleri: Başlangıçtan Atatürk’e*. Otopsi Yayınları.
- Yıldırım, A., & Balkanoğlu, D. (2023). *Türkiye’de dijital okuryazarlık: Ekonomik, güvenlik ve dezenformatif hususlara ilişkin perspektifler* [Araştırma]. Ekonomi ve Dış Politika Araştırmalar Merkezi. <https://edam.org.tr/wp-content/uploads/2023/03/Dijital-Okur-Yazarlik-TR.pdf>
- Young, D. G., Jamieson, K. H., Poulsen, S., & Goldring, A. (2018). Fact-checking effectiveness as a function of format and tone: Evaluating FactCheck.org and FlackCheck.org. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(1), 49-75. <https://doi.org/10.1177/1077699017710453>
- Yüksel, E. (2012). Din fenomeni. *Journal of Istanbul University Faculty of Theology*, 1. <https://dergipark.org.tr/en/pub/iuilah/issue/965/10886>

Disinformation and Fact-Checking in Religious Journalism: A Comparative Analysis of Teyit.org and AA Teyit Hattı

Kurbani GEYİK*

Extended Abstract

Introduction

Disinformation, which increases social tension, polarization and conflicts, is considered a structural problem for democracies (Balkan & Ülgen, 2020). Disinformation, which is especially used in news about religious issues, can cause ideological conflicts, hostility and verbal aggression (Infante & Rancer, 1996). Therefore, combating religious disinformation in the media is of critical importance in terms of ensuring social harmony. The aim of this study is to determine the role of fact-checking platforms in combating disinformation in religious journalism.

Religion and Media

Religious ideas transmitted, learned and represented through various media platforms can be a source of imagery in news, movies and television programs. Religion is experienced, understood and expressed through the tools and representations offered by the media. While depicting religious figures, institutions and movements, the media shapes the religious perception of society (Mahan, 2012). While traditional religious discourse is mostly followed by produced by academics, professors etc. authorities, a significant portion of those contributing to this discourse on new media platforms are social media users who have no education in religion (Duman, 2019).

Religious Journalism

Religion is one of the most complex topics for journalists, requiring precision in language, attention to nuances, and understanding of diverse religious traditions (Connolly, 2006). Religious journalism covers the role and influence of religion in society, religious institutions, leaders, beliefs, interfaith dialogue, and the relationship between religion and politics, making it a challenging subfield. Even minor mistakes in reporting on religion can lead to public outrage (Perreault, 2022).

* Assist. Prof., Yozgat Bozok University, e-mail: maikurbanigeyik1@gmail.com, orcid.org/0000-0001-7154-5743, Yozgat, Türkiye

Research shows religious news often fuels debates and emotions that can escalate into conflict (Ifeduba & Okonji, 2022). Nisbet and Scheufele (2009) emphasize the need for impartiality, fairness, and adherence to the 5W and 1H rules.

Disinformation in Religious Journalism

Religious news spreading disinformation includes “false information that affects religious feelings” (Haque vd., 2020) and primarily targets religious individuals (Douglas, 2018). In contrast to disinformation targeting Islam in Western media, studies show that in the Middle East and Africa, politicians use religious authorities to persuade and influence the public. Religious disinformation is effective in persuading groups (Caramancion, 2023; Levin, 2020), with a notable example observed in Iran during the COVID-19 pandemic (Alimardani & Elswah, 2020).

Verification Platforms

Fact-checking platforms managed by independent journalists, academics, or civil organizations aim to prevent the spread of false information. However, these platforms are often criticized for biases related to source reliability and impartiality. Criticism centers on the selection of sources, which may reflect biases favoring certain political groups, risking one-sided narratives (Soprano vd., 2024).

Verifying claims in religious journalism is particularly challenging. The first platform dedicated to religious journalism fact-checking was Bereia in Brazil (Batista, 2020). In Türkiye, platforms like Teyit.org and AA Teyit Hattı also evaluate religious news, but no platform is exclusively dedicated to religious news verification.

Method

Teyit.org, which operates independently in Türkiye and AA Teyit Hattı, which is affiliated with Anadolu Agency and has the most extensive news network in the traditional media category, were selected as the sample. The verification processes of these two platforms in the context of religious journalism were examined. In determining the period covered by the study, the launch dates of the two platforms included in the sample were taken into account. Content published by both platforms related to religious journalism between September 13, 2022, and December 31, 2024, was analyzed.

In this study, which employed the content analysis method, research-specific coding was conducted for data analysis. A coding framework was developed to address questions such as which claims were selected for verification by the platforms and to what extent the accuracy checks for the same claims yielded different conclusions.

Findings

During the research period, it was determined that 95 claims were fact-checked on Teyit.org and 72 on AA Teyit Hattı, while 16 claims were examined by both platforms. Under the category of Islam, 58 claims were analyzed on AA Teyit Hattı and 66 on Teyit.org. Among the claims addressed by both platforms in this category, the "Politicization of Religious Values" emerged as the most prevalent theme. It was found that only one of the 33 claims examined in this category was true. Teyit.org classified 22 claims as false and one as true, while AA Teyit Hattı identified 10 claims as false.

It was determined that claims under the categories of Christianity, Judaism, and "Other" were addressed in a limited manner. Under the Christianity category, six claims were examined on AA Teyit Hattı, with one claim determined to be true, whereas 16 claims were analyzed on Teyit.org, with one claim also verified as true. Overall, the findings indicate that claims related to Christianity, Judaism, and other religions are addressed at a significantly lower rate on both platforms.

Comparative Analysis of Fact-Checking Processes

A total of 16 identical claims published on both platforms were identified. The analysis revealed that four of these claims were published on the same date by both platforms, whereas the remaining 12 were examined on different dates. It was observed that AA Teyit Hattı published the fact-checking results for seven claims earlier than Teyit.org, while Teyit.org reached conclusions for five claims at an earlier date.

Selection of Claim Sources

An examination of the sources of the 16 claims analyzed on both platforms indicates that the social media platform X (formerly Twitter) stands out as the primary source. The findings suggest that AA Teyit Hattı predominantly highlights disinformation originating from opposition sources, while less frequently attributing disinformation to pro-government media. In contrast, Teyit.org adopts a different approach by omitting the identities of a significant portion of social media users who put forward the claims and less frequently identifying opposition social media accounts or news sites as sources of disinformation.

Sources Consulted in the Verification Process

Social media and databases/digital tools emerged as the most frequently consulted sources on both platforms. It was determined that social media sources were referenced during the fact-checking process of 15 out of the 16 claims. Social media not only serves as the primary medium where disinformation spreads but also plays a crucial role in the verification process.

Evaluation of Fact-Checking Results

AA Teyit Hattı classified all 16 claims as "false." In contrast, Teyit.org concluded that 15 of the 16 claims were "false," while one was deemed "true." Among the evaluation results, one claim stood out due to the divergence in analysis outcomes. This discrepancy pertained to the claim that "Necmettin Erbakan University Faculty of Medicine Faculty Member Prof. Dr. Hüsnü Çaksen stated in a scientific article that multiple sclerosis (MS) is a punishment or a test from God." AA Teyit Hattı argued that the scholar's statements were taken out of context and that he merely conveyed the beliefs of his patients. In contrast, Teyit.org asserted that the scholar's personal beliefs aligned with this perspective and, therefore, deemed the claim accurate.

Conclusion

The comparative analysis of Teyit.org and AA Teyit Hattı reveals that both platforms adopt distinct approaches to combating religious disinformation. It was observed that AA Teyit Hattı operates more quickly in the fact-checking process, whereas Teyit.org conducts fact-checking by consulting a broader range of sources, offering a more comprehensive perspective. However, the

differences in evaluation between the two platforms suggest that fact-checking processes can be subject to subjective interpretations and may be influenced by specific ideological frameworks. In conclusion, this study highlights the need for a more in-depth examination of the methodologies used by fact-checking platforms.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı / Contribution of Authors

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale intihal.net yazılımıyla taranmıştır. İlgili dergi kurallarına uygundur.

This article has been scanned using the intihal.net software and adheres to the relevant journal's guidelines.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

This study adheres to the rules specified under the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive."