



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Selin MADEN

YENİ MEDYADA ETİK VE HABERLERİN DOĞRULUK SORUNU ÜZERİNE BİR
İNCELEME: TEYİT.ORG VE DOGRULUKPAYI.COM ÖRNEĞİ

Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2019



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Selin MADEN

YENİ MEDYADA ETİK VE HABERLERİN DOĞRULUK SORUNU ÜZERİNE BİR
İNCELEME: TEYİT.ORG VE DOGRULUKPAYI.COM ÖRNEĞİ

Danışman

Doç. Dr. Murad KARADUMAN

Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2019

T.C.
Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Selin MADEN'in bu çalışması, jürimiz tarafından Gazetecilik Ana Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Mustafa ŞEKER (İmza)

Üye (Danışmanı) : Doç. Dr. Murad KARADUMAN (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Seyfi KILÇ (İmza)

Tez Başlığı: Yeni Medyada Etik ve Haberlerin Doğruluk Sorunu Üzerine Bir İnceleme: Teyit.org ve Doğrulukpayi.com Örneği

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 17/06/2019

Mezuniyet Tarihi : 11/07/2019

(İmza)
Prof. Dr. İhsan BULUT
Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Yeni Medyada Etik ve Haberlerin Doğruluk Sorunu Üzerine Bir İnceleme: Teyit.org ve Dogrulukpayi.com Örneği” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

İmza

Selin MADEN



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-SOYADI	Selin MADEN
Öğrenci Numarası	20165251003
Enstitü Ana Bilim Dalı	Gazetecilik
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Programın Türü	(X) Tezli Yüksek Lisans () Doktora
Danışmanının Unvanı, Adı-Soyadı	Doç. Dr. Murad KARADUMAN
Tez Başlığı	Yeni Medyada Etik ve Haberlerin Doğruluk Sorunu Üzerine Bir İnceleme: Teyit.org ve Dogrulukpayi.com Örneği
Turnitin Ödev Numarası	1150702991

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 206 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 10.07.2019 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç %6

alıntılar dahil %9

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(x) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

...../...../2019

(imza)

Danışmanın Unvanı-Adı-Soyadı
Doç. Dr. Murad KARADUMAN

İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ	ix
GÖRSELLER LİSTESİ	xi
GRAFİKLER LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR LİSTESİ	xiii
ÖZET	xv
SUMMARY	xvi
TEŞEKKÜR.....	xvii
GİRİŞ	2

BİRİNCİ BÖLÜM

YENİ MEDYA BAĞLAMINDA DÖNÜŞEN HABERCİLİK PRATİKLERİ

1.1 Yeni İletişim Teknolojilerindeki Gelişmeler.....	7
1.1.1. Teknolojik Devrim	7
1.1.1.1 Bilgisayar Teknolojisi	8
1.1.1.2 İnternetin Doğuşu	11
1.2 Yeni Medyada Habercilik ve Yeni Habercilik Türleri	18
1.2.1 Yeni Medya Hakkında	19
1.2.2 Yeni Medyaya Kuramsal Bakış	21
1.2.2.1 Teknolojik Yaklaşımlar	21
1.2.2.2 Yeni Medyaya İlişkin Kuramsal Yaklaşımlar	24
1.2.2.3 Yeni İletişim Teknolojileri Bağlamında Haberciliği Yeniden Tartışmak ...	29
1.2.3 İnternet Haberciliği Üzerine	30
1.2.4 Yeni Medya Ortamında Yeni Habercilik Türleri	36
1.2.4.1 Mobil Habercilik.....	37
1.2.4.1.1 SMS Haberciliği	40
1.2.4.1.2 Sosyal Medya (Sosyal Ağ) Haberciliği	43
1.2.4.1.3 Yurttaş Haberciliği	45
1.2.4.1.4 Mobil Video Haberciliği	49
1.2.4.1.5 WhatsApp Haberciliği	49
1.2.4.2 Drone Haberciliği	51
1.2.4.3 Robot Haberciliği.....	54
1.2.4.4 Veri Haberciliği	58

İKİNCİ BÖLÜM

YENİ MEDYA VE ETİK

2.1	Habercilik ve Etik	62
2.1.1	Etik Nedir?	62
2.1.2	Medya-Etik İlişkisi	64
2.1.2.1	Medya Etiği	64
2.1.2.1.1	Profesyonel Gazetecilik ve Etik İlkeler	69
2.1.2.1.2	Yeni Medya ve Etik Hakkında	72
2.1.2.1.2.1	Yeni Medyada Yapılan Etik İhlaller	73
2.1.2.1.2.1.1	Kaynaklara İlişkin Sorunlar	74
2.1.2.1.2.1.2	Dil ve Kurgu Sorunları	77
2.1.2.1.2.1.3	Konumlandırma Sorunları	80
2.1.2.1.2.1.4	Güvenlik Sorunları	82
2.1.2.1.2.1.5	İçerik Sorunları	84
2.1.2.1.2.1.6	Doğruluk Sorunları	88
2.2	Yeni Medyada Doğruluk Sorunu	95
2.2.1	Yeni Medyada Haber ve Bilgi Güvenilirliği	95
2.2.1.1	Post-Truth	95
2.3	Yeni Habercilik Türlerinin Etik Bağlamda Değerlendirilmesi	103
2.3.1	Mobil Habercilik ve Etik	103
2.3.1.1	SMS Haberciliği ve Etik	103
2.3.1.2	Mobil Video Haberciliği ve Etik	104
2.3.1.3	Yurttaş Haberciliği ve Etik	105
2.3.1.4	Sosyal Medya (Sosyal Ağ) Haberciliği ve Etik	107
2.3.1.5	WhatsApp Haberciliği ve Etik	108
2.3.2	Drone Haberciliği ve Etik	109
2.3.3	Robot Haberciliği ve Etik	109
2.3.4	Veri Haberciliği ve Etik	109

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TEYİT.ORG VE DOGRULUKPAYI.COM ÜZERİNE BİR İNCELEME

3.1	Yeni Medyada Haber Doğrulama	111
3.1.1	Haber Doğrulama Nedir?	111
3.1.2	Haber Doğrulama Sitelerinin Ortaya Çıkışı	112

3.1.3	Haber Doğrulama Uygulamaları	113
3.1.4	teyit.org ve dogrulukpayi.com.....	113
3.2	Araştırmanın Metodolojisi	121
3.3	Araştırmanın Amacı.....	121
3.4	Araştırmada Kullanılan Yöntem	123
3.5	Araştırma Evreni ve Örneklemi	123
3.6	Araştırmanın Sınırlılıkları	124
3.7	Araştırmada Elde Edilen Bulgular	124
3.7.1	Teyit'in İnternet Sitesi Analizi	124
3.7.1.1	Teyit.org Hakkında	124
3.7.1.2	Teyit.org İnternet Sitesi Analizi.....	125
3.7.1.2.1	Teyit.org İnternet Sitesinin Genel Görünümü	125
3.7.1.2.2	Teyit.org İnternet Sitesinin Tasarımı.....	128
3.7.1.2.3	Teyit.org İnternet Sitesinde Kullanılan İçeriklerin Değerlendirilmesi... 129	
3.7.1.2.3.1	Belirlenen Süreçteki Bütün Haberlerin Değerlendirilmesi	129
3.7.1.2.3.1.1	Analiz Sekmesi	129
3.7.1.2.3.1.2	Dosya Sekmesi.....	146
3.7.1.2.3.1.3	İçgörü Sekmesi	148
3.7.1.2.3.1.4	#teyitpedia Sekmesi.....	150
3.7.1.2.3.2	Yanlışlanan İçeriklerin Değerlendirilmesi	152
3.7.1.2.4	Teyit.org İnternet Sitesinde Yayınlanan İçeriklerin Biçimsel Özellikleri	169
3.7.2	Dogrulukpayi.com İnternet Sitesinin Analizi	171
3.7.2.1	Dogrulukpayi.com Hakkında	171
3.7.2.2	Dogrulukpayi.com İnternet Sitesinin Analizi	172
3.7.2.2.1	Dogrulukpayi.com İnternet Sitesinin Genel Görünümü	172
3.7.2.2.2	Dogrulukpayi.com İnternet Sitesinin Tasarımı.....	174
3.7.2.2.3	Dogrulukpayi.com İnternet Sitesinde Yayınlanan İçeriklerin Değerlendirilmesi.....	175
3.7.2.2.3.1	Belirlenen Süreçte Yayınlanan Bütün Haberlerin Değerlendirilmesi	175
3.7.2.2.3.1.1	Ekonomi Sekmesi	175
3.7.2.2.3.1.2	Hükümetre Sekmesi.....	175
3.7.2.2.3.1.3	Testler Sekmesi.....	175

3.7.2.2.3.1.4 Menü Sekmesi.....	176
3.7.2.2.3.2 Yanlışlanan İçeriklerin Değerlendirilmesi	183
3.7.2.2.4 Doğrulukpayi.com İnternet Sitesinde Yayınlanan İçeriklerin Biçimsel Özellikleri	185
3.7.3 Teyit.org ve doğrulukpayi.com Haber Doğrulama Sitelerinin Karşılaştırılması ...	187
3.7.3.1 Amaç.....	187
3.7.3.2 Genel Görünüm.....	188
3.7.3.3 Tasarım.....	188
3.7.3.4 İçerik.....	189
3.7.3.5 İçeriklerin Biçimsel Özellikleri.....	189
3.7.4 Bulguların Değerlendirilmesi	190
SONUÇ	192
KAYNAKÇA.....	196
EK 1- 1 Mart 2019 “Parçalanan Rüzgar Türbinini Gösteren Video Görsel Efectle Hazırlanmış” Başlıklı Haber	204
EK 2- 5 Mart 2019 “Mısır’da İdam Edilmeden Önce Eşi Ve Çocuğunu Görmek İsteyen Kişiyi Ait Video İddiası” Başlıklı Haber	204
EK 3- 5 Mart 2019 “Fotoğrafın Arkasında ‘Chp’nin Vatanseverliğine Aldanma’ Yazan Kamyonu Gösterdiği İddiası” Başlıklı Haber	204
EK 4- 5 Mart 2019 “Bantlı Elektrik Direği Fotoğrafı Türkiye’den Mi?” Başlıklı Haber ..	205
EK 5- 5 Mart 2019 “Fotoğrafın Bisikletliyi Kovalayan Ayıyı Gösterdiği İddiası” Başlıklı Haber.....	205
EK 6- 6 Mart 2019 “Videonun Marmaray’daki Aksaklığı Gösterdiği İddiası” Başlıklı Haber.....	205
EK 7- 6 Mart 2019 “Kanada’nın Ceza Kestiği Anadolu Kültür Vakfının Başkanının Osman Kavala Olduğu İddiası” Başlıklı Haber	206
EK 8- 7 Mart 2019 “Cem Uzan’dan Türkiye’ye Dönüş Tweeti İddiası” Başlıklı Haber ...	206
EK 9- 7 Mart 2019 “Ayşe Arslanoğlu Ve İntiharı Hakkındaki İddialar” Başlıklı Haber..	206

EK 10- 8 Mart 2019 “Karısıyla Konuşmamak İçin 62 Yıl Sağır Dilsiz Taklidi Yapan Adam İddiası” Başlıklı Haber	207
EK 11- 8 Mart 2019 “Fotoğraflar Hastalıklı Çiftlik Balıklarını Mı Gösteriyor?” Başlıklı Haber	207
EK 12- 13 Mart 2019 “Bakan Pakdemirli’nin Patates Firmasında Danışmanlık Yaptığı İddiası” Başlıklı Haber	207
EK 13- 14 Mart 2019 “Feminist Gece Yürüyüşü Hakkındaki İddialar” Başlıklı Haber ...	208
EK 14- 15 Mart 2019 “Videonun ‘Çocuğu Olmayana Çocuk Yapacağım’ Diyen Belediye Başkan Adayını Gösterdiği İddiası” Başlıklı Haber	208
EK 15- 17 Mart 2019 “Fotoğrafın Yeni Zelanda’da Yaşananlara Karşı Kanada’da Yapılan Protestoyu Gösterdiği İddiası” Başlıklı Haber	208
EK 16- 18 Mart 2019 “Sezai Temelli ‘İstanbul Ve Ankara’yı Hdp Yönetecek’ Demedi” Başlıklı Haber	209
EK 17- 18 Mart 2019 “Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın Mitingde Yeni Zelanda Saldırısının Görüntülerini İzlettiği İddiası” Başlıklı Haber	209
EK 18- 18 Mart 2019 “Öldürülen Zanlı Videosu Christchurch Katliamıyla İlişkili Değil” Başlıklı Haber	209
EK 19- 19 Mart 2019 “Video Yeni Zelanda’da Bir Kiliseye Yapılan Saldırıyı Mı Gösteriyor?” Başlıklı Haber	210
EK 20- 19 Mart 2019 “Fotoğrafın Hollanda’daki Saldırıyı Gerçekleştiren Kişiyi Gösterdiği İddiası” Başlıklı Haber	210
EK 21- 20 Mart 2019 “Fotoğraflar Türkiye’de Organları Çalınan Suriyeli Çocukları Göstermiyor” Başlıklı Haber	210
EK 22- 20 Mart 2019 “Fotoğraflar Yeni Zelanda’da Gerçekleşen Cami Saldırısını Göstermiyor” Başlıklı Haber	211
EK 23- 21 Mart 2019 “Fotoğraf Yeni Zelanda’daki Cami Saldırısında Kanla Kaplanmış Kur’an-ı Kerim’i Mi Gösteriyor?” Başlıklı Haber	211
EK 24- 22 Mart 2019 “Video Yeni Zelanda’daki Saldırıdan Sonra Müslüman Olan Genci Mi Gösteriyor?” Başlıklı Haber	211
EK 25- 25 Mart 2019 “Ekrem İmamoğlu Hasan Âli Yücel’in Öz Yeğeni Değil” Başlıklı Haber	212
EK 26- 25 Mart 2019 “Hdp Antalya’da Millet İttifakı’nı Destekleyen Seçim Broşürleri Dağıttı İddiası” Başlıklı Haber.....	212

EK 27- 26 Mart 2019 “Videodaki Obruk Bir Doğa Olayı Sonrasında Mı Oluştı?” Başlıklı Haber	212
EK 28- 28 Mart 2019 “Videonun Rusya’daki Türk Pilotların Şovunu Gösterdiği İddiası” Başlıklı Haber	213
EK 29- 28 Mart 2019 “Komsar Araştırma Şirketi Gerçekte Yok Anketler İse Parodi Amaçlı” Başlıklı Haber	213
EK 30- 26 Mart 2019 “Ak Parti Heyetinden Birinin Vatandaşlara ‘Şeyin Trene Baktığı Gibi Bakıyorlar’ Deddiği İddiası” Başlıklı Haber	213
EK 31- 26 Mart 2019 “Seçim Broşüründe ‘Siz Mahalleyi Bana Verin Bende Size Vereyim’ Yazdığı İddiası” Başlıklı Haber	214
EK 32- 27 Mart 2019 “Fatma Şahin’in ‘Ferhat’ın Şirin’i Deldiği’ Deddiği İddiası” Başlıklı Haber	214
EK 33- 28 Mart 2019 “Sırbistan’ın Dukat Köyündeki Okulun Tek Bir Öğrenci İçin Yeniden Açıldığı İddiası” Başlıklı Haber	214
EK 34- 28 Mart 2019 “Bilim İnsanlarının Zamanı Geri Almayı Başardığı İddiası” Başlıklı Haber	215
EK 35- 29 Mart 2019 “Öğrencilerin Bolu’daki Ak Parti Mitingine Katıldığı İddiası” Başlıklı Haber	215
EK 36- 30 Mart 2019 “Güncellendi: 2019 Yerel Seçimlerinde İnternette Yayılan 42 Yanlış Bilgi” Başlıklı Haber	215
EK 37- 30 Mart 2019 “Videonun Yeni Zelanda Saldırganının Hapiste Nasıl Karşılandığını Gösterdiği İddiası” Başlıklı Haber	216
EK 38- 31 Mart 2019 “Fotoğrafın Mustafa Bozbey’i Kumarhanede Gösterdiği İddiası” Başlıklı Haber	216
EK 39- 31 Mart 2019 “Öldürülen Saadet Partilileri Gösterdiği İddia Edilen Fotoğraf Bir Filmden” Başlıklı Haber	216
EK 40- 31 Mart 2019 “Karayazı’da Jandarma Tehdidi İddiası 2014’ten” Başlıklı Haber	217
EK 41- 31 Mart 2019 “Fotoğrafın Malatya’da Hayatını Kaybeden Saadet Partiliyi Gösterdiği İddiası” Başlıklı Haber	217
EK 42- 31 Mart 2019 “Gaziosmanpaşa Ortaokulunda Çekilen Video Neyi Gösteriyor?” Başlıklı Haber	217
EK 43- 31 Mart 2019 “Video Malatya Pütürge’de Yaşanan Kavgayı Göstermiyor” Başlıklı Haber	218

EK 44- 31 Mart 2019 “Hdp’nin Mersin’de Üzerinde ‘Oylar Chp’ye Bizler Belediye’ Yazan Broşürler Bastırdığı İddiası” Başlıklı Haber	218
EK 45- 31 Mart 2019 “Bosna-Hersek Cumhurbaşkanı’nın Yeni Makam Odasında Atatürk Fotoğrafı Bulunduğu İddiası” Başlıklı Haber	218
EK 46- 31 Mart 2019 “31 Mart 2019 Yerel Seçimlerinde Suruç’ta 4 Çuval Mühürlü Oy Pusulası Ele Geçirildi Mi?” Başlıklı Haber	219
EK 47- 1 Mart 2019 “Poşet Dosyası İn: İmalat, Ticaret Verileri Ve Hammaddede Dışa Bağımlılık” Başlıklı Haber	219
EK 48- 7 Mart 2019 “Dosya: Kitaplara Uygulanan Kdv Hakkındaki İddialar” Başlıklı Haber	219
EK 49- 1 Mart 2019 “Sözlük: Yanlış Bilginin En Yaygın 7 Türü” Başlıklı Haber	220
EK 50- 8 Mart 2019 “Bir Deneyim Alanı Olarak Instagram: Nasıl Başladık Neyi Hedefliyoruz?” Başlıklı Haber	220
EK 51- 29 Mart 2019 “Ankara’nın Yenilikçi Kurumları Yanlış Bilgiye Karşı Yeni Fikirler Üretiyor” Başlıklı Haber	220
EK 52- 30 Mart 2019 “Siyasi Reklamların Şeffaflığı Seçmenlerin Davranışlarını Etkileme Açısından Önemli” Başlıklı Haber	221
EK 53- 2 Mart 2019 “Aşı Karşısı Propaganda Facebook’ta Viral Olurken Çareyi Pinterest Buldu” Başlıklı Haber	221
EK 54- 6 Mart 2019 “Carl Sagan’ın Palavra Tespit Yöntemleri” Başlıklı Haber	221
EK 55- 9 Mart 2019 “Google Dezenformasyonla Mücadelede İzlediği Yol Haritasını Paylaştı” Başlıklı Haber	222
EK 56- 13 Mart 2019 “Medya Uydurma Oyun Momo’yu Nasıl Gerçeğe Dönüştürdü?” Başlıklı Haber	222
EK 57- 13 Mart 2019 “Facebook Aşı Karşısı Gruplarla Mücadele Sözü Veriyor” Başlıklı Haber	222
EK 58- 20 Mart 2019 “Whatsapp Sahte Haberlere Karşı ‘Görsel Arama’ Özelliğini Deniyor” Başlıklı Haber	223
EK 59- 27 Mart 2019 “İnsanlar Neden Sahte Haberler Paylaşıyor?” Başlıklı Haber ..	223
EK 60- 30 Mart 2019 “Dijital Haber Medyasında Etik Tartışmalar: Yurttaş Medyası Ve Alternatif Gerçeklikler” Başlıklı Haber	223
EK 61- 28 Mart 2019 “İstanbul Ve Ankara İçin Soruyoruz: Belediye Seçimlerinde Kim, Ne Vaat Ediyor?” Başlıklı Test	224
EK 62- 8 Mart 2019 “Dünya Kadınlar Günü” Başlıklı Haber	224

EK 63- 5 Mart 2019 “Ankara’nın Suları” Başlıklı Haber	224
EK 64- 8 Mart 2019 “Çankaya Ve Nilüfer En Geri Kalmış İlçeler Mi?” Başlıklı Haber	225
EK 65- 21 Mart 2019 “İnşaat Sektörü Verileri Alarm Durumda” Başlıklı Haber	225
EK 66- 22 Mart 2019 “Ankara’da Milli Maç Oynanmıyor Mu?” Başlıklı Haber	225
EK 67- 26 Mart 2019 “Ankara’da Kim Ne Vaat Ediyor?” Başlıklı Haber	226
EK 68- 27 Mart 2019 “İstanbul’da Kim Ne Vaat Ediyor?” Başlıklı Haber	226
EK 69- 28 Mart 2019 “İstanbul Ne Kadar Vergi Ödüyor?” Başlıklı Haber	226
EK 70- 28 Mart 2019 “İzmir’de Adayların Vaatleri Ne Durumda?” Başlıklı Haber ...	227
EK 71- 4 Mart 2019 “Türkiye’de Tarım Alanları Ne Kadar Azaldı?” Başlıklı Haber	227
EK 72- 14 Mart 2019 “Tıp Bayramı” Başlıklı Haber.....	227
EK 73- 18 Mart 2019 “İstanbul Atölyesi” Başlıklı Haber	228
EK 74- 20 Mart 2019 “Kitap Ve Kütüphane Bülteni” Başlıklı Haber	228
EK 75- 25 Mart 2019 “Doğruluk Payı Ankara’da!” Başlıklı Haber.....	228
ÖZGEÇMİŞ	229

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 İnternet Haber Medyasının Özelliklerinin Web 1.0 ve Web 2.0 Çağlarında Karşılaştırılması.....	16
Tablo 1.2 4G Dışındaki Diğer Hücreli Mobil İletişim Nesillerinin Karşılaştırmalı Özellikleri	39
Tablo 1.3 Drone Türleri	53
Tablo 1.4 İnsan Gazeteciler Robot Gazetecileri Nasıl Yorumluyor?	57
Tablo 3.1 “Analiz” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler	129
Tablo 3.2 “Analiz” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Editör Dağılımları	132
Tablo 3.3 “Analiz” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Günlük Dağılımları	132
Tablo 3.4 “Analiz” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Teyit Sonuçlarına Göre Dağılımları	133
Tablo 3.5 “Analiz” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Konuları Bakımından Sınıflandırması	135
Tablo 3.6 Teyit Edilmek Üzere İncelenen ve “Analiz” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Paylaşıldığı Mecralar	138
Tablo 3.7 Teyit.org Tarafından Araştırılan ve “Analiz” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerde Yer Alan Açıklamalar	141
Tablo 3.8 “Dosya” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler	146
Tablo 3.9 “Dosya” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Editör Dağılımları	147
Tablo 3.10 “Dosya” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Günlük Dağılımları	147
Tablo 3.11 “Dosya” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Konuları Bakımından Sınıflandırılması	147
Tablo 3.12 Teyit Edilmek Üzere İncelenen ve “Dosya” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Paylaşıldığı Mecralar	148
Tablo 3.13 “Dosya” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Araştırılmasında Kullanılan Metotlar	148
Tablo 3.14 “İçgörü” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler	148
Tablo 3.15 “İçgörü” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Editör Dağılımları	149
Tablo 3.16 “İçgörü” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Günlük Dağılımları	149
Tablo 3.17 “İçgörü” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Konuları Bakımından Sınıflandırılması	149

Tablo 3.18 “İçgörü” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Araştırılmasında Kullanılan Metotlar	150
Tablo 3.19 “#teyitpedia” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler	151
Tablo 3.20 “#teyitpedia” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Günlük Dağılımları	151
Tablo 3.21 “#teyitpedia” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Konuları Bakımından Sınıflandırılması	152
Tablo 3.22 Yanlışlanan Haberi Üreten Kaynak	153
Tablo 3.23 Yanlışlanan Haberin Dolaşıma Girdiği Mecralar	155
Tablo 3.24 Yanlışlanan Haberlerde Yapılan Etik İhlaller	158
Tablo 3.25 Yanlışlanan Haberlere İlişkin Süreçlerde Yararlanılan Habercilik Türleri	163
Tablo 3.26 “Sosyal Politikalar” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler	177
Tablo 3.27 “Bayındırlık, İmar ve Şehircilik” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler	177
Tablo 3.28 “Tarım ve Köyişleri” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler	178
Tablo 3.29 “Sağlık” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler	178
Tablo 3.30 “Diğer” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler	178
Tablo 3.31 “Menü” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Editör Dağılımları	179
Tablo 3.32 “Menü” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Günlük Dağılımları	179
Tablo 3.33 “Menü” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Teyit Sonuçlarına Göre Sınıflandırılması	180
Tablo 3.34 Dogrulukpayi.com İnternet Sitesinde Yayınlanan İçeriklerin Konuları Bakımından Sınıflandırılması	181
Tablo 3.35 Dogrulukpayi.com İnternet Sitesi Tarafından Araştırılan İddialara Dair Açıklamalar	182
Tablo 3.36 Yanlışlanan Haberi Üreten Kaynak	183
Tablo 3.37 Yanlışlanan Haberin Dolaşıma Girdiği Mecralar	184
Tablo 3.38 Yanlışlanan Haberde Yapılan Etik İhlaller	184
Tablo 3.39 Yanlışlanan Haberde Yararlanılan Yeni Habercilik Türleri	185
Tablo 3.40 Teyit.org ve Dogrulukpayi.com İnternet Sitelerinin Amaç Karşılaştırması	187

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 3.1 Tarama Aşaması.....	115
Görsel 3.2 Seçme ve Önceliklendirme Aşaması	115
Görsel 3.3 Araştırma ve Yayın Aşaması	116
Görsel 3.4 İddiaların Sınıflandırılması	117
Görsel 3.5 Etki Takibi Aşaması	118
Görsel 3.6 İlkeler Kılavuzu	119
Görsel 3.7 Doğruluk Payı Sınıflandırma Kadranı.....	120
Görsel 3.8 Teyit.org İnternet Sitesinin Genel Görünümü.....	126
Görsel 3.9 “Editör Masası” Sekmesinde Yer Alan İçerikler	170
Görsel 3.10 Dogrulukpayi.com İnternet Sitesinin Genel Görünümü.....	172
Görsel 3.11 İçeriklere Tıklandığında Açılan Sayfa Örneği	186

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 3.1 “Analiz” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Yayınlanma Saatleri	131
Grafik 3.2 İçeriklere İlişkin Doğrulama Sonuçları	135
Grafik 3.3 Yanlışlanan Haberi Üreten Kaynak	155
Grafik 3.4 Yanlışlanan Haberin Dolaşıma Girdiği Mecralar	158
Grafik 3.5 Yanlışlanan Haberlerde Yapılan Etik İhlaller	163
Grafik 3.6 Yanlışlanan Haberlerin Üretiminde Yararlanılan Yeni Habercilik Türleri	167
Grafik 3.7 Yanlışlanan Haberlerin Paylaşılmasında Yararlanılan Yeni Habercilik Türleri ...	168
Grafik 3.8 Yanlışlanan Haberlerin Doğrulanmasında Yararlanılan Habercilik Türleri	169
Grafik 3.9 Doğrulama Sonuçları	181

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AFP	: Agence France-Presse
AI	: Yapay Zeka
akt.	: Aktaran
AP	: Associated Press
ARPA	: Advanced Research Project Agency
BBC	: British Broadcasting Corporation
CD-ROM	: Compact Disc Read-Only Memory
cm	: Santimetre
CNN	: Cable News Network
Çev.	: Çevirmen
DARPA	: Defence Advanced Resarch Agency
Drl.	: Derleyen
DVD	: Digital Versatile Disc
Ed.	: Editör
G	: Generation
GPRS	: General Packet Radio Service
GSM	: Global System for Mobile Communication
HLR	: Home Location Register
HTML	: Hyper Text Markup Language
http	: Hyper Text Transfer Protocol
IP	: Internet Protocol
KBPS	: Kilobit Per Second
kg	: Kilogram
Km	: Kilometre
LAN	: Local Area Network
Lmt.	: Limited
MBPS	: Megabit Per Second
MIT	: Massachusetts Institute of Technology
MOJO	: Mobile Journalism
MSC	: Mobile Switching Center
NCP	: Network Control Protokol

ODTÜ	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
SMS	: Short Message Service
ŞTİ	: Şirketi
TCP	: Transmission Control Protocol
TDK	: Türk Dil Kurumu
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
ULAKBİM	: Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi
USA	: United States of America
USENET	: User Network
vb.	: Ve benzeri
vd.	: Ve diğerleri
WIFI	: Wireless Fidelity
WWW	: World Wide Web
XHTML	: Extensible Hyper Text Markup Language

ÖZET

Teknoloji alanında kaydedilen ilerlemeler, insanlık tarihini derinden etkileyen önemli gelişmelerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu etkileyici gelişmelerden biri de internet ve bilgisayar teknolojilerinin ortaya çıkışıyla birlikte dönüşen habercilik kavramıdır. 20. yüzyılda popülerleşen yeni medya, habercilik faaliyetlerinin sanal ortamlar üzerinden yürütülmesini olanaklı hale getirmiştir. Yeni ortamların gelişmesiyle birlikte yeni habercilik türlerinin oraya çıkışı, dijital çağ olarak adlandırılan günümüzde haberciliği etkileyen unsurların başında gelmektedir. Teknolojinin yarattığı bu yeni ortamlar sağladığı avantajlar vasıtasıyla habercilik alanına katkı sunarken, değer kaybı yaşanmasına da yol açmıştır. Gelişen teknolojiler haberciliğe ilişkin kavramların yeniden gözden geçirilmesi zorunluluğunu doğurmuştur. Bu dönüşüm sürecinde geleneksel habercilikte var olan etik ilkelerin yeni medya ortamlarında yitime uğraması, çeşitli etik sorunları beraberinde getirmiştir. Bu sorunların başında ise haberlerin doğruluğu gelmektedir. İnternet mecralarında dolaşıma giren yalan haberlerin niceliksel artışı, haberlerin doğruluğuna ilişkin çalışmalar yürüten haber doğrulama platformlarının kurulmasına zemin hazırlamıştır.

Bu çalışmada haberciliğin dönüşümü bağlamında sanal mecralarda yayılan haberlerde yapılan etik ihlaller tespit edilmiştir. İnternetin gelişen teknolojiler ile birlikte yeni bir görünüm kazanan habercilik üzerindeki etkileri incelenmiştir. Çalışmada örneklem olarak haberlerin teyit edilmesine yönelik analizler yapan teyit.org ve dogrulukpayi.com doğrulama siteleri ele alınmıştır. Belirlenen iki site 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında içerik analizi yöntemiyle incelenerek, haberciliğin teknolojilerin gelişimine paralel olarak geçirdiği dönüşüm araştırılmıştır. Elde edilen verilere göre, teknolojinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan yeni habercilik türlerinin haberciliği etkilediği sonucuna varılmış ve bu bağlamda yeni medyanın haberciliğe sağladığı olanaklar ile ivme kazanan etik ihlaller arasında bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Doğrulama Siteleri, Etik İhlaller, Teyit.org, Dogrulukpayi.com

SUMMARY

AN ANALYSIS ON THE PROBLEM OF ACCURACY OF NEWS AND ETHICS IN NEW MEDIA: THE EXAMPLES OF TEYIT.ORG AND DOGRULUKPAYI.COM

Technological innovations have caused some important developments affecting human history. One of these innovations is making news with the emergence of internet and computer technology. The field of new media provided news to spread on virtual environments within the 20th century. Appearance of new types of making news has affected news making field broadly in today's digital world. While technology has helped news making to develop through the recent developments, it has also caused it to lose its value. Developing technology has caused the concepts of news making to be reviewed one more time. In this process of development, the ethical rules of traditional news making have been lost in new media environments, which caused some ethical problems to occur. One of the most important problems is the reliability of the news. The increasing rate of false news on the internet has caused some platforms to appear, which check the reliability of these news.

In this study, through the development of news making, some ethical problems have been identified in the news on virtual environments. The effects of internet on news making have been investigated through the developing technology. In this study, the sample was used as the sites of teyit.org and dogrulukpayi.com, which analyze and try to check the reliability of the news. These websites were investigated for the term between the March 1st and April 1st, 2019 through the method of content analysis, through which the development of news making was tried to be identified in accordance with the technological developments. Based on the data provided, it was suggested that new media types affect the types of news. Accordingly, there is a contradiction between the advantages that new media provides to the field of making news and the increasing ethical issues.

Keywords: New Media, Verification Sites, Ethical Issues, Teyit.org, Dogrulukpayi.com

TEŞEKKÜR

Bugün, bir akademisyen olarak bu satırları yazmama katkı sağlayan bütün öğretmenlerime minnettarım. Özellikle de bu çalışmanın tamamlanmasında büyük çaba harcayan, değerli katkılarını sunan ve hem bilimsel hem de kişisel kararlarımda yol gösterici olan danışman hocam Doç. Dr. Murad KARADUMAN'a çok teşekkür ederim. Tez süresince manevi desteğini hiçbir zaman esirgemeyen ve beni her zaman başarıya teşvik eden Doç. Dr. Sibel KARADUMAN'a da desteklerinden ötürü teşekkürlerimi borç bilirim.

Bugünlere gelmem için çok büyük emek veren, sonsuz destekleri ile her zaman arkamda olan canım anneme ve babama; kararsız kaldığım anlarda yanına koştüğüm, akıl aldığım ve yardım istediğim biricik ablama ne kadar teşekkür etsem az. Canım mamim ve canım dedem; siz olmasaydınız, ben bugün ayaklarımın üstünde böyle dik duramazdım. Benim için çok değerli aileme bir kez daha teşekkür etme fırsatı bulduğum bu satırlarda çok teşekkür ederim.

Akademiye adım atmam konusunda bana inanarak ve güvenerek bir şans veren, yeni unvanımı aldığım andan itibaren desteğini hiç esirgemeyen, her zaman yol gösterici olan, bana büyük fırsatlar sunan ve yeni kapıların aralanmasına yardımcı olan değerli hocalarım Prof. Dr. Nazife GÜNGÖR ve Prof. Dr. Süleyman İRVAN'a,

Başım her sıkıştığında daima yardımına koşan, kıymetli vaktini bana ayırarak tez sürecimi tamamlamama büyük katkı sağlayan, güzel günlerin geleceği konusunda beni yüreklendiren ve geleceğe umutla bakmamı sağlayan Dr. Öğr. Üyesi Şaha Burcu BAYGÜL ÖZPINAR'a,

Tez sürecimde verdikleri desteklerden dolayı Arş. Gör. Denizcan KABAŞ ve Arş. Gör. Şükrü GÜLER'e,

Ve tüm dostlarıma,

Çok teşekkür ederim.

Selin MADEN

Antalya, 2019

GİRİŞ

Gelişen teknolojiler habercilik alanında büyük dönüşümler yaşanmasına neden olmuştur. Habercilik alanında görülen bu dönüşümler, bilgisayar ve internet teknolojilerinin ortaya çıkışı ile başlamış ve yaşanan gelişmelere paralel olarak sürmeye devam etmiştir. 1940'lı yıllarda transistörlerin icadıyla birlikte gelişmeye başlayan bilgisayar teknolojileri, kısa sürede dünya çapında popülerleşmiş ve 1950'li yıllarda ağ bağlantılarının kurulmasıyla birlikte giderek yaygınlaşmıştır. İlk olarak askeri amaçlı olarak kullanılan ağ bağlantıları, kısa süre sonra sivil yaşamda da yararlanılan bir teknoloji haline gelmiştir. İnternet olarak adlandırılan bu bağlantılar, Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 ve Web 4.0 olarak dört farklı evrede gelişimini sürdürmüştür. Bu gelişim aşamalarında habercilik, internet ortamları ile entegre olmaya başlamıştır. Web 1.0 döneminde pasif durumda olan ve interneti sadece habere erişim için kullanabilen okurlar, yaşanan teknolojik gelişmelerin ardından Web 2.0 döneminde daha aktif bir konuma gelmişlerdir. Bu dönemde katılım, açıklık ve paylaşım gibi kavramlar ön plana çıkmış ve okurlar haber üretim süreçlerine dahil olmaya başlamışlardır. Daha katılımcı bir iletişim sürecinin yaşandığı bu dönemin ardından, yapay zekalı web olarak adlandırılan Web 3.0'da internet kişiye özel hizmet veren bir araca dönüşmüştür. Bu dönem tam anlaşılmadan ortaya çıkan Web 4.0'da ise zenginleştirilmiş gerçeklik olarak isimlendirilen teknolojilerden yararlanılmaya başlanmıştır. İnternet gelişmeye devam ederken medya faaliyetlerinin internet mecralarına kayması, habercilik alanında yeni gelişmelerin yaşanmasına yol açmıştır.

Bilgisayarlar ve internet teknolojilerinin küresel ölçekte yaygınlaşması, yeni medya olarak adlandırılan yeni bir kavramı gündeme getirmiştir. Yeni medya, çok sayıda bilim insanı tarafından farklı şekillerde tanımlanmış olsa da ortak uzlaşısı bu kavramın teknoloji üzerine temellenmiş olduğudur. Yeni iletişim kurma aracı olarak nitelendirilen bu kavram, toplumları derinden etkilemiş ve ağ toplumuna dönüştürmüştür. Bu bağlamda Jan van Dijk, yeni medya ortamlarında daha sanal ilişkiler kurulduğunu ve toplumların giderek ağlara bağımlı hale geldiğini vurgulamıştır. Dünya genelinde yaygınlaşan ağlara karşı artan bağımlılık hissiyatı, haberciliği de etkisi altına almış ve yeni gelişmelerin yaşanmasına yol açmıştır. İnternet öncesi dönemde geleneksel biçimde sürdürülen habercilik pratikleri değişerek, internet haberciliğine evrilmiştir. 90'lı yıllarda ortaya çıkan bloglar internet haberciliğinin yayılımını hızlandırmış, akabinde ortaya çıkan sosyal medya platformları, internet siteleri vb. mecralar okurların yeni habere erişim alanları olmuştur. 20. yüzyılda profesyonel haberciler tarafından sürdürülen habercilik faaliyetlerinin bir asır sonra okur

katılımlı olması, habercilik alanında görülen değişimlerin odak noktasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda Alvin Toffler, gelişen teknolojilerin tüketicileri birer üretici konumuna getirdiğini ifade etmiş ve üreten tüketici kavramını literatüre kazandırmıştır. Bu noktada yeni medyanın geleneksel medyadan farklı olarak sahip olduğu özellikler, yeni medya ortamlarının bu denli popülerleşmesini sağlamıştır. Everett Rogers, yeni medyanın etkileşim, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık özellikleri üzerinde dururken; Lev Manovich sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik ve kod çevrimi özelliklerine vurgu yapmıştır. Henry Jenkins ise yeni medyanın yöndeşme özelliğini ele almış, dijital çağda tek bir cihaz ile birden fazla sürecin işletilebildiğini ve bu yeniliğin medyayı bütünüyle değiştirdiğini ifade etmiştir. Bu aşamada, medyanın değişim sürecine katkı sağlayan bir diğer gelişme ise mobilleşme hareketleridir. Bireyleri özgür kılan, sabit olma durumunu ortadan kaldıran ve sürekli gezdirilebilir olan mobil cihazlar, habercilik alanında yararlanılan araçlar haline gelmiştir. Habercilikte yaygınlaşan mobil cihaz kullanımı, yeni habercilik türlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Mobilleşme hareketleri ışığında ortaya çıkan yeni habercilik türleri mobil habercilik, drone haberciliği, robot haberciliği ve veri haberciliği olmak üzere dört ana başlıkta toplanmıştır. Mobil habercilik, haber üretim süreçlerinde mobil cihazlardan yararlanılmasına dayanmaktadır. 1973 yılında Martin Cooper tarafından icat edilen ilk cep telefonu ile birlikte başlayan mobilleşme süreci, GSM teknolojilerinin gelişmesiyle devam etmiştir. GSM sistemlerinde meydana gelen kayda değer ilerlemeler, kısa mesaj servisleri, mobil internet, sosyal medya platformları, akıllı telefonlar ve mobil uygulamalar gibi ortaya çıkan yeniliklerin temelinde yatmaktadır. Tüm bu yenilikler sonucunda da mobil habercilikte SMS haberciliği, sosyal medya haberciliği, yurttaş haberciliği, mobil video haberciliği ve WhatsApp haberciliği olmak üzere beş alt kategori oluşmuştur. SMS haberciliği, 90'lı yıllarda büyük medya kuruluşları tarafından okur kitleyi internet haber sitelerine çekme amacıyla kullanılmıştır. Bu yeni habercilik türü ilerleyen süreçlerde tamamen okurlar tarafından haber üretimi gerçekleştirilen sosyal medya haberciliğine zemin hazırlamıştır. Sosyal medya haberciliği, bireylerin sosyal medya platformları üzerinden habercilik süreçlerine dahil olmasını ifade etmektedir. Bu aşamada sosyal medya haberciliği ile iç içe geçen yurttaş haberciliği gündeme gelmiştir. Yurttaş haberciliği, profesyonel olarak habercilik ile uğraşmayan kişilerin haber üretmeleri neticesinde ortaya çıkmıştır. Buna paralel olarak yurttaşların bu süreçte mobil cihaz kullanmalarıyla mobil video haberciliği ortaya çıkmıştır. Mobil video haberciliği, bireylerin haber üretirken mobil cihazlar ile görüntü elde etmesini ifade etmektedir. Gelişen mobil kameralar bu haberciliğin gelişimini desteklemiştir. Akıllı

telefonların gün geçtikçe iyileştirilmesi, daha fazla alanda kullanımını mümkün hale getirmiştir. Bu süreçte bireylerin haberleşme ihtiyacını karşılama amacıyla hizmet vermeye başlayan uygulamalar ortaya çıkmış ve bu uygulamalar habercilikte de kullanılmaya başlanmıştır. WhatsApp olarak adlandırılan anlık mesajlaşma uygulaması, son dönemde oldukça rağbet gören ve herkesçe benimsenen WhatsApp haberciliğinin inşasında rol oynamıştır. 21. yüzyılda internet haberciliğinde kullanılmaya başlanan drone haberciliği ise drone adı verilen insansız araçlar aracılığı ile veri elde edilmesi ve bu verilerin haberleştirilmesini ifade etmektedir. Dijital yüzyılın bir diğer yeni habercilik türü ise robot haberciliğidir. Algoritmalar üzerinden haberlerin yazılmasını destekleyen robot haberciliği, habercilik süreçlerinin otomatikleşmesine neden olmuştur. İnternette birlikte habercilik alanında kullanılmaya başlanan son habercilik türü ise veri analizlerine dayalı olarak icra edilen veri haberciliğidir. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan tüm bu yeni habercilik türlerinin avantajları olduğu kadar dezavantajları da bulunmaktadır. Bu bağlamda yeni habercilik uygulamalarının, habercilik alanına sağladığı katkıların yanı sıra sorunlara yol açtığı da görülmektedir. Bu sorunların başında ise etik ihlaller gelmektedir.

Kökeni Yunanca “ethos” sözcüğüne dayanan etik kavramı, bireylerin davranış şekillerini ahlaka ilişkin ilkeler doğrultusunda inceleyen ahlak bilimidir. Etik, bireyler için en doğru olanı bulmayı hedeflemekte ve bu doğrultuda ilkeler belirlemektedir. Bu ilkeler coğrafyalara göre değişiklik gösterse de ortak amaç bireyler arası ilişkilerin belli bir seviyede tutulmasını sağlamaktır. Etik, çok sayıda alanda kullanılan kurallar bütünüdür. Medya da etik kurallardan yararlanan alanların başında gelmektedir. Medya ve etik arasında kurulan bu bağ, medya etiği kavramını gündeme getirmiştir. Medya alanında habercilik faaliyetlerinde bulunan kişilerin davranışlarını sınırlandırmayı hedefleyen medya etiği, habercinin yapmaması gerekenleri ifade etmektedir. Ancak bu çerçevenin çizilmesi uzun yıllar sürmüş ve çok sayıda gelişmeden beslenerek bugünkü halini almıştır. Geleneksel habercilikte etik ilkelere karşı var olan sıkı bağlılık, daha az ihlal içeren haberlerin okurlar ile paylaşılmasını sağlamıştır. Ancak internet haberciliğinin sahip olduğu sınırsız özgürlük, kullanıcı katılımı vb. avantajlar, yürütülen etik süreçlerin sekteye uğramasına neden olmuştur. Denetim ve kontrol mekanizmalarından yoksun olan internet haberciliği, kendine has etik ilkelere sahip olmaması nedeniyle sorunların yaşandığı bir alan haline gelmiştir. Bu bağlamda, yeni medya ortamlarında kaynaklara, dil ve kurguya, konumlandırmaya, güvenliğe, içeriğe ve doğruluğa ilişkin etik ihlaller yapıldığı görülmektedir. Haberler bu 6 ana başlık içerisinde yer alan çok sayıda sorun ile birlikte her gün dijital ortamlarında dolaşıma girmektedir. Bu mecralarda

paylaşılan haberlerde karşılaşılan en büyük sorun ise haberlerin doğruluğuna ilişkin gerçekleştirilmektedir.

Yeni medya ortamlarının sağladığı avantajlar, yüzlerce içeriğin aynı anda dolaşıma girerek kullanıcılar tarafından erişilebilir olmasına imkan tanımıştır. Ancak 21. yüzyılda internette dolaşan haberlerin güvenilirliği oldukça şüphelidir. 2016 yılıyla birlikte popülerleşen post-truth kavramı da bu durumu gözler önüne sermektedir. Türkçeye “gerçek ötesi” olarak çevrilen post-truth kavramı, bireylerin bir konuya ilişkin seçimlerinde duygusal kararlarının ve kişisel inanışlarının gerçeklerin önüne geçtiği durumları ifade etmektedir. Dijital çağda da gerçeklerin göz ardı edilmesi aşamasında haberciliğin rolü oldukça artmıştır. Haberlerde karşılaşılan etik sorunlar gerçeklerin gizlenmesi amacıyla kullanılırken, bireyleri yönlendiren habercilik uygulamaları ortaya çıkmıştır. Sosyal medya platformları başta olmak üzere haber paylaşımını kolaylaştıran uygulamaların ortaya çıkışı, gerçek üstü haberlerin hüküm sürdüğü sanal evrenin yaratılmasına zemin hazırlamıştır. Gerçek ötesi evrenin oluşumunda yer alan iki ana unsur ise kullanıcı türevli içerikler ve yalan haberlerdir.

90’lı yıllar ile birlikte kullanıcıların bloglar aracılığıyla internet ortamlarına katılım sağlaması, ilerleyen süreçlerde habercilik alanına dahil olmaları ile sonuçlanmıştır. Teknolojilerin her geçen gün ilerleme kaydetmesi ve katılımı daha çok destekleyen platformların ortaya çıkması, tüketicilerin birer üreticiye dönüşmelerine yol açmıştır. Her internet kullanıcısı sahip olduğu mobil araçların gücü ile birer gazeteciye dönüşmüş ve internette kullanıcı türevli içerikler yer almaya başlamıştır. Bu durum gerçek haberler kadar yalan haberlerin de dolaşıma girmesine neden olmuştur. Bu noktada “fake news” kavramı doğmuştur. Türkçeye yalan haber olarak çevrilen fake news kavramı, 2016 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde yapılan başkanlık seçimleri esnasında Donald Trump tarafından sıklıkla dile getirilmiş ve popülerlik kazanmıştır. Dijital ortamlarda yayılan yalan haberler, toplumu manipüle etme amacıyla paylaşılabilirdiği gibi eğlence amaçlı olarak da paylaşılabilir. Farklı amaçlara ilişkin üretilen yalan haberler, her durumda toplumların yanlış bilgilendirilmesine neden olmaktadır. Bu tür haberlerin üretilmesinde de yeni medya ile birlikte ortaya çıkan yeni habercilik türlerinden sıklıkla yararlanılmaktadır. Yeni medya ortamlarında gerçek-yalan ayrımının zorlaştığı haberlerin artışıyla birlikte, bu içerikleri teyit etmeye yönelik bir takım hareketlenmeler olmuştur. Haber doğrulama olarak adlandırılan bu yeni oluşumlar, kısaca haberde yer alan ifadelerin çeşitli kaynaklardan teyit edilmesi olarak açıklanmaktadır. Bu bağlamda yeni medyada gelişen teknolojilerin desteği ile yalan haberlerin ve haberlerin doğruluğuna ilişkin şüphelerin artış göstermesi, bir takım yeni sistemlerin kurulmasını beraberinde getirmiştir.

21. yüzyılın başında Amerika’da başlayan haber doğrulama çalışmaları, kısa süre içerisinde Türkiye’ye de sıçramış ve Doğruluk Payı, Fact-CheckingTurkey, Günün Yalanları, Malumatfuruş, Teyit ve Yalansavar vb. doğrulama platformları ortaya çıkmıştır. Bu platformlar, belirli ilke ve metodolojiler doğrultusunda haberleri analiz ederek doğruluklarını araştırmaya ve sonuçları okurlar ile paylaşmaya başlamışlardır. Medya okuryazarlığını artırma ve okurları yalan haberlere karşı bilgilendirme gayesiyle kurulan bu internet siteleri, günümüzde aktif olarak çalışmalarına devam etmektedirler.

Tüm bu gelişmelerden yola çıkılarak hazırlanan bu çalışmada, habercilik faaliyetlerinin geleneksellikten çıkıp dijital platformlar üzerinden yeni medya haberciliğine dönüşmesi ve bu dönüşümün neden olduğu etik ihlaller ele alınmıştır. Bu bağlamda çok sayıda etik ihlal arasından, ağırlıklı olarak toplumları en derinden etkileyen doğruluk sorunu üzerinde durulmuştur.

Bu çalışmada;

- Yeni medya bağlamında teknolojinin habercilik alanına getirdiği yenilikler irdelenmiş,
- Teknolojinin haberciliğe etkisi ele alınmış,
- Dijital ortamlarda üretilen haberlerin etik ilkeler ile bağlantısı sorgulanmış,
- Yeni medyada artan etik ihlallerin temelinde yer alan sorunlar tespit edilmiş
- Dijitalleşmenin haberlerdeki doğruluk sorununa ilişkin etik ihlaller üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Bu çalışmanın birinci bölümünde yeni medya kavramı, ortaya çıkışı, özellikleri ve yeni medya kuramları aktarılmıştır. Yeni medya kavramının anlaşılabilmesi için yeni medyanın ortaya çıkışında yer alan teknolojilerin gelişimi ele alınmıştır. Yeni medyanın habercilik üzerindeki etkisi birinci bölümde irdelenerek, habercilikte yaşanan dönüşümler sorgulanmıştır. Yeni medyayla birlikte popülerleşen internet haberciliği kavramı, gelişimi ve haberciliğe sağladığı avantajlar paylaşılmıştır. Teknolojiyle birlikte dönüşüm geçiren habercilik uygulamalarının değişim süreçleri birinci bölümün konusunu oluşturmuş olup, “Yeni Medya Bağlamında Dönüşen Habercilik Pratikleri” başlığı altında incelenmiştir. Bu bağlamda yeni medya ortamlarında sanallaşan habercilik faaliyetleriyle birlikte ortaya çıkan yeni habercilik türlerine değinilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, etik kavramı, gelişimi ve medya kavramı ile ilişkisi ele alınmıştır. Bu bağlamda etiğin alt kategorilerinden biri olan medya etiği kavramı, gelişimi, haberciliğe etkisi ve geleneksel haberciliğe ilişkin belirlenen etik ilkeler açıklanmıştır. Bu noktadan hareketle, yeni medya ve etik arasında bağ kurularak, yeni medya haberciliğine

yönelik tespitlerde bulunulmuştur. Yeni medyada yapılan etik ihlaller irdelenerek, yeni medyada doğruluk sorunu üzerinde durulmuştur. Bu aşamada ortaya çıkan yeni kavramlara, kavramların gelişimlerine değinilmiş ve yeni habercilik türleri etik bağlamda değerlendirilmiştir. İkinci bölüm “Yeni Medya ve Etik” başlığı altında, yeni medya ortamlarında yayınlanan haberlerde yapılan etik ihlalleri ayrıntılı şekilde ele alınarak dijitalleşmenin etkileri ortaya koyulmuştur.

Çalışmanın son bölümünü ise uygulama kısmı oluşturmaktadır. Çalışmada teknolojinin haber doğruluğu üzerindeki etkisi bağlamında, iki haber doğrulama platformu incelenmiştir. Çalışmada şu sorulara yanıt aranmıştır:

- Yeni medya ortamlarında yayılan haberlerin doğruluğu ne durumdadır?
- İnternet, habercilik süreçlerinde hangi aşamalarda kullanılmaktadır?
- İnternet haberlerinde ne tür etik ihlaller ile karşılaşmaktadır?
- İnternette etik ihlal yapılan haberleri kim üretmektedir?
- Etik ihlal yapılan haberlerde yeni habercilik türlerinden yararlanılmakta mıdır?

Bu soruları cevaplandırabilmek için çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada analizi yapılacak olan platformlar teyit.org ve dogrulukpayi.com olarak seçilmiştir. Teyit.org ve dogrulukpayi.com platformlarının seçilmesinin temel amacı, haberlerin doğruluğuna ilişkin çalışmaları aktif biçimde sürdürmeleri ve internet haberciliğinde yapılan etik ihlallere değinmeleridir. Araştırma 1 Mart-31 Mart 2019 tarih aralığı ile sınırlandırılmış olup, bu tarih aralığında adı geçen platformların internet sitelerinde yayınlanan içerikler incelenmiştir. Belirlenen platformların internet sitesi incelemelerinde ele alınmış olan unsurlar şunlardır:

- İnternet Sitesine İlişkin Genel Görünüm,
- İnternet Sitesine İlişkin Tasarım
- İnternet Sitesinde Yayınlanan İçeriklere İlişkin Değerlendirme
- İnternet Sitesinde Yayınlanan İçeriklerin Biçimsel Özellikleri

Araştırmadan elde edilen veriler, gelişen teknolojiler ve haberlerin doğruluğu arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, seçilen haber doğrulama platformları tarafından yapılan haber analizlerinin değerlendirme sonuçlarının neler olduğu ve haberlerde görülen etik ihlaller üzerindeki tespitler ele alınmıştır. Buna ek olarak, yalan olarak sonuçlanan haberlerin üretim, paylaşım ve doğrulanma aşamasında yararlanılan yeni habercilik türleri de incelenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

YENİ MEDYA BAĞLAMINDA DÖNÜŞEN HABERCİLİK PRATİKLERİ

1.1 Yeni İletişim Teknolojilerindeki Gelişmeler

Günümüzde hemen her alanda yararlanılan teknolojiler, bireylerin hayatında önemli bir yere sahiptir. Günümüzde kullanılan teknolojik araçların çoğu, zaman içerisinde gelişme göstermiş ve bugünkü halini almıştır. Teknolojilerin etkisi, günlük hayat pratiklerinin yanı sıra, mesleki alanlarda da hissedilmektedir. 21. yüzyılda bireyler tarafından en sık kullanılan teknolojiler ise bilgisayar ve internet teknolojileridir. Bu teknolojilerin ortaya çıkışında yer alan gelişmeler ise teknolojik devrim olarak adlandırılmaktadır.

1.1.1. Teknolojik Devrim

1960 yılında başlayan ve 1980'e kadar devam eden 20 yıllık süreç, ilerleyen teknolojilere paralel olarak yeni gelişmelerin yaşanması nedeniyle "Enformasyon Devrimi" ya da "Dijital Devrim" şeklinde isimlendirilmektedir. Günümüzde kullanılan teknolojiler, bu yıllar içerisinde icat edilen araçlar ışığında ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda transistörlerin icadı önemli bir yere sahiptir. İlk transistör, 16 Aralık 1947'de iki bilim insanının çalışmaları sonucunda ortaya çıkmıştır. New Jersey'de Bell Labs'te altın şerit, yarı-iletken madde ve bükülmüş bir ataşın bir araya getirilmesi ile keşfedilen ilk transistör, 20. yüzyıla damgasını vuran bilgisayar teknolojilerinin gelişiminde önemli rol oynamaktadır (Kabakcı, 2019). 1960'lı yıllarda radyo ve telefon sinyallerinde yaşanan sıkıntıları giderme amacıyla çalışan John Bardeen, Walter Brattain ve William Schoocley'den oluşan ekip, yürüttükleri çalışmalar esnasında bu cihazı keşfetmişlerdir. Bu gelişmenin ardından transistörleri geliştirmeye yönelik sürdürülen çalışmalar neticesinde 1952'de üretilen yeni transistör, ilk transistöre göre on kat daha küçük boyutlu üretilmiştir. 1957'de ise transistörlerin boyutları, milyonlarca üretililecek kadar küçültülmüştür (Toprak Hattı, 2019). 1971 yılına gelindiğinde ise Intel yüzlerce transistörü silikon çip üzerine konumlandırarak ilk mikro işlemciyi üretmiştir (Shift Delete, 2019). Bu gelişmenin ardından 1975 yılında mikroişlemci tabanlı ilk bilgisayar satılmaya başlanmıştır (Başer, 2010: 39). İlk yıllarda büyüklüğü nedeniyle çok az yerde kullanılan bilgisayar teknolojileri, geliştirilen mikroçipler ile boyutsal açıdan bir küçülme yaşamış ve dünya geneline yaygınlaşmaya başlamıştır (Shift Delete, 2019). 70'li yılların ortalarından itibaren elektronik komponentlerin giderek ufaldığı ve hızlandığı elektronik anahtarlama sistemleri, güçlenen hafıza ve yazılımlar için yeni iletken materyaller ve yeni teknikler kullanılmaya başlanmıştır. Kullanıcı-cihaz arasındaki etkileşimi arttırmak ve

bilgisayarların sorun çözme kapasitesini iletirmek amacıyla yeni programlama dilleri üzerinde çalışılmıştır (Başer, 2010: 39). Zaman içerisinde gelişmeye devam eden bilgisayarlar ise günümüzdeki halini almayı başarmıştır.

1.1.1.1 Bilgisayar Teknolojisi

Tarih boyunca teknolojik alanda yaşanan gelişmeler birbirinin tamamlayıcısı nitelikte olmuştur. Bilgisayarların ortaya çıkışı da, teknoloji alanında meydana gelen ilerlemelerin bir sonucudur. Bu nedenle bilgisayarlar, teknoloji kavramı ile ilişkilendirilmektedir. Bu kavram günümüze kadar devam eden dijitalleşme ve dönüşüm süreçlerinin temelini oluşturmaktadır. Teknoloji sözcüğünün köken olarak Eski Yunancaya dayandığı belirtilmektedir. Bu bağlamda, “Eski Yunancada tekhne; yapmak ve üretmek anlamlarına gelmekte, logos ise bir şeyi üretmenin toplumsallaşmış bilgisi anlamına gelmektedir” (Karaduman, 2002: 51). Teknoloji, Türk Dil Kurumu Sözlüğü tarafından ilk olarak “bir sanayi dalı ile ilgili yapım yöntemlerini, kullanılan araç, gereç ve aletleri, bunların kullanım biçimlerini kapsayan uygulama bilgisi, uygulayım bilimi” şeklinde tanımlanmaktadır. Aynı kaynakta verilen bir diğer anlamı ise “insanın maddi çevresini denetlemek ve değiştirmek amacıyla geliştirdiği araç-gereçlerle bunlara ilişkin bilgilerin tümü” şeklindedir (Türk Dil Kurumu, 2019). Teknoloji kavramı herkes tarafından farklı tanımlamalara olanak sağlayan bir sözcük olmakla birlikte, temelde yeni bir şeyler üretmek ve üretilenden toplumun fayda sağlaması olarak özetlenebilmektedir.

Teknoloji alanında atılan ilk adımların ardından yaşanan gelişmelerle birlikte teknolojik süreçler belli dönemlere ayrılmış ve bu dönemler arasında belirgin farklılıklar ortaya çıkmıştır. İlk dönemler, teknolojik araçların yeni yeni gelişmeye başladığı ve etkisinin daha az hissedildiği yılları ifade etmektedir. Dijitalleşme çağı olarak adlandırılan günümüz ise son teknolojilerin üretildiği ve teknolojik araçların oldukça yaygın kullanıldığı bir dönemdir. Gezgini, çok sayıda bilim insanının içinde bulunduğumuz dönemi “enformasyon çağı” olarak adlandırdığını ve tüm gelişmeleri bir “enformasyon devrimi” olarak nitelendirdiklerini ifade etmektedir. Ancak bu devrim, uzun bir gelişim sürecinin sonunda gerçekleşmiştir. İnsanlık tarihi için dönüm noktası olarak görülen Sanayi Devrimi, gelişim sürecinin başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir. Bu dönemde toplumlar “Sanayi Toplumu” olarak adlandırılmaktadır. Bu dönem, teknolojilerin ortaya çıkması ve gelişmesi ile birlikte yerini “Enformasyon Çağı”na bırakmıştır. Bu yeni çağda toplumlar “Enformasyon Toplumu” olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Yaşanan tüm bu gelişmeler, teknolojinin toplumsal açıdan da değişimlere neden olduğunu gözler önüne sermektedir (Gezgini, 2002: 29). Bu noktadan

hareketle teknolojilerin, insan hayatını ve toplumları değiştirme gúcüne sahip araçlar olduğunu söylemek mümkündür.

Tarihsel bağlamda 19. yüzyılda temelleri atılan ve 20. yüzyıl ile birlikte ivme kazanan teknolojik araçlar, günümüzde her alanda yararlanılması nedeniyle bireylerin hayatında merkezi bir konuma gelmiş ve toplumlar bilişim toplumuna evrilmiştir. Bilişim toplumu kavramı, “Ekonomik, politik ve kültürel yaşamın gerçekteştiği alt yapının kritik bir bileşeni olarak bilgi ve iletişim teknolojilerinin yoğun olarak kullanıldığı toplumları işaret eden bir tanım” olarak açıklanmaktadır (Johnson’dan akt. Dedeoğlu, 2016: 12). Bilişim toplumlarında bireyler, hayatın her alanında teknolojilerden yararlanırken, bilgi edinme ve iletişim kurma süreçlerinde de teknolojik araçları kullanmaktadır. Bu bağlamda bilişim toplumu kavramı günümüz toplumları ile ilişkilendirildiğinde neredeyse hemen her toplumun teknolojiler ile yakın ilişki içerisinde olması, dünyanın bilişim toplumlarından olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Bu da haberciliğin, tüm toplumların dahil olduğu bir değişim süreci geçirmesine neden olmaktadır.

Bilişim toplumlarında üretim, paylaşım, erişim gibi habere dair yürütölen her türlü süreç, teknolojik gelişmelerden etkilenmektedir. Ünal’a göre teknolojik alanda yaşanan ilerlemeler neticesinde, medyaya ilişkin çok sayıda alan birbiri ile iç içe geçmiş ve bu alanlar tek potada erimiştir. Bu durum, kitle iletişiminin kurulmasına imkan tanıyan yeni mecraları ortaya çıkarmış ve bu mecralar yeni medya olarak adlandırılmıştır (Ünal, 2012: 22). Bu yeni mecralar birçok avantajı beraberinde getirirken, habercilik alanına da çok sayıda kolaylık sağlamıştır. Teknoloji alanında ortaya çıkan yeni sistemler, geleneksel gazetecilikte var olan bilginin bireylere ulaştırılmasında karşılaşılan yavaşlık gibi sorunları ortadan kaldırarak, bilgiye hızlı erişim imkanı tanımıştır. Bunun yanı sıra bireyler de habercilik alanında dağıtım ve erişim aşamalarında aktif rol oynamaya başlamıştır. Tüm bu gelişmeler yeni medyanın kendine ait bir kültür oluşturmasına yol açarken, geleneksel medya araçlarının ikinci plana atılmasına neden olmuştur (Yurttaş ve şişman, 2015: 156). Geleneksel biçimde sürdüren habercilik pratikleri, teknolojik gelişmelerden etkilenererek yenilenmiştir. Yeni diğital teknolojilerin ortaya çıkışı ve yaygınlaşması, bireylerin haberleri tüketme biçimlerinde köklü değişikliklere sebep olmuştur (Hargreaves, 2006: 23). Teknolojiler geleneksel biçimde sürdürölen habercilik faaliyetlerinin yeni habercilik türlerine evrilmesinde en büyük katkıyı sağlamıştır. Tüm bu dönüşümlerin temelinde ise bilgisayar teknolojilerinin ortaya çıkışı yatmaktadır.

Teknolojik alanda yapılan çalışmalar ile birlikte, insan hayatında köklü değişimlere neden olan bilgisayar teknolojileri ortaya çıkmıştır. Bilgisayarları “elektronik beyin” olarak

kavramsallaştıran Karaduman (2002: 53), bu teknolojileri “Aldığı komutlara bağlı olarak yüklenen verileri işleyerek problem çözen otomatik elektronik aygıtlar” olarak açıklamaktadır. Bu cihazlar belirli gelişim süreçlerinin ardından günümüzde var olan halini almıştır.

Bilgisayarların tarihsel süreçte gelişimine bakıldığında Dedeoğlu (2016: 14), bilgisayarlara yönelik ilk çalışmaların, 19. yüzyıla doğru şekillenmeye başlayan ilk hesaplama aygıtı olan abaküse kadar dayandığını söylemektedir. Eski dönemlerde Jacquard tarafından geliştirilen dokuma makinesi ile hesap makinesi, bilgisayarın babası olarak görülen Charles Babbage ve ilk bilgisayar programcısı olma özelliğine sahip Ada Lovelace’ın geliştirdiği yazılım, bilgisayarların gelişim sürecinde sıralanması gereken önemli olaylardır. Birbirini destekler nitelikte olan bu ilerlemelerin sonucunda 20. yüzyılın ortalarına doğru, bilgisayarlar teknik açıdan büyük aşama kaydetmiştir. Bu gelişmeler bireylerin hayatını da etkisi altına alırken, insan hayatında köklü değişiklikler yaşanmasına neden olmuştur. 80’li yıllar, bireylerin bilgisayarları kişisel amaçlar doğrultusunda kullanmaya başladıkları ve internet kavramının gündeme gelerek insan hayatında yer edindiği sürecin başlangıcıdır. Bu dönemin ardından teknolojiye bağımlı bireyler ortaya çıkmıştır. Bu durum 2000’li yıllara gelindiğinde var olan yaşanan değişimlerin dönüşüm olarak adlandırıldığı bir döneme zemin hazırlamıştır.

Bilgisayarlar gelişen teknolojilere paralel olarak gelişmeye devam eden araçlardır. Ortaya çıkan yeni teknolojiler, bu araçlara entegre olarak gelişim sürecine katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda, bilgisayarların gelişim sürecini ortaya çıkışından bugüne dek dört döneme ayırmak mümkündür. Her dönem, kendinden önce gelen dönemden farklı özellikler taşımaktadır.

Bilgisayar teknolojileri, 1940’lı yıllarda başlayan ve 1958’e kadar devam eden dönemde ortaya çıkmıştır. Bu ilk dönemde üretilen bilgisayarlar “birinci kuşak bilgisayarlar” olarak adlandırılmıştır. Birinci kuşak bilgisayarlar, lambalı teknoloji özelliğini bünyesinde barındıran, sadece makine diline sahip ve boyutları bakımından günümüze kıyasla oldukça büyük araçlardır. “ENIAC” olarak adlandırılan ilk bilgisayar, bu süreç içerisinde üretilmiştir. İlk bilgisayarlar, radyo lambalarının fazla enerji harcaması ve etrafa aşırı ısı salması gibi olumsuz özelliklere sahiptir. Bilgisayar üretiminde ikinci dönem 1958-1964 yılları arasını ifade etmektedir. İkinci kuşak bilgisayarlar, bünyesinde transistör sistemlerini barındıran, manyetik kayıt mecralarında bellek kullanma özelliğine sahip ve programlama dillerinin bulunduğu bilgisayarlardır. Bu dönemde birinci kuşak bilgisayarlarda kullanılan radyo lambaları yerine transistörler kullanılmaya başlanmış ve bu durum sonucunda da ikinci kuşak bilgisayarın boyutları küçülmüştür. Bu cihazların en önemli özelliği, hızlı ve güvenilir

sonuçlara ulaşılmasına katkı sağlamalarıdır. 1965-1971 yılları arası dönem, bilgisayar teknolojilerinin gelişiminde yaşanan üçüncü dönemdir ve bu dönemde üretilen bilgisayarlar “üçüncü kuşak bilgisayarlar” olarak isimlendirilmiştir. Bu bilgisayarlarda önceki dönemde kullanılan transistörler yerini entegre devrelere bırakmıştır. Bu aşamada bilgisayarlar birbirleriyle iletişim kurabilir hale gelmiş ve programlama dilleri kullanılmaya başlanmıştır. Üçüncü kuşak bilgisayarlar, ilk iki döneme kıyasla boyut bakımında daha da küçülmüş ve erişim, işlem gibi alanlarda büyük hız artışları yaşanmıştır. Bilgisayar teknolojilerinde dördüncü dönem ise 1972 yılında başlayarak günümüze kadar devam eden süreci ifade etmektedir. Bu dönemde üretilen bilgisayarlarda entegre devrelerin yerini mikro işlemci yapılar almıştır. Dördüncü dönemde, ilk üç dönemde üretilen bilgisayarlardan daha hızlı, geniş bellek kapasitesine sahip, çeşitli programlama dilleri ile paket programları bünyesinde barındıran ve ağları birbirine bağlayabilen bilgisayarlar üretilmeye başlanmıştır (Işığışık ve Sezen’den akt. Karaduman, 2002: 54-55). Teknolojiler geliştikçe bilgisayarlarda da değişimler yaşanmış ve daha kullanışlı araçlar ortaya çıkmıştır. Bu ergonomik cihazlar zaman içerisinde, bireylerin hayatında merkezi bir konuma gelmiştir. Günümüzde de son teknolojilerinden yararlanılarak üretilen bilgisayarlar, insanları sanal olarak birbirine yakınlaştırmının yanı sıra iletişim kurma ve bilgi edinme biçimlerinde kullanılmaya başlanmış ve insan hayatında değişimlere neden olmuştur. Bu akıllı teknolojik cihazlar, elde edilen bilgilerin işlenmesi, depolanması, arşivlenmesi, iletilmesi, korunması vb. aşamalarda sıkça kullanılmaya başlanmıştır (Aydoğan ve Başaran, 2012: 218-219). Tüm bu kayda değer gelişmeler bilgisayar teknolojilerinin, bireyler arasında kullanımını yaygınlaştırmıştır. Bu toplum içi yayılma durumunun yansımaları, çeşitli mesleki alanlarda da görülmüştür. Gazetecilik de bilgisayar sistemlerinden etkilenen mesleklerin başında gelmektedir. Habercilik pratiklerinin değişiminde büyük rol oynayan bilgisayarlar, bu süreçte internet teknolojisinin icadı ile dönüşüme katkı sağlamıştır.

1.1.1.2 İnternetin Doğuşu

Bilgisayar teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan internet kavramı köken olarak irdelendiğinde, Balcı (2017: 138) bu kelimenin İngilizceden Türkçeye direkt olarak geçtiğini ve İngilizce inter (arasında) ile net (bilgisayar ağı) sözcüklerinden oluşan bir birleşik söz olduğunu ifade etmektedir. Buna benzer bir görüş ortaya atan Karaduman ise (2005: 143), internet kelimesinin “International (uluslararası) ve network (ağ yapısı)” kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluşturulduğunu söylemektedir.

İnternet, çeşitli şekillerde tanımlanabilen ve bu nedenle ortak bir uzlaşıda bulunulmayan bir kavramdır. İçel (1998: 407) interneti, “İki veya daha çok sayıda bilgisayarın birbirleriyle bağlantısı anlamına gelen bilgisayar ağlarını, aralarında tekrar bağlantı kurmalarıyla oluşan ve bu şekilde gittikçe büyüyüp gelişen, dünya çapında yaygın bilgisayar ağlarına dayalı bir iletişim sistemi” olarak tanımlamaktadır. Timisi’ye göre (2003: 121) internet “Fiziksel ya da elle tutulur bir araç olmaktan ziyade birbirine bağlı sayısız küçük bilgisayar ağlarından oluşan büyük bir bilgisayar ağıdır.” Yüksel ve Gürçan (2005: 201) ise interneti günümüzde hızlı bir biçimde gelişen, bireylerin yaşam alanları içerisinde kullandıkları bilgisayarlar ile dünya üzerinde bulunan her türlü bilgiye erişim imkanı tanıyan bir haberleşme ağı olarak tanımlamaktadır. Karaduman (2005: 143) interneti kısaca “Sanal bir dünyaya verilen ad” şeklinde tanımlama yoluna giderken, Odabaşı (2002: 9), insanların bilginin üretilmesi, erişilmesi, saklanması, paylaşılması ile ilgili ihtiyaçlarının doğması sonucunda meydana gelen ve gün geçtikçe gelişerek daha çok birey ile buluşan bir iletişim kurma ağı olarak açıklamaktadır. Bu tüm tanımlardan hareketle, internetin bir ağ sistemini ifade ettiği ortaya konulmaktadır. Ağ kavramına vurgu yapan Aktaş (2007: 121) da “Yeni bilgisayar ağlarının başka ağlarla birleşerek yeni ağlar oluşturmasıyla, ağların ağı olarak adlandırılan interneti ortaya çıkarmış” olduğunu söylemektedir.

İnternet teknolojisinin tarihi, 1950’li yıllarda Amerika Birleşik Devletleri ile Sovyetler Birliği arasında yaşanan askeri olaylara dayanmaktadır. İki ülke arasında yaşanan Soğuk Savaş döneminde ABD Savunma Bakanlığı füzelerin denetimini yapabilmek amacıyla bir ağ kurulmasına karar vermiş ve bu çalışmalar sonucunda kurulan bu ağı ARPANET olarak adlandırmıştır (Aydoğan, 2010: 11). Bu ağın gelişim sürecinde Joseph Carl Rebnett Licklider’in katkıları yadsınamayacak kadar önemlidir. 2. Dünya Savaşı sonrasında MIT’de (Massachusetts Institute of Technology) çalışmaya başlayan Licklider, 1952’de ilk kez bilgisayar ile tanışarak, bu teknolojinin insan hayatında gelecekte önemli bir yere sahip olacağını ve insan hayatını değiştirecek güce sahip olduğunu fark etmiştir. Licklider’in BBN isimli şirkette çalışırken kazandığı ARPANET ihalesi ile ARPANET’in doğuşu ve gelişimi başlamıştır. Bu noktada Amerika’nın Sovyetler Birliği sürdürdüğü mücadele döneminde teknolojiye ekonomik bütçe ayırması, ARPANET’in gelişimini destekleyen temel unsurlardan bir tanesidir. Amerika’da teknolojiye yönelik yürütülen çalışmalara arka çıkma amacı ile savunma sanayisi tarafından ARPA (Advanced Research Project Agency) kurulmuş ve Licklider bu alanda çalışma imkanı bulmuştur (Özdilek, 2002: 18-19). Licklider, bilgisayarlar arasında bir bağ kurma amacıyla Bob T aylor ile birlikte ARPANET projesini geliştirmiştir. Bu projenin temelinde, birbirleriyle arasında ağ kurulan bilgisayarlardan bir tanesinin devre

dışı kalması durumunda bile iletişim sürecinin aksamaması ve sürdürülmesi düşüncesi yatmaktadır. Bu hedef doğrultusunda kurulan ARPANET “belirli anahtar düğümlerinde birleşen kiralık hatların oluşturduğu bir ağ yapısı” olarak ortaya çıkmıştır (Hakman’dan akt. Özdilek, 2002: 19). 1968’e gelindiğinde ise TCP/IP protokolünün temelleri atılmış ve 15 yıl sonra da protokol oluşturulmuştur. ARPANET 1972 yılında DARPA (Defence Advanced Research Agency) şeklinde isim değişikliğine uğramıştır (Özdilek, 2002: 19). Devlet desteğiyle araştırma faaliyetlerinin yürütülmesi amacıyla kurulan ve başlangıçta askeri amaçlara hizmet eden bu ağ sistemi, zaman içerisinde devlet temelli olmaktan çıkarak gelişmeye devam etmiş ve sivilleşmiştir. İlk aşamada üniversiteler ve bu üniversitelerde çalışan kişiler tarafından kullanılan bağlantılar, Amerika’nın farklı şehirlerinde bulunan üniversitelerin birbirleri ile iletişim kurmalarıyla gelişmeye devam etmiştir. Kısa sürede yaygınlaşan bu yeni yapı, Amerika dışında diğer ülkelerde de kullanılmaya başlanmıştır. 1972’de e-mail hizmetinin kullanıcılara sunulmasıyla birlikte, internet kurumlardan dışarı taşarak halkın kullanımına sunulmuş ve kısa sürede tüm dünyada yaygınlaşmıştır (Basım, 2002: 14). İnternet gelişmeye devam ederken hipermetin özelliği kazanmış ve World Wide Web (WWW) kavramı ortaya çıkmıştır. Bu kavramın temelinde, İsviçre’de çalışmalarına devam eden Yüksek Enerji Fiziği Laboratuvarı (High Energy Physics Lab) araştırmacılarının bilgisayar şebekelerini kullanarak veri aktarımında bulunabilecekleri bir sisteme gereksinim duymaları bulunmaktadır. 1989 yılında CERN’de Nükleer Araştırmalar Merkezi’nde çalışan Tim Bernard Lee, World Wide Web teknolojisini bularak bireylerin hayatında dönüşümlere neden olacak gelişmelerin fitilini ateşlemiştir (Basım, 2002: 14). Bu yeni teknoloji Köksal vd. tarafından (1999: 47), “Çeşitli yerlerde bulunan her türlü veriye hızla ulaşmayı sağlayan en kolay internet protokolü” şeklinde tanımlanmıştır. Bu gelişmeyle birlikte grafik ögesi bulunan sayfaların üretilmesi ve bu sayfalar arasında geçiş yapılabilmesi mümkün hale gelmiştir (Basım, 2002: 14). Bu sistem, tek bir ekranda belirli bir düzene sahip çok sayıda veri gösterilebilmesine imkan sağlamıştır (Köksal vd. 1999: 48). Lee, WWW teknolojisinin buluş belgesini alarak, herkesin ücretsiz kullanımına açmış ve bu durum internetin daha yaygın hale gelmesini sağlamıştır. 1990’lı yıllar itibariyle de bireyler temelde bu teknolojiye dayanan web siteleri kurmaya başlamışlardır (Basım, 2002: 14). Bunun yanı sıra WWW üzerindeki iletişimin kurallarını belirleyen HTTP’nin (Hyper Text Markup Language-Hiper Metin Aktarım Protokolü) icadı WWW teknolojisinin hızla Dünya çapında kullanılmasına zemin hazırlamıştır. İnternet alanında yaşanan gelişmeler, taracıyı (browser) olarak adlandırılan yazılımların geliştirilmesine yönelik faaliyetleri körüklemiştir. Bu alanda yapılan çalışmaların neticesinde de Navigator yazılımının ardından Microsoft ve Explorer tarayıcıları piyasaya

sürülmüştür (Basım, 2002: 14). 1950’li yıllarda temelleri atılan internet kavramı, teknolojik ilerlemelerden faydalanarak gelişim göstermiş ve zaman içerisinde bugünkü şeklini almıştır. Ancak bugünkü şeklini alırken farklı dönemlerden bahsedilmesi gerekmektedir:

- WEB 1.0

World Wide Web teknolojilerinin ortaya çıkışıyla başlayan süreçte ilk dönem, Web 1.0 olarak adlandırılmaktadır. Eldeniz, Web 1.0 döneminin “webin sıradan insanların erişimine açıldığı 1991 yılından, Amazon, e-bay, Yahoo, Google, PayPal gibi internet şirketlerinin borsa değerlerinin hızla yükseldiği ve sonra hızla düştüğü 2001 yılındaki dot-com krizine kadar olan dönem”i kapsadığını ifade etmektedir. Bu isimlendirme, WWW teknolojileri geliştikçe webin birinci dönemini ifade etmek için (Eldeniz, 2010: 20) kullanılmıştır. Bu dönem, internet sitelerinin ilk kuruluş yılları olması nedeniyle habercilik açısından oldukça önemlidir. Ancak bu süre zarfında kurulan web siteleri durağan, etkileşime kapalı, reklama dayalı, sıradan ve birbirine benzer özellikler taşımaktadır ve günümüzle kıyaslandığında oldukça amatörce tasarlanmıştır. 90’lı yıllarda ortaya çıkan web siteleri günümüz koşullarıyla değerlendirildiğinde her ne kadar olumsuz özelliklere sahipmiş gibi gözüksede, bu dönemde yaşanan gelişmeler gazeteciliğin dönüşümünde önemli rol oynamaktadır. Medya şirketlerinin teknolojik gelişmelere ayak uydurarak internet ortamına taşınması, ilk defa bu dönemde görülmüş ve basılı halde yayınlanan gazeteler birebir olarak internete aktarılmaya başlanmıştır. Basılı ve dijital gazetelerde yaşanan aynılık hareketi, tercih edilen bir durum olmasından ziyade, o dönemde var olan teknoloji eksikliğinin getirdiği bir zorunluluktur. İnternete yönelik özel içerik üretim alışkanlığının bulunmaması ve teknolojiye yönelik teknik imkanların yeterince gelişmemiş olması, gazetelerin ancak bu biçimde internette yer almasına neden olmuştur (Toruk, 2008: 296). Gelişen teknolojileri ile birlikte internet ortamına taşınan ve sanal olarak okurlar ile buluşmaya başlayan gazeteler, habercilikte yaşanan dönüşümün temelinde yer almaktadır. İnternet haberciliği olarak adlandırılan yeni akıma yönelik ilk gelişmeler bu şekilde başlamıştır.

- WEB 2.0

Web 1.0 döneminden sonraki dönem Web 2.0 olarak adlandırılmaktadır. Web 2.0 terimi ilk kez Darcy DiNucci tarafından ortaya atılmış ve sonrasında Tim O’Reilly başta olmak üzere çok sayıda bilim insanı tarafından desteklenmiş ve kullanılmıştır (DiNucci ve O’Reilly’den akt. Eldeniz, 2010: 19). Web 2.0 döneminin başlangıcı 2004 yılı olarak kabul görmektedir. Bu dönemde bireysel üretimler geri plana atılarak, bütün kullanıcıların katılım sağladığı ve ortak bir çaba sonucunda üretilen içerikler ön plana çıkmıştır (Aydoğan ve Başaran, 2012: 231). Bu süreç internet kullanıcılarının sadece alıcı olmaktan çıkarak, aynı

anda hem alıcı hem de mesaj kaynağı haline gelmesini ifade etmektedir (Öztürk, 2015: 22). Web 2.0 katılım, paylaşım ve açıklık gibi kavramlar ile özdeşleşmiştir (Aydoğan & Başaran, 2012:234):

Katılım: İnternet kullanıcılarının üretim süreçlerine dahil olmasını ve katılım sağlamasını ifade etmektedir. Kullanıcılar tarafından içerik üretimlerinin gerçekleştirilmesi, içeriklerin niteliksel bakımdan gelişmesine ve sayısal olarak artmasına yol açmıştır.

Paylaşım: İnternet kullanıcılarının içerik paylaşım süreçlerine dahil olmasını ifade etmektedir. Bireylerin paylaşım aşamasında faaliyet göstermesi, üretilen içeriklerin değerini artırıcı bir gelişme olarak görülmektedir.

Açıklık: Bu kavram üretilen içerik sahipliğinin sadece bir kişiye ait olmaması ve herkese açık olması durumunu anlatmaktadır. Bu özellik içeriği üreten kişi dışında diğer bireylerin de içeriğe müdahalelerde bulunabilmesini, içeriği düzeltebilmesini, yeniden inşa edebilmesini ve diğer bireylerle paylaşabilmesini olanaklı kılmaktadır.

Web 2.0 döneminde kullanıcıların üretim ve paylaşım yapabilecekleri sosyal ağlar, tüketici forumları, haber grupları, sohbet odaları, internet günlükleri vb. yeni mecralar ortaya çıkmıştır (Öztürk, 2015: 23). Bu ortamlar, kullanıcıların aktif şekilde katılım sağladıkları sanal mecralardır. Kullanıcı katılımlı yeni ortamlar, haberciliği de etkisi altına almış ve profesyonel gazetecilerin yanı sıra haberciliğe dair hiçbir eğitimi ve pratiği olmayan sıradan vatandaşlar da haber süreçlerine dahil olmuştur. Bu dönemde her birey bir gazeteciye, bir muhabire, bir fotoğrafçıya ve bir kameramana dönüşmüştür. Sanal ortamlar bireyleri birer haberciye dönüştürürken, gazetecilik de bu dönüşüme ayak uydurmuştur (Anadolu Ajansı, 2018: 183). Teknolojik alanda yaşanan gelişmeler, haberciliği derinden etkilemiş ve geleneksellikten farklı olarak yeni habercilik pratikleri ortaya çıkmıştır. Bu dönemde yapılan gazetecilik ile ilgili olarak Narin (2017: s. 49), “gazetecilik 2.0” kavramsallaştırmalarını kullanmaktadır. Gazeteciliğin bu yeni hali, habercilerin metin, ses, görüntü vb. verileri anında diğer bireylerle paylaşmasına ve ürettikleri içerikleri sosyal ağlar üzerinden yayınlamasına imkan tanımaktadır. İnternet kullanıcıları açısından bakıldığında ise, okurların anında habere erişim sağlaması ve habere yorumda bulunması olanaklı hale gelmiştir (Narin, 2017: 49). Yaşanan gelişmeler hem gazetecilik pratiklerini hem de gazetecileri değiştirmiştir. Her birey üretmeye başlamış, üretilenler paylaşılmış ve internet büyük bir haber merkezine dönüşmüştür. İnternet ortamında yeni bir haber medyası kurulmuş ve bu yeni haber medyasına profesyonellerin yanı sıra binlerce yurttaş katkı sağlamıştır. İnternet haberciliğine ilişkin yaşanan gelişim sürecinde, internetin birinci ve ikinci döneminde bazı farklılıklar

ortaya çıkmıştır. Bu farklılıklar şu şekilde ortaya konulmaktadır (Lee'den akt. Narin, 2017: 51-52):

Tablo 1.1 İnternet Haber Medyasının Özelliklerinin Web 1.0 ve Web 2.0 Çağlarında Karşılaştırılması

WEB 1.0 / İnternet Haber Medyası Açık Medya Kodu	WEB 2.0 / İnternet Haber Medyası Katılımcı Açık Medya Kodu
A. Haber İçeriğinin Düzenlenmesi ve Sınıflandırılması	
1.Bölümler arasında zayıf hiyerarşik ayrım	1.Bölümler arası ayrım daha zayıf
2. Sayfalar arasında hiyerarşik ayrım yok	2. Sayfalar arasında hiyerarşik ayrım yok
3. Haber öyküleri arasında zayıf hiyerarşik ayrım	3. Haber öyküleri arasında çok zayıf hiyerarşik ayrım
4.Çeşitli/farklı alanlara yönlendirilmiş içerik. Kullanıcı türevli içerik çok az ya da hiç yok.	4.Yüksek oranda farklı alanlara yönlendirilmiş içerik. Kullanıcı türevli içerik bol miktarda kullanılmakta.
5.Haber parçaları artan malzemeleri ve veritabanlarına bağlantılandırılmış	5.Haber parçaları harici medya kuruluşlarına, bloglara ve sosyal paylaşım sitelerine bağlantılandırılmış durumda. Daha fazla bağlamsallaştırma
B. Haberi Ulaştırma Biçimi	
1.Etkileşimli iletişim. Okurlar haber seçimine karar vermekte	1.Katılımcı etkileşimli iletişim. Okurlar haber seçimine karar vermekte ve içerik üretimine katılmakta.
2.Metin odaklı yapı.	2.Artan multimedya biçimselliği, daha fazla video paylaşımı, "Youtube"laşma
3.Sabit zamanlarda haber güncellemesi	3.Flaş haberlerin sunumunda büyük ölçüde doğrudanlık/yakınlık/anındalık canlı web yayını, canlı sohbet, canlı enformasyon paylaşımı
4.Akranla paylaşım oranı az	4.Akranla ve sosyal ağda paylaşım oranı fazla
5.Arama	5.Detaylı ve güçlü arama
6.Kişiselleştirilmiş haber teslim biçimi mümkün	6.Daha fazla kişiselleştirme seçeneği.Yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla kişiselleştirme.
7.Tek bir web sürümü	7.Web taslağında kişiselleştirme mümkün

- **WEB 3.0**

Web 3.0 dönemi Web 2.0'dan sonra gelen dönemi ifade etmektedir. Semantik web -bir başka deyişle yapay zekalı web- olarak adlandırılan Web 3.0'da üretilen içerikler insanların denetiminden çıkarak üretilen yazılımların denetimine girmiştir. Bu aşamada kullanıcıların internette geçirdikleri zaman dilimi, yazılımlar tarafından takip edilerek kayıt altına alınmakta ve kullanıcıların ilgi alanlarına göre içerik üretimi gerçekleştirilmektedir (İnanç, 2019). İki farklı kullanıcının arama motoruna aynı kelimeleri yazdıkları halde farklı içerikler ile karşılaşmaları bu dönemi açıklamaktadır (Çalışır, 2019). Bu bağlamda, kullanıcıların daha önceki tecrübelerinden yola çıkılarak sonuçların oluşturulması ve kullanıcı ile paylaşılması, bu dönemin hakim özelliğidir. Web ortamındaki bu yenilik, internetin kişiye özel bir alan haline gelmesi anlamını taşımaktadır.

- WEB 4.0

Web 3.0'dan sonraki dönem ise Web 4.0 olarak adlandırılmaktadır. Web 3.0 dönemi tam olarak anlaşılmadan başlayan bu yeni dönem, sanallaşma özelliğini barındırmaktadır. Bu dönemde üretilen uygulamalar, yapay zeka teknolojilerine ek olarak zenginleştirilmiş gerçeklik (augmented reality) olarak adlandırılan yeni teknolojilerden de yararlanmaktadır (Biçen, 2019: 19). “YouOS, G.ho.st, Glide, Goowy, DesktopTwo ve çevrimiçi ofis için Google Docs & Spreadsheets gibi bazı WebOS uygulamaları” Web 4.0 döneminde adı geçen uygulamalar olarak sıralanmaktadır. Bu uygulamalar, kullanıcının sahip olduğu bilgisayara herhangi bir program kurmadan internet üzerinden çalıştırılan uygulama, düzenleyici vb. birçok araca erişim sağlamasını desteklemektedir. Kullanıcılar bu aşamada mekan ve zaman açısından sınırsız olma özelliği kazanmaktadır (Çalışır, 2019). Web teknolojilerinin geldiği son noktada bireylerin sınırlılıkları ortadan kalkmış ve kullanıcılar için yeni bir dönem başlamıştır.

İnternet Amerika Birleşik Devletleri'nin çabası ile ortaya çıkmasına karşın, kısa süre içerisinde dünya geneline yayılmıştır. Bu bağlamda günümüzde Dünya genelinde çok sayıda ülke internet teknolojisinden yararlanmaktadır. Türkiye'de internet kullanıcısı ülkeler arasında yer almaktadır. Türkiye'de küresel ölçekte internet bağlantısı ilk kez 12 Nisan 1993'de TÜBİTAK ve ODTÜ'nün ortaklaşa yürüttükleri çalışmalar sonucunda gerçekleştirilen bir proje ile kurulmuştur. Bu gelişmenin ardından, 1994'te Ege Üniversitesi, 1995'te Bilkent Üniversitesi, 1996'da Boğaziçi ve İstanbul Teknik Üniversitesi bu bağlantının kurulumunu gerçekleştirmiştir. 1996 yılında faaliyetlerine başlayan TURNET ve ULAKBİM (Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi), Türkiye'de internetin gelişiminde önemli rol oynamıştır. ULAKBİM son teknolojileri kullanarak ülke genelinde eğitim ve araştırma alanında faaliyet gösteren kurumlar arasında bir ağ kurma ve kurulan bu ağ ile ülkeye bilgi yayma amacı ile kurulmuştur (İçel, 1998: 415). Dünya'da olduğu gibi Türkiye'de de ilk olarak resmi kurumlar tarafından kullanılan internet, zaman içerisinde sivilleşmiştir. Kullanıcılara hizmet verme özelliği ile bireylerin hayatında önemli bir yer edinen internet, kısa sürede çok sayıda kullanıcı tarafından benimsenmiştir. Diğer kitle iletişim araçları ile kıyaslandığında internet “şimdiye kadar büyüyen en hızlı iletişim aracı” olarak nitelendirilmektedir. Bu iddia “50 milyon kullanıcıya ulaşmak için radyo 38 yıl, televizyon 13 yıl internet ise 4 yıl harcamıştır” yargısı ile desteklenmektedir (Turkcell Akademi'den akt. Ünal, 2012: 35). Günümüzde ise çok daha fazla sayıda kullanıcı internete erişim sağlamaktadır. İnternetin milyonlarca kullanıcı tarafından kullanılmasının temel sebebi, sahip olduğu özelliklerin bireylere çekici gelmesidir.

20. yüzyılda ortaya çıkan ve insan hayatında köklü değişikliklere neden olan internet, sahip olduğu çok sayıda özellik ile kullanıcıları etkilemektedir. Bu özellikler şu şekilde sıralanabilir:

- Bilgiye erişimi kolaylaştırmaktadır.
- Düşünce aktarım sürecini hızlandırmaktadır.
- Ağ içerisinde bulunan bireylere çift yönlü veri aktarımı sağlamaktadır.
- Verilere ucuz erişimi desteklemektedir.
- Bireyler arası bilgi aktarımına olanak sağlamaktadır.
- Bireylerin eğlence gereksinimlerini karşılamaktadır.
- Bireylerin bankacılık, alışveriş gibi günlük aktivitelerini kolaylaştırmaktadır.
- Eğitim alanına katkı sağlamaktadır.
- Farklı iletişim kurma biçimlerini desteklemektedir.
- İletişim kurma biçimlerini genişletmektedir.
- İletişim kurma sürecini kolaylaştırmaktadır.
- Kişiler ve toplumlar arası etkileşim aracıdır.
- Metinlerin yanı sıra, ses, video, fotoğraf gibi farklı içeriklerin eşzamanlı olarak paylaşılmasına imkan tanımaktadır.
- Aynı anda hem büyük kitlelere hem de bireylere ulaşmada etkili bir araçtır.
- Kitlese ve bireysel amaçlara hizmet etmektedir.
- Kitle iletişim araçlarını tek potada eritmektedir.

1.2 Yeni Medyada Habercilik ve Yeni Habercilik Türleri

20. yüzyılda ortaya çıkan yeni iletişim teknolojileri, çok sayıda mesleği etkisi altına alarak mesleklerin dönüşmesine yol açmıştır. Gazetecilik de teknolojik gelişmelerden etkilenen ve dönüşüme uğrayan mesleklerin başında gelmektedir. Gazeteciliğin dönüşümünde, gelişen bilgisayar ve internet teknolojileri önemli rol oynamıştır. “Yeni medya” kavramının gündeme gelmesi ve habercilik faaliyetlerinin internet üzerinden yürütülmeye başlanması, dönüşümün en büyük göstergesi olmuştur. Sanallaşan gazetecilik pratikleri internet haberciliği olarak adlandırılmış ve gazeteciler internet gazetecisine dönüşmüştür. Bu gelişmeler sonucunda da 20. yüzyılda sürdürülen geleneksel habercilik pratikleri, 21. yüzyıl itibarıyla değişmiş ve yeniden şekillenmiştir. Dijital çağda habercilik, teknolojiler üzerine inşa edilmiş ve akabinde yeni habercilik türleri ortaya çıkmıştır.

Habercilik alanında yaşanan tüm bu gelişmeler, çok sayıda yeni olanak sağlarken beraberinde yeni riskleri de getirmiştir.

1.2.1 Yeni Medya Hakkında

Bilgisayarların ortaya çıkışı ile birlikte gelişen internet teknolojileri, çok sayıda alanı etkilediği gibi medyayı da etkisi altına almıştır. Kurulan iletişim biçimlerinin değişmesi yeni medya olarak adlandırılan kavramsallaştırmanın literatüre girmesine katkı sağlamıştır. Yeni medya, oldukça geniş bir alanı kapsayan ve hızla değişim geçiren bir kavram olması nedeniyle herkes tarafından farklı biçimlerde yorumlanmaktadır. Tanrıbilir (2015: 175) yeni medyanın günümüzde yeni iletişim kurma aracı olarak ortaya çıkan bir kavram olduğunu söylemektedir. Bu bağlamda yeni medya, dijital çağın getirdiği yenilikler ile kurulan yeni iletişim biçimlerinde kullanılan bir aracı ifade etmektedir. Kavramı tarihsel gelişimi bağlamında ele alan Vural ve Bat'a göre (akt. Balcı, 2017: 112) ise:

Yeni medya kavramı 1970'lerde, bilgi ve iletişim tabanlı araştırmalarda, sosyolojik, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya atılmış bir kavramdır. Ancak 70'lerde değinilen anlam 90'larda müthiş bir ivme kazanan bilgisayar ve internet teknolojisiyle birlikte genişlemiş ve farklı boyutlara ulaşmıştır.

Yeni medya, 20. yüzyılda ortaya çıkan ve aynı yüzyıl içerisinde gelişerek farklı bir boyut kazanan bir kavram olarak açıklanmaktadır. Yeni medyayı tanımlarken kurulan ağ bağlantılarına vurgu yapan Eldeniz (2010: 18) bu kavramı sayısallaşan, bilgisayarlarla üretilen ve yayınlanan, ağlar üzerinde gezinen bir medya olarak açıklamaktadır. Yeni medyada ağlar sanal olarak kurulmakta ve bu nedenle sanallık vurgusu ön plana çıkmaktadır. Yeni medya, bilgisayar ve internet teknolojileri üzerine inşa edilen, sanal bir medyayı temsil etmektedir. Bu medya geleneksel medya olarak adlandırılan gazete, televizyon, radyo vb. kitle iletişim araçlarından farklı ve yeni olanı ifade etmektedir. Bu kavramın çıkış noktası yeni teknolojilerin icat edilmesidir. Binark (2007: 21) günümüzde bireylerin günlük yaşamlarında sıkça kullandıkları ve insan hayatında değişimlere yol açan; bilgisayar, internet, cep telefonu vb. her türlü dijital teknolojinin yeni medya olarak adlandırılabilceğini ifade etmektedir. Engin (2015: 55) ise yeni medyanın "CD-ROM, HTML, akan ortam, sayısal video düzenleme, ağ uygulamaları, DVD video gibi ortamlara verilen ad" olduğunu söylemektedir. Yeni medyanın en yaygın bileşenleri internet, web siteleri, bilgisayar oyunları, çoklu ortam uygulamaları ve etkileşimli yayıncılıktır (Eldeniz, 2010: 18). Bu tanımlardan hareketle, yeni medyanın çok sayıda yeni teknolojiyi içinde barındırdığı ortaya konulmaktadır. Ancak aynı zamanda eski ve yeni bu ortamlarda bir arada kullanılabilir. Bu nedenle yeni medya,

melez bir medya olarak görülmektedir. Yeni medya kendi içerisinde bilgisayarlar has özellikler ile yapılan işlemleri ve geleneksel kitle iletişim araçlarına has iletişim kurma becerilerini bir araya getirmektedir. Yeni medya teknolojileri, geleneksel yani kitle iletişim araçlarından kantitatif açıdan farklı teknolojilerle donatılmış ve sayısal teknoloji olarak adlandırılan yeni teknoloji biçimleri ile meydana gelmiştir. Bundan dolayı yeni medya, sayısal ağlarla bağlantı ve iki taraflı iletişim kurulabilmesini sağlayan bir ağı gerçekleştirebildiği çok medyalılık vasfını yeni medya kullanıcılarına sunmaktadır. Geleneksel medya araçlarına özgü özellikler yeni medya ile birlikte tamamen ortadan kalkmamış aksine iki mecra birbiri içerisine geçmiştir. Yeni medya geleneksel medyanın üzerine inşa edilmiş bir alandır. Bu bağlamda, iki medya türünün birbirinden ayrı olarak ele alınması mümkün görünmemektedir.

Yeni medya, son dönemlerde ortaya çıkan ve gelişmeye devam eden bir ortamı ifade etmektedir. Bu ortamın ortaya çıkışı teknolojik gelişmelere dayanmakta ve gelişimi teknolojik ilerlemelerden beslenmektedir. Bilgisayar ve internet teknolojilerinden önce farklı şekillerde kurulan iletişim biçimleri, 1970’li yıllar itibari ile gelişen teknolojiler ekseninde bir dönüşüm yaşamış ve teknolojilere uyum sağlamıştır. 20. yüzyılın sonlarına doğru birbirinden farklı özelliklere sahip kitle iletişim araçlarının ve iletişim kurma şekillerinin tek çatı altında toplanması, yeni medya olarak adlandırılan yeni bir mecranın doğmasına neden olmuştur (Aydoğan ve Başaran, 2012: 213). Yakın tarihte oluşan bu yeni ortamlar 21. yüzyılda oldukça popülerleşmiştir. Bu yükselişte yeni medyanın sahip olduğu özellikler önemli rol oynamaktadır.

Dijitalleşme çağında ortaya çıkan yeni medya, Manovich’e göre (akt. Ünal, 2012: 27-29) sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik ve kod çevrimi özelliklerine sahip bir ortamdır. Rogers ise yeni medyanın en önemli özelliklerini etkileşim, kitlesizleştirme ve eşzamansız olabilme olarak sıralamaktadır (Geray, 2002: 18-43). Yengin (akt. Balcı, 2017: 110), Lister tarafından ortaya atılan “teknolojik zorunluluk çatısı altında dijitallik” ve Fidler tarafından belirlenen “biçim değişikliği ya da başkalaşım” özelliklerine vurgu yaparken, ortak uzlaşının “dijitallik, etkileşimlilik, hipermetinlilik ve modülerlik” olduğunun altını çizmektedir. Engin (2015: 55) de yeni medyanın başta sınır tanımamazlık olmak üzere, etkileşim, hız ve iletişimi kuvvetlendirme özellikleri üzerinde durmaktadır. Yeni medyanın ortaya çıkışıyla birlikte gündeme gelen tüm bu özellikler, geleneksel medyadan farklı olarak kullanıcılara yeni imkanlar sağlamıştır.

Yeni medyanın sahip olduğu özellikler içerisinde en önemlisi ve öne çıkanı ise hızdır. Gelişen teknolojiler insan hayatını birçok alanda hızlandırmıştır. Yeni medya ortamları da

kullanıcılarının hayatında bilgi akışının hızlanmasına katkı sağlamıştır. Bu mecralar bilginin hızla yayılmasına olanak sağlarken, aynı zamanda kullanıcılar tarafından hızlı bir şekilde tüketilmesine neden olmaktadır. Dijital çağda yeni medya kullanıcıları tarafından yeni medya ortamlarında bir döngüye giren bilgi, bu döngü üzerinden diğer kullanıcılar ile buluşmaktadır. Bu süreçte bilgi büyük kitleler içerisinde yer alan her birey tarafından erişilebilir olmaktadır (Tanrıbilir, 2015: 175). Bilginin hızlanması, bireyleri bilgilendirme amacına hizmet eden haberciliği de etkilemiştir. Bu bağlamda, yeni medya ortamları gazeteci ve gazetecilik kavramlarının değişmesine yol açmıştır.

1.2.2 Yeni Medyaya Kuramsal Bakış

1990'lı yıllarla birlikte ortaya çıkan yeni medya, çok sayıda kuramcının çalışma alanını oluşturmuştur. Bu bağlamda kuramcılar, yeni medya üzerine kendi düşüncelerini inşa etmişlerdir. Yeni medyayı farklı açılardan ele alan kuramcılar, gelişen teknolojilerin etkilediği olguları ele alarak süreci değerlendirme yoluna gitmişlerdir. Başta toplumlar olmak üzere teknolojilerin dönüşüme yol açtığı alanları irdeleyen kuramcılar, çeşitli görüşler ortaya atmışlardır. Ancak yeni medyanın yapı taşlarından biri olan internet kavramı öncesinde de kuramcılar geleceğe ilişkin öngörülerde bulunmuşlardır. Bu bağlamda yeni medyaya yönelik yaklaşımlar ele alınmadan önce, internet öncesi dönemde teknolojilere ilişkin dile getirilen yaklaşımlar konunun anlaşılması açısından kısaca özetlenecektir.

1.2.2.1 Teknolojik Yaklaşımlar

Harold Innis, Marshall McLuhan, Raymond Leavis, David Reisman, Raymond Williams ve Daniel Bell gibi kuramcılar, gelişen teknolojilerin ve kitle iletişim araçlarının toplumlar üzerindeki etkilerine değinmişlerdir. Bazı kuramcılar teknolojileri toplumların merkezine yerleştirirken bazıları da toplumların teknolojiden daha değerli olduğunu ileri sürmüşlerdir.

- Harold Innis-Teknolojik Determinizm

“Teknolojik Determinizm” kuramının önde gelen isimlerinden Harold Innis, birey hayatının merkezinde teknoloji kavramının olduğunu iddia etmiştir. Teknolojileri insan bedeninin bir uzantısı olarak gören Innis, toplumlarda meydana gelen değişimlerin teknoloji ile bir bağlantısı olduğunu ileri sürmüştür. Teknolojiyi kitle iletişim araçları bağlamında ele alan Innis, teknolojileri zaman yanlı ve uzam yanlı olmak üzere ikiye ayırmıştır. Zaman yanlı araçların geçen zamana karşı varlıklarını sürdürmeye devam ettiklerini ve bilginin nesiller arası aktarımına katkı sağladığını ifade etmiştir. Harold Innis uzam yanlı araçları ise zamana karşı dayanıksız ancak kendi dönemi içerisinde etkili araçlar olarak açıklamıştır. Günümüzde

dijitalleşen kitle iletişim araçları ise zaman ve uzam yanlılığı bir arada taşımaktadır. Bu nedenle araçlar hem olumlu hem de olumsuz özellikleri bir arada taşımaktadır. Innis bu noktadan hareketle, teknolojik gelişmeler ile ortaya çıkan elektronik kitle iletişim araçlarının gelişim sürecini kötümser bir bakış açısıyla değerlendirmiştir. Radyo, televizyon, gazete vb. kitle iletişim araçlarının belirlenen mesajları bireylerin bilinçaltlarına yerleştirdiğini söylemiştir (Güngör, 2016: 178-181). Bu yöntem kitlelerin toplumda var olan güçler tarafından kontrol edilmesini sağlamaktadır. Yönetimin yanı sıra, bilgilendirme ve yönlendirme amaçlı olarak da kullanılan kitle iletişim araçları, toplumların düşüncelerine hükmetmektedir (Yengin, 2014: 51). Bu özelliği olumlu açıdan ele alanlar, toplumların belli güçler tarafından kitle iletişim araçları aracılığıyla yönetilmesinin toplumsal varlığın devamlılığa katkı sağladığını ifade etmektedir. Düşünceler kitle iletişim araçları aracılığıyla halka aktarılmakta ve var olan egemenlik ilişkileri devam etmektedir (Kutlu Özkan, 2018: 44-47). Innis birey hayatında merkezileşen kitle iletişim araçlarını, gönderdikleri mesaj ile toplumları etkileyen ve şekillendiren araçlar olarak görmüş ve bu açıdan değerlendirmiştir.

- Marshall McLuhan-Araç Mesajdır ve Global Köy

Düşüncelerinde hocası Harold Innis'in geliştirdiği kuramlardan beslenen Marshall McLuhan, matbaanın icadıyla birlikte başlayan teknolojik gelişmelerin ve ilerleyen süreçlerde ortaya çıkan yeniliklerin, toplumlar üzerinde etkisi olduğunu ileri sürmüştür. "Araç, mesajdır" savının sahibi Marshall McLuhan, kitle iletişim araçları aracılığıyla gönderilen mesajlardan ziyade kitle iletişim araçlarının varlığına ve önemine vurgu yapmıştır. Bu araçlar bireylerin davranış şekillerini ve yaşam tarzlarını şekillendirmektedir. Ancak kitle iletişim araçlarının her biri, bireyleri farklı ölçüde etkilemektedir. Bu noktada McLuhan araçları sıcak ve soğuk araçlar olmak üzere 2'ye ayırmıştır. McLuhan sıcak araçlar ile bireylerin daha az çaba sarf ederek mesajı algıladıkları, sadece bir duyu organına seslenen, yüksek çözünürlüğe ve kullanıcı sayısına sahip araçları nitelendirmiştir. McLuhan'a göre soğuk araçlar ise kullanıcıların mesajı anlamlandırma aşamasında daha fazla çaba sarf etmesi gereken, birden fazla duyu organına seslenen, düşük çözünürlüklü ve yüksek katılımlı araçlardır. Bunun yanı sıra, "Teknolojik Determinizm" kuramının inşasında da rol oynayan Marshall McLuhan, 16. yüzyıl öncesini kabile dönemi, 16. ve 20. yüzyıl arasını mekanik dönem ve 20. yüzyıldan sonrasını ise elektronik çağ olarak adlandırmıştır. McLuhan'a göre, elektronik çağ döneminde kitle iletişim araçları gelişmeye başlamış ve dünya küresel bir köye dönüşmüştür. Bu köyün merkezinde de teknoloji bulunmaktadır. Teknolojiler Dünya üzerinde var olan sınırların ortadan kalkmasına yardımcı olurken, toplumsal değişimlerin yaşanmasına da yol açmıştır. Bu düşüncenin temeline, gelişen teknolojilerin bireylerin yaşamlarını şekillendirme gücünü

koymuştur. Ancak bu süreçte teknolojilerden olumsuz etkilenenler, içe dönük bireylere dönüşmektedir (Güngör, 2016: 177-178). Bu noktadan hareketle McLuhan teknolojilerin toplumlar ve bireyler üzerinde olağan üstü bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır (Yengin, 2014: 58). Teknolojilerin evreni küresel bir köye dönüştürmesiyle daha çok bilgiye maruz kalan bireyler zorunlu bir değişimin içerisinde sürüklenmektedir.

- Raymond Leavis-Teknoloji ve Toplumsal Yozlaşma

Raymond Leavis, kitle iletişim araçlarının anlaşılması kolay mesajları, halkın direkt olarak duygularına yönelik ürettiğini ileri sürmüştür. Leavis'in düşüncelerine göre araçlar, iletilen mesaj ile bireyleri var oldukları dünyadan kopararak, hayali bir dünya içerisine yerleştirmeyi vadetmektedir. Mutluluğu kitle iletişim araçlarında bulan bireyler de, bu araç kullanımlarını ön plana çıkararak kendilerini çevreden soyutlamayı ve kitle iletişim araçlarına yönelmeyi tercih etmektedir. Bu durum toplumda bir gerileme yaşanmasına neden olurken, toplumların kültürel anlamda da değer kaybetmesiyle sonuçlanmaktadır. Kitle iletişim araçlarının çevrelediği yerkürede bireylerin mesajlara açık bir konumda bulunması, popüler kültür öğelerinin de bireylere daha kolay ulaştırılmasını sağlamaktadır (Güngör, 2016: 192-196). Tüm bu gelişmeler toplumların yozlaşmasına neden olmakta ve yozlaştırma aşamasında kitle iletişim araçlarından yararlanılmaktadır.

- David Reisman-Yalnız Kalabalıklar

Teknolojilerin bireyleri yalnızlaştırdığını ileri süren David Reisman, bu noktada kitle iletişim araçlarını suçlamıştır. Reisman'a göre kitle iletişim araçları, toplumların karakterini etkilemektedir. Gelişen teknolojiler ile dış dünyada var olan diğer canlıları fark eden bireyler, kendi bulundukları konumu sorgulamaya ve birey oluşunu irdemeyle başlamaktadır. Bu düşünsel süreç bireylerin büyük topluluklar içerisinde kendilerini yalnız hissetmeleri ile sonuçlanmaktadır (Güngör, 2016: 196). Bu bağlamda kitle iletişim araçları bireyleri yalnızlığa iten teknolojiler olarak görülmüştür.

- Raymond Williams-Teknolojik Determinizm Karşısında Bir Duruş

McLuhan'ın teknolojik determinizm görüşüne karşı çıkan Raymond Williams, teknolojinin birey hayatında sanıldığı kadar merkezi bir konumda olmadığını ileri sürmüştür. Teknolojilerin insan icadı olduğunu ifade eden Williams, bu araçların birey hayatını yönlendirmesinin mümkün olmadığını ifade etmiştir. Araçları bireylerin ihtiyaçları doğrultusunda üretilen teknolojiler olarak görmüştür. Bu bağlamda bireylerin gereksinimlerine yönelik bireyler tarafından üretilen teknolojilerin, onları yönetme gücüne sahip olamayacağı düşünülmektedir. Bu görüşe göre asıl olan bireylerin teknolojileri yönetmesidir. Bu düşünce doğrultusunda teknolojilere fazla değer biçmenin bireyleri ve

toplumları önemsizleştirdiği vurgulanmaktadır. Aynı doğrultuda Williams'ın McLuhan'a karşı geliştirdiği bir diğer görüş ise araçtan ziyade iletinin önemli olduğudur. Araca atfedilen değer, taşıdığı mesajın önemi ile bağlantılı görülmektedir (Güngör, 2016: 197-199). Toplamları teknolojilere kıyasla ön planda tutan Raymond Williams, düşünceleri ekseninde ancak kitlelere iletilen mesajın araçları önemli bir konuma getirebileceğini vurgulamıştır.

- Daniel Bell-Endüstri Sonrası Toplum

Daniel Bell sanayi toplumu olarak adlandırılan toplumların yaşanan gelişmeler ile birlikte sanayi sonrası toplumlara dönüştüğünü ileri sürmüştür. “Bilgi” kavramını çalışmalarının odak noktasına yerleştiren Bell’e göre, gelişen teknolojiler bilgiye ilişkin her türlü sürecin gelişimine katkı sağlamıştır. Bu gelişim sürecinde de bilgisayarlar büyük rol oynamaktadır. Toplamların 2 aşamanın ardından endüstri sonrası toplumlara dönüştüğünü söyleyen Bell, ilk aşamayı “sanayi öncesi toplum” olarak isimlendirmiştir. Bu toplumlarda bireyler hayatlarını daha ilkel araçlar ile sürdürmüştür. Tarım vb. çalışma alanları ile gelir elde eden toplumlar, savaşlar aracılığıyla hayatlarını devam ettirmişlerdir. Bu dönemde emek kavramı ön plana çıkmıştır. “Sanayi toplumu” olarak adlandırılan ikinci aşamada sanayi, toplumda önemli bir konuma gelmiştir. Üretimler makinalaşmaya dayanmıştır ve sanayi öncesi topluma göre artış göstermiştir. Bu süreçlerin ardından ortaya çıkan “sanayi sonrası toplumlar”da ise en değerli kavram bilgidir. Bu dönemde emek ve makinalaşma önemsizleşmiştir. Bilgi üzerine inşa edilen bir hizmet toplumu ortaya çıkmıştır (Bell’den akt. Baran, 1992: 57-58). Teknolojiler bilgiye ilişkin üretim, arşivleme, paylaşma vb. çok sayıda alana katkı sunarken bu gelişim sürecinin her aşaması toplumları farklı şekilde etkilemiştir.

1.2.2.2 Yeni Medyaya İlişkin Kuramsal Yaklaşımlar

İnternetin gelişimiyle birlikte ortaya çıkan yeni medya kavramı, çok sayıda düşünür tarafından üzerine yeni kuram ve yaklaşımların geliştirildiği bir alandır. İnternet öncesi dönemde olduğu gibi toplumları derinden etkileyen yeni medya, Jean Baudrillard, Frank Webster, Manuel Castells, Lev Manovich, Jan van Dijk, Alvin Toffler, Everett Rogers, Henry Jenkins, Christian Fuchs, Mark Poster gibi isimlerin çalışmalarına konu olmuştur.

- Jean Baudrillard-Simülasyon Kuramı

Simülasyon kuramını geliştiren Jean Baudrillard, çalışmalarında özellikle televizyon teknolojisi üzerinde durmuştur. Baudrillard düşüncelerini, McLuhan tarafından ileri sürülen küreselleşen köy kavramının getirdiği avantajların aksine dezavantajlar üzerine yoğunlaştırmaktadır. Baudrillard’a göre gelişen teknolojilerin sağladığı bilgi akışı, bireylerde aşırı doygunluk duygusu uyandırmış ve küresel ölçekte bilgi sıkışmaları meydana gelmiştir.

Bu bağlamda, kitle iletişim araçları vasıtasıyla dolaşıma giren simülakralar bireyleri var oldukları dünyadan koparmakta ve gerçek üstü bir dünyada yaşatmaktadır. Teknolojik alanda yaşanan gelişmeler ve teknolojilerin sağladığı avantajlar, gerçeklik kavramının simüle edilmesine veya gerçek dışı olan olguların simüle edilmesi yoluyla gerçekmiş algısı uyandırılmasına neden olmaktadır. Bu ortamda bireylerin doğu-yanlış, iyi-kötü gibi ayrımları ortadan kalkmaktadır. Bireyler yeni düzende teknoloji belirleyici konumundan uzaklaşmakta ve yetkinliğini kaybetmektedir. Sanal mecralarda var olan ilişkiler ve kurulan bağlar da sanallaşmaktadır. Bireyler arasındaki mesafelerin muğlaklaştığı, hakiki ve hayal arasındaki ayrımın ortadan kalktığı sanal dünyada, bireyler simülakralar arasında yaşamaktadır. Gerçeklik kavramı “var” ya da “yok” şeklinde iki kesin yargıya dayanması nedeniyle, arada bir yerde durmak mümkün değildir. Bu nedenle gerçekliği olmayan şeylerin taklitlerinin yapılamayacağı düşünülmektedir. Bu noktada televizyonların bireyler üzerindeki etkisi devreye girmektedir. Ekranlarda topluma sunulan hayatlar, gerçek dünya ile hiçbir ilişkisi bulunmaması nedeniyle gerçekliği olmayan dünyaları göstermektedir. Televizyon kendi dünyasını yaratmış ve bireyleri bu dünya içine çekmeye çalışmaktadır. Bu bağlamda kitle iletişim araçları, kullanıcılara gerçek üstü dünyanın kapılarını aralamaktadır. Bu süreçte de çok sayıda mesaj iletimi gerçekleştirilmektedir. Ancak mesajların içi boştur. Araçlar vasıtasıyla gönderilen mesajlar alıcının bakış açısı ile şekillenmekte ve mesajın anlamı alıcıya göre değişkenlik göstermektedir (Güngör, 2016: 199-204). Baudrillard’ın televizyon üzerine inşa ettiği düşünceleri dijital çağ ile ilişkilendirildiğinde, gelişen teknolojilerin benzer şekilde gerçek kavramında değer kaybına yol açtığı aşıkardır. Kullanıcılara sanal ortamlarda gerçek dışı bir dünyanın kapıları aralanmaktadır.

- Frank Webster-Ağ Toplumu Kuramı

Bilgi toplumu kuramının önde gelen isimlerinden biri olan Frank Webster, teknolojilerin ancak dış etmenlere bağlı olarak var olan dünyayı değiştirebileceğini ileri sürmüştür. Bu bağlamda, bilgi ve teknolojilerin tek başına dünyayı değiştirici bir güce sahip olmadığı düşünmüştür. Toplumda var olan ekonomi, siyaset gibi güçler stabil kaldığı sürece, değişimi olası görmemiştir. Araç ve güç arasında bir ilişki bulunduğunu ifade eden Webster, araçları yönetenlerin güç sahibi olanlar olduğunu vurgulamıştır. Dijitalleşen çağda da durum bu şekildedir. Gelişen teknolojiler sadece mesajların yayılım hızını arttırmıştır. Bu da var olan düzenin pekişmesine katkı sağlamaktadır (Güngör, 2016: 204). Küresel bir köye dönüşen dünyada toplumun ağlar üzerine kurulu olması, toplumun zemininde yer alan olguları yalnız başına değiştirme gücünü sahip değildir. Değişim ancak toplumun farklı dinamikleri ile birleşerek gerçekleştirilebilmektedir.

- Manuel Castells-Ağ Toplumu Kuramı

The Internet Galaxy kitabının yazarı Manuel Castells, internet teknolojisinin toplumları ağ toplumuna dönüştürdüğünü ileri sürmüştür. Castells'in "ağ toplumu" kavramı ile kastettiği şey, iletişim teknolojileri üzerine inşa edilen ağların Dünya çapında yaygınlaşması ve toplumda var olan yapıların bu ağlara bağlı olarak değişmeye başlamasıdır (Kutlu Özkan, 2018: 62). Bu da dünya üzerinde yeni toplumsal ve kültürel yapılanmalar oluşması anlamına gelmektedir. Dijitalleşme sürecinin ardından ortaya çıkan dijital medya, toplumda ekonomi, politika ve kültür alanında yaşanan yeniliklerin temelini oluşturmaktadır. Bilgilerin toplumlara aktarımında teknolojilerin önemli olduğunu vurgulayan Castells, buna karşın teknolojiler olmadan da bilginin oluşum ve aktarım süreçlerinin tamamlanabileceğini ifade etmiştir. Ağ toplumunda yer alan yapılar internet aracılığı ile belirlenmektedir. Ağa katılanlar var olan güçlerini koruyarak daha fazlasına sahip olurken, katılmayanlar güç kaybı yaşamaktadır. Castells ağ toplumunda kurulan bu yeni düzende hiyerarşik yapılanmaların da yok olmaya başladığını ifade etmiştir. Bireyler, gücü elinde bulunduranlara karşı daha güçlü bir konuma gelmiştir. Bu durum internetin sağladığı özgürlükler ile ilişkilendirilmektedir. Özgür ortamlarda kurulan iletişim biçimleri, önceki dönemlere kıyasla büyük değişim yaşamıştır. Sanallaşma hareketleri, iletişim başta olmak üzere sınırları, gerçeklikleri, kültürü de sanallaştırmıştır (Güngör, 2016: 204-207). Castells, (akt. Kutlu Özkan, 2018: 66-67) iletişim kültüründe teknolojik, iletişimin örgütsel ve kurumsal yapısında, kültürel alanda ve çoklu biçimli iletişim sisteminde dönüşümler meydana geldiğini söylemiştir. Castells, toplumların ağ toplumuna evrilişini vurgularken, yapılarda meydana gelen değişimlerin de gözardı edilmemesi gerektiğini vurgulamaktadır.

- Jan van Dijk ve Yeni Medya

Yeni medya kuramcılarının biri olan Jan van Dijk, düşüncelerini ağ toplumu üzerinde yoğunlaştırmıştır. Dijk'e göre ağ toplumunda, bireyler arası kurulan iletişimlerde direkt bir bağ bulunmamakta ve yeni medya öncesi döneme göre daha dolaylı iletişim kurulmaktadır. Bu mecralarda bireyler, kendi kimliklerini gizleyerek yeni kimlikler edinebilmektedir. Bu da yeni mecraların aslında var olmayan kişiler ile dolması anlamına gelmektedir. Gerçek dünyada kurulan ilişkilerin sanallaşması, hayali kişilerin varlığını arttırmaktadır. Gelişen teknolojiler ile birlikte kurulan bu sanal ortamlar, -yani yeni medya mecraları- toplumları birçok açıdan etkilemektedir. Ağ toplumunda yaşayan bireylerin gün geçtikçe ağlara karşı bağımlılıkları artmıştır. Ağ toplumlarını kitle toplumları ile kıyaslayan Jan van Dijk'e göre, iki toplum arasında büyük farklılıklar bulunmaktadır (Kızılhan, 2019: 218-221). Dijk ayrıca sayısal yapı, interaktif olma ve entegrasyon gibi yeni medyanın sahip

olduğu özellikleri ön plana çıkarmıştır. Dijk tarafından altı çizilen entegrasyon kavramı, çok sayıda medyanın bir araçta toplanabilmesini ifade eden bir yapılanmadır. Bu da yeni medyanın multimedya özelliğini karşılamaktadır (van Dijk'ten akt. Yanık, 2019: 902). Ağ toplumlarına yönelik çok alanda sanallaşma eleştirisi yapan Dijk, bu sürecin toplumları etkilediğini vurgulamaktadır.

- Alvin Toffler-Üçüncü Dalga Toplumu

Daniel Bell'e yakın düşünceler ortaya koyan Alvin Toffler, medyanın toplumlar üzerindeki etkisine değinen kuramcılardan bir diğeridir. Bu bağlamda toplumsal gelişim sürecini 3'e ayıran Toffler, Birinci Dalga Toplumu olarak adlandırdığı ilk aşamanın, tarımın icadıyla ortaya çıktığını söylemiştir. İkinci aşama, sanayi devriminin başlangıç noktası olarak kabul edildiği İkinci Dalga Toplumlardır. Bu tür toplumlarda sanayi faaliyetleri ön plana çıkmakta ve sanayiye dayalı üretimler değerlendirilmektedir. Toffler, üçüncü aşamayı ise günümüzde var olan toplumları kast ederek Üçüncü Dalga Toplumu olarak adlandırmıştır. Bu toplumlarda bilgisayar ve telekomünikasyon teknolojileri birbiri içerisine geçmiş durumdadır. Bu birleşik yeni dönemin, çalışma hayatı başta olmak üzere aile yaşantısını da değiştireceği düşünülmektedir (Baran, 1992: 60-63). Toffler 80'li yıllarda üreten tüketici (prosumer) kavramını da literatüre kazandırmıştır. Bu kavram ile kast ettiği şey, üretici ve tüketici arasında var olan sınırların ortadan kalkarak birleşim yaşamasıdır (Toffler'den akt. Fuchs, 2017). Gelişen teknolojilerin iki ayrı tarafı bütünleşik bir yapıya dönüştürdüğünü söyleyen Toffler, medya araçlarının toplumlar üzerinde etkisi olduğu düşüncesini savunmaktadır.

- Everett Rogers

Everett Rogers, gelişen teknolojiler ile birlikte ortaya çıkan yeni medyanın üç özelliği üzerinde durmaktadır. Birinci özelliği etkileşim olarak belirleyen Rogers, yeni medyada iletişimin gerçekleştiği zaman dilimi içerisinde alıcı ile verici arasında bir bağ olduğunu ve bu bağın etkileşim olarak adlandırıldığını söylemektedir. Geleneksel kitle iletişim araçlarında bulunmayan bu bağ ile alıcı aynı zamanda verici durumuna da geçebilmektedir. Kitlesizleştirme olarak adlandırdığı ikinci özelliğe göre, yeni teknolojiler aynı anda birden fazla kişiye erişim sağlanmasına olanak tanımaktadır. Bunun yanı sıra yeni medya ortamları, çok büyük kitlelerle içerisinde yer alan bireylerle birebir iletişim kurulmasını mümkün hale getirmiştir. Eşzamansızlık olarak isimlendirdiği son özellik ise göndericilerin alıcılara istedikleri an mesaj gönderme imkanına sahip olmalarını ifade etmektedir. Yeni medya ortamları sahip olduğu bu özellik ile iletilmek istenen mesajın alıcıya en uygun zamanda ulaştırılmasını ve alıcının istediği an bu mesaja erişebilmesi desteklemektedir (Geray, 2002:

18-43). Yeni medyayı bu özellikler üzerinden olumlayan Rogers, yeni medyanın geleneksel kitle iletişim araçları ile farkını da ortaya koymaktadır.

- Lev Manovich

Lev Manovich, yeni medya ortamlarının 5 özelliği üzerinde durmaktadır. Bunlar sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik ve kod çevrimidir. Sayısal temsil özelliği yeni medyanın kodlardan oluştuğunu ve analog yapıların dijitale dönüştüğü ifade etmektedir. Modülerlik, yeni medya ortamlarında bulunan içeriklerin değiştirebilir özelliklere sahip olduğunu anlatmaktadır. Otomasyon, yeni medya ortamlarının kullanıcılara ihtiyaç duymadan içerik üretilebilmesi anlamına gelmektedir. Düşük ve yüksek düzey olmak üzere otomasyonu ikiye ayıran Manovich; basit algoritmaların kullanıldığı ortamları düşük düzey, karmaşık algoritmaların kullanıldığı ortamları ise yüksek düzey olarak açıklamıştır. Değişkenlik özelliği, objelerin yeni medya ortamlarında çeşitli şekillerde kullanıcılar ile buluşmasını sağlamaktadır. Kod çevrimi ise diğer 4 özelliğin bir arada kullanılmasıyla ortaya çıkan ve yeni medya ortamlarında var olan içeriklerin çeşitli formatlara çevrilebilmesine imkan tanıyan bir özelliktir (Yengin, 2014: 95-98). Bu bağlamda Manovich'e göre, internetin gelişmesiyle ortaya çıkan yeni medya ortamları farklı özellikleri beraberinde getirmiştir.

- Henry Jenkins-Medya Yöndeşmesi

Henry Jenkins, günümüzde var olan teknolojilerin üretim ve dağıtım gibi maliyetleri azalttığını, yeni dağıtım kanalları oluşturduğunu, kullanıcılara ulaştıkları içeriklere yönelik arşivleme, düzenleme, biçimlendirme, paylaşma gibi imkanlar sağladığını vurgulamıştır. “Yöndeşme” kavramı üzerinde duran Jenkins’a göre, medyanın yöndeşmesi sıradan bir dönüşüm olarak değerlendirilmemelidir. “Yöndeşme” kavramı bilgisayar, medya ve telekomünikasyon teknolojilerinin birleşerek ortaya yeni ürünler konulmasını ifade etmektedir. Bu bağlamda, tüm teknolojilerin birbirleriyle bağlantılı olduğu yöndeşme döneminde, cep telefonu gibi iletişim kurma amacıyla üretilen cihazlardan internet bağlantıları gerçekleştirebilmekte, diğer bireylere veri aktarımı sağlanabilmekte ve çok daha fazlası yapılabilmektedir. Araçların bu şekilde iç içe geçmesi, medyayı da derinden etkilemektedir. Medya sahipleri yöndeşme özelliğinden yararlanarak daha fazla kar elde etmenin, medya akışını hızlandırmanın, kitleleri kendilerine bağımlı hale getirmenin yollarını ararken; kullanıcılar medya akışının denetimini ele geçirmenin ve başka bireyler ile etkileşime girebilmenin izini sürmektedirler (Jenkins, 2017: 33-38). Jenkins’ın tabiriyle yöndeşen medya, geleneksel kitle iletişim araçlarının internet üzerinden erişilebilir olmasını sağlamaktadır.

- Christian Fuchs-Dijital Emek

“Maddi olmayan emek” (Duman ve Özdoğru, 2018: 78) şeklinde tanımlanan “dijital emek”, Christian Fuchs tarafından popülerleştirilen bir kavramdır. Yeni medya ortamlarında kullanıcıların ürettiği içerikler, dijital emek bağlamında ele alınmaktadır. Sosyal medya platformları başta olmak üzere çeşitli yeni medya ortamlarında kullanıcıların harcadığı emek, karşılığı olmayan ve kâra katkı sağlayan davranışlar olarak görülmektedir. Emek kavramı geleneksel kitle iletişim araçlarına kıyasla değersizleşmiştir. Günümüzde harcanan emek dijitalleşmiş ve küreselleşmiştir. Küreselleşmeyle birlikte emeğe ilişkin sömürü başlamış ve “çok emek az para” ideolojisi benimsenmiştir.

- Mark Poster-Süper Otoban

Mark Poster, 20. yüzyıldan itibaren bilgi aktarımı sağlayabilmek adına kurulan teknolojileri bilgi otobanı olarak adlandırmıştır. Bakır kablolar ile başlayan süreç, telefon hatlarının, eş eksenli kabloların ve fiber kabloların kullanılmasıyla devam etmiştir. Bu teknolojiler ile oluşturulan ağlar, bilgi taşıma özelliği ile bilginin otobanı olarak görülmüştür. Kurulan bu otobanlar, küresel ölçekte var olan bilgi akışının devamlılığını sağlamaktadır. Poster’a göre “süper otoban benzetmesi internette, buluşma yerlerinde, çalışma alanlarında ve iletişimsel münasebetin devasa boyutta görüntü ve kelime paylaşımının yapıldığı elektronik kafelerdeki sanal gerçeklik çeşitlerini göz ardı eden, sadece bilgi hareketini niteleyen bir benzetme olmuştur” (Poster, 2017: 111-112). Bu bağlamda sanal gerçeklik kavramı üzerinde duran Poster, var olan tek gerçekliğin dijital çağda çoğaldığını ve çok sayıda kişinin sanal gerçekliğe aynı anda erişim sağlayabildiğini vurgulamıştır. Bilgi süper otobanları ile sanal gerçeklik arasındaki ilişkiden hareketle, var olan tüketici kültürünün daha da varsıllaştığı düşünülmektedir (Poster, 2017: 120). Bu bağlamda, reel dünyada bireyleri fiziki anlamda birbirine bağlayan otobanlar, sanal dünyada kullanıcıları ağlar aracılığıyla birbirine yakınlaştırmaktadır. Bu sanal otobanlar bilgi alışverişinde de önemli rol oynarken, sanal ilişkilerin pekişmesine yardımcı olmaktadır. Tek gerçeği çoklaştıran otobanlar, gerçek-yanan ayrımının da belirsizleşmesine neden olmaktadır.

1.2.2.3 Yeni İletişim Teknolojileri Bağlamında Haberciliği Yeniden Tartışmak

İnternet teknolojilerinin gelişimiyle birlikte ortaya çıkan yeni medya kavramı, habercilik kültürünü köklü değişikliklere uğratmıştır. Haber üretimleri başta olmak üzere, sunuş, dağıtım vb. sayısız alanda farklılaşan habercilik uygulamaları, toplumları da derinden etkilemiştir. Yeni medya üzerine çalışan kuramcılarının da düşüncelerinden hareketle yeni medya ortamlarının toplumları dönüşüme uğrattığı ve toplumlar üzerinde büyük izler bıraktığı

görülmektedir. Mesajın alıcısı konumunda olan toplumlar yaşanan değişimlerden etkilendikçe, toplum içerisinde yer alan bireylerin davranış biçimleri de farklılaşmaya başlamıştır. Bazı bireyler yeni medya ortamlarında gücüne güç katarken, bazıları yalnızlık sendromuna tutulmuştur. Bunlara ek olarak yeni ortamlarda beyni uyuşan bireyler, karşılaştıkları mesajı anlamlandırırken daha az tepki vermeye başlamışlardır. Bunun en somut örneği ise okurların karşılaştıkları yalan haberlere tepkisiz kalmalarıdır. Tepki verme eylemini bir yana bırakarak, yalana inanmayı seçen kesimlerin varlığı bilinmektedir. Bunun yanı sıra dijital çağda bilinçli olarak yalan üretime dahil olan ve paylaşma katkı sağlayan bireyler, haberciliğin değer kaybı yaşamasına neden olmaktadır. Sanallaşan habercilik uygulamaları, sanallaşan bireyler, sanallaşan iletişim biçimleri ve sanallaşan tepkiler, yalancılığın dozunu arttırmaya devam etmektedir. Toplumların bulundukları tüketici konumdan hem üretici hem tüketici konuma geçiş süreci, habercilik için sancılı bir dönemi ifade etmektedir. Bu dönemin başlangıç noktası da geleneksel haberciliğin internet haberciliğine geçiş süreci olarak kabul görmektedir. İnternet haberciliğinin yaygınlaşmasına paralel olarak ortaya çıkan yeni habercilik türleri de habercilik alanında hissedilen dönüşümü pekiştirmektedir.

1.2.3 İnternet Haberciliği Üzerine

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte ortaya çıkan teknolojik araçların medya sektöründe kullanılmaya başlanması, geleneksel kitle iletişim araçlarında dönüşümler yaşanmasına yol açmıştır. Medya alanında meydana gelen değişimlerden etkilenen araçların başında ise gazeteler yer almaktadır. Geleneksel dönemde politika, ekonomi, kültür, sanat vb. konular hakkında bilgi ve haber verme amacıyla, bireylerin kişisel yorumlarının katılmasıyla da yazılabilen yazılar üzerine temellenen, günlük veya belirli zaman aralıklarıyla çıkarılan yayınlar olarak tanımlanabilen basılı gazeteler, dijitalleşme süreci ile birlikte şekil değiştirmiş ve dijital platformlar üzerinden okurlar ile buluşmaya başlamıştır. Gazetelerin sanal mecralara taşınması, internet gazeteciliği kavramını ortaya çıkarmıştır. Hail (akt. Balcı, 2017: 156), bu kavramı “gazetecilik mesleğinin haber toplama pratiklerinin kullanılarak, insanların internet aracılığıyla bilgilendirilmesi” şeklinde tanımlamaktadır. Bu tanımdan hareketle, yeni dönemde gazetelerin internet bağlantılı olduğu görülmektedir. Geleneksel gazetecilikte basılı materyaller üzerine kurulan yapı, dijital çağda internet ortamına taşınmış ve sanal biçimde yürütülmeye başlanmıştır. Bu noktada internet gazeteciliği kavramı türemiştir. Bu yeni gazetecilik pratikleri “gazetecilik 2.0, elektronik gazetecilik, internet gazeteciliği/haberciliği, sanal gazetecilik, online gazetecilik/habercilik, çevrimiçi gazetecilik, dijital gazetecilik, multimedya gazeteciliği, siber gazetecilik, network gazetecilik” (Narin, 2017: 25) gibi çeşitli

şekillerde de isimlendirilmektedir. Yüksel ve Gürçan (2005: 201) internet haberciliğini, sanal ortamda kullanıcılara yönelik hazırlanan ve haber servisi yapan sayfalar olarak açıklamaktadır. Gazeteciliğin kazandığı bu yeni sanal form, o dönemde var olan teknoloji koşulları içerisinde ortaya çıkan ve kısa sürede yaygınlaşmayı başaran yeni bir alanı ifade etmektedir.

İnternet gazeteciliği tarihsel bağlamda irdelendiğinde, internet gazeteciliğinin ortaya çıkışı ve gelişimi belli süreçlerin ardından gerçekleşmiştir. İnternet gazeteciliği; masaüstü yayıncılığa geçiş, elektronik yayıncılık ve internet yayıncılığı olmak üzere farklı döneme ayrılmaktadır. 1985'te başlayan masaüstü yayıncılık dönemi, masaüstü yayıncılık sistemlerinden yararlanılarak gazete vb. materyallerin basıma hazırlandığı yılları ifade etmektedir. Bu sistemler bilgisayar, tarayıcı vb. araçlar yardımıyla gazetelerin baskıya girmeden önce hazırlanmasını kolaylaştıran araçlar olarak tanımlanmaktadır. Bu dönemde hazırlanan ve baskıya girmesi planlanan içeriğin ön izleme biçiminde görüntülenmesi olanaklı hale gelmiştir. Elektronik yayıncılık dönemi, masaüstü yayıncılık döneminde var olan bir takım geleneksel methodların terkedildiği bir süreçtir. Dijital ortamda biçimlendirilen ancak yine de kağıtlara basılarak üretimi gerçekleştirilen alışkanlıklar bu dönemde CD, disket, DVD gibi elektronik alanlara kaydedilerek diğer bireyler ile paylaşılmaya başlanmıştır. İnternet yayıncılığı döneminde ise bireyler arasında bilgisayar ve internet kullanımı artmıştır. Önceki dönemlerde kağıda basılı şekilde okuyucu ile buluşan gazeteler, bu dönemde dijitalleşmiş ve internet gazeteciliği kavramı doğmuştur (Sütçü vd.'den akt. İnce, 2018: 27-30). Bu bağlamda, internet gazeteciliğinin gelişen teknolojiler ile birlikte ortaya çıkan bir mecra olduğunu söylemek mümkündür.

Türkiye'de 90'lı yıllarda görülmeye başlanan ilk internet gazeteciliği örnekleri, gelişen internet teknolojileri ile birlikte 2000'li yıllarda büyük bir ivme yakalamıştır. İlk internet yayını olan Aktüel, 1995'te internet üzerinden yayınlanmıştır. Bir yıl sonra Zaman gazetesi internet ile tanışmıştır. Daha sonraki aşamada Xn (Eksen) internet alanında var olmaya başlamış ve Türkiye'nin ilk sanal gazetesi olarak tarihe geçmiştir. 1997 yılına gelindiğinde ise Milliyet, Hürriyet, Sabah gibi çok sayıda büyük gazete internet ile tanışmıştır (Basım, 2002: 15). Kendi dönemi içerisinde büyük bir yeniliği ifade eden bu sanal habercilik uygulamaları, 21. yüzyılda gelişen teknolojiler ile farklı şekilde değerlendirilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda 90'lı yıllarda internet üzerinden yayın hayatına başlayan ilk internet gazeteleri, haber broşürü olarak nitelendirilmiştir (Toruk, 2008: 293). Bu düşüncenin temelinde basılı gazetelerin birebir olarak internet mecralarına yüklenmesi yer almaktadır. Bu noktada günlük olarak çıkarılan gazeteler, hazır içeriklere sahip olmaları nedeniyle internet ortamına kolay

adapte olmuşlardır. İlk olarak basılı gazetelerden sağlanan içerikler ile yürütülen internet gazeteciliği faaliyetleri, ilerleyen dönemlerde sadece internet üzerinden yayın yapan gazetelerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu süreçte üç farklı geçiş aşaması yaşanmıştır. İlk aşamada geleneksel gazetecilik yapan kurumlar birer haber sitesine sahip olmuş ve yayıncılık faaliyetlerini iki koldan yürütmeye devam etmişlerdir. İlerleyen süreçlerde kitle iletişim aracına sahip olmayan şirketler kendi bünyelerinde haber siteleri kurmaya başlamışlardır. Geleneksel gazetecilik bağlamında pratiği olmayan kişilerin haber üretim süreçlerine dahil olması, bu döneme denk gelmektedir. Üçüncü aşamada ise hiçbir kuruluş ile bağlantısı olmayan ve tamamen medyanın dışında kalan kişiler tarafından, herkesten bağımsız haber siteleri kurulmuştur (İnce, 2018: 35-36). Profesyonellerin haber sitesi kurarak başladıkları süreç, gazetelerin tamamen dijitalleşmesi ile sonuçlanmıştır.

İnternet gazetelerinde yaşanan bu dönüşüm süreci toplum içerisinde var olan başka dinamiklerden de beslenmiştir. 2000’li yılların başında ülkede yaşanan ekonomik kriz neticesinde çok sayıda gazeteci işsiz kalmış ve bu dönemde oldukça yeni bir alan olan internet gazeteciliğinin popülerliği giderek artmıştır. Bu yeni ortam, gazeteciler için büyük bir fırsat haline gelmiş ve geleneksel gazetelerde iş imkanı bulamayan kişilere alternatif bir alan yaratılmıştır. Bu alanın cazibesi hem gazeteleri hem de gazetecileri büyülemiştir. İnternet haberciliğinin geleneksel gazeteciliğe kıyasla ekonomik ve az maliyetli bir ortam oluşu, haber üreticilerinin internet gazeteciliğine yönelmesini körüklemiştir (Koloğlu, 2015: 179). Yeni medya üzerinden yürütülen habercilik çalışmaları, profesyonel gazeteciler açısından da yeni bir döneme işaret etmektedir. Bu dönem, gazeteci kavramının da değişmesi ile sonuçlanmıştır.

Geleneksel döneme ait gazeteci kavramı, “gazete yayımlayan kimse”, “gazeteye yazı yazmayı, haber toplayıp vermeyi veya gazetenin yazı işlerinde çalışmayı iş edinen kimse” ve “gazete satan kimse” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu Sözlüğü, 2018). Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından yayımlanan Türkiye Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’nde ise gazeteci kavramının tanımı şu şekilde yapılmaktadır (Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, 2018):

Düzenli bir şekilde, günlük yahut süreli bir yazılı, görüntülü, sesli elektronik veya dijital basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme veya görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olup, çalıştığı işletme ile ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar gazetecidir.

Bu tanım, gazetecilerin farklı mecralarda görev yapabilen, belirli yasalar tarafından korunan, bilginin işlenmesi ve halka iletilmesi aşamasında aktif rol oynayan bireyler olduğunu vurgulamaktadır. Basın İş Kanunu’nda yer alan ibareye göre ise “Bu kanunun

kapsamına giren fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığı çalışan kişiler” gazeteci olarak adlandırılmaktadır (İş Kanunu, 2018). Basın İş Kanunu, gazetecinin yaptığı iş karşılığında bir ücret alması gerektiğinin altını çizmektedir. Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (International Federation of Journalist) ise (Röportörün El Kitabı, 2018) gazeteciyi:

Asli, sürekli ve ücretli işi bir ya da birkaç yazılı veya görsel-işitsel kitle iletişim aracına yazı veya resimle katkıda bulunan, kazancının çoğunu böylece sağlayan kişidir. Gazetelerde ve süreli diğer yayınlarda veya radyo ve televizyondan yayınlamak üzere güncel olayları ve haberleri toplayan, veren, yorumlayan kişi

biçiminde tanımlama yoluna gitmiştir. Bu tanımda da öncelikli olarak gazetecilerin yaptıkları üretimler ile ekonomik gelir elde ettikleri ifade edilirken, çeşitli mecralarda yayın yapma işini üstlenen kişiler olduğu söylenmektedir. Yüksel ve Gürçan’a göre (2005: 40) ise gazeteciler, basın alanında faaliyet gösteren kişiler içerisinde haber üretim görevini üstlenen ve gazete çıkarma sürecinde sürekli olarak çeşitli konular hakkında yazılar yazan, habere ulaşma, haberi üretme ve haberi düzenleme gibi gazeteye içerik hazırlama süreçlerine katılım sağlayan bireylerdir. Bu bağlamda Yüksel ve Gürçan, gazetecilerin tanımlanması aşamasında süreklilik olgusuna vurgu yapmaktadır. Ancak tüm bu tanımlamalar dijitalleşme süreci ile birlikte değişmiş ve gazeteci kavramı belirsizleşmiştir. Gazeteci olarak adlandırılan kişilerin kim olduğu ve nasıl tanımlanacağı günümüzde tartışmalı bir konu haline gelmiştir. Cangöz (2015: 230-231), kimlerin gazeteci olarak isimlendirilebileceği hakkında ortaya atılan fikirlerin gazeteci olmak için yasal dayanaklar, profesyonel iş görme rutinleri ve mesleki normlar; rol ve sorumluluklar gibi farklı odak noktalarından hareketle çeşitlendiğini ifade etmektedir. Ancak bu noktada söylenebilecek en kesin yargı, 21. yüzyılda gazeteci tanımlamalarında internet kavramının yer alması ve gazetecilerin internet gazetecisi olarak adlandırılmasıdır.

Gazeteci terimi, günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte internetten yararlanarak haber üretim süreçlerine dahil olan kişileri betimlemeye başlamıştır. Bu bağlamda internet gazetecisi, habere ait süreçlerin bir kısmında ya da tamamında interneti ve teknolojik cihazları kullanan bireyler olarak tanımlanabilmektedir. Bunun yanı sıra internet gazetecisi günümüzde internet ile birlikte diğer teknolojileri takip eden, sahip olan ve kullanan kişilerdir. Gazetecilerin haber süreçlerinde teknolojilerden yararlanmaları, haber kavramının da dönüşüme uğramasına neden olmuştur.

Yeni medya öncesi dönemde bireyler bilgi alma ihtiyacını basılı haberlerden karşılarken, dijital çağda ekranlar üzerinden giderilmeye başlanmıştır. Bu durum teknoloji ile haberin iç içe geçmesinin bir sonucudur. 21. yüzyıl teknolojileri, haber kavramına ilişkin çok sayıda değişim yaşanmasına neden olmuştur. Haber üreticileri başta olmak üzere, haber yazım

kuralları, haberi dağıtım kanalları vb. sayısız dönüşüm meydana gelmiştir. Günümüzde haberler internet gazetecileri tarafından üretilen sanal haberlere dönüşürken, geleneksel dönemde var olan haber yazım şekilleri ile farklılaşmıştır. Yeni medya öncesi dönemde profesyonel gazeteciler tarafından geleneksel habercilik pratiklerinden yararlanılarak üretilen haberler, günümüzde internet gazetecileri tarafından üretilmeye başlanmıştır. Basılı gazetelerde var olan editoryal kontrol süreçleri, yeni medyanın ekran başında her an üretim yapabilme özelliği sayesinde ortadan kalkmıştır. Dijital çağda metinsiz bir fotoğraf bile haber olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Bunun yanı sıra yeni medya ortamlarının haber içeriklerinde çoklu unsur kullanımlarını desteklemesi, geleneksel gazetecilikte olmayan video, ses vb. araçların haber sunumunda kullanılmasına imkan tanımıştır. Günümüz haberciliği, geleneksel dönemde var olan “dünü haberleştirme” pratiklerinden kurtularak “anı haberleştirme” evresine geçmiştir (Widmann, 2002: 88-89). Dijital çağda haber üretimi için olay yerine ulaşan muhabir, teknolojik araçların gelişmesi ile birlikte haberi anında -olay yerinden- kurumuna ya da internet kullanıcılarına ulaştırabilmektedir. Sanal mecralar, haberlerin hızla yayılmasına katkı sağlamaktadır. Her geçen gün geleneksel gazetecilerin yerini sanal gazeteciler; geleneksel gazeteciliğin yerini ise sanal gazetecilik almaktadır (Anadolu Ajansı, 2018: 21). Bu sıradışı dönüşümün temelinde ise internet haberciliğinin sahip olduğu özellikler yatmaktadır. Bu özellikler şu şekilde sıralabilir:

- Farklı araçların bir arada kullanımı:

İnternet haberciliği geleneksel haberciliğe kıyasla farklı haber sunum tekniğine sahip ve çoklu unsur kullanımlarını destekleyen bir yapıdadır. Bu yeni habercilik biçimi, tüm habercilik teknikleri ile yöntemlerinin tek çatı altında toplandığı ve bütünleşik haber sunumunun gerçekleştirildiği bir mecra üzerinden yürütülmektedir (Yüksel ve Gürcan, 2005: 202). Bu ortam, gazetecilerin hareketli veya hareketsiz resimler ile ses ve metinleri birleştirmesine imkan tanımaktadır (Hargreaves, 2006: 180). Bu bağlamda gazeteciler, yeni iletişim teknolojileri sayesinde yazdıkları haberleri ses, video vb. eklentiler ile zenginleştirme olanağına sahip olmuşlardır. Dijital çağda haberciler, habere dair üretim, paylaşım vb. süreçlerde yeni, ucuz ve kullanışlı elektronik cihazlar kullanmaya başlamışlardır (Hargreaves, 2006: 1). Farklı araçların birlikte kullanımı destekleyen bu yeni sistem, gazeteciler için yeni bir deneyim sunmaktadır.

- Etkileşim:

Günümüz teknolojileri ile üretilen ve yayınlanan haberler, okurun katılımına açık şekilde dolaşıma girmektedir. Bu bağlamda okurun habere yorum yapma, eleştiride bulunma gibi geri bildirimde bulunabilmesi, internet haberciliğinde etkileşim kavramını gündeme

getirmektedir. Bu özellik sadece okurlar tarafından değil, üreticiler tarafından da önemsenen bir alan haline gelmiştir. Bu özelliği kullanan içerik üreticileri, okuru sistem içerisinde tutmak için anket ve oylama gibi takip ve süreklilik gerektiren yöntemleri tercih etmektedir. Bu durum, gazetecileri sürekli üretime iterken, okuru da sürekli takibe yönlendirmektedir. Dijital çağda okurlar, yeni medya öncesi döneme göre daha katılımcı ve aktif bir konuma gelmiştir.

- Maliyet:

İnternet gazeteciliği ekonomik açıdan geleneksel haberciliğe kıyasla olumlu özelliklere sahiptir. Geleneksel gazetelere göre daha düşük bir bütçeyle kurulabilen internet gazeteleri aynı zamanda daha çok içeriğin yayınlanmasına da imkan tanımaktadır. Üretici için maliyeti azaltan bu yeni yapılanma, okura da bilgiye ucuz erişim kanalları sunmaktadır.

- Anında Üretim ve Tüketim:

İnternet teknolojilerinin gelişmesiyle ortaya çıkan internet gazeteciliği, habercilik döngüsünün anlık olmasını destekleyen bir yapıdadır. Haberler zaman ve mekan kısıtlaması olmaksızın üretilmektedir. Bu durum tüketimin de anlık olarak gerçekleştirilmesi anlamına gelmektedir. İnternet gazeteciliğinde haber, her an üretilmeye ve tüketilmeye hazırdır (Hargreaves, 2006: 7). Gazeteciler her an bulundukları yerden haber üretebilirken, okur kesim anında haberi tüketebilmektedir.

- Katılım:

Çok kısa sürede, dünya genelinde milyonlarca okura ulaşan internet haberleri, gazeteciliğin kurumsal olmaktan çıkmasına yol açmıştır. Bu durum profesyonel gazetecilerin yanı sıra sıradan vatandaşların da haber süreçlerine dahil olduğu bir ortam yaratılmasıyla gerçekleşmiştir. Bireyler internet ile birlikte haber içeriği hazırlayabilir ve paylaşabilir hale gelmişlerdir (Anadolu Ajansı, 2018: 25). İnternet gazeteciliği ile birlikte, geleneksel gazetelerde sabit okuyucu konumunda olan bireylerin yerini, daha aktif ve katılımcı bireyler almıştır. Bu faal bireyler tüketirken aynı zamanda üretici olarak da süreçlere dahil olmuştur. Bu durum kavramsallaştırılarak üretüketici (prosumer) olarak adlandırılmıştır (Narin, 2017: 24). İnternet haberciliği, okur kesmin habercilik süreçlerine katılımını destekleyen bir yapıda olması nedeniyle, habercinin belirsizleştiği bir alan haline gelmiştir.

- Erişim:

Yeni iletişim teknolojileri, bireylerin yeni medya ortamlarında yer alan gazetelerden yararlanarak dünyanın başka bir yerinde gerçekleşen olaylar ile ilgili haberlere erişim sağlamasını kolaylaştırmaktadır. Bireyler edilgen durumdan etken duruma geçtikleri dijital çağda, iletilen mesaja istedikleri zaman istedikleri yerden erişim sağlayabilmektedir.

- Paylaşım:

İnternet teknolojileri, üretilen haberlerin çok sayıda kullanıcı ile anında paylaşılmasını sağlamaktadır. Bu paylaşım üretici olan gazeteci tarafından yapılabileceği gibi tüketici konumunda olan okur tarafından da gerçekleştirilebilmektedir.

- Müdahale:

Yeni medya öncesi dönemde basılı olarak yayınlanan gazeteler, basıldıktan sonra değiştirilemeyen içeriklerden oluşmaktaydı. Ancak internet haberciliğinde bu durum değişmiş ve üretici, paylaşılan içeriğe anında müdahalede bulunma şansına sahip olmuştur.

- Hız:

Yeni iletişim teknolojilerinin habercilik alanına getirdiği en büyük yenilik ise hız olmuştur. İnternet haberciliğinde habere dair süreçler hızlı bir şekilde yürütülebilmektedir. Tanrıbilir (2015: 175) yeni medya ortamlarında iletilen mesajların, iletim şekli, içeriği ve özellikleri, hız bakımından geleneksel medya ile kıyaslandığında daha önde olduğunu söylemektedir.

- Hiperlink kullanımı:

İnternet haberciliğinde üretilen bir haber ile başka bir habere yönlendirme yapabilmektedir. Metin içerisine yerleştirilen gizli bağlantılar, okuru tıklaması halinde konu ile ilgili ya da ilgisiz hedeflenen bir başka içeriğe göndermektedir.

- Arşiv:

İnternet gazeteciliğine yönelik kurulan haber sitelerinde bulunan arşivler, okurun daha önce üretilen haberlere erişimini kolaylaştırmaktadır. Geleneksel gazetecikte daha zor gerçekleştirilen arşivleme işlemi bu yeni ortamda geliştirilmiş ve okurların hizmetine sunulmuştur.

Bu bağlamda, internet teknolojisi ile birlikte ortaya çıkan yeni medya ortamları, internet gazeteciliği kavramının önem kazanmasına ve gelişmesine katkı sağlamıştır. Dönüşen habercilik pratikleri, geleneksel habercilikte var olan çoğu alışkanlığın bırakılmasına yol açarken yeni araç kullanımlarıyla yürütülmeye başlanmıştır. Bu teknolojik ilerlemeler ve sanallaşan gazetecilik uygulamaları neticesinde de yeni medya ortamında yeni habercilik türlerinin doğuşu gerçekleşmiştir.

1.2.4 Yeni Medya Ortamında Yeni Habercilik Türleri

Bilgisayarın icat edilmesi, internetin bulunması ve bireysel olarak kullanımının yaygınlaşması çok sayıda alanda değişime yol açmıştır. Bu alanların başında ise gazetecilik gelmektedir. Teknolojik ilerlemelerin yanı sıra, yeni medya kavramının ortaya çıkması ve

habercilik faaliyetlerinde yeni bir mecranın kullanılması, gazetecilerin mesleki pratiklerinin değişmesine neden olmuştur. Habercilik faaliyetlerinin internete doğru kayması, geleneksel gazetecilikte var olan habere erişim, haberi işleme, haberi sunma vb. süreçlerde dönüşümler yaşanması ile sonuçlanmıştır. Bu dönüşüm sürecinde gazeteciler, içerik üretim aşamasında çeşitli teknolojik araçlardan faydalanmaya başlamışlardır. Aslan (2010: 15), bunun nedenini “Medya kuruluşları arasında artan rekabeti yani pazar payını arttırmanın yanı sıra enformasyonu daha hızlı biçimde iletmek” şeklinde açıklamaktadır. Gazeteler “Kağıda basılı olarak okuyucularıyla buluşmalarının yanı sıra internet siteleri, sosyal paylaşım hesapları, tablet edisyonları ve mobil uygulamalarıyla” varlıklarını sürdürmeye devam etmişlerdir (Değirmencioglu, 2019: 46). Artan üretim alanları ve çeşitlilik, yeni üretim kaynaklarına ihtiyaç duyulmasına neden olmuş ve bu gelişmeler ışığında da yeni habercilik türleri ortaya çıkmıştır. Mobil cihazlara bağlı olarak gelişen SMS haberciliği, mobil video haberciliği, yurttaş haberciliği, sosyal medya haberciliği, WhatsApp haberciliği, drone haberciliği, robot haberciliği ve veri haberciliği, yeni medya ortamlarında faydalanan yeni habercilik türleridir.

1.2.4.1 Mobil Habercilik

Teknolojik ilerlemeler ile birlikte yaşanan gelişmeler, sadece bireylerin gündelik yaşantılarını değiştirmekle kalmamış aynı zamanda yayıncılık alanında da bir takım değişikliklere neden olmuştur. Yeni medya kavramı yayıncılık dünyasında yer edinmeye başladıkça, habercilik dönüşerek mobilleşmeye başlamıştır. Mobilite ya da mobil kavramı, köken olarak 15. yüzyıla dayanmakta ve Fransızca “mobilité” kelimesinden gelmektedir. Mobil kavramı “Hareket yeteneği, hareketlilik, taşınabilirlik” anlamlarını karşılamaktadır (Alkan’dan akt. Aslan, 2010: 17). Bu kavram bireyleri özgür kılan, sabit olma durumunu ortadan kaldıran ve sürekli gezdirilebilir olan cihazları nitelemektedir. Habercilere ve okura sınırsız özgürlük imkanı sunan bu mobil cihazların gelişimi, çok sayıda yeni habercilik türünün doğmasına da zemin oluşturmuştur. Yeni haber üretim biçimlerinde kullanılan birincil ortak araç ise telefon teknolojisidir.

İlk cep telefonu 1973 yılında Martin Cooper tarafından 25 cm boyunda, 4 cm genişliğinde, 8 cm derinliğinde ve 850 gram ağırlığında olarak üretilmiştir (Aslan, 2010: 20). Kısa sürede yeni özellikler eklenerek gelişimini sürdürmeye devam eden cep telefonları, kullanıcılar tarafından tercih edilmeye başlanmış ve bireylerin bu cihazları atfettiği değer miktarında büyük bir artış yaşanmıştır. Mobil cihazların popülerliği, sahip olduğu sabitlik gerektirmeme, taşınabilir olma, hareket halindeyken kullanıma olanak sağlama, gün geçtikçe boyutlarının ve ağırlıklarının azalması ve kullanıcıların diğer bireyler ile etkileşim içerisinde

olması bağlamında artmıştır (Oh ve Kun-Pyo'dan akt. Aslan, 2010: 17-18). 80'li yıllara kadar ticari amaç güdülmenden kullanılan cep telefonları, ilerleyen süreçlerde sivilleşmiş ve günden günde daha çok kullanıcıya ulaşmayı başarmıştır. Bu sürece damga vuran gelişme ise GSM teknolojilerinin ortaya çıkmasıdır.

GSM teknolojisi “kullanıcıların hareket halindeyken konuşabilmesini ve çağrı alabilmesini sağlayan” bir sistemi ifade etmektedir. Mobil iletişim için küresel sistem iletişim protokolü ilk kez 1992 yılında Fransa ve Almanya'da hizmet vermiştir (Taşkın'dan akt. Ünal, 2012: 38). Türkiye'de ise GSM teknolojisi 80'li yıllarla birlikte gelişmeye başlamış ve 90'lı yılların son zamanlarında kullanım yaygınlığı bakımından zirve yapmıştır. GSM teknolojileri geçmişten günümüze 1G, 2G, 2.5G, 3G, 4G, 4.5G ve 5G olmak üzere 7 evreden geçmiştir. Her bir aşama birbirinin devamı ve tamamlayıcısı olarak görülmektedir.

1G (First Generation Wireless Telephone Technology): 70'li yıllarda icat edilmiş ve hücresel ağ teknolojileri üzerine inşa edilmiştir. 80'li yıllara gelindiğinde başta Amerika ve Avrupa'da yaygınlık gösteren bu “ilk nesil mobil telefon teknolojisi” Türkiye'de “araç teknolojisi” biçiminde isimlendirilmiştir. O yıllarda var olan teknolojiler ile üretilen bu yeni sistem, analog tekniklerden yararlanan, ses kalitesinde olumsuzluklar taşıyan ve sınırlı kapsama alanına sahip bir teknolojiyi ifade etmektedir (Özdemir'den akt. Ünal, 2012: 38). Günümüz teknolojileri ile kıyaslanamayacak ölçüde kötü olan 1G sistemi, bu teknolojilerin başlangıç evresidir. Bu dönemden sonra 2G teknolojisi gelişmiştir.

2G (Second Generation): 1G dönemi ile kıyaslandığında daha kaliteli ses bağlantılarının gerçekleştirildiği ve SMS olarak adlandırılan kısa mesaj servislerinin hizmet vermeye başladığı dönemdir. İkinci nesil teknolojilerin ilerleyen süreçlerinde mobil şebekeler aracılığı ile internet kullanımı olanaklı hale gelmiş ve enformasyon paylaşımına yönelik çalışmalar yürütülmüştür (Mutlu'dan akt. Balcı, 2017: 133). GSM teknolojileri, bu dönemin ardından gelişmeye devam etmiştir.

2.5G: 2G teknolojilerinden 3G teknolojilerine geçiş dönemini ifade etmektedir. Bu süreçte GPRS sistemleri gelişmeye başlamıştır.

3G (Third Generation): Bu teknoloji 30 Temmuz 2009 itibariyle mobil telefon kullanıcıları tarafından kullanılmaya başlanmıştır (Ünal, 2012: 46-47). 3G teknolojisi “cep telefonu kullanıcılarına görüntülü telefon görüşmesi ve hızlı internet erişimi gibi olanaklar sunan bir teknoloji” olarak açıklanmaktadır (Aslan'dan akt. Balcı, 2017: 133-134). 3G teknolojileri veri aktarım hızının artmasına katkı sağlarken, bilgilerin anlık olarak diğer bireyler ile paylaşımına da imkan tanımıştır. Balcı'ya göre “3G, çok hızlı internet bağlantısı ve mobil televizyon olanağının yanı sıra konumlandırma hizmetlerinin gelişmesi, mobil

ticaretin artışı, görsel basında haberlerin daha hızlı ulaştırılması gibi konularda da kullanıcıların hayatına girmiştir” (Balcı, 2017: 134). Bu süreç habercilik alanında mobilleşme hareketlerinin artmasına yol açmıştır.

4G: İlk üç dönemin devamı niteliğinde olan 4G teknolojileri, “dördüncü nesil kablosuz telefon teknolojisi” olarak isimlendirilmektedir. Bu sistem “daha önceki nesillerden daha yüksek veri hızları temeline dayanan herhangi bir zamanda, herhangi bir yerde, ses, veriler ve akan çoklu kitle iletişimin kullanıcılara hizmet verebileceği, uçtan uca IP çözümü sağlamaktadır” (Balcı, 2017: 134). 4G teknolojisinin geliştirilme amacı “Hizmet kalitesi ve kablosuz geniş bant erişimi, çok ortamlı mesajlaşma hizmeti, video sohbet, taşınabilir televizyon, yüksek çözünürlüklü televizyon kapsamı ve DVB gibi gelecek olan uygulamaların hız gerekliliklerini oturtmak”tır. Varnalı vd. ise 4G teknolojisinin en önemli özelliğinin yöndeşme olduğunu vurgulamaktadır (akt. Ünal, 2012: 45):

4G kablosuz şebekeler, farklı erişim teknolojileri arasında otomatik olarak geçebilmekte ve bu sayede LAN, Wi-Fi, hücresel ağlar, uydu temelli şebekeler en düşük ücret ya da en yüksek veri hızı gibi tercihlere göre kullanılabilir.

Bu bağlamda, 1G, 2G, 2.5G ve 3G teknolojilerine ait karşılaştırmalı tablo şu şekildedir (Kert’ten akt. Aslan, 2010, s. 33):

Tablo 1.2 4G Dışındaki Diğer Hücresel Mobil İletişim Nesillerinin Karşılaştırmalı Özellikleri

Teknoloji	Özellik
1G	Yalnız analog ve ses iletimi
2G	Dijital ses iletişimi, Sistem 1G’ye göre daha çok aramayı kaldırabilir Daha öz güç kullanımı Ses iletim kalitesinde artış Dijital veri iletimi Basit metin mesajlarının iletimi E-posta
2.5G	Paket anahtarlama veri iletimi Uygulamada 144 kbps hızına kadar veri iletimi İnternet bağlantılarının yüksek hızlarda olmasa da desteklenmesi
3G	Aynı anda daha çok sayıda arama kapasitesi Uygulamada 2.4 Mbps hızına erişen veri iletimi Çoklu ortam iletim desteği Geniş bant internet bağlantısı

4.5G: Bu teknoloji dünya genelinde kullanılan en son mobil haberleşme teknolojisidir. Bu yeni teknoloji ile birlikte daha hızlı ve daha yüksek kapasiteye sahip mobil internet kullanımı mümkün hale gelmiştir (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, 2019). İnternet hızı önceki dönemlerle kıyaslanamayacak ölçüde artmıştır.

5G: GSM teknolojilerindeki 5. nesli nitelendiren 5G teknolojisi, önceki kuşaklara göre daha hızlı veri transferini desteklemektedir. Bu gelişme aynı zamanda bağlantılarda yaşanan kopma olaylarının da önüne geçilmesi anlamına gelmektedir. Buna ek olarak bir şebeke üzerinden çok sayıda cihaz bağlantısı gerçekleştirebilmektedir (Yeni İş Fikirleri , 2019). Son nesil teknolojiyi ifade eden 5G, haberciliğin daha hızlı yapılmasını sağlamaktadır. Ev interneti ile yarışması planlanan bu son nesil teknolojinin, yakın zamanda çok uzun süre kaydedilen ve yüksek çözünürlük sebebiyle büyük boyutlara sahip olan haber görüntülerinin, mobil cihazlar üzerinden anında internette paylaşılmasına olanak tanınması beklenmektedir.

Bu bağlamda mobil cihazlar ve GSM teknolojilerinin gelişimi haberciliği etkisi altına almış ve yeni kavramları literatüre kazandırmıştır. “Mobile Journalism” kavramı da bu yeni kavramlardan sadece bir tanesidir. Türkçe’ye mobil habercilik olarak çevrilen Mobile Journalism, mobil cihaz kullanımı ile yapılan habercilik faaliyetlerini ifade etmektedir. Mobil gazetecilik yapanlar ise “Mobile Journalist” –mobil gazeteci- olarak adlandırılmaktadır. Bu yeni kavram “MoJo” olarak kısaltılmakta ve kullanılmaktadır. Bu gelişmeler ışığında mobilleşme hareketlerine bağlı olarak tarihsel bağlamda ortaya çıkan ilk habercilik türü ise SMS haberciliğidir.

1.2.4.1.1 SMS Haberciliği

SMS haberciliği, gelişen mobil teknolojilerle birlikte ortaya çıkan yeni haber üretim biçimlerinden bir tanesidir. Bu yeni uygulamada SMS olarak adlandırılan kısa mesaj servisleri, haber iletiminde kullanılmaktadır. SMS (Short Message Service) yani Kısa Mesaj Servisi, “bir mobil telefon aracılığıyla 160 karakteri geçmemek koşuluyla yazılan bir mesajın başka bir mobil telefona gönderilmesi” şeklinde tanımlanmaktadır (SMS technology history?’den akt. Balcı, 2017: 131). Aslan (2010: 60) ise SMS’i “Kablosuz iletişim ortamlarında metin iletimi sağlayan uluslar arası bir mesajlaşma sistemi” olarak açıklamaktadır.

SMS sisteminin çalışma aşamalarına bakıldığında, gönderici tarafından yazılan mesaj, gönderim aşaması onaylanır onaylanmaz kablosuz servis sağlayıcısı olarak adlandırılan birime iletim gerçekleşmektedir. Bu iletimin ardından elektronik ortamda mesaja dair gönderim bilgileri incelenerek HLR (home location register, dahili yer kaydedici) olarak adlandırılan sistemden alıcı hakkında konum gibi bilgilerin gelmesi beklenmektedir. HLR servis sağlayıcısı, bünyesinde kayıtlı olan kişi bilgilerinin, telefonlarının ve anlık konumlarının saklandığı bir veri tabanıdır. HLR’den elde edilen veriler ışığında, mesaj MSC (mobile switching center, mobil anahtarlama merkezi)’ye iletilmektedir. Bu merkez GSM ağ

idaresinden sorumlu bir merkezdir. Burada gelen mesajların dağıtımları gerçekleştirilmektedir. Bu sistemde gerçekleştirilen aktarımlar sonucunda da gönderilmek istenen mesaj alıcıya iletilmektedir (Aslan, 2010: 62-63). Süreç her ne kadar uzun gibi gözüksede aslında bir SMS'in göndericiden alıcıya ulaşması sadece saniyeler almaktadır. Bu geliştirilen yeni sistem üzerinden ilk SMS'in 3 Aralık 1992 tarihinde Neil Papworth tarafından gönderildiği bilinmektedir (Türkiye'de Elektronik Haberleşme Sektörü Üç Aylık Pazar Verileri Raporu'ndan akt. Aslan, 2010: 60). Türkiye'de ise 1994 yılı itibariyle SMS kullanımına geçilmiştir. 2G teknolojilerinin gelişmesiyle dünya genelinde SMS teknolojisi yaygınlık kazanmış ve haberleşmenin yanı sıra farklı amaçlar için de kullanılmaya başlanmıştır.

İlk aşamada haberleşme amacıyla kurulan bu sistem, ilerleyen süreçte propaganda faaliyetleri yürütme, bireylere reklam içerikleri sunma, haber iletme, hava durumu raporları paylaşma gibi farklı alanlarda, bireyleri bilgilendirme amacına hizmet etmeye başlamıştır (Aslan, 2010: 61-62). Türkiye'de SMS sisteminin kullanılmaya başlanması 1994 yılı olmasına rağmen habercilikte SMS'ten yararlanılması 3 Haziran 2003 itibariyle gerçekleşmiştir. Haberlerin mobil cihazlar üzerinden iletmeye başlanması, operatörlerden gelen talepler sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu yenilikle birlikte kurumların yeni ekonomik gelir elde etmeye yönelik faaliyetler yürütmesi amaçlanmıştır (Aslan, 2010: 73). Haberciliğe sunulan bu yeni teklif doğrultusunda da SMS haberciliği ortaya çıkmıştır.

SMS haberciliği "kısa mesaj olarak servis sağlayıcılar tarafından abonelik yoluyla kullanıcılara iletilen habercilik biçimi" şeklinde tanımlanmaktadır. SMS haberciliği, meydana gelen ani gelişmelerin bu sistemlerde kayıtlı olan kişilere ve abone olan mobil telefon kullanıcılarına kısa, yalın ve öz bir biçimde aktarılmasını amaç edinen bir habercilik türüdür. Yayın kuruluşları, haber alma gereksinimlerini karşılama amacıyla kendilerine abone olan kişilere kısa mesaj servisleri üzerinden haber servisi yapmaya başlamışlardır. SMS haberleri, bir yazılım programı aracılığıyla okurlara iletilmektedir (Aslan, 2010: 9-96). Habere ait içerik, kurumlar tarafından yazılarak içerik/yazılım şirketine ulaştırılmaktadır. Bu aşamada yazılım şirketi, kurum ile operatör arasında bağlantı kurulmasını sağlamaktadır (Fakir'den akt. Aslan, 2010: 98). Bağlantının kurulmasının ardından abonelik ve fiyatlandırma işlemleri gerçekleştirilmekte ve yazılım şirketinin elinde bulunan SMS içeriği önce operatöre ardından da abonelere iletilmektedir (Yöngazer'den akt. aktaran Aslan, 2010: 98). SMS haberciliğinde asıl hedef, sisteme abone olan kişilerin yer ve zaman fark etmeksizin olaylardan haberdar olmalarıdır. Bu habercilik türü, olaylar hakkında bilgilenme aşamasında geç kalan ve farklı araçları takip etme fırsatı bulamayan kişilerin habere erişimini kolaylaştırmaktadır. Haber

içerikleri SMS yoluyla aboneye gönderilmektedir. Mesajlar haberi özetleyecek biçimde, kısa, öz ve yalın olarak yazılmaktadır. Temelde 5N1K sorularının cevaplarını içermektedir (Aslan, 2010: 74-75). Bu bağlamda oluşturulan SMS haberleri ile kullanıcılar bilgiye erişim sağlamaktadırlar. Ancak her haberin SMS ile abonelere aktarılması mümkün olmadığından, haberlerin önem derecesine göre sıralanması ve haber değeri yüksek içeriklerin iletilmesi önemsenmiştir.

SMS haberleri içerik bakımından ele alındığında, okumayı kolaylaştırma ve dikkat çekme amacıyla kısa başlıklar seçilmektedir. Buna ek olarak bazı haberlerde başlık kullanılmamaktadır. SMS haberleri genel hatları ile ele alındığında, yüklemsiz cümlelerin ve kısaltmaların kullanıldığı, spor haberlerine yönelik yapılan haberlerde sadece skorların paylaşıldığı, sayıların yazı biçiminde değil rakam olarak yazıldığı, karakter sınırlamasını aşmamak için bazı kelimelerin yarım bırakıldığı, haberin kaynağına yönelik açıklamaların her zaman olmadığı görülmektedir (Aslan, 2010: 81-84). SMS haberciliğine yönelik sıralanan içeriksel eksiklikler, kısa mesajların sahip olduğu dezavantajlardan kaynaklanmaktadır.

SMS'in mesaj karakterlerinin sınırlı olması en büyük dezavantaj olarak görülmektedir. SMS'lerde bulunan karakter sınırlaması, haber alan kişilere, bilginin yeterli miktarda aktarılıp aktarılmadığına yönelik bir tartışmaya yol açmıştır. SMS haberciliğine yönelik olumsuz eleştiriler, SMS haberciliğinin yetersizliği tezi üzerine kurulmuştur. SMS haberciliğinin popülerleştiği dönemde, SMS haberciliği yapan kurumlar da bu yetersizlikleri kabul etmiştir. Ancak SMS haberciliğinin temelinde yer alan "bireylere haber değeri taşıyan bir olayın yaşandığına dair kısa bir bilgilendirici not iletme düşüncesi" bu eleştiriler ile ters düşmektedir (Aslan, 2010: 16-77). Özet metinler ile okurun ağzına bal çalan SMS haberciliği, kitleyi internet sitelerine yönlendirmek üzerine bir sistem inşa etmiştir.

SMS haberciliğinin bir diğer dezavantajı ise haber almak isteyen kişilerin mesajların gelme saati ile ilgili koydukları sınırlılıklardır. Büyük oranda kullanıcılar, haber mesajlarını gece geç saatlerde almak istememektedir. Bu nedenle çok önemli bir gelişme olmadığı sürece abonelere geç saatlerde SMS atılmamaktadır. Buna ek olarak, kısa mesajların geri bildirim özelliğine sahip olmaması da dezavantaj olarak görülmektedir. Abonelerin SMS haberciliğine yönelik beklentisi ise SMS ile doğru haberler almaktır. Kullanıcılar, yanlış ve yanıltıcı içeriklere tolerans göstermemekte ve bu tür hatalar bireylerin aboneliklerini iptal etmeleri ile sonuçlanabilmektedir (Aslan, 2010: 94-95). SMS haberciliğinin yukarıda da sıralandığı üzere çok sayıda dezavantajı olduğu görülmektedir. Ancak bunların yanı sıra büyük avantajları da bulunmaktadır.

Ekonomik yönden ucuz, hızlı, kolay ve tüm mobil telefonlarda yer alan bir teknoloji olması SMS haberciliği avantajları olarak sıralanmaktadır. Alıcıya iletilmek istenen mesaj SMS sayesinde kolayca ulaştırılabilmektedir. Mesajların saklanabilir olması da okurlar için büyük bir kolaylık sağlamaktadır. Alıcının müsait olmaması halinde mesaj SMS merkezinde saklanarak alıcının uygun olduğu zaman dilimi beklenmektedir. Hiçbir ileti alıcıya iletilmeden silinmemekte ve kaybolmamaktadır (Aslan, 2010: 64-65). Bu olumlu özellikler SMS haberciliğinin kullanılmasına katkı sağlamıştır. Ancak 90'lı yıllarda teknolojilerin gelişmesiyle ortaya çıkan bu habercilik türü, günümüzde neredeyse yok denecek kadar azalmıştır. SMS ile gönderilen haber içeriklerinin yerini yine aynı mantık ile işleyen internet haber sitelerinden gelen bildirimler almıştır. Gelişen mobil cihazlar, habercilik alanında kullanılmaya devam edilmiş ve başka yeni habercilik türlerinin doğmasına zemin hazırlamıştır.

1.2.4.1.2 Sosyal Medya (Sosyal Ağ) Haberciliği

Sosyal medya (sosyal ağ) haberciliği, sosyal medya araçları kullanılarak yapılan yeni bir habercilik türüdür. Bu yeni habercilik uygulaması, mobil teknolojilerin gelişmesi ve bu cihazların habercilik alanında kullanılmaya başlanmasının devamında ortaya çıkmıştır. Haberciliğe ismini veren sosyal ağ kavramının tanımı farklı şekilde yapılmaktadır. Ryan ve Jones'e göre (akt. Öztürk, 2015: 30) bu kavram "kullanıcıların çevrim içi olarak bir araya gelmesine, iletişim kurmasına, tartışmasına, değiş tokuşta bulunmasına ve sosyal etkileşimin herhangi bir şekline katılımına izin veren web tabanlı yazılım ve servisleri ifade eden şemsiye bir kavram" olarak tanımlanmaktadır. Öztürk'e göre (2015: 30) sosyal ağlar, bu ortamları kullanan bireylerin, belirli bir konu çevresinde buluştukları, üyelik sisteminin kullanıldığı, bireylerin bu mecraları kullanma amacıyla kendilerine ait profil oluşturdukları çevrimiçi ve sanal platformlar olarak açıklanmaktadır. Mutlu (2015: 123), sosyal medyayı Facebook, Twitter, Instagram gibi uygulamaları kapsayan ve dünya üzerinde çok sayıda kullanıcının dahil olduğu ağ şeklinde tanımlamaktadır. Engin (2015: 55) ise sosyal medyanın yeni medya teknolojilerinde yaşanan ilerlemeler neticesinde ortaya çıktığını vurgulayarak, geleneksel araçlara göre daha güçlü ve hızlı etki alanına sahip, bireylerin diğer bireyler ile veri paylaşımına imkan tanıyan; etkileşimin var olduğu çevrimiçi alanlar ve internet siteleri olduğunu söylemektedir. Peki bireylerin sanal bir ortamda bir araya gelmelerine imkan tanıyan sosyal medya nasıl ortaya çıkmıştı?

Sosyal medyanın ortaya çıkış hikayesi Taşkiran'a göre (2017: 7) "iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmelerin sonucu, iletişim sürecinin çift yönlü olarak

gerçekleşmesine fırsat sunan, iletişim sürecindeki kaynak ile alıcıyı etkileşimli bir ortamda bir araya getiren platformların gelişmesiyle” olanaklı olmuştur. Günümüzde oldukça yaygın biçimde kullanılan sosyal ağlar, Web 2.0 kavramının ortaya çıkması ile birlikte bireylerin hayatında yer edinmeye başlamıştır. Temelinde insanların düşüncelerini paylaşma fikri yatmaktadır (Öztürk, 2015: 24). 1997’de kullanıcı bireylerin kendilerine ait bir profil oluşturmalarına ve kendi arkadaş çevrelerini listelemelerine imkan tanıyan SixDegrees.com adlı site, sosyal ağların ilk örneği olarak görülmektedir (Gangadharbatla’dan akt. Öztürk, 2015: 29). Web 2.0 dönemi ile gelişen sosyal ağlar, internet günlüklerinin ortaya çıkmasına yol açmış ve kullanıcıların bu alanlarda faaliyet göstermesine zemin hazırlamıştır. İnternet günlükleri kullanıcılar tarafından açılmakta ve internet günlüğü kullanıcısı tarafından üretilen içerikler kronolojik olarak bu alanda paylaşılmaktadır. İnternet günlüklerinin ortaya çıkması ile birlikte kullanıcılar kendilerine ait alanlara sahip olmaya başlamışlardır (Öztürk, 2015: 32-33). “90’ların ortasından itibaren internette yer almalarına rağmen, internet günlüklerinin bir fenomene dönüşmesi 1998 yılında Open Diary’nin kullanıma açılması ile gerçekleşmiştir. Open Diary, internette kullanıma sunulan ve kullanıcı yorumlarına izin veren ilk günlük yazılımıdır” (Interactive Advertising Bureau’dan akt. Öztürk, 2015: 33). Bu gelişmenin ardından yaygınlaşmaya başlayan sosyal medya, mobil cihazların sürece dahil olmasıyla daha da popülerleşmiştir.

Sosyal medya ağlarının popülerleşmesine katkı sağlayan bir diğer unsur ise mobil araçların gelişmesi ve mobil internet teknolojilerinin bireyler tarafından kullanılmaya başlanmasıdır. 1G ve 2G teknolojilerinin ardından 3G teknolojisinin ortaya çıkışıyla birlikte, cep telefonları bir bilgisayarın yapabildiği tüm özelliklere sahip olmaya başlamıştır. Bu aşamada kullanıcıların erişim sağlama ihtiyaçlarını gidermek amacıyla mobil internet kavramı kullanıma girmiş ve kullanıcılar tarafından duyulan talepler doğrultusunda mobil internet hizmetleri gelişmiştir. Bununla birlikte sosyal ağların kullanımı kolaylaşmış ve günden güne toplum içerisinde yayılım hızı artmıştır (Yurttaş ve Şişman, 2015: 161). İnternet teknolojileri sosyal medya uygulamalarının gelişmesinde oldukça önemli bir yere sahip olmuştur.

İnternetle birlikte “paylaşım yapma” amacına hizmet eden sosyal medya uygulamalarının ortaya çıkışı, bireyleri bu alanlar üzerinden iletişim kurmaya yönlendirmiştir. Sosyal ağlar dünya üzerinde var olan milyonlarca kullanıcının hem tanıdığı hem de tanımadığı bireylerle iletişim kurmasına olanak sağlayan mecralardır. Bireyler bu ortamlarda e-paylaşımlar yapabilmekte ve diğer bireyler ile iletişim kurabilmektedirler. Kullanıcılar, paylaşılan içeriklerde metinlere, görsellere, fotoğraflara, videolara, müzik parçalarına ve kendileriyle ilgili oluşturulan çok sayıda farklı veriye yer verebilmektedirler (Öztürk, 2015:

30). Eldeniz'e göre (2010: 26-27), bu mecralarda bireyler kendilerine ait bilgileri diğer kullanıcılar ile paylaşabilmekte, mevcut arkadaşlıklarını sürdürebilmelerinin yanı sıra yeni arkadaşlıklar kurabilmekte, kendileri tarafından çekilen fotoğraf, video vb. içerikleri yayınlatabilmektedir. Bu sanal ortamlar üzerinden paylaşılan her içerik başka bireyler ile etkileşim kurulmasına katkı sağlamaktadır. Taşkiran (2017: 8), sosyal medyanın iletişim özelliği üzerinde durarak bireylerin hem kaynak hemde alıcı oldukları, aynı zamanda da içeriği üreten ve paylaşan bireyler olarak konumlandırıldıklarını söylemektedir. Bu bağlamda, sosyal medya günümüzün yeni iletişim aracı haline gelmiş ve sayısız alanda farklı amaçlarla kullanılmaya başlanmıştır.

İlk yıllarda bireysel paylaşımlar için kullanılan sosyal ağlar Kırık ve Yiğit (2017: 108)'e göre küreselleşme ile birlikte ticari amaçlar doğrultusunda da kullanılmaya başlanmış ve müşterilere erişim kanalı olarak görülmüştür. Bu bağlamda, okurların müşteri olarak konumlandırılması halinde, medya sektörünün de haberleri okurlara iletilmede sosyal medya mecralarından yararlanması bu düşüncüyü desteklemektedir.

Sosyal medya ağlarının basın sektöründe kullanılması, birçok avantajı beraberinde getirmiştir. Haber akışları hız kazanmış ve haberler anlık olarak okuyucu ile paylaşılabılır hale gelmiştir. Geleneksel gazetecilikte var olan dağıtım sorunları ortadan kalmış, haberlerin saniyeler içerisinde okurlar ile buluşturulması mümkün olmuştur. Süre açısından yaşanan bu değişimlerin yanı sıra haber üretiminde de dönüşümler meydana gelmiş ve kurumların yanı sıra bireyler de her an içerik üretebilir bir konuma yerleşmiştir (Anadolu Ajansı, 2018: 25). Bu yeni paylaşım aracı, zaman içerisinde basın çalışanlarının yanı sıra sıradan vatandaşların da dahil olduğu bir süreci beraberinde getirmiş ve bu gelişmeler sonucunda yurttaş haberciliği kavramı ortaya çıkmıştır.

1.2.4.1.3 Yurttaş Haberciliği

Yurttaş haberciliği kavramı, temelde halk gazeteciliğine dayanmaktadır. Civic journalism, public journalism ve citizen journalism kavramlarının İngilizceden Türkçeye çevirisinde yapılan hatalar bazı karışıklıkların yaşanmasına neden olmuştur. Civic journalism; sivil gazetecilik, public journalism; kamu/halk gazeteciliği, citizen journalism; vatandaş/yurttaş gazeteciliği olarak çevrilmesi gerekirken üç kavram da yurttaş gazeteciliği olarak çevrilmiş ve literatürde yer almıştır.

Yurttaş haberciliğin oluşumunda yer alan halk haberciliği, 20. yüzyılın son yıllarında Amerika Birleşik Devletleri'nde popülerleşen bir kavramdır. Halk haberciliğini destekleyen kesim, geleneksel gazetecilik pratiklerinin halkı olaylar karşısında fikir belirtme,

yürekliendirme gibi eylemlerde bulunmadığını aksine bireyleri vazgeçirmeye çalıştığını iddia etmektedir. Bu cesaret kırma çabalarının, halkın demokrasi ile kurduğu bağı kopardığı ileri sürülmektedir. Halk gazeteciliği genel anlamda halkı müşteri olarak nitelendirmek yerine yurttaş olarak konumlandıran, halka göre önem arz eden sorunların belirlenme süreçlerine yurttaşları dahil eden, sorunların çözümlerinde yurttaşlardan fikir alan ve katılımlarını teşvik eden, yaşanan sorunları ön plana çıkarmayı hedefleyen bir yapıya sahiptir (İrvan, 2019). Tokgöz’e göre (2013: 85) bu habercilik türünün temelinde, yurttaşların var olan sorunlarını çözme aşamasında yerel topluluklarla birlikte hareket edilmesi gerekliliği yatmaktadır. Halk haberciliği merkeze yurttaşları, sorunları ve çözümleri koyan bir sisteme sahiptir.

Halk haberciliğinde var olan yurttaşların habercilik sürecine dahil olma beklentisi, bu haberciliğin ancak yerel düzeyde gerçekleştirilebilmesine neden olmaktadır. Amerika’da basın faaliyetlerine devam eden gazetelerin büyük çoğunluğunun yerel bir yapılanmaya sahip olması nedeniyle, bu habercilik türünün ABD’de uygulanması daha kolay olmuştur. Türkiye’de bu habercilik türünün yapılması zor ve meşakatli olarak görülmektedir. Yurttaşları haber süreçlerine dahil eden halk haberciliği, yurttaş haberciliğin çıkış noktası olarak görülmektedir (İrvan, 2019). Peki yurttaş haberciliği nedir?

Yurttaş haberciliği, “yurttaş gazeteci” olarak adlandırılan kişiler tarafından yapılan bir habercilik türüdür. Kırık ve Yiğit (2017: 105-106) yurttaş gazetecilerinin, gönüllü muhabir olarak betimlenen internet kullanıcılarını nitelediğini ifade etmektedirler. Teknolojik ilerlemeler sonucunda habercilik faaliyetlerinin sanal mecralara kayması ve yurttaşların haber süreçlerine dahil olması, yurttaş haberciliği kavramını ortaya çıkarmıştır. Yurttaş haberciliği “mesleki anlamda gazetecilikle uğraşmayan insanların haber yapması” (Anadolu Ajansı, 2018: 200) şeklinde açıklanmaktadır. Demirtaş (2017: 130) ise yurttaş haberciliğini “Gazeteci kavramının genişlemesi ve profesyonel gazeteci olmayan sıradan yurttaşların da haberler üreterek, gönüllülük esasında, genel iletişim ortamına dahil olmaları ve vatandaşlık haklarının savunusu amacıyla gazetecilik yapmaları” olarak açıklamaktadır. Arık’a göre (2013: 276) yurttaş gazeteciliğinde temel amaç “Sıradan halkın, sadece haberin nesnesi değil, aynı zamanda öznesi konumunda olması” yani sadece haber alan değil haber veren kişiler haline gelmesidir. Bu süreçte vatandaşların konumlarında yaşanan değişimler, sosyal medya ağları ile olmuştur. Sosyal medya ortamları “Haber üretimi açısından biçimi hem profesyonel hem de amatör gazetecilere açıktır” (Anadolu Ajansı, 2018: 195). Bu nedenle “içeriklerin kullanıcılar tarafından üretilmesine imkan tanıyan yapısıyla, iletişim sürecinde zaman ve mekan farkını ortadan kaldırmasıyla ve bilgilerin yayılım hızının artmasını sağlaması

nedeniyle en popüler iletişim ortamları halini almıştır” (Taşkiran, 2017: 10). Bu popülerleşme ise 21. yüzyıl itibariyle olmuştur.

11 Eylül 2001’de Amerika Birleşik Devletleri’nde bulunan iki kuleye yönelik gerçekleştirilen saldırı, yurttaş haberciliğinin görüldüğü ilk örnek olarak tanımlanmaktadır. Bu olayın hemen ardından gerçekleşen sürekli haber akışı, gazetecilerin bu akışı takip etme aşamasında güçlük yaşamaları ile sonuçlanmış ve halk haber üretim sürecine dahil olmuştur. Cep telefonu ve diğer mobil teknolojik cihazlar ile olaya dair çekilen fotoğraflar ve videolar, yurttaşlar aracılığıyla bloglar ve sosyal ağlar üzerinden dolaşıma girmiştir (Değirmencioğlu, 2019: 46). Bu tarihi olay, habercilik alanında yurttaşları birer gazeteciye dönüştürmesi ile anılmaktadır.

Yurttaş haberciliğın yayılma aşamasında, bloglar oldukça önemli bir yere sahiptir. Narin (2017: 31), kurulan blogları “yurttaş gazeteciliğinin temel mecrası” olarak nitelendirirken, bu ortamları 80’li yıllardan beri habercilik alanında var olan tekelleşme olgusuna karşı bir hareket olarak görmektedir. Blogların denetleme özelliğine de vurgu yapan Narin (2017: 31), blogları “profesyonel gazeteleri denetleyen bir mekanizma” şeklinde tanımlamaktadır. Eldeniz’e göre (2010: 24) blogların kuruluş amacı her ne kadar günlük tutma olsa da günümüzde habercilik alanında önemli bir yere sahiptir ve “blog yoluyla habercilik” günden güne büyük bir ivme kazanmaktadır. Bu artışın nedeni, yurttaş haberciliğine katkı sağlayan bireylerin aktif olarak haber süreçlerine dahil olması ve kendilerine ait fotoğrafları, videoları, yorumları, haberleri bu alanlar üzerinden diğer bireyler ile paylaşabilmesidir (Anadolu Ajansı, 2018: 200). Bu paylaşımların yapıldığı alanların başında gelen bloglar, toplumları derinden etkileyen doğal afet, siyasi olay vb. haber niteliği taşıyan her türlü olayda bireylerin kendi ürettikleri metinleri, fotoğrafları, videoları paylaşma ve kendi düşüncelerine yer vererek kaleme aldıkları yazıları yayınlama ihtiyaçları neticesinde doğmuştur. Bu durum çalışan gazetecilere, çeşitli sebepler nedeniyle çalışma imkanı bulamayan gazetecilere ve yurttaşlara alternatif bir haber alanı oluşturmuş ve 2000’li yıllarla birlikte haberlerin üretim ve paylaşım aşamasında yararlanılan bir habercilik türü olmuştur.

Yurttaş haberciliğın tanınması ve yayılması aşamasına katkı sağlayan bir diğer gelişme ise “OhMyNews” isimli online gazetenin kurulmasıdır. Bu gazetenin birinci ilkesi, her yurttaşın aynı zamanda bir muhabir de olduğudur. Site, yurttaşlardan gelen içeriklerin doğruluğunu teyit ettikten sonra düzenlemekte ve yayına almaktadır. Gazetenin kurucusu Oh Yeon Ho, bu siteyi para kazanma hedefi için değil, dünyanın değişmesine katkı sağlama amacı ile kurduğunu ifade etmektedir (Atikkan ve Tunç’tan akt. Değirmencioğlu, 2019: 54-55). Yurttaş haberciliğın gelişiminde WikiLeaks isimli internet sitesinin katkısı da önem arz

etmektedir. WikiLeaks, yurttaş gazeteciliği yapan bir site olarak kurulmuş ve Nisan 2009’da Amerikan askeri helikopteri tarafından Irak’ta yaşayan sivil bireylere yapılan müdahaleyi yayınlarak, gündem yaratmıştır. Konuyu göz ardı etme gayretinde olan diğer siteler, bu haber içeriğine yer verme mecburiyetinde kalmışlardır. Ülke içerisindeki yetkili kişiler bu haberler sonrasında, olayla ilgili zorunlu bir yorum yapma etkinliği içerisinde sürüklenmişlerdir (Greenwald’tan akt. Narin, 2017: 31-32). Bu örneklerden hareketle, yurttaş haberciliğinin gerçekleri açığa çıkarma ve gözler önüne serme aşamasında çok etkili bir habercilik türü olduğu aşikardır. Tüm bu olumlamaların yanı sıra, yurttaş gazeteciliği demokrasi kavramıyla da ilişkilendirilmektedir.

Yurttaş haberciliği ile demokrasi arasında bir bağ olduğu düşünülmektedir. Alankuş (akt. Özer, 2012: 25), yurttaş habercilikte ana hedefin “demokrasiye yeni açılımlar getirmek” olduğunu ileri sürmektedir. Kırık ve Yiğit de (2007: 105) bu düşüncüyü “Ayrım gözetmeksizin herkesin aktif biçimde haberci olmasını sağlayan yurttaş gazeteciliği aracılığıyla haberin de demokratikleşmesi sağlanmıştır” ifadesiyle desteklemektedir. Özer (2012: 28) yurttaş haberciliğe yönelik bir takım beklentiler olduğunu öne sürerken bu beklentiyi “kamunun katılımını sağlamak ve kamuya adanmış bir gazetecilik yapmak” şeklinde açıklamaktadır. Her ne kadar bu habercilik türü başlarda yurttaşların bir çabası olarak ortaya çıksada, ilerleyen süreçlerde büyük medya kuruluşları tarafından da yararlanılan bir alan haline gelmiştir. Kırık ve Yiğit (2017: 126) yurttaş gazeteciliğini “Günümüzde konvansiyonel medya kuruluşlarının da beslendiği damar” olarak nitelendirmekte ve “yeni bir demokratik yönelim” olarak betimlemektedir. Yurttaş gazeteciliğinin genel anlamda kurumsal siyaset ve ana akım medya olarak adlandırılan kurumlara karşı bir işleyiş içerisinde olduğu şu satırlarla açıklanmaktadır:

Yurttaş gazeteciliği, aktivist oluşumlar içinde bir alan oluşturmaktadır. Okuyucuların aktif katılımını bekleyen ve kurumsal siyasetin karşısında, ana akım medyada yer bulamayan görüşleri temsil eden bu yapılar dünya genelinde aktivist grupların bağlantı kurmasını da sağlayarak kitle eylemlerinde rol oynamaktadır. Bu uygulamalar, internetin ve sosyal medyanın sağladığı olanaklarla bir habercilikten daha çok bir haberleşme sistemi olarak değerlendirilmelidir (Anadolu Ajansı, 2018: 200).

Bireylerin kendi seslerini duyurma isteklerinin yanı sıra, diğer kişilerin de içinde bulunduğu durumu gözler önüne serme güdüsü, yeni medya ortamlarında yeni habercilik türlerinin oluşmasına katkı sağlamıştır. Merak eden bireylerin haber alma ihtiyaçlarını gideren bir araç haline gelen yeni medya ortamları, profesyonel gazetecilerin ve geleneksel biçimde sürdürülen gazeteciliğin değişmesine yol açmıştır. Daha sonraki dönemde ortaya çıkan sosyal paylaşım siteleri de, bloglardaki işleyişi sürdürmeye devam etmiştir (Atikkan ve Tunç’tan akt.

Değirmencioğlu, 2019: 54). Bu sanal ortamlarda kullanıcılar ön plana çıkmış ve süreçlerde aktif rol oynamaya başlamışlardır. Gelişen teknolojilerden yararlanarak katılım sağlayan bireyler, yeni yöntemler ile içerik üretimine dahil olmuşlardır. Okurlar paylaşım aşamasında metinlerin yanısıra videolardan yararlanmaya başlamış ve bu gelişme mobil video haberciliğini gündeme getirmiştir.

1.2.4.1.4 Mobil Video Haberciliği

İnternetin ve mobil cihazların gelişimi ile birlikte ortaya çıkan mobil video haberciliği, temelde multimedya teknolojisi üzerine inşa edilmiş bir habercilik türüdür. Multimedya kavramı “yazılı metin, çizgi grafikler, fotoğraf, film ve ses gibi bilgilerin bir araya getirilerek numaralanması ve hacminin küçültülerek kullanıma sunulması işlemi” şeklinde tanımlanmaktadır (Çoban, 1996: 22). Buna ek olarak multimedya, “yazı, ses, fotoğraf, video, grafik, animasyon ve etkileşimin (interaktiflik) bir uyum içerisinde kurgulanması” (Anadolu Ajansı, 2018: 181) olarak da açıklanmaktadır. Savage ve Vogel’e göre ise (akt. Taşkiran, 2017: 35), “Metinlerin, grafiklerin, animasyonların, seslerin ve videoların kombinasyonlarının dijital işleme araçları tarafından birleştirilmesi, geliştirilmesi ve dağıtılması” multimedyaı ifade etmektedir. Taşkiran’a göre (2017: 35) gelişen internet teknolojileri ile birlikte metin, fotoğraf, video, ses gibi çok sayıda veri aynı ortamda birleşebilmekte ve bu özellik multimedyanın habercilik alanında kullanılmasına zemin hazırlamaktadır. Bu uygun ortam, mobil video haberciliğinin yapılmasına imkan tanımaktadır. Ünal’a göre (2012: 13), “3G mobil iletişim teknolojisinin 30 Temmuz 2009 tarihinden itibaren ülkemizde kullanılmaya başlanması, görüntülü habercilik açısından yeni bir uygulamanın hayata geçirilmesine olanak sağlamıştır.” Bu teknolojik gelişmelerin ardından ortaya çıkan sosyal ağlar ve yurttaş haberciler, mobil cihazlar aracılığı ile içerik üretimine başlamışlardır. Bu süreçte WhatsApp uygulaması da kullanılmaya başlanmış ve WhatsApp haberciliği ortaya çıkmıştır.

1.2.4.1.5 WhatsApp Haberciliği

WhatsApp “akıllı telefonlar için geliştirilen, platformlar arası çalışma özelliğine sahip bir mesajlaşma ve arama uygulaması” olarak tanımlanmaktadır (Vikipedia, 2019). Bu uygulama, programı destekleyen bir telefon ve internet bağlantısı ile kullanılmaktadır. WhatsApp kullanıcıları, bu uygulama üzerinden birbirleriyle iletişim kurabilmekte ve iletişim sürecinde birbirlerine fotoğraf, video, ses kaydı, emoji vb. içerikler gönderebilmektedir. WhatsApp, 2010’da Jan Koum-Brian Acton tarafından Amerika’da kurulmuş ve 4 sene sonra Facebook tarafından satın alınmıştır. Bu uygulamanın SMS’e bir alternatif araç olma düşüncesi ile kurulduğu ileri sürülmektedir (Karaman ve Önder, 2019: 172). Yeni bir iletişim

kanalı olarak kullanılmaya başlanan WhatsApp, çok sayıda avantaja sahip olması nedeniyle kısa sürede popülerleşmiştir. Bu avantajların başında ise kullanıcılarına ücretsiz olarak hizmet vermesi ve reklamsız kullanımı desteklemesi yer almaktadır (Vikipedia, 2019). Bu bağlamda başlangıçta bireyler arasında daha hızlı ve kolay iletişim kurulması amacıyla tasarlanan bu program, daha sonra habercilik alanında da yararlanılan bir araç haline gelmiş ve WhatsApp haberciliği kavramı doğmuştur.

Mobil uygulama haberciliği olarak da adlandırılan WhatsApp haberciliği, WhatsApp isimli uygulamanın haber süreçlerinde kullanılmasını ifade etmektedir. Dijital çağda habercilik alanında yaygın bir biçimde kullanılan WhatsApp, akıllı cep telefonlarının yaygınlaşması ile birlikte ortaya çıkan bir uygulamadır. Bu programın habercilikte kullanılması başlangıçta WhatsApp üzerinden haber gruplarının kurulması ile gerçekleşmiştir. Haber grupları, uygulama üzerinden açılan bir başlık altında, üyelere haber iletilmesi amacıyla oluşturulan bir topluluğu ifade etmektedir. Haber gruplarına üye olmak isteyen kişiler, grup sorumluları ile irtibata geçerek üye olmakta ve haber akışlarını bu gruplar üzerinden takip etmektedirler. İlerleyen süreçlerde bireylerin sadece haber alan değil aynı zamanda haber de üreten bireylere evrilmesi, bu yeni habercilik türünün kendi içerisinde dönüşmesine neden olmuştur. Haber gruplarına duyulan ilginin azalması, WhatsApp ihbar hatlarının popülerleşmesiyle sonuçlanmıştır. İhbar hattı olarak belirlenen telefon numaraları, medya şirketleri tarafından satın alınarak yurttaşlar ile paylaşılmakta ve bu numaralar haber akışı için kullanılmaktadır. Yurttaşlar ile çeşitli platformlar üzerinden sürekli olarak paylaşılan ihbar numaraları, yurttaşları haber sürecine dahil etmeye cesaretlendirmektedir. Günümüzde WhatsApp haberciliği, sıradan bir yurttaşın, herhangi bir zaman diliminde, bulunduğu konumdan, haber olduğunu düşündüğü bir fotoğraf, video vb. içeriği ihbar hatları aracılığı ile medya kuruluşlarına iletilmesiyle yürütülmektedir. Bu uygulama aracılığı ile bireyler, ulaşmak istedikleri medya kuruluşuna erişebilmekte ve haber konularını gönderebilmektedir. Medya kuruluşları da gelen bu içerikleri kendi bünyesinde değerlendirerek haber değeri taşıyıp taşımadığına karar vermekte ve haber değeri taşıyan içerikleri yayınlamaktadır. Ancak çoğu WhatsApp haberinin tam anlamıyla haber değeri taşıdığını söylemek mümkün değildir (HD Tekno Haber, 2019). WhatsApp ihbar hatlarını “çiçek bahçesindeki deve diken” şeklinde betimleyen Dağışan’a göre (2019), bu yolla gönderilen çoğu içerik, sadece gönderen kullanıcı için bir anlam ifade etmekte, toplumları bilgilendirme amacına hizmet etmemekte ve haber bültenlerinde kalan zamanları değerlendirme amacıyla kullanılmaktadır. Bu nedenle, bu habercilik türünün gazetecilerin ve televizyonların görüntülü haber üretmeye yönelik eksikliklerinden ve isteksizliklerinden

dolayı ortaya çıktığı ve bu denli popülerleştiği düşünülmektedir (Dağışan, 2019). Bu noktadan hareketle, teknolojik gelişmelerle ortaya çıkan yeni habercilik türlerinin haberciliğe katkı sağlarken bazı yönleriyle de eleştirilere maruz kaldığı görülmektedir.

Tüm bu ortaya çıkan yeni habercilik türlerinin yanı sıra, akıllı mobil cihazlardan bağımsız habercilik türleri de gelişim göstermiştir. Drone haberciliği, robot haberciliği ve veri haberciliği mobil araç kullanımına dayanmayan ancak yeni medya ortamlarında kullanılan habercilik türleridir.

1.2.4.2 Drone Haberciliği

Teknolojilerin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan habercilik türlerinden bir diğeri ise drone haberciliğidir. Bu habercilik türü drone adı verilen, havada uçarken kayıt alabilen cihazların kullanımına dayanmaktadır. Drone kelimesi İngilizceden Türkçeye “erkek arı” ve “pilotu olmayan ancak yerdeki bir kişi tarafından kontrol edilen, özellikle bomba atmak veya gözetleme amacıyla kullanılan bir uçak” şeklinde çevrilmiştir (Cambridge Dictionary, 2019). Dronelar tarihsel gelişimi içerisinde incelendiğinde, ilk başlarda askeri amaçlar ile kullanılmaya başlanmış, ilerleyen süreçlerde ise “güvenlik, gözetim, keşif, iletişim, ulaşım, teslimat, yardım ve gazetecilik amaçlı sivil ve ticari” bir araç haline gelmiştir (Kavaklı, 2019: 161). Dronelar uzaktan kumanda aracılığı ile uçurulabildiği gibi aynı zamanda hazırlanan bir otomatik uçuş planı doğrultusunda da kullanılabilir. Bu araçlar ilk kez Birinci Dünya Savaşı esnasında ABD tarafından Irak, Afganistan, Pakistan, Yemen vb. ülkeler üzerinde yaptığı askeri operasyonlarda kullanılmıştır. ABD tarafından gerçekleştirilen askeri eylemleri gözlemlene amacına ek olarak, dronelar silahlandırılarak belirledikleri noktaları vurma ve yok etme amacına da hizmet etmiştir. Bu olay sonucunda dronelar tüm dünyada bilinir olmuş ve birçok bireyin hayatını sonlandırması nedeniyle ölümcül bir cihaz olarak görülmüştür. İlerleyen süreçlerde ise dronelar daha bireysel ve iyi amaçlar için kullanılmaya başlanmıştır. “Gazetecilik alanı dahil, sanat, haritalama, doğal hayatı gözleme, insani yardım, insan haklarının gözetimi, toplumsal hareketler ve protesto, kamu güvenliği” bu teknolojinin kullanıldığı alanlarından başında gelmektedir (Goldberg ve Clarke’dan akt. Kavaklı, 2019: 162). Farklı alanlarda kullanılmaya başlanan dronelar, basın sektöründe de yararlanılan bir araç haline gelmiştir.

Droneların habercilik alanında kullanılmaya başlanması 2011 senesine dayanmaktadır. Fukuşima Nükleer Kazası’nın gerçekleşmesinin ardından insanların bölgeye girememesi, droneların görüntü almak için kullanılmasına yol açmış ve bu sayede elde edilen içerikler izleyiciler/okuyucularla paylaşılmıştır. Yılmaz “Reuters, CNN, BBC, AP, AFP, Itar-Tass,

XinHua, Getty Images, The New York Times, The Washington Post ve USA Today” gibi kurumların haber üretimlerinde dronelerden sıkça yararlandıklarını ve bu tür haberlerin izleyicilerin ilgisini çektiğini belirtmektedir. Dronelerin canlı yayın haberciliğine de imkan tanınması, bu araçların habercilik alanında kullanılmasının başlıca nedenlerinden bir tanesidir. Haberciliğe katkı sağlayan dronelar, kullanım açısından zorluklar yaşanmasına neden olmaktadır. Dronelar kullanımı zor araçlar olması nedeniyle, uçuş aşamasında yeterli seviyede bir pilotluk eğitimi gerektirmektedir (Yılmaz, 2019). Bu nedenle kullanıcıların drone üzerine eğitilmiş kişiler olması gerekmektedir. Bu durum habercilikte kullanımını sınırlandırmaktadır.

Günümüzde Türkiye açısından drone kullanımları incelendiğinde, İhlas Haber Ajansı, Anadolu Ajansı ve Doğan Haber Ajansı başta olmak üzere az sayıda kurumun bu teknolojiyi habercilik alanında kullandığı görülmektedir. Bu habercilik türü ülkemizde henüz yeterince yaygınlaşmamış ve “sivil drone kullanımına, özellikle de haber amaçlı kullanımlarına ilişkin akademik bir literatür” hala oluşturulmamıştır. Habercilik alanında kullanımına ilişkin ilk örnek Taksim Gezi Parkı Olayları kabul edilmektedir (Soysal vd.’den akt. Kavaklı, 2019: 168). Gezi Parkı Olayları’ndan sonra daha sık kullanılmaya başlanan dronelar, sahip olduğu özellikler nedeniyle habercilik alanında büyük katkılar sağlamaya başlamıştır.

Droneleri habercilik için cazip bir görüntüleme ve bilgi edinme teknolojisi haline getiren en önemli özelliği, gazetecilere sağladığı gökyüzüne erişim kolaylığıdır. Droneleri gökyüzünün gözleri olarak adlandıran Yılmaz’a göre (2019) bu araçlar sayesinde gazeteciler değişik açılardan farklı hikayeler yakalayabilmektedir. Kavaklı (2019: 163), drone kullanımının sağladığı diğer avantajları ise, haber verilerine erişimi kolaylaştırma ve yeni erişim kanalları sağlama, haber içeriğini destekleme, ekonomik olma şeklinde sıralamaktadır. Doğal afetlerin yaşandığı ve erişimin mümkün olmadığı alanlarda görüntü elde etmek için kullanılan bu araçlar, maliyet açısından bir helikoptere göre daha uygun olması nedeniyle tercih sebebidir. İnsanların can tehlikesinin bulunduğu alanlara da gönderilebilen dronelar, bu bölgeler ile ilgili yapılan haberlerin üretim sürecini kolaylaştırmaktadır (Yılmaz, 2019). Dronelar tehlikesiz biçimde haber erişimine imkan tanırken, elde edilen görüntüler ile haberlerin zenginleştirilmesine de katkı sağlamaktadır. Hamm (2019), dronelerin sağladığı fırsatları görüntü kayıt aşamasında yeni bir yol, görüş alanı dışında yaşanan olaylara erişim, düşük maliyetli olma, gazetecilik güvenliği, yeni gelir yolları, araştırmacı gazetecilik, savaş ve coğrafya raporlama olarak sıralamaktadır. Tehditleri ise gizlilik ve mülkiyet hakları, popüler olmama, iş yükü ve sorumluluk, güvenlik ve hasarlar, sivil hizmetler ile çatışmalar, amatör ve profesyonel kullanım olarak vurgulamaktadır. Tüm bu avantaj ve dezavantajlara

karşın, drone haberciliğinin herkes tarafından tercih edilen bir habercilik türü olmadığı görülmektedir.

Drone haberciliği, bazı kurumlar tarafından tercih edilirken, bazı kurumlar tarafından tercih edilmemektedir. Bu durum kurumların ekonomik güçlerine, büyüklüklerine göre değişkenlik göstermektedir. Büyük medya kuruluşları olarak görülen şirketler daha geniş çaplı haber üretimi gerçekleştirmeleri ve daha fazla ekonomik güce sahip olmaları nedeniyle, drone için gerekli olan harcamaları yapabilmekte ve habercilik alanında dronelerden yararlanabilmektedir. Bunun yanı sıra haber için gerekli olan helikopter gibi daha büyük maliyet gerektiren araç kullanımı yerine daha ucuz yol arayışları, basın sektörünü habercilik alanında drone kullanımına yönlendirmektedir. Daha küçük işletmeler ise dronelerin kullanımı için gerekli eğitim harcamaları ve lisans masrafları nedeniyle bu tür cihazların kullanımını tercih etmemektedir. Kurumların drone kullanımına yönelik kararlarında dikkat etmesi gereken nokta, yaptıkları haber türlerinin ve haber temalarının drone kullanımına uygunluğudur. Kurum dışı alanlarda dronelerin habercilikte kullanımına bakıldığında, belli bir kuruma bağlı çalışmayan gazetecilerin de bireysel haber üretimlerinde dronelerden yararlandığı görülmektedir. Türkiye’de drone kullanma yetisine sahip ve bunu kanıtlayarak lisans almış gazeteciler bulunmaktadır ancak sayıları oldukça azdır. Bu durum da gazeteciler için yeni bir uzmanlaşma fırsatı olarak görülmektedir (Yılmaz, 2019). Bu bağlamda, drone haberciliği iyi eğitim gerektiren yeni bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır.

Habercilik alanında kullanılan dronelar, sahip oldukları farklı özellikler ile birbirinden ayırmakta ve farklı içerik üretimlerine katkı sağlamaktadır. Her bir drone türü, farklı ağırlığa, görüş mesafesine ve uçuş süresine sahiptir. Bu bağlamda kaydedilmesi planlanan içeriğin özelliklerine göre, haberciler tarafından tercih edilen drone türü değişkenlik göstermektedir. Habercinin farklı kullanım amaçlarına hizmet eden dronelar, haberlerde kullanılan içeriklere erişim aşamasında kolaylık sağlarken, bazı zorluklar yaşanmasına da neden olmaktadır. Hamm (2019), gazetecilikte kullanılan drone tiplerini şu şekilde özetlemiştir:

Tablo 1.3 Drone Türleri

Drone Tipleri	Özellikleri	Gazetecilikte Kullanımı	Zorlukları
Mikro ve Küçük Multi-Rotor ve Helikopter	*Küçük boyutlu ve ağırlığı 2 kg’dan az *Küçük kamera yükü *50 metre görüş açısı *12 dakika uçuş süresi	*Olaya yakın hızlı şehir içi raporlama	*Hafif rüzgarlarda dengesizlik *Kolay kırılabilir *Düşük kamera kalitesi nedeniyle kalitesiz çekim
Büyük Multi-Rotor ve	*2-7 kg ağırlık *Yüksek kalite kamera sistemleri	*Daha büyük şehir içi raporlama * Manevra kabiliyeti ile	*Orta dereceli rüzgarlarda dengesizlik *Ağırlıklar ve

Helikopter	*2 km mesafeye kadar görüş *20 dakika uçuş süresi	çekim imkanı	performans ikilemi
Küçük Sabit Kanat	*İkinci kamera kullanımı *Daha büyük veri depolama *Aerodinamik verimlilik *30-45 km mesafeye kadar görüş *30-90 dakika uçuş süresi	*Bölgesel veya kırsal raporlama	*Şehirlerde kullanımı imkansız *Asılı durma özelliği yok
Büyük Sabit Kanat	*Büyük ölçüde sensörler ve kamera sistemleriyle örtülmüş *25 kg ağırlık *20 saatten fazla uçuş süresi	*Gece- gündüz vb. uzun vadeli raporlama garantisi	*Günümüzde: Ağırlıklı olarak askeri amaçlı kullanım * Yetenekli bir kontrol ekibi ihtiyacı

Tablo 1.3'ten hareketle, 4 farklı drone türü bulunduğu ortaya konulmuştur. Küçük tip dronelar büyük tip dronelara kıyasla ağırlık olarak daha hafif olmanın yanı sıra, daha dar görüş açısına ve az uçuş süresine sahiptir. Küçük boyutlu dronelar hava koşullarından etkilenmesi sebebiyle olumsuzluklar yaşanmasına neden olurken, büyük dronelar bu açıdan daha avantajlıdır. Ancak büyük dronelerin şehir içi kullanımları mümkün değilken, küçük dronelar bu alanlarda kullanılabilmektedir. Bu bağlamda, her drone türünün kendi içerisinde avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Habercilik alanında yeni yeni kullanılmaya başlanan dronelar, sahip olduğu dezavantajlar nedeniyle henüz günümüzde yaygınlaşmamıştır. Drone haberciliğine benzer şekilde yeni bir oluşum olan ve henüz tam yaygınlaşmamış bir diğer habercilik türü de robot haberciliğidir.

1.2.4.3 Robot Haberciliği

Robot haberciliği, yakın dönemde literatüre giren yeni bir kavram olmakla birlikte, gazetecilik mesleğine sağladığı avantajlar ve dezavantajlar henüz tam anlamıyla belirlenememiştir. Buna karşın son dönemlerde teknolojik gelişmelerden etkilenen habercilik faaliyetlerinde, robot haberciliği kapsamında haber üretimleri için yazılımlardan yararlanmaya başlanmıştır (Kalsın, 2017: 22-23). Bu kavram “insan müdahalesi olmaksızın otomatik olarak haber hikayeleri üretmek için yazılım veya algoritmalar kullanma süreci” olarak tanımlanmaktadır. Algoritmalar, haber üretim sürecinde var olan bilginin elde edilmesi, analizin gerçekleştirilmesi, haberin yazılması ve okuyucular ile paylaşılması gibi her aşamanın otomatikleşmesine neden olmuştur. Bu yeni habercilik türü, aynı zamanda algoritmik gazetecilik ve otomatik gazetecilik şeklinde de isimlendirilmektedir (Kalsın, 2017: 26). Gazetecilik mesleği ile bilgisayar mühendisliğinin ortak bir çalışması olarak ortaya çıkan robot gazeteciliği, 2006'da Reuters'ın haber üretimlerinde algoritmalarından yararlanmaları ile başlamış, 2010 yılında Statsheet'in yaptığı çalışmalar ile devam etmiş ve günümüze kadar gelmiştir. Öncelikle spor haberlerinde kullanılan bu algoritmalar, maç sonuçları ve istatistiksel

verilerden yararlanarak otomatik haber metinlerinin oluşturulmasında kullanılmıştır. 2014 yılında ise Associated Press, yine sayısal verilerin çoğunlukta olduğu ekonomi ve finans haberlerini bu algoritmalar aracılığı ile üretmeye başlamışlardır (Narin, 2019). Günümüzde ise suç, deprem ve şirket kazanç haberlerinin üretilmesinde sıklıkla kullanılmaktadır (Kalsın, 2017: 33). Peki habercilikte bu kadar yaygın biçimde kullanılmaya başlanan algoritmalar nedir? Weghe, (2019) yapay zeka (AI) olarak da adlandırılan algoritmaları basit anlamda “özerk kararlar veren, insan zihnini taklit ederek problem çözme, dili anlama, sesleri ve nesneleri tanıma gibi görevleri yerine getiren bir sistem” olarak tanımlamaktadır. Bu sistemler insan beyninin yaptığı şeyleri yapabilme yeteneğine sahiptir. Bu nedenle habercilik alanında da kullanılmaya başlanmıştır.

Robot haberciliğinde algoritmalar tarafından ayrıştırılan bilgilerin, daha önce hazır hale getirilmiş metinlerdeki boşluklara yerleştirilmesi esastır. Habercilik alanında sıkça kullanılan robot haberciliği, kurumlar açısından ekonomik olması, zamandan tasarruf sağlaması ve daha az gazeteci çalıştırılmasını destekleyen bir yapıya sahip olması nedeniyle tercih edilmektedir. Ancak habercilik alanında yazılımlardan yararlanılmaya başlanması, bir takım tartışmaları da beraberinde getirmektedir.

Robot haberciliği eleştirenler, yazılımların otomatik haber üretebilme yeteneği nedeniyle gazetecilerin gelecekte büyük bir işsizlik tehdidi ile karşı karşıya kalacaklarını söylemektedir. Algoritmalar haber teması olarak belirlenen bir konu hakkında yüzlerce metin yazma özelliğinin yanı sıra, bir gazeteciye göre daha hızlı, ucuz ve daha az oranda hata yaparak haber yazımını gerçekleştirmektedir. Bu özellikler de robot haberciliğinin, alışılmış haberciliği yok etmesine karşın bir tehdit olarak algılanmasına yol açmaktadır. Algoritmaların gazeteciler gibi yorgunluk, dikkat dağınıklığı vb. olumsuz durumlar yaşamamalarına ek olarak yazım hataları, hesaplama yanlışlıkları ve verileri gözden kaçırma gibi basit hatalara sahip olmamaları, bu yeni oluşumun bir tehdit olarak görülmesini destekleyen unsurlardır. Ancak algoritmaların soru sorma, anında gelişen olayları açıklama, veriler arasında bağ kurma gibi özelliklerinin bulunmaması, gazetecilerin gözlem yapma ve kamuoyu oluşturma gibi temel görevlerini yerine getirememesine neden olmaktadır. Bunun yanı sıra, bu sistemlerin yazı yeteneği, profesyonel gazetecilere kıyasla daha kötüdür. Ancak bu durumun dil üretim teknolojilerin gelişmesi ile bağlantılı olarak gelişeceği ileri sürülmektedir. Robot haberciliğini destekleyen kesim ise, daha çok sayısal verilerden yararlanılarak yapılan haberlerin, algoritmalar tarafından otomatik olarak oluşturulmasının gazetecilere zaman tasarrufu sağlayacağını ve araştırmaya dayalı habercilik için zaman kazandıracağını söylemektedir (Kalsın, 2017: 22-38). Bu bağlamda, ortaya çıkan yeni

habercilik türleri, her zaman beraberinde yeni tartışmaları da getirmektedir. Yeni habercilik türlerinin inşasında rol oynayan teknolojik gelişmeler ve açılan yeni alanlar, habercilik için tehdit olarak görülmektedir.

Habercilerin yapay zekâ ile ilgili olarak bilmesi gerekenleri sıralayan Weghe, birinci maddede yapay zekaların haber odalarını otomatikleştirdiğini söylemektedir. Bu maddeye göre, haber odalarında çalışan kişiler, rutin olarak yapılan işlerden sıkılma eğilimi göstermektedir ve yapay zekâlar, rutin işleri yapabilmesi nedeniyle gazetecileri bu açıdan rahatlatmaktadır. Bu da haber üretiminde verimin artması anlamına gelmektedir. İkinci madde, yapay zekaların gazetecileri güçlendirdiği yönündedir. Gazeteciler, haber üretimi için yapmak zorunda oldukları işleri artık yapay zekalara yaptırabilmektedirler. Ses kayıtlarının deşifre edilmesi gibi temel habercilik rutinleri, günümüzde yapay zekalar tarafından gerçekleştirilebilmektedir. Bu durum, gazetecilerin bu tür işlerden zaman tasarrufu sağlamalarına katkı koymaktadır. Bunun bir benzer örneği ise bazı şirketler tarafından fotoğraflara yönelik yapılan çalışmalar ile görüntü editörlerinin iş yükünün hafifletilmesidir. Habercileri güçlendiren unsurlardan bir diğeri ise yapay zekaların haber üretiminde yapılan hatalar konusunda habercileri uarmalarıdır. Bu bağlamda, bir konu hakkında yapılan araştırmada, kadın ve erkeklere sorulan sorular, yapay zekalar tarafından istatistiksel olarak analiz edilmekte ve bir tarafın sayısal olarak fazla olması durumunda, haber merkezleri botlar sayesinde uyarılmaktadır. Buna ek olarak, video haberciliğe yönelik yürütülen yapay zeka çalışmaları da, habercilerin iş yükünü hafifletmekte ve habercileri güçlendirmektedir. Weghe, üçüncü madde de yapay zekaların araştırmacı haberciliğe yeni formlar sunduğunu ileri sürmektedir. Bir gazetenin binlerce belge inceleyerek uzun süre sonunda yapacağı haberi, yapay zekalar kısa sürede habere dönüştürebilmektedir. Dördüncü madde ise yapay zekaların haberlerin doğrulanması ve teyit edilmesi aşamasında gazetecilere yardımcı olduğu yönündedir. Şüphe duyulan bir konu hakkında gazeteciler metin, resim ve videoların gerçekliğini test etmek için yapay zekalardan yararlanabilmektedir. Beşinci maddeye göre, yapay zeka bireylere kişiselleştirilmiş biçimde bir kullanıcı deneyimi sunmaktadır. Yapay zekalar bireylerin ismini, yerini ve ruhsal durumunu analiz ederek kişiye özel içerik sunma özelliğine sahiptir. Altıncı maddede, yapay zekaların okurlarda güven duygusu uyandırabilmesi için şeffaf olunması gerektiği üzerinde durulmaktadır. Bu noktada, bir haberin yapay zeka tarafından yazılması durumunda okur kesimin, bu konu hakkında bilgilendirilmesi gerektiği ileri sürülmektedir. Bu bağlamda, haber odalarına düşen görev, dürüst olmak ve bu bilgiyi okurlar ile açıkça paylaşmaktır. Yedinci maddede, yapay zekaların gazetecileri yeniden odaklanmaya ve yeniden öğrenmeye zorladığı düşünülmektedir. Bu

bağlamda, yapay zeka alanında yaşanan gelişmelerin ardından gazetecilerin üstlendiği görevlerin değişeceği ve birer gözetmene benzeyeceği ileri sürülmektedir. Yapay zekaların haber odalarında kullanımının artması, gazetecilerin yükünü hafifletmekte ancak kullanım aşamasının öğrenilmesi zorunluluğunu da beraberinde getirmektedir. Gazetecilerin yapay zeka hakkında sahip olduğu bilgiler ölçüsünde bu sistemleri kullanabileceği düşünülmektedir. Yapay zekaların yükselişi, aynı zamanda haber merkezlerinde yeni iş imkanları sağlamaktadır. Yapay zeka aracılığı ile üretilen içeriklerin kontrolü aşamasında duyulan editör gereksinimleri, yeni iş fırsatları anlamına gelmektedir. Kontrol editörlerinin yapay zekaya ilişkin akademik eğitim, kodlama bilgisi gibi öğrenmeye yönelik özelliklere sahip olması beklenmektedir. Son madde de ise yapay zekaların habercilik alanında maliyet ve istihdam gibi konularda bir azalma yaşanmasına yardımcı olmadığı üzerinde durulmaktadır. Bu bağlamda dijital çağda içerikler yapay zekalar tarafından üretilse de, insanların yine de bu içeriklerin belli aşamalarında etkili olacağı düşünülmektedir (Weghe, 2019). Genel anlamda, her ne kadar haber üretiminde robotlar kullanılmaya başlansa da, robotlar tarafından üretilen haberlerin kontrol edilmesi gibi birçok aşamada yine gazetecilerden yararlanılacağı ön görülmektedir. Robot haberciliğine ilişkin avantajlar ve dezavantajlar ekseninde, profesyonel habercilerin robot haberciliğine bakışı ise Narin tarafından şu şekilde derlenmiştir (2019: 87):

Tablo 1.4 İnsan Gazeteciler Robot Gazetecileri Nasıl Yorumluyor?

Güçlü Yanlar	Zayıf Yanlar
Yaratıcılık, insan gazetecilerin klişelerin ötesine geçmelerine ve haber metinlerine mizah unsuru eklemelerine olanak sağlar.	İnsan gazeteciler otomatik içerik üretimine göre daha fazla marjinal maliyete sahiptir.
Esneklik, insan gazetecilerin anlık son dakika haberleri gibi rutin içeriklerin dışında haberleri oluşturmalarına olanak sağlar.	İnsan gazeteciler otomatik içerik ile aynı uzunlukta haberi yazamaz
Analitik yetenekler, insan gazetecilerin tanımın ötesine geçerek derinlemesine bilgi sağlamalarına fırsat verir.	İnsan gazeteciler otomatik içerik üretiminin hızı ile yarışamaz.
Fırsatlar	Tehditler
Otomatik rutin metinler, insan gazetecilere daha derin haberler için araştırma yapmaları için zaman sağlar.	Otomatik içerik oluşturma gazetecilerin rutin işlerini devralarak işsiz kalmalarına neden olabilir.
Otomatik içerik üretimiyle rekabet, insan gazetecileri daha iyi iş yapmaya zorlar.	Otomatik içerik oluşturma spor muhabirliğinin ötesinde, finans veya gayrimenkul gazetecilerinin de işlerini kaybetmelerine neden olabilir.
Otomatik içerik üretimi, küçük izleyici grupları için şu an ele alınmayan haberlerin öyküleştirilmesine neden olabilir.	Otomatik içerik üretimi şeffaflık ve fikri haklar gibi yeni etik sorunları arttırabilir.

Tablodan hareketle, robot haberciliğin güçlü yanları kadar zayıf yanlarının da bulunduğu ortaya konulmaktadır. Gelişen teknolojiler bağlamında geliştirilen yazılımlar, haberciliğe çok sayıda fırsat sunmasının yanı sıra, birçok tehdidin oluşmasına da neden olmaktadır. Yapay zeka teknolojilerinin gelişmesi ve habercilik alanında kullanılmaya başlanması, gazetecilik mesleğini derinden etkilemiştir. Saklıca da (2019) bu düşüncüyü

destekler biçimde günümüzü “emeğin robotlaştığı” bir dönem olarak nitelendirmekte ve gazeteciliğin yaşanan tüm bu gelişmelerden etkileneceğine kesin gözüyle bakmaktadır. Bu bağlamda, ortaya çıkan bir diğer habercilik türü ise veri haberciliği olmuştur.

1.2.4.4 Veri Haberciliği

21. yüzyılda gelişen teknolojiler ile birlikte habercilik alanında popülerleşmeye başlayan veri haberciliği, veri analizine dayalı bir habercilik türü olarak, elde edilen verilerin haberleştirilerek okuyuculara sunulmasını hedeflemektedir. Veri kavramı üzerine inşa edilen bu habercilik türünde verilerden yararlanılması esastır. Bu bağlamda veri kavramı, “Bir araştırmanın, bir tartışmanın, bir muhakemenin temeli olan ana öge”, “gözlem ve deneye dayalı araştırmanın sonuçları”, “bilgi, data” ve “olgu, kavram veya komutların, iletişim, yorum ve işlem için elverişli biçimli gösterimi” olarak açıklanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2019). Veri haberciliği ise en öz haliyle “veri ile haber yapmak” (İrvan, 2019) şeklinde tanımlanmaktadır. Şener (2019) veri haberciliğini “Veriden beslenen, yaptığı haberlerde veriden yola çıkan ve haberin omurgası olarak veriyi kullanan gazetecilik türü” olarak açıklamaktadır. Veri haberciliği, etkileşimli harita, ayrıntılı grafik, tasarım vb. araçları kullanarak, veriler ve haberler hakkında dikkat çekme ve ayrıntılı bilgi verme amacına hizmet eden (Anadolu Ajansı, 2018: 202); bu bağlamda tüm süreçlerini veriler üzerine kurgulayan ve ampirik veri sağlanmasına, olayları daha geniş ölçekte bakılmasına ve bütünselliğin kurulmasına (Şener, 2019) yardımcı olan bir habercilik türüdür.

Veri haberciliğinin gelişim süreci incelendiğinde, dijital çağda popülerliği artan veriye dayalı habercilik faaliyetlerinin, 18. yüzyıla uzandığı ileri sürülmektedir. Bu düşünce, 1700’lü yıllarda yayınlanan gazetelerde yer alan analiz sonuçlarına dayalı haberlerin varlığına dayandırılmaktadır. 20. yüzyıla gelindiğinde ise bu dönemde üretilen haberlerde verilerden yararlanıldığı ve okurun bu yolla bilgilendirildiği görülmektedir. Geçmişte daha basit haliyle var olan veri haberciliği, internetin gelişimi ile birlikte büyük ilerleme kaydetmiştir. İlerlemeler, internet ile elde edilmesi planlanan verilere kolay erişim sağlanması, veri tabanlarına ulaşımın kolaylaşması ve veri alanında uzmanlaşmış meslek dallarının gazetecilik ile iç içe geçmeye başlamasıyla gerçekleşmiştir (Dağ, 2019). Bu bağlamda, veri haberciliğinin köken olarak çok eskiye dayandığını ancak gelişiminin internet teknolojileri ile zaman içerisinde gerçekleştiğini söylemek mümkündür. Bu habercilik türünün gelişiminde ise bazı dönüm noktalarından bahsedilmektedir.

Veri haberciliğinin gelişiminde yer alan önemli gelişmelerden biri, Wikileaks’in kuruluşudur. Wikileaks “kaynaklarının gizliliğini koruyarak hükümetlerin ve diğer

organizasyonların hassas belgelerini yayınlayan, İsveç merkezli bir uluslararası organizasyon” olarak tanımlanmaktadır (Wikizero, 2019). Bu organizasyon içinde yer alan gazeteciler, 2004-2009 yılları içerisinde Afganistan Savaşı’na dair Amerikan ordusu tarafından saklanan belgeleri gün ışığına çıkarmak ve bu belgelerin analizini yaparak bir sonuca ulaşmak için büyük çaba sarf etmişlerdir. The Guardian, The New York Times ve Der Spiegel işbirliği ile yürütülen bu araştırmada yer alan haberciler, belgelerdeki metinleri ölçme, veriye dökme, ayırıştırma, analiz etme ve gerçekliği ortaya çıkarma üzerine faaliyet yürütmüşlerdir. Bu çalışmalar sonucunda da veri haberciliği kavramı ön plana çıkmıştır (Dağ, 2019). İrvan (2019) dünya çapında veri haberciliğine yönelik çalışan kurumlardan bir diğerinin BBC olduğunu söylemekte ve 1999’dan bu yana BBC’nin veri haberciliğine yönelik çok sayıda çalışmaya imza attığını ifade etmektedir. Bu alanda ismi geçen diğer siteleri ise Five Thirty Eight (538) ve 2014 yılında New York Times bünyesinde kurulan Upshot olarak açıklamaktadır. Günümüzde ise veri haberciliği alanında faaliyetlerini sürdüren Washington Post ve Wox Media çeşitli konuları ele almaya devam etmektedir (İrvan, 2019). Ancak Dünya’da yaygınlaşan veri haberciliği uygulamaları, Türkiye’de yeterince gelişmemiştir.

Türkiye veri haberciliği açısından incelendiğinde, İrvan (2019) veri haberciliğinin “henüz yeterince ciddiye alınan bir gazetecilik pratiği” olmadığını söylemektedir. Bu noktadan hareketle, veri haberciliğini Türkiye’ye tanıtmaya görevini üstlenen ve alanın ilk çalışmalarını yürüten kuruluş Dağ Medya olmuştur. Dağ Medya, Türkiye’de 2011-2015 seneleri arasında yaşanan işçi ölümlerine yönelik verileri, 2015 yılında Türkiye haritası kullanılarak görselleştirmiştir. Dağ Medya tarafından 2012’de kurulan <http://www.verigazeteciligi.com/> adlı internet sitesi, veri gazeteciliğinin Türkiye’de gelişmesine katkı sağlamayı hedeflemektedir (2019). Türkiye’de veri gazeteciliğinin gelişimi ile ilgili olarak bir takım engeller olduğuna değinen İrvan, açık kaynakların sınırlı olduğunu vurgulamakta ve kurumların bilgileri diğer bireylerin erişimine açma konusunda olumsuz tavır sergilediklerini ileri sürmektedir. Buna ek olarak, diğer ülkeler veri haberciliği ile ilgili birçok ödüle sahipken, Türkiye bu açıdan da geri kalmıştır (İrvan, 2019). Türkiye’de veri haberciliği alanında çok az sayıda gazetecinin çalıştığını ileri süren Çelik’e göre (akt. Dağ, 2019) Türkiye’de yürütülen gazetecilik çalışmaları anlık olayların haberleştirilmesine yöneliktir ve araştırma haberciliği yapılmamaktadır. Bu nedenle veri haberciliğinin temelinde yatan araştırmacılığın az gelişmiş olması, Türkiye’de bu habercilik türünün gelişmemesine yol açmaktadır.

Veri haberciliğinde haber üretim sürecine bakıldığında, çeşitli aşamaların ardından haber üretimlerinin gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu bağlamda, ilk aşamada veriler

toplanmakta, ikinci aşamada toplanan veriler işlenmekte, üçüncü aşamada veriler görselleştirilmekte ve son aşama veriler haberleştirilmektedir. Bu süreç içerisinde en önemli adım, içeriğin üretilebilmesi için gerekli olan bilgilere ulaşılmasıdır. Bilgilere erişim ancak bilginin elde edilebilir olması ile sağlanabilmektedir. Bu da açık veri kavramını gündeme getirmektedir.

Açık veri “Herhangi bir telif hakkı, patent ya da diğer kontrol mekanizmalarına tabi olmaksızın herkes tarafından ücretsiz ve özgürce kullanılabilen, tekrar kullanılabilen ve dağıtılabilen veri” olarak açıklanmaktadır (Açık Veri & Veri Gazeteciliği Derneği, 2019). Bu kavram “yolsuzlukla mücadelede etkin bir araç” olarak da tanımlanmaktadır (Dağ, 2019). Mutlusen (2019) açık veri kavramıyla, devletin şeffaf olmasının ve veri paylaşımına katılmasının hedeflendiğini söylemekte ve bu durumun hem ülkelerin verimliliklerini yükselteceğini hem de halkın farkındalığında bir artış yaşanmasına katkı sağlayacağını ileri sürmektedir. Bu kavram üzerine inşa edilen habercilik pratiği de açık-geniş kaynaklı (crowdsourcing) habercilik olarak ifade edilmektedir.

Açık-geniş kaynaklı (crowdsourcing) habercilik, araştırılan konu hakkında bilgi sahibi olan herkesin bilgilerini paylaşması esasına dayanmaktadır (Anadolu Ajansı, 2018: 201). Verilerin paylaşılması aşamasında, bireyler kadar kurumlardan da destek beklenmektedir. Devletler tarafından kamusal verilerin ve arşivlerin erişime açılması, veri haberciliğinin uygulanabilirliği noktasında oldukça önemli bir yere sahiptir (Anadolu Ajansı, 2018: 202). Çünkü veri haberciliği, ancak verilere erişim ile yapılabilir. Bu nedenle verilere erişimin kolaylaştırılması, bu habercilik türünün gelişimine de katkı sağlamaktadır. Bu noktada veri haberciliği yapan gazetecilere büyük iş düşmektedir.

Şener’e göre (2019) veri gazeteciliği yaparken habercilerin ilk aşamada somut ve net bir amaç belirlemeleri, gerçekçi biçimde konuyu ele almaları, verileri sorgulamaları, değişkenleri belirlemeleri ve netleştirmeleri gerekmektedir. Çelik ise veri haberciliği yapan bireylerin hangi verilerin haber niteliği taşıdığını anlaması ve bu verilerin haberleştirilmesi için gerekli yazılımları kullanmayı bilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Bir veri habercisinin internet üzerinden elde ettiği verileri toplama yöntemlerini, erişilen verileri temizlemeyi ve içerik hazırlamak için gerekli olan ile olmayanı ayırt etmeyi bilmesi önemlidir (Çelik’ten akt. Dağ, 2019). Verilerin bu süreçlerden geçirilerek haberleştirilmesi ve dikkatin olay üzerinde toplanması, toplumda değişimler ve iyileşmeler yaşanmasına katkı sağlamaktadır. Ancak kurumlar tarafından paylaşılan verilerin yanıltıcı olabileceği öngörülerek, habercilerin her zaman erişilen verilere eleştirel bakması ve şüphe ile yaklaşması önerilmektedir. Verinin toplumu iyileştirdiği kadar kötüleştirmediği de ifade edilmektedir (Dağ, 2019). Bu bağlamda

veri haberciliği, toplumların farkındalığını arttırma aşamasında önemli rol oynarken, toplumlara zarar vermeyecek uygulamaların gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir.

Sonuç olarak, gelişen yeni iletişim teknolojileri ile birlikte çok sayıda yeni habercilik türü ortaya çıkmış ve habercilik alanında kullanılmaya başlanmıştır. Bazı türler haberciler tarafından daha yoğun kullanılırken, bazıları henüz yeterince gelişme gösterememiştir. Ancak habercilik alanında ortaya çıkan tüm yeni habercilik türlerinin, geleneksel habercilikte var olan etik meseleler üzerinde bir dönüşüme neden olduğu görölmektedir.



İKİNCİ BÖLÜM

YENİ MEDYA VE ETİK

2.1 Habercilik ve Etik

Tarihsel bağlamda kökeni çok eskiye dayanan habercilik faaliyetleri, gelişen teknolojiler ile birlikte yeni medya ortamlarına doğru bir geçiş dönemi yaşamıştır. Geleneksel haberciliğin ortaya çıktığı ilk yıllardan bu yana, basın her zaman özgürlük mücadelesi veren bir alan olmuştur. Denetimlere tabi tutulan, sürekli olarak bir boyunduruk altında etkinliklerini sürdüren ve sıkça sansür uygulamalarına maruz kalan basın, sanallaşma hareketleriyle daha rahat bir nefes almıştır. Habercilik uygulamaları, özgürlüğün arttığı sanal ortamlarda; daha sınırsız, daha kontrolsüz ve daha denetimsiz biçimde haber verme işlevini sürdürmeye devam etmiştir. Ancak on yıllardır haberciliğin belli kalıplarda sürdürülmesini sağlayan etik ilkeler, aynı oranda azalan bir değer kaybı yaşamıştır. Haber, haberci ve habercilik gibi dijital çağda tanımı değişen kavramların her biri, yeni medya ortamlarında yapılan çok sayıda ihlalde rol oynamaktadır.

2.1.1 Etik Nedir?

Etik kavramı, köken olarak Yunanca “ethos” kelimesine dayanan ve yazılış biçimlerine göre anlam değişikliğine uğrayan bir sözcüktür. Birinci anlamı alışkanlık, töre, gelenek iken, ikinci anlamı bireylerin etik olana göre davranması ve etik olanı sorgulamadan benimsemesidir (Pieper’den akt. Uzun, 2016: 20). Etik ile bağlantılı olarak karşılaşılan bir diğer kavram ise ahlaktır. Ahlak, bireylerin yaşamları boyunca sahip oldukları, toplumsal ve kişisel vicdanları ile ilgili bir oluşumdur ve her topluma/kişiyeye göre farklılık gösteren bir yapıya sahiptir (Özgen, 2002: 19). Etik ve ahlak, günümüzde aynı anlama geldiği sanılarak kullanılmasına rağmen, aslında bu iki kavram arasında bir takım farklılıklar bulunmaktadır. Ahlak kelimesi, toplum içerisinde yer alan bireylerin uymakla yükümlü oldukları davranış şekillerini ve kurallar bütününe ifade etmektedir. Etik kavramı ise bireylerin davranış biçimlerini ahlak kavramına dair kurallar ile inceleyen ahlak bilimidir (Uzun, 2016: 20-21). Bu tanımlardan hareketle, etiğin ve ahlakın birbirleriyle bağlantılı kavramlar olduğunu söylemek mümkündür. Ancak iki kavram arasında bulunan farklılıkların irdelenmesi, konunun anlaşılması açısından önem arz etmektedir. Ahlak ve etik arasındaki ayrımı Nuttall (akt. Özgen, 2002: 19) şöyle açıklamaktadır:

Ahlak yanlış ve doğru, iyi ve kötü, erdem ve kusur ile yaptıklarımızı ve yaptıklarımızın sonuçlarını değerlendirme ile ilgilidir. Ahlak felsefesi ya da etik, ahlaki konu edinen felsefe dalıdır. Kullandığımız ahlak terimlerini ve ahlaki yargılarımızın statüsünü analiz eden etik, takındığımız ahlaki tutumlarımızın ardında yatan yargılarımızı ele alır.

Bu tanım, ahlak kavramının bireylerin yapmış olduğu eylemlerin sonuçları ile ilgilenirken, etiğin bireylerin tutumlarının arka planını araştırmayı amaçlayan ve ahlak konusunu ele alan bir alan olduğunu ortaya koymaktadır. İki kavramın birbiri ile iç içe geçmesi nedeniyle ayrı düşünülmesi mümkün değildir. Özgen'e göre ahlak, kişiler arası kurulan ilişkilerin düzenlenmesinde rol oynamaktadır ve toplumu oluşturan kişilerin birlikte yaşayabilmek için başvurdukları değerlerden bir tanesidir. Ahlak, toplumların ve insanların vicdanı ile ilgilenen bir alanken; etik bu konuyla ilgili felsefeyi temsil etme görevini üstlenmektedir. Ahlak felsefesi olarak da adlandırılan etik, ahlak kavramını belirli bir düşünce doğrultusunda yorumlayarak sonuca ulaşmayı amaçlamaktadır. Etik, bir birey için "en" olana ulaşmayı hedeflemekte ve en iyiyi bulma yolunu kendine göre yorumlayarak mutlak değere erişmeyi istemektedir. "Etik değer" olarak karşımıza çıkan bir diğer olgu ise bireylerin değerlerini açıklamakta ve uygun davranış sergileyen kişilerin "etik birey" ya da "değerli birey" olarak nitelendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (2002: 38-41). Tüm bu değerlendirmeler sonucunda, etiğin bireyler için en üst düzeyde doğru olanı bulmayı kendine konu edinen ve bu aşamada da ahlaktan yararlanan bir kavram olduğunu söylemek mümkündür.

Etik kavramının bir diğer özelliği ise değişken bir yapıya sahip oluşudur. Bu bağlamda etik kuralların, toplumlara, ülkelere, bölgelere göre farklılık göstermesinden dolayı, herkesi kapsayacak ahlak yaklaşımlarının belirlenmesi olası değildir. Bunun yanı sıra, tarih boyunca etik ile ilgilenen her düşünür kendi değerlerini belirlemiş ve etiği kendince tanımlama yoluna gitmiştir. Bu nedenle etiğin nesnel değil öznel bir yapıda olduğu düşünülmektedir. Etik ilkeler hukuk ile kıyaslandığında ise hukuki olarak belirlenen kural ve yaptırımların, uygulanabilirlik aşamasında delil gereksinimi bulunması nedeniyle etikten ayrıldığı görülmektedir. Etik, somut biçimde bir delil olmaması halinde bile, kendi belirlediği düşünceleri kabul etmektedir (Özgen, 2002: 52). Etik kavramının hukuk ile ilişkisi incelendiğinde İrvan (2005: 68), iki kavram arasında kurulan bağı şöyle açıklamaktadır "Hukuk ilkeleri ya da yasalar, eylemleri doğru ya da yanlış şeklinde sınıflandırırken; etik ilkeler hangi eylemlerin iyi ya da daha iyi olduğunu söyler." Merrill ise (akt. Özgen, 2002: 52), yasaların dayanak noktasının etik ilkeler olduğunu vurgulayarak, yasaların toplumun sahip olduğu değerlerin belirlenmesinin ardından, uygulanma amacıyla çıkarıldığını söylemektedir. Özgen de, yasaların somut deliller isteyen,

nesnel yapılar olduğunu ifade etmekte ancak etik ilkelerin somut delillere ihtiyaç duymayan, öznel bir yapıya sahip ve bireylerin özgür seçimleri olduğunu ileri sürmektedir. Bu bağlamda yasalar, toplum düzenini korumak ile yükümlüdür ve bu yasalara uymayan kişiler yasa uygulayıcıları tarafından cezalandırılmaktadır. Ahlak kurallarına uymayan kişiler ise toplum içerisinde yer alan diğer bireyler tarafından vicdana dayalı olarak cezalandırılmaktadır (Özgen, 2002: 52-53). Bu noktadan hareketle, etik ve hukuk kavramlarının, olayları değerlendirme, sonuçları uygulama vb. konular ile ilgili yaklaşımlarının farklı olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak etik kavramı, çok sayıda alanı etkileyen ve ilişkilerin bir düzen içerisinde yürütülmesini sağlayan sınırları temsil etmektedir. Medya da ilişkilerin düzenlenmesinde ve sınırlandırılmasında etikten yararlanan alanların başında gelmektedir.

2.1.2 Medya-Etik İlişkisi

Toplumda yer alan her birey, bilgiye erişim aşamasında medyadan sıklıkla faydalanmaktadır. 20. yüzyılda geleneksel kitle iletişim araçlarıyla sürdürülen habercilik etkinliği, dijital çağda yeni medya üzerinden yürütülmeye başlansa da okurun habercilikten beklentisi doğru habere erişim sağlamaktır. Bu bağlamda, habercilik faaliyetlerini sınırlama ve yönlendirme aşamasında etik kavramından yararlanılmış ve habercilerin uyması gereken bir takım ilkeler belirlenmiştir. İlkeler, haberciliğin doğru olarak sürdürülmesine etki eden en önemli unsurlardır. Doğru habercilik ancak geleneksel dönemde var olan değerlerin, yeni iletişim teknolojileri ile sürdürülen habercilik faaliyetlerinde de devam etmesi ile mümkündür. Ancak yeni medyada denetim mekanizmalarının bulunmaması ve sürekli haber akışının varlığı, etik ihlallerin yaşanmasına neden olmaktadır.

2.1.2.1 Medya Etiği

Her birey, bir toplumun üyesi olarak ve bir mesleki etkinliği sürdürerek hayatına devam etmektedir. Bireyler, toplum içerisinde görünmez bir biçimde yürütülen işbirliğine, sahip olduğu meslek ile katkı sağlamaktadır. Bu süreçte bireylerin, belli değerlere göre hareket etmesi beklenmektedir çünkü bu toplumla birlikte yaşamının zorunluluğudur. Mesleki faaliyetler sırasında yapılan üretimler, önce diğer bireyler için sonra ise toplum için gerçekleştirilmektedir. Ancak bu süreçte zaman zaman bireylerin çıkarları ile toplum çıkarlarının bir olmadığı görülmüştür. Bunun sonucunda da bireyin yer aldığı mesleki faaliyetler içerisinde, toplumun çıkarına göre davranmasını sağlayacak bir kuruma ihtiyaç duyulmuş ve meslek etiği kavramı gündeme gelmiştir (Özgen, 2002: 42-43). Meslek etiği, bireylerin bir mesleği icra ederken neleri yapıp neleri yapmayacağı ile ilgilenen ve tüm

meslekleri kapsayan bir kavramdır (Uzun, 2016: 26-27). Bu kavram habercilik mesleğini de etkilemiş ve medya etiği kavramı gündeme gelmiştir.

Etiğin alt kategorilerinden biri olan medya etiği, medya çalışanlarına yönelik uygulanan ve kurumların eleştirisinden daha çok, kurumlarda çalışan gazetecilerin davranış biçimlerini doğru veya yanlış olarak değerlendiren bir kavramdır (İrvan, 2005: 62). Uzun’a göre (2016: 34) “basın etiği, medya etiği gibi farklı isimlerle adlandırılan meslek etiği, aslında yazılı, işitsel ya da görsel-işitsel iletişim araçlarında habercilik işiyle uğraşan gazetecilerin etiğidir.” Medya etiği, medya alanına katkı sağlayan, haber üretim süreçlerine dahil olan kişileri ilgilendiren bir takım ilkeleri ifade etmektedir.

Gazetecilik etiği, yaygın olarak görevci etik anlayış ve yararçı etik anlayışı olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Immanuel Kant’a kadar uzanan görevci etik anlayışa göre, gazetecilerin sürekli olarak tekrarladıkları davranışlar, dünya çapında geçerli ilkelerin oluşumuna zemin hazırlamaktadır. Bu nedenle, bu anlayış biçimi ilkeler ve kurallar ile ilgilenebilir. John Stuart Mill’e uzanan yararçı etik anlayış ise görevci etik anlayışı gibi ilkeleri konu edinmek yerine sonuçları ele almaktadır. Bu anlayış, davranışların doğru ya da yanlış olarak belirlenmesini sonuçlara bağlamaktadır. İlkeleri bir yana bırakarak olayların mevcut koşullara bağlı olarak değerlendirilmesi gerektiğini vurgulayan bu yaklaşım, muhtemel yaşanacak sonuçların tahmin edilmesini ve davranışın bu doğrultuda gerçekleştirilmesini önermektedir (Retief’ten akt. İrvan, 2005: 62-63). Bu iki anlayışı örneklerle açıklamak gerekirse; görevci etik anlayışa göre gerçekleri yazmak erdemli bir davranış olarak görülüyorsa, bu kavram dünya genelinde bir ilke olarak kabul edilmeli ve her gazeteci her durumda gerçek haber üretimi gerçekleştirmelidir. Yararçı etik anlayışa göre ise gizli kalacağı belirtilerek ulaşılan veriler, sonuçta toplumu ilgilendiren ve toplumun bilgilendirilmesi gereken bir bilgiyi içeriyorsa, verilen sözler geri plana atılarak toplum ile paylaşılmalıdır.

Binark ve Bayraktutan, görevci etik anlayışı “ödev anlayışı”, yararçı etik anlayışı ise “faydacı ahlak” olarak isimlendirmekte ve bunların yanı sıra erdem etiği ile adalet kuramını da açıklamaktadırlar. Erdem etiği yaklaşımına göre, aranan şey mükemmel insanın kim olduğudur ve mükemmel insanın hangi özellikleri barındırması gerektiğidir. Dürüstlük, adalet, cömertlik, cesaret, hoşgörü gibi kavramlar, mükemmel insanın sahip olması gereken özellikler arasında sıralanmaktadır. Bu yaklaşım bireyin karakteri ile ilgilenebilir. John Rawls tarafından geliştirilen adalet kuramı ise “bireyler arasında nasıl bir toplumsal sözleşme olursa adil olacağı” sorusunun cevaplarını bulmaya çalışmaktadır (Binark ve Bayraktutan, 2013: 107-108). Gazetecilik etiği kavramının gündeme gelmesi ile ortaya çıkan yaklaşımların

her biri, mesleği farklı açılardan ele almış ve farklı noktalarına değinmiştir. Habercilik alanında etkili olan bu etik süreç, 18. yüzyılda gelişmeye başlamış ve günümüze kadar devam etmiştir.

18. yüzyılda gerçekleşen Sanayi Devrimi ile birlikte, üretim alanında büyük oranda artışlar yaşanmış ve sermaye alanında birikimler meydana gelmiştir. Bu gelişmeler sonucunda da standartlaştırmaya yönelik gereksinimler ortaya çıkmış ve standart belirleyici bir takım hareketleri beraberinde getirmiştir. Osmanlı İmparatorluğu'nda kurulan ahilik örgütü bunun bir örneği olarak gösterilmektedir (Özgen, 2002: 44-46). Basın da bu dönemde standartlaştırıcı ilkelerin konulduğu mesleklerden biri olmuştur.

1791 yılında Amerikan Anayasası'nın ilk değişiklik maddesi uyarınca basın özgürlüğünü kısıtlayıcı hiçbir yasanın yürürlüğe girmeyeceğinin belirtilmesi, basın faaliyetlere yönelik yapılan ilk anayasal koruma olmuştur. Bu gelişmenin devamında, basına yönelik çalışmalar sürdürülmeye devam edilmiştir. 1900'lü yıllara gelindiğinde, basın alanında uygulanması için geliştirilen mesleki ahlak ilkeleri ortaya çıkmıştır. Bu ilkelerin temelinde, dönemde varlığını sürdüren rejimlerin basın faaliyetlerini ve basın özgürlüğünü kendileri için tehdit ve rakip olarak benimsemeleri ve basını kendi amaçları doğrultusunda kullanmaya çalışmaları bulunmaktadır. Aynı yıllarda toplumlarda meydana gelen değişimler, gazetelerin önemli bir konuma gelmesi ile sonuçlanmıştır. Gazetelerin toplumlar tarafından güçlü bir araç olarak görülmesiyle birlikte, gazetecilik yapan kişilerin mesleklerini icra ederken uyması ya da haber üretim süreçlerinde yol gösterici olması için mesleki ahlak kurallarına gereksinim duyulmaya başlanmıştır. Meslek ahlak ilkeleri olarak adlandırılan kurallar, yasalarda bulunmayan ama meslek faaliyetlerinin yürütülmesi için önemli ve gerekli olan ilkelerdir. Bu ilkeler, yükümlülük hatırlatıcı, yol gösterici olması ve yaptırımları bulunmaması nedeniyle bağlayıcılığı olmayan bir yapıya sahiptir. Bu gelişmelerden hareketle, 1900'lü yılların ilk yarısında Batı'da var olan rejim çatışmalarının basın ahlak ilkelerinin ortaya çıkışında rol oynadığı görülmektedir. Basın ahlakı ve basın özgürlüğü kavramları arasında bulunan etkileşim ve ilişki, basın ahlak ilkelerinin belirlenmesinde etkili olmuştur (Özgen, 2002: 47-59). White'a göre (2016: 235) etik kavramı, Avrupa'da insan haklarına yönelik çalışmaların yürütülmeye başlanması ve demokratikleştirici gelişmelerin yaşanması ile doğru orantılı olarak bir dizi değişim yaşamıştır.

Meslek etiğinin tarihsel gelişiminde önemli sayılan olaylara bakıldığında; 1948'de Birleşmiş Milletler tarafından kabul edilen İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, 1954'de yayınlanan Bordeaux Bildirgesi, 1971'de yayınlanan Münih Bildirgesi ve 1993'te Avrupa Konseyi tarafından yürütülen çalışmalar tüm Avrupa'da kabul gören ivedi gelişmelerdir.

Basın Ahlak Yasası olarak ilk kez yürürlüğe konan çalışma, Birinci Pan Amerikan Basın Konferansı esnasında kabul edilmiş ve çok sayıda ilke belirlenmiştir. Bu ilkeler doğrultusunda da gazetecilerden, dürüst ve objektif olması, doğruluğa önem vermesi, bireyleri kışkırtıcı haberler üretmemesi, gerçekleri saklamaması, fikir özgürlüğünü desteklemesi, yalan ve abartılı haber yapmaması ve özel yaşama müdahalede bulunmaması beklenmektedir (MEGEP, 2013: 5). Dünya genelinde kısa sürede dolaşıma giren ve yaygınlaşan bu ilkeler, Türkiye’de ise daha geç uygulamaya sokulmuştur.

Batı’ya kıyasla Türkiye’de basın hareketleri, matbaanın geç benimsenmesi nedeniyle daha geç gerçekleşmiştir. Matbanın ülke sınırları içerisinde kullanılmaya başlanması ile birlikte gazeteler çıkarılmış ancak çoğu gazete devlet kontrolü altında yayınlanmıştır. Bu yıllarda Batı’da basın ile ilgili özgürleştirici maddeler yasalara eklenirken, Osmanlı Devleti’nde basın faaliyetlerine yeni başlanmış ancak yöneticilere bağımlı halde ilerleme kaydetmiştir. Basın alanında çoğu gelişmenin ülkemizde geç benimsenmesi nedeniyle basın ahlakına yönelik çalışmalar 60’lı yıllara kadar meslek çalışanları tarafından yürütülememiştir. Gazetecilik kavramı Avrupa merkezli olmasına rağmen Amerika’da daha hızlı gelişmiş ve önemli gelişmelere tanıklık etmiştir. Bundan dolayı da Amerika’da basın ilkeleri, çok sayıda Avrupa ülkesinden daha önce yazılı hale getirilmiştir. Bu yıllarda, Batı ve Osmanlı basın konusunda aynı oranda gelişme sergileyememiştir. Tanzimat dönemi ile birlikte başlayan Batı’yı örnek alma davranışları, yeni yasal gereksinimlere neden olmuştur. Cumhuriyet öncesi dönemde Türk basınında basın ahlakı ile ilgili yasal girişimler yaşanmıştır. Matbaalar Nizamnamesi, 1864 tarihli Matbuat Nizamnamesi, Ali Kararnamesi, Birinci Meşrutiyet döneminde Kanunu Esasi’nin ilan edilmesi, İkinci Meşrutiyet döneminde 1909 Basın Kanunu’nun yürürlüğe girmesi bu girişimlerin örneklerindendir. Osmanlı Dönemi’nde gazetecilerin örgütlenmeye yönelik faaliyetleri de olmuş ve Osmanlı Matbuat Cemiyeti, bu dönemde kurulmuştur. 1935 yılında ise bu cemiyet Basın Kurumu olarak isim değiştirmiştir. Cumhuriyet sonrası döneme bakıldığında, Türk basınına etkileyen yasal düzenlemelerle basın ahlakı ile ilgili girişim ve gelişmeler yaşandığı görülmektedir. 1924 Anayasası, 1928 harf devrimi, Takrir-i Sükun Kanunu, Teşkilat-ı Esasiye Kanunu, Birinci Türk Basın Kongresi’nin toplanması, 1938’de Basın Birliği’nin kurulması, Basın Birliği Kuruluş Kanunu’nun çıkarılması ve Gazeteciler Cemiyeti’nin kurulması bu gelişmelerdendir. 1993 yılında Gazeteciler Cemiyeti, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti olarak isim değiştirmiş ve Türkiye Gazeteciler Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’ni yayınlamışlardır. Bu bildirge, gazeteci ve gazeteciliğe dair çok sayıda sorunun cevabını içeren nitelikli bir bildirge olarak tanımlanmaktadır. İkinci Dünya Savaşı sonrası Türkiye’nin içinde bulunduğu siyasal durum

ve Demokrat Parti'nin kurulması ile birlikte çok partili yeni bir düzene geçilmiştir. Bu dönemde basın üzerindeki denetim sistemleri büyük ölçüde kaldırılmıştır. Basının öz denetimini sağlamak amacıyla Şeref Divanı kurulmuş ve Basın Ahlak Yasası Yürürlüğe girmiştir. Gönüllülük esaslı olarak kurulan bu divan, ilerleyen süreçlerde amaçlara aykırı davranması sonucunda dağılmıştır. Basın Şeref Divanı'nın parçalanmasından sonra Gazetecilerin Basın Ahlak Kuralları isimli dokuz ilkeli bir metin yayınlanmıştır. İkinci Türk Basın Kurultayı toplanmış, çeşitli konferanslar düzenlenmiş ve Basın Konseyi kurulmuştur (Özgen, 2002: 131-203). Tüm bu süreçler, Türkiye'de etik ilkelerin belirlenmesine katkı sağlamıştır.

Belirlenen bu ilkelerin tamamı gazetecilerin profesyonel olarak görülmesine katkı sağlamış ve bu ilkelerin ortaya çıkışıyla profesyonel gazeteci kavramı gündeme gelmiştir. White'a göre (2016: 235) temelde, toplumun bilgilenme hakkına yönelik faaliyetlerini sürdüren gazeteciler, “gerçeğin peşinde koştukları ve saptırmalara karşı direndikleri için” profesyonel şeklinde isimlendirilmektedir.

Gazetecilikte profesyonelleşme sürecine bakıldığında, bu mesleğin ilk dönemlerde gazetecilerin yanı sıra mesleki eğitim almamış kişiler tarafından da yapıldığı görülmektedir. Bu kişiler, sahip oldukları mesleklere ek olarak habercilik faaliyetleri yürütmüşlerdir. Bu şekilde haber üretim süreçlerine dahil olan kişilerin zamanla gazetecilikten daha fazla gelir elde etmeleri ve gazeteciliğin sahip olduğu gücün farkına varmaları, farklı alanlarda çalışan bireylerin tamamen gazeteciliğe yönelmesine neden olmuştur. Bu gelişmelerin akabinde gazeteciliği bir meslek olarak benimseyenler, bu mesleğin bir kimlik sahibi olmasını istemişler ve gazetecilik mesleğinin profesyonelleşmesine yönelik çalışmalar yapılmasının gerekliliğinden bahsetmişlerdir. Nitekim, diğer mesleklerde var olan ilkeler gibi gazetecilik mesleğinde de ilkeler belirlenmesi gerektiği düşüncesi dünya genelinde hakim olmaya başlamıştır. Bu düşünceler ışığında yapılan çalışmalarla birlikte yaşananlar süreçler, istekler ve atılan adımlar gazetecilik mesleğinin profesyonelleşmesinin zeminini hazırlamıştır. Cangöz bu süreç ile ilgili olarak şunları söylemektedir (2015: 180-185):

Gazetecilik mesleğinin profesyonelleşmesi doğrudan objektif gazetecilik idealinin/ideolojisinin ortaya çıkması ve bu gazetecilik pratiğinin haber yazma tekniğinin geliştirilmesinden, basın ahlak ilkelerinin deklare edilmesine uzanan süreçle iç içe geçen, teknolojik gelişmeler ile yeniden tanımlanmaya devam eden bir süreçtir.

Bu profesyonelleşme süreci, habercilerin uyması gereken çok sayıda etik ilkeyi gündeme getirmiştir.

2.1.2.1.1 Profesyonel Gazetecilik ve Etik İlkeler

Etik alanında yapılan çalışmalar sonucunda, basın faaliyetlerinde uyulması gereken bir takım etik ilkeler belirlenmiştir. İrvan gazetecilik meslek ilkelerinin, gazetecilik görevini güvence altına alma ve gazetecilik mesleğinin sahip olduğu güvenilirliği koruyarak toplum içerisinde daha değerli, saygın ve profesyonel bir meslek konumuna getirme amacıyla belirlendiğini ifade etmektedir (2005: 63-64). Bu bağlamda gazetecilik için belirlenen etik ilkelerin temelinde, doğru gazeteciliğin tanımlanması ve bu gazeteciliğin uygulanması yer almaktadır. Duran (2005: 122-123), etik açıdan doğru gazetecilikte, düşünce ve ifade özgürlüğünün sağlanması, haberin özgürce oluşabilmesi ve habere özgürce ulaşılabilmesi, haberin temel değerinin belirlenmesi ve insana saygı duyulması şeklinde dört koşul olduğunu vurgulamaktadır. Ancak bu dört koşulun uygulanması, profesyonel gazetecilerin davranış biçimlerine bağlı olarak değişkenlik göstermektedir.

Mesleki etik ilkelerin kaynakları irdelendiğinde, toplumların değerlerinden hareketle belirlenmekte olduğu görülmektedir. Bu bağlamda ilkeler, bulunulan ülkenin gelenek, görenek, örf ve adetlerine bağlı olarak belirlenmektedir. Çünkü gazetecilerin dahil oldukları toplum içerisinde doğup, büyüyen ve yaşamaya devam eden bireyler olarak var olan şartları görmezden gelmeleri mümkün değildir. Bu nedenle her ilkenin, her toplum için ortak kabul görmesi hayali bir yaklaşımdır. Ancak uluslararası olarak belirlenen meslek ilkeleri de bulunmaktadır ve bu ilkeler oldukça genel geçer niteliğe sahiptir. (Özgen, 2002: 65). İlkelerin belirlenme aşamasında farklı dinamikler devreye girmektedir. Demokrasi ile yönetilen toplumlarda basın ilkeleri “mesleki gelenek, mahkeme kararları ve basın şeref divanları veya kendi kendini denetim kuruluşlarının kararları” (Danışman’dan akt. Özgen, 2002: 65) neticesinde belirlenmektedir. Bu bağlamda, ilkelere yönelik yürütülen çalışmalar esnasında çok sayıda alandan yararlanıldığı ve bu alanların birbirleri ile bir etkileşim içerisinde olduğu görülmektedir.

Gazetecilerin uyması gereken etik kurallar, İrvan tarafından gazetecilerin haber kaynaklarıyla kurdukları ilişkileri düzenleyen, habere konu olan kişileri koruyan ve haber toplama yöntemlerine yönelik ilkeler olmak üzere üç şekilde sınıflandırılmıştır (2005: 65). Gazetecilerin haber kaynaklarıyla kurdukları ilişkileri düzenlemeye yönelik ilkeler, haber üretimi için görüşülen kaynakları koruma altına alan ve veriye erişmek için gazeteci tarafından verilen vaatlerin gerçekleştirilmesi gerektiği üzerinde duran ilkelerdir (Goodwin’dan akt. İrvan, 2005: 66). Habere konu olan kişilere yönelik ilkeler, özel hayatı ihlale uğrayan, kesinleşmemiş suçlar ile itam edilen, 18 yaş altında suç işleyen kişiler ile aynı yaş grubunda cinsel istismara maruz kalan bireylerin kimlik gizliğini korumayı amaç edinen

ve nefret söylemine yer veren haberleri ortadan kaldırmaya yönelik belirlenen ilkelerdir. Haber toplama yöntemlerine yönelik ilkeler ise bilgiye erişim aşamasında kullanılan teknolojik cihazların kullanım biçimlerini belirleyen ve kullanım sürecinde uyulması gereken kuralları ifade etmektedir (İrvan, 2005: 67). Bundan hareketle etik kuralların, haber üretim aşamasına dahil olan kaynak, gazeteci, kullanılan araç vb. her ayrıntıyı ele alan ilkeler olduğunu söylemek mümkündür.

Gazeteciler tarafından uyulması beklenen etik ilkeler, basının sahip olması gereken özgürlüğün korunması noktasında da yardımcı olan kurallar bütünüdür. İlkeler, gazetecilik mesleğinde doğru bulunmayan konuları değerlendirmekte ve ortaya koymaktadır. Bu ilkeler, kanunlar içerisinde yer almamakta ve uygulanması vicdana dayalı olarak gerçekleşmektedir. Bu nedenle etik ilkeler, gazetecilerin öz denetim sistemleri olarak görülmektedirler (Özgen, 2002: 50). Giritli (akt. Özgen, 2002: 64) öz denetim kavramını, özgür ve sorumlu bir basın oluşturma hedefiyle uygulanan bir mekanizma olarak açıklamaktadır. Tokgöz ise (akt. Özgen, 2002: 64) öz denetimi gazetecilerin mesleki saygınlıklarını elde etmek, doğru, tarafsız ve güvenilir haber üretimi gerçekleştirmek, yorumların inanılır olmasını sağlamak, okuyucunun gazeteciye karşı var olan güvenini korumak için yapılması ve yapılmaması gerekenleri belirleyen bir sistem olarak görmektedir. Bu bağlamda gazetecilerin, bu ilkeleri benimseyerek kendi kendilerine denetim uygulamaları ve yanlış olandan kaçınmaları beklenmektedir.

Öz denetim mekanizmasının basına sağladığı katkıları ele alan Aydoğan (akt. Özgen, 2002: 67), mesleki imtiyazların kötü yönde kullanılmasını önleyen, mesleki saygınlığın devamlılığını sağlayan ve hükümetler tarafından uygulanan engellemeleri ortadan kaldıran bir süreç olduğunu ifade etmektedir. Basın bağlamında öz denetim, habercilere dışarıdan müdahale yapılmaksızın, doğru ve yanlışın ayırt edilmesini ve yanlışlardan kaçınılmasını amaçlayan bir sistemi işaret etmektedir. Bu sistemin uygulanması, gazetecilere duyulan güvenin devamlılığını sağlamakta ve gazetecilik mesleğinin değerini arttırmaktadır.

Toplumlarda kamuoyunu yönlendirme gücüne sahip olan ve toplumu bilgilendirme yükümlülüğü bulunan basın, en başta toplum tarafından güvenilir bir kurum olarak görülmelidir. Basın çalışanları sahip oldukları gücü, topluma fayda sağlayacak şekilde kullanmak zorundadır. Bu bağlamda gücü toplumu kötü yönde etkilemek üzere kullanmayı amaçlayan kişileri engelleme amacıyla basına ilişkin mesleki ilkeler belirlenmiş ve gazetecilerin bu ilkeler doğrultusunda davranması beklenmiştir (MEGEP, 2019: 4). Gazetecilerden beklenen doğru davranışlar şu şekilde sıralanmaktadır (Gazetecilik Meslek İlkeleri , 2019):

- Olaylara yorum katmama, olayları sansürlememe ve farklılaştırmama,
- Demokratik değerlere ve insan haklarına karşı söylemde bulunmama,
- Yorum, fikir ve yargıları gerçekten ayırma,
- Suçu kesinleşmemiş kişileri suçlamama,
- Adli haberleri tarafsız yazma,
- Habere konu olan kaynağın yakınlarına, olay ile bağlantısı olmadıkça haberde yer vermeme,
- 18 yaşından küçük olması nedeniyle çocuk sayılan kişilerin adlarını ve fotoğraflarını haberde kullanmama,
- 18 yaş altı kişiler ile ailesinden izin almaksızın görüşme yapmama,
- İstismar haberlerinde mağdur tarafın bilgilerini açıkça vermeme,
- Haberlerde suç işleyen kişinin suçu işleme nedenini, kişinin ırkı, mezhebi, cinsiyeti vb. unsurlara dayandırmama,
- Sağlık haberlerinde, kanıt olmaksızın hiçbir tedavi yöntemi ve ilaca yönelik bilgi vermeme,
- Habere konu olan sağlık kuruluşları ile ilgili olarak izinsiz kayıt almama,
- Bireylerin sahip olduğu cevap hakkına saygı ile yaklaşma,
- Haber kamu yararı için üretilmediği sürece, kişilerin onayı olmaksızın kayıt almama,
- İçeriği intihar olan haberlerde kaydedilen görüntüleri açıkça yayınlamama,
- Nefret söylemine yer veren ve şiddeti destekleyen haber üretimlerinden kaçınma,
- Haber içeriklerinde ayrımcılık yapılmamasına özen gösterme,
- Yararlanılan her türlü kaynağı açıkça belirtme,
- Mesleki saygınlığı ve verilen değeri azaltacak her türlü eylemden kaçınma,
- Haber kaynağı olarak seçtiği kişi, kurum ve kuruluşlardan haber karşılığında hiçbir kazanç sağlamama,
- Verilerin doğruluğunu teyit etme,
- Bireyleri, kurum ve kuruluşları hedef alan, aşağılama amacı güden, hakaret boyutuna ulaşan içerikleri haberleştirmeme,
- Özel yaşamın gizliliğine müdahale etmeme,
- Kaynak gizliliğini koruma,
- İçerikte istenmedik şekilde yapılan hataları derhal düzeltme,
- Kaynak ile görüşme esnasında alınan demeçleri olduğu gibi yayınlama,

- Kamunun bilgilendirilmesi gereken konular dışında gizli ve izinsiz bir biçimde veri elde etmeme,
- Trafik kazası, cinayet vb. haber içeriklerinde şiddeti pekiştirici unsurlara ve kan gibi okuyucuyu etkileyecek verilere yer vermeme,
- Haber gibi görünen ancak temelde reklam yapma amacı bulunan içerikleri açıkça ifade etme.

Bu ilkeler gazetecilerden beklenen davranış biçimlerinden sadece bazılarıdır. Etik kurallar geçmişten günümüzde genişlemiş ve dünya genelinde 400'den fazla kural ve bildirinin ortaya çıkması ile sonuçlanmıştır. White'a göre (2016: 241) tüm bu kurallar, doğruluk ve gerçeklere dayalı habercilik, bağımsızlık, adillik ve tarafsızlık, insancılık, hesap verilebilirlik şeklinde beş anahtar sözcüğün kapsamında yer almaktadır. Gazetecilik mesleği doğrultusunda hareket eden ve haber üretim süreçlerine dahil olan herkes evrensel olarak yayınlanmış ilkelere uymakla yükümlüdür. Ancak günümüzde dijitalleşmeyle birlikte ortaya çıkan yeni medya, etik ihlallerin sıkça yaşandığı bir alan olarak yorumlanmaktadır.

2.1.2.1.2 Yeni Medya ve Etik Hakkında

Dördüncü güç olarak adlandırılan basın, ortaya çıkışından bu yana her zaman kendine denetleme görevi atfetmiştir. Basının üstlendiği denetleyici rolde denetleme gücünü kullanabilmesi için ilk koşul özgür olmasıdır. Bu bağlamda, basına yönelik engellemeler, basının denetleme gücüne bir müdahale olarak görülmekte ve görevini tam olarak yerine getirememesiyle sonuçlanmaktadır. 80'li yıllarda başlayan tekelleşme süreci, Türkiye'de basın özgürlüğüne yönelik müdahalelerin yaşandığı bir dönem olarak habercilik tarihinde yer almaktadır. Medya sektöründe tekelleşme hareketleri, geleneksel kitle iletişim araçlarının güç sahibi olan kişi ve kurumların yönetimi altına girmesine ve denetleme işlevini yürütemez hale gelmesine neden olmuştur. Bu yıllarda siyasi hakimiyeti elinde bulunduranlar basının gücünden yararlanmak istemiş ve basını kendi çıkarları doğrultusunda kullanmak üzere faaliyetler yürütmüştür. Bu dönemde basın tek elde toplanmaya başlanmış ve demokratik süreçlere aykırı bir hava tüm medyayı sarmıştır (Özgen, 2002: 57-58). Böyle bir ortamda basının kontrol altına alınması, demokratik süreçlerin işlemlerini ortadan kaldıran bir unsur olarak görülmekte ve bu durum toplumların geleceğini etkilemektedir.

Demokrasi ile yönetilen toplumların devamlılığı, habercilik faaliyetleri ile doğrudan ilişkilidir. Haberler, toplumları olumlu etkileyebileceği gibi büyük bir kaosa sürüklenme gücüne de sahiptir. Bundan dolayı habercilik yapan bireylerden, habercilik alanında bilgili ve

sorumluluk bilincinde olması beklenmektedir (Schneider & Raue, 2002: 4-6). Hargreaves'e göre (2006: 26-27) haberciliği yozlaştırma çabaları, ülkenin her alanını yozlaştırmakta, demokrasiyi ve bütünlüğü büyük zarara uğratmaktadır. Bu bağlamda medya, kendi kendini dışa bağımlı bir yapıya sürükleyerek, değer kaybı yaşanmasına neden olmaktadır. Alemdar'a göre (1981: 111), "siyasal ve ekonomik bağımsızlık" bir ülkede basının sahip olması gereken temel özelliklerdir. Ancak tekelleşmenin yaşandığı yıllarda geleneksel kitle iletişim araçları üzerinde var olan baskı, basını siyasal ve ekonomik açıdan dış unsurlara bağımlı kılmaya başlamıştır. Basına yönelik yapılan tüm bu müdahaleler sonucunda, dijital çağda ortaya çıkan yeni medya demokratik süreçlere katkı sağlayan alternatif bir olan olarak görülmüştür. Herkese söz hakkı tanıyan yapısıyla yeni mecralar, geleneksel kitle iletişim araçlarına kıyasla daha az denetim ve müdahalenin gerçekleştiği özgür ortamlar olması nedeniyle, habercilik faaliyetlerinin yürütüldüğü yeni alanlar haline gelmiştir. Ancak haberciliğe sunduğu yeni fırsatlar ile popülerleşen yeni habercilik pratikleri, kontrolsüz davranışları da beraberinde getirmiştir. Bunun sonucunda yeni medya ortamları, etik ihlallerin sıkça yapıldığı sanal bir platforma dönüşmüştür. White'a göre (2016: 256-258) yeni medyaya uygun etik kültürün geliştirilememesi bu durumu pekiştirmektedir. Geleneksel habercilikte basına yüklenen "yasa ve kanunlarla belirlenmiş sorumluluklar", "toplumsal ya da kamusal sorumluluklar" ve "öz denetim ve bireysel sorumluluklar" (Yüksel ve Gürkan, 2005: 8) olmak üzere üç ayrı sorumluluk, yeni medya ortamlarında belirsizleşmeye başlamıştır. Her iki habercilikte de, habercilerden beklenen hukuka uygun, vicdana dayalı ve etik ihlallere rastlanmayan doğru bilgilerin kamuoyu ile paylaşılmasıdır. Ancak yeni medya ortamlarında habercilik faaliyetleri gibi sorumluluk hissinin de sanallaşması, habercilerin sorumluluklarını göz ardı etmeleri ile sonuçlanmıştır. Geleneksel habercilikte var olan sınırların yeni medya ortamlarında ortadan kalkması, etik ihlallerde bir artış yaşanmasına yol açmıştır. Yeni medya ortamlarında ihlaller, denetim yetersizliği ve editoryal eksiklikler gibi farklı dinamiklerden de güç alarak yapılmaktadır.

2.1.2.1.2.1 Yeni Medyada Yapılan Etik İhlaller

Yeni medya ortamlarında yaşanan etik sorunlar Binark ve Bayraktutan (2013: 57-112) tarafından özel yaşamın gizliliğinin ihlali, telif/patent haklarının ihlali, içeriğin asıl kaynağının gösterilmemesi, üretilen içeriklerin olgunlaşmadan ve doğruluğunun teyit edilmeden yayılması, kişisel verilerinin güvenliğinin sağlanamaması, veri madenciliği olgusu, dijital gözetim olgusu, haber ve ticari enformasyonun sınırlarının belirsizleşmesi, yeni medya ortamlarının özellikleriyle kullanıcının yoğun reklama maruz bırakılması, içeriklerin yanıltıcı

bir biçimde etiketlenmesi ve başlıklandırılması, nefret söyleminin varlığı, bireylerin yeni medya ortamında sadece tüketici olarak konumlandırılması ve diğer sorunlar şeklinde sıralanmaktadır. İnce (2018: 58-67) ise bu sorunların yanı sıra foto galeri şeklinde haber sunumu, kurgu, çamur atma, editör kontrol eksikliği, künye, dilin özensiz kullanımı, haberi değiştirme ya da yeniden düzenleyerek kullanma, sipariş haber gibi sorunların da yeni medya ortamlarında yaşandığını ifade etmektedir. Diğer bir kaynağa göre ise “telif hakkı, kişilik hakkı, hassasiyetler ve doğrulama” unsurları yeni medyada ihlal edilen ilkeler arasında yer almaktadır (Anadolu Ajansı, 2018: 191). Bu ihlaller profesyonel haberciler tarafından yapılabildiği gibi, gelişen teknolojiler ile habercilik süreçlerine katılım sağlayan yurttaşlar tarafından da gerçekleştirilebilmektedir.

21. yüzyılda, yeni iletişim teknolojilerinin farklı kanallarını kullanarak haber üreten ve diğer bireyler ile paylaşan her bireyin, bu etik ilkeler doğrultusunda hareket etmesi beklenmektedir. Ancak internet kullanıcıları, kendilerini denetleyen bir sistem bulunmaması nedeniyle, sahip oldukları yeni özgür hareket alanlarında kaynaklara yönelik çok sayıda etik ihlal yapmaktadırlar.

2.1.2.1.2.1.1 Kaynaklara İlişkin Sorunlar

Bir haberin kaynağı, haber üretim süreçlerinin her aşamasında değişkenlik gösteren bir ögedir. Bu bağlamda habercinin, haberi kurgularken veri elde ettiği ya da habere konu olan kişiler, birincil kaynak olarak adlandırılmaktadır. Elde edilen veriler ile tamamlanan haber yazım süreçlerinin ardından, toplum ile paylaşılan haberin kaynağı değişmekte ve yeni kaynak haberci/kurum/kuruluş olmaktadır. Haberin her iki aşamasında da kaynak konumunda olan kişiler, etik çerçevesinde bazı haklara sahiptir. Habercilik bağlamında bu haklara yapılan her türlü saldırı, etik dışı bir davranış olarak görülmekte ve etik ihlaller kapsamına girmektedir. Yeni medya ortamlarında kaynaklara yönelik en sık yapılan etik ihlaller ise haber kaynağının ve özel yaşamın gizliliğine, telif/patent haklarına ve haberin asıl kaynağına ilişkindir.

- **Haber Kaynağının Gizliliği**

Habercilik faaliyetleri sırasında veri elde etme amacıyla görüşülen kişiler, haber kaynağı olarak konumlandırılmaktadır. Habercinin olay hakkında bilgi sahibi olması ve haberi zenginleştirme amacıyla bilgi toplaması, kaynak ile yapılan görüşmeler neticesinde gerçekleşmektedir. Ancak bazı kaynaklar, konuyla ilgili üretilen içeriklerde kişisel bilgilerinin yer almamasını talep etmektedir. Haberde isminin açıkça geçmesini istemeyen ve toplumdan kimliğini saklayan bireyler, gizlilik şartı ile habercilerle görüşmekte ve bilgi aktarımında

bulunmaktadır. Bu noktada haberciler kaynaklar ile yapılan bilgi alış-verişini, kaynağın kimliğini gizli tutmak kaydı ile gerçekleştirmektedirler. Ancak günümüz haberciliğinde sanallaşan ortamlarda, habercilerin daha fazla tık alma çabasıyla gizlilik şartlarını ihlal ettiği görülmektedir. Kamu yararına dair bir bilgi olmadığı halde kaynağın açıklanması, haberciler tarafından yapılan temel etik ihlallerinden bir tanesidir. İlkiz'e göre (2005: 131-137), gazetecinin haber kaynağını açıklamama hakkı bulunmaktadır ancak; gazetecinin kaynağı açıklamasının sağlayacağı fayda, haberin kaynağının açıklanmamasının yol açtığı kamu yararına olan olguların önüne geçiyorsa kaynağın açıklanması beklenmektedir.

- Özel Yaşamın Gizliliği

Özel yaşam, bireylerin kendilerine has yaşayış biçimlerini ve hayat tarzı içerisinde kendisini bağlayan tutum ve davranışları ifade eden bir kavramdır (Kelimeler, 2019). Bireylerin özel hayatlarının izin alınmaksızın haberleştirilmesi ve diğer bireyler ile paylaşılması, bu etik ihlalin zeminini oluşturmaktadır. Bu ihlali içeren haberler, temelde kişilerin özel hayatlarına yönelik kaynağın rızası olmadan ele geçirilen bilgilere ya da gerçek dışı verilere dayandırılarak yapılmaktadır. İrvan (2005: 74), özel yaşama müdahalenin ancak kamu çıkarının olduğu durumlarda yapılabileceğini vurgulamaktadır. Ancak yeni medya ortamlarında haberciler, toplum için haber değeri taşıyan bilgiler dışında da, özel yaşamı haberlere konu etmektedir. Bu tür üretimlerde göz ardı edilen nokta, bireylerin kendi hayatlarına ilişkin eğilim, tercih, bilgi vb. özel öğelerin diğer bireyler ile hangi ölçüde paylaşılacağını kendisinin karar vermesi gerektiğidir (Binark ve Bayraktutan, 2013: 57-60). Ancak yeni medyada yoğun ilgi gören magazin haberciliği, özel hayatı haber malzemesi yapan bir habercilik pratiği olarak sıkça yapılmaktadır.

İnsanların merak duygusunu harekete geçiren ve bu duygudan beslenen magazin haberciliği, sanal ortamlarda okur kitleyi internet sitelerine çekme amacıyla kullanılmaktadır. Hargreaves (2006: 79) bu habercilik uygulamalarını, gereksiz bilgileri toplum ile paylaşması nedeniyle şöyle açıklamaktadır: “Bireylerin beyinlerini kemirir ve insan hayatına zarar verir.” Araştırmacı gazetecilikten yoksun olan bu habercilik türü, kolay, hızlı ve maliyetsiz biçimde yapılabilmesi nedeniyle dijital çağda oldukça popülerleşmiştir. Magazin haberciliğinin yakaladığı ivmeyi anlık haber üretimleri ile ilişkilendiren Hargreaves'e göre (2006: 9), özel hayata yönelik haberler toplum açısından daha eğlenceli görülmekte ve bu haberler eğitim, sağlık, siyaset gibi insanlar için önemli ancak sıkıcı olan haberlerin önüne geçmektedir. Koloğlu (2015: 165-166) da bu tür haberleri “asparagas” olarak adlandırmaktadır. Bu bağlamda asparagas habercilik, uydurma ve yalandan beslenmektedir. İnce ise (2018: 73) bu tür haberleri “sahte haber” ve “dedikodu yığınları” olarak nitelendirmektedir. Medya,

bireylerin yaşamlarını gözetleyen ve denetleyen bir kurum olmamasına karşın, günümüz internet haberciliğinde ilk yazan ve tık alan olma arzusu ile dedikodu haberciliği ön plana çıkmaktadır (White, 2016: 261). Bu bağlamda, dijitalleşen habercilik faaliyetlerinde özel yaşamın haberleştirilmesi aşamasında kullanılan araçların başında mobil cihazlar gelmektedir.

Gelişen teknolojilerle birlikte görüntü alma, ses kaydetme vb. çok sayıda özelliği bünyesinde barındıran mobil cihazlar, günümüzde küçülen boyutları sayesinde her ortamda kullanılabilen araçlar haline gelmiştir. Bu yeni teknolojiler, diğer bireylerin bilgisi dışında veri elde etmeyi kolaylaştırmaktadır. Haberci tarafından mobil araçlarla çekilen video, fotoğraf vb. ögeler yeni medya ortamlarında diğer kullanıcılar ile paylaşmakta ve bu yolla etik ihlal gerçekleştirilmektedir.

- Telif/Patent Hakları

Telif hakkı, bir eser üreten kişinin bu eser üzerinde sahip olduğu hakları ifade etmektedir. Patent hakkı ise isim hakkı olarak tanımlanabilmektedir. Herhangi bir alanda bir şeyin birey/kullanıcı/üretici tarafından ilk kez yapılması ya da kullanılması durumunda, ilgili kurumlara başvuru yapılarak, söz konusu eserin telif/patent hakkı kullanıcı/üretici kişinin sahipliği altına alınmaktadır. Bu sahiplik, habercilik ile ilişkilendirildiğinde ise fotoğraf, metin vb. unsurlar için kullanıldığı görülmektedir.

Gelişen internet teknolojileri ile birlikte üretilen içeriklerin sanal mecralarda yer alması, verilerin herkes tarafından erişilebilir olmasını sağlamıştır. Bu durum bir internet kullanıcısının başka biri tarafından üretilen bir içerik üzerinden maddi çıkar sağlaması ve verileri bu amaç doğrultusunda kullanmasına neden olmaktadır. Haberciler ya da medya kuruluşları tarafından elde edilen sahiplik haklarının, yeni medya ortamlarının sağladığı kolaylıklar ve denetimlerin yetersizliği nedeniyle ihlal edildiği görülmektedir. İnce'ye göre (2018: 68) “Haber sitelerinin, başkalarının bizzat kendi çabalarıyla elde ettikleri veya bir bedel karşılığında satın aldıkları haberleri (bedelsiz) kullanmaları/yayınlamaları telif hakkı sorununu ortaya çıkarmaktadır.” Bu habercilik faaliyetleri White (2016: 262) tarafından “intihal gazetecilik” olarak adlandırmaktadır. Günümüzde profesyonel gazetecilerin yanı sıra yurttaşlar tarafından da yapılan intihal habercilik, internetin sağladığı kolaylıklar üzerine inşa edilmektedir. İnternet kullanıcılarının çok sayıda veriye erişim sağlayabilmesi ve anında paylaşabilmesi habercilik alanında avantajlar sağlarken, etik alanda ihlallere de yol açmaktadır.

İnternet haberciliğinde “kopyala-yapıştır” olarak adlandırılan yeni habercilik pratikleri, telif/patent haklarının ihlaline girmektedir (Binark ve Bayraktutan, 2013: 60-66). Bu uygulama, haber içeriklerinin üretici dışında bireyler tarafından bire bir şekilde alınıp,

izinsiz olarak yeniden yayınlanmasını ifade etmektedir. İnce (2018: 68) bunun yanı sıra internette yer alan içeriklerde ufak değişiklikler yapılarak yayınlanan ve internette yer alan bilgilerin derlenmesi sonucunda üretilen haberleri de, kopyala-yapıştır habercilik olarak değerlendirmektedir. Yeni medya ortamlarında yapılan habercilik faaliyetlerinde, habercilerin telif hakkına yönelik ihlal yapmamaları için onlardan beklenen, var olan haberi birebir yayınlamak yerine daha özgün haber üretimleri gerçekleştirmeleridir.

- İçeriğin Asıl Kaynağının Gösterilmemesi

Habercilik alanında kaynak kavramı haberi bulan, metni yazan, fotoğrafı çeken, videoyu kaydeden vb. haber malzemeleri üreten kişileri karşılamaktadır. Haberler, temelde yayıncılık faaliyeti sürdüren kişiler/medya kuruluşları tarafından özgün biçimde hazırlanması gereken üretimlerdir. Ancak yeni medya ortamlarında çok sayıda haber üreterek okuru bu mecralara çekmek, daha fazla insan gücü ve ekonomik kaynak harcanması anlamına gelmektedir. Bu nedenle kuruluşlar/kişiler, başkaları tarafından üretilen hazır haberleri kullanma eğilimi göstermektedirler. Var olan haberlerin kullanılması, başka kaynaklardan yararlanılmasını ifade etmektedir (İnce, 2018: 61). Bu noktada kurumlardan/kişilerden beklenen, kullanılan hazır içeriğin kim tarafından oluşturulduğuna dair bilgiyi internet kullanıcıları ile paylaşmasıdır. Ancak yeni medya ortamları, içeriğin asıl kaynağının gösterilmediği yüzlerce habere ev sahipliği yapmaktadır. Bu davranış biçimi, büyük ölçüde hırsızlık ve çalma kavramları ile ilişkilendirilmektedir. İnternette dolaşan bir haberin, fotoğrafın, videonun ya da ses kaydının birebir alınması, kullanılması ve paylaşılması, emek hırsızlığına örnek teşkil etmektedir. Bu nedenle, başka kaynaklardan beslenen her türü habercilik faaliyetinin kaynak belirterek yürütülmeli gerekmektedir (Binark ve Bayraktutan, 2013: 67-70). İçeriklerin asıl kaynağına ilişkin bir diğer sorun ise arşivden alınan ve kullanılan unsurlar hakkında okurun bilgilendirilmemesidir. İçerikte, arşivden çekilen veri kullanımları olması halinde, metnin sonuna “arşiv” ibaresi eklenerek açıkça belirtilmelidir (Anadolu Ajansı, 2018: 185-190). Ancak bu beklentiler, yeni medya ortamlarında paylaşılan haberlerde dikkat edilmeyen unsurlar arasında yer almaktadır.

Sonuç olarak, yeni medya ortamlarında dijital biçimde yayınlanan haberlerde kaynağa ilişkin çok sayıda sorun ile karşılaşmaktadır. Bu sorunların yanı sıra yeni medya ortamlarında dil ve kurgu sorunları da haberlerde sıklıkla yer almaktadır.

2.1.2.1.2.1.2 Dil ve Kurgu Sorunları

Haberler, toplumun tamamına hitap eden, toplumları bilgilendiren ve yönlendiren metinlerdir. Bu nedenle, insanlar üzerinde güçlü bir etkiye sahip olan bu araçların, bazı

kurallar çerçevesinde yazılması ve kurgulanması beklenmektedir. Bu bağlamda haberlerde dil kullanımına, söyleme ve metin kurgusuna dikkat edilmesi, haberci ve toplum açısından önem teşkil etmektedir. Ancak yeni medya ortamları, dil ve kurguya yönelik etik dışı uygulamaların sıklıkla yapıldığı alanlardır. Dilin özensiz kullanımı, nefret söyleminin varlığı, içeriklerin yanıltıcı biçimde etiketlenilmesi ve başlıklandırılması, ilişkisiz spot kullanımı gibi sorunların yanı sıra hassasiyetlere ilişkin sorunlar da sanal mecralarda görülen etik ihlaller arasındadır.

- Dilin Özensiz Kullanımı

Haberciler tarafından içerik üretim aşamasında dikkat edilmesi gereken en önemli hususlardan bir tanesi de dilin doğru kullanılmasıdır. Tokgöz (2013: 150), haberde kullanılan yazım dilinin sade, doğru, açık ve kesin olması gerektiğini vurgulamaktadır. Ancak geleneksel gazeteciliğe kıyasla internet gazeteciliğinde, dil kullanımı açısından bozulmalar yaşandığı görülmektedir. İnce (2018: 65), internette yer alan haber metinlerinin dil açısından doğru olması gerektiğini ifade ederken, yapılan hataları toplumları da yanlışla sürüklemesi nedeniyle eleştirmektedir. Bu nedenle içerik, herkes tarafından anlaşılır, sade ve akıcı bir dille kurgulanmalı ve uzun cümle kullanımlarından kaçınılmalıdır. Haber içeriğinde birden fazla konuya değiniliyorsa, ara başlıklar kullanılarak konular birbirinden ayrılmalıdır. Her haberde bulunması gereken kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl ve neden sorularının cevaplarına yer verilmelidir.

Bunların yanı sıra internet mecraları, basılı gazetelere kıyasla biçimsel ve sütunsal açıdan daha özgür ortamlar olması nedeniyle, daha uzun metinlerin yayınlanmasına olanak sağlamaktadır. Ancak okuyucunun sıkılmasına neden olan uzun metin yazımından kaçınılması ve metinlerin kısa ve öz biçimde kurgulanması önem teşkil etmektedir (Anadolu Ajansı, 2018: 185-190). Yeni medya ortamlarında habercilerden beklenen; gereksiz bilgilerin yer verilmediği, özün korunduğu, fikir cümlelerine başvurulmayan ve cümlelelerin virgülle birbirine bağlanmadığı kısa haberlerin yazılmasıdır (Yüksel ve Gürkan, 2005: 203). Buna ek olarak sanallaşan habercilik pratiklerinde argo kelime kullanımları da dikkat çekmektedir. Bu bağlamda yeni medya haberciliğinin, dil açısından geleneksel gazeteciliğe kıyasla daha çok soruna yol açan bir yapıya sahip olduğu görülmektedir.

- Nefret Söyleminin Varlığı

Nefret söylemi kavramı Binark ve Bayraktutan tarafından (2013: 86) “her türlü hoşgörüsüzlükten kaynaklanan ve önyargılardan beslenen, nefreti yayan, teşvik eden, savunan ya da haklı çıkaran ifade biçimleri” olarak tanımlanmaktadır. Kişilerin çeşitli özellikleri nedeniyle küçümsenmesi, aşağılanması, kötülenmesi ve diğer bireylerin gözünde

farklılaştırılması, bu kavram kapsamında değerlendirilmektedir. Siyasi içerikli, kadınlara, yabancılara ve göçmenlere yönelik, cinsel kimlik, inanç ve mezhep temelli, engelliler ve çeşitli hastalıklar hakkında olmak üzere farklı nefret söylemi türleri bulunmaktadır (Binark ve Bayraktutan, 2013: 86-87). Bu tür söylemler internet haberlerinde, sosyal medya içeriklerinde sıklıkla kullanılmakta ve halkı olumsuz yönde etkilemektedir. Bir konu hakkında toplumu bilgilendirme amacıyla tarafsız olarak yazılması gereken haberler, yeni medya ortamlarında halkı kışkırtma amacı güden dil yanlışları ile oluşturulmaktadır. Bu durum etik ilkelere ters düşen bir yaklaşım ve davranış biçimi olarak değerlendirilmektedir.

- İçeriklerin Yanıltıcı Biçimde Etiketlenmesi ve Başlıklandırılması

Etiket sözcüğü kısaca bir şeyin kimlik sabibi olması şeklinde tanımlanabilmektedir. Yeni medya ortamlarında haberi kimliklendirme/etiketlendirme işlemi, konuya ilişkin sözcüklerin belirlenmesi ve içerik sonuna yerleştirilmesiyle yapılmaktadır. İnternet kullanıcıları tarafından içeriğe erişmek için arama motorlarına yazılan kelimelerin, haberde kullanılan etiketler ile eşleşmesi halinde içerik ilk sıralarda kullanıcıya sunulmakta ve erişim süreci kolaylaştırılmaktadır. Günümüzde kullanıcılar arasında oldukça popülerleşen etiketle arama yöntemi, yeni medya üreticileri tarafından etik ihlallere yol açan bir alan haline gelmiştir. Konuyla ilgisi olmayan etiketlerin kullanılması, eski içeriklerin yeniymişçesine etiketlenilerek okurlara sunulması ve şöhretin etiketlenilmesi en sık karşılaşılan etik sorunlardır. Etiket yöntemiyle içeriğe ulaşan okurlar, habere erişim sağladıktan sonra içeriğin etiket ile uyuşmadığı durumlar ile karşılaşmaktadır. Bu durum, konuyla bağlantısız etiketlerin içeriklerde kullanımını temsil etmektedir. Bir diğer ihlalde de, eskiden yaşanan bir olaya ait geçmiş haberlerin “son dakika” vb. etiketler ile güncellenerek paylaşıldığı görülmektedir. Binark ve Bayraktutan’a göre (2013: 84) yeni medya ortamlarında yapılan bir başka yanlış etiket kullanımı ise ünlü bir kişinin çevresinde yer alan kişi tarafından gerçekleştirilen eylemin, konu ile ilgisi olmadığı halde ünlüye atfedilmesi ve haberde ünlü isimlerinin geçirilmesidir.

Başlık kavramı ise içeriği kısaca tanıtan ve özetleyen ibareleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Haberde başlık, anahtar kelimeler kullanarak konunun okuyucuya özetlenmesidir. Bu konuda da yeni medya haberciliğinde etik ihlallere rastlanmakta ve internet haberlerine ait başlıklarda, çeşitli yanlış kullanımlar dikkat çekmektedir. İnce’ye göre (2018: 60), internet haberlerinde genelde konuyla ilgili olmadığı halde toplumu ilgilendiren din, ekonomi, sağlık vb. temalar hakkında başlıklar tercih edilmekte ve okur tuzağa düşürülmektedir. Konu ile ilgisi bulunmayan başlıkların uzun, yanıltıcı ve tık alma kaygısı ile abartılmış biçimde okuyucuya sunulması, okur kesimin dikkatini çekmek ve haberi

okumalarını sağlamak amacıyla yapılmaktadır. Ancak habercilerden beklenen, kısa, net, karmaşıklığa yol açmayacak, yorumdan uzak ve olayı tam olarak ifade eden başlıklar kullanmalarıdır (Anadolu Ajansı, 2018: 185-190). Gelişen teknolojilere paralel olarak, okur hareketlerini takip eden sistemlerin geliştirilmesi ile birlikte toplum tarafından daha çok okunan haberlerin belirlenmeye başlanması, bu verilerden yararlanan üreticilerin merak edilen ve ilgi duyulan konulara ilişkin başlık kullanımlarını tercih etmeleri ile sonuçlanmaktadır.

- Haber Spotları

Spot sözcüğü, habercilik alanında haberin okura tanıtılması amacıyla yazılan ve başlık altında yer alan kısa giriş metnini ifade etmektedir. Spotlar, okuru başlığa göre daha fazla bilgilendiren, haberi büyük ölçüde özetleyen ve kitleyi haberin bütününe okumaya yönlendiren metinlerdir. Ancak günümüzde yeni medya ortamlarında üretilen haberlerde, spotların temel amaçlarının yok sayıldığı görülmektedir. Bu mecralarda başlık ile arasında bir bağ bulunmayan ve olay ile ilgili bilgilendirici hiçbir cümleye sahip olmayan spot kullanımları yaygınlaşmıştır (Anadolu Ajansı, 2018: 185-190). Okurun yanlış yönlendirilmesine neden olan bu tür spotlar etik ihlal olarak görülmektedir.

- Hassasiyetler

Hassasiyet kavramı, gündelik yaşam içerisinde bireyin belirli konularda etkilenmesine yol açan unsurları ifade etmektedir. Kişilerde duyarlılık uyandıran konular, bireylerin konuşmaktan ve paylaşmaktan çekindiği, rahatsızlık duyduğu bilgiler içermektedir. Ancak yeni medya ortamları, bu hassas konulardan beslenen yapısıyla etik ihlallere neden olan çok sayıda haberin kullanıcılar ile paylaşılmasına olanak sağlamaktadır. Tıklanma ve okurları sanal mecralara çekme amacıyla bu tür hassasiyetlerden faydalanan haberciler, duygusal açıdan olumsuz yaklaştığı kişilerle ilgili olarak bu tür etik dışı haber üretimleri gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda, yeni medya ortamlarında karşılaşılan dil ve kurgu sorunlarının yanı sıra, konumlandırmaya ilişkin de çok sayıda etik ihlal yapıldığı görülmektedir.

2.1.2.1.2.1.3 Konumlandırma Sorunları

Habercilik faaliyetlerinin internet üzerinden yürütülmeye başlanması, geleneksel habercilikte sadece “okur” konumunda olan bireylerin, yeni medya ortamlarında aynı zamanda birer “tüketici” olarak da görülmesine neden olmuştur. Yeni medya kullanıcılarının konumlandırıldığı bu yeni düzenin temelinde, internet ortamlarının reklam çalışmalarını destekler bir yapıya sahip olması yatmaktadır. İnternet haberciliğinde haber ve reklam ayrımının ortadan kalkması, kullanıcıların yoğun reklama maruz bırakılması ve sadece

tüketici olarak konumlandırılması, dijital çağda karşılaşılan yeni etik ihlaller olarak değerlendirilmektedir.

- Haber ve Ticari Enformasyon Sınırlarının Belirsizleşmesi

İnternet haberciliği, haber ve reklam ayrımının ortadan kalktığı ve sınırların belirsizleştiği bir dönemi yaşamaktadır. Topluma haber yayma amacıyla kurulan siteler, ekonomik kazanç sağlama amacıyla reklam içeriklerini okurlara haber olarak sunma eğilimi göstermektedirler. Gelişen teknolojiler ile birlikte haber sitelerinde kullanılan hareketli manşet alanlarında, haberlere ait görsellerin yanı sıra reklam görsellerine de yer verilmesi bu durumun başlıca örneklerindendir. Fotoğraflı haber sanarak tıklayan okurlar, haberdan ziyade reklamlar ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Haber ve ticari enformasyon sınırlarının belirsizleşmesine bir diğer örnek ise haber metinleri içine kelime kullanımı yöntemiyle gizlenen reklamlardır. Okurlar, metinde yer alan bazı kelimeleri renkli ve altı çizili olarak görmektedir. Bu tür kelimeler, tıklandığında okuru kullanılan hiperlink bağlantıları aracılığıyla başka bir sayfaya yönlendirmeyi ve reklama maruz bırakmayı amaçlamaktadır. Bu etik ihlallere ek olarak, yeni medya ortamlarında kurum, şirket vb. konular hakkında da reklam amaçlı haber üretimlerinin yapıldığı görülmektedir.

Türkiye'nin de dahil olduğu 18 ülkeyi kapsayan rapor, medya yöneticilerinin ekonomik kazanç elde ederek üretilen içerikleri dürüst haber olarak yayınlamak üzere reklamverenler ile anlaştıklarını, basın çalışanlarının rüşvet ve yolsuzluğa dahil olduklarını, gazetecilik ile halkla ilişkiler ayrımının ortadan kalktığını ve işleyişin ticaret-siyaset ilişkilerinden beslenen bir kültüre sahip olmaya başladığını ortaya koymuştur (White, 2016: 252-253). Kullanılan bu etik dışı yöntemler, okurların bilgi alma ihtiyacına hizmet eden araçların ekonomik kaygılar ile hareket etmeye başladığının göstergesidir. Okur topluluğunun ekonomik gelir elde etmek için haberler aracılığıyla yanıltılması, yeni medyada karşılaşılan etik ihlaller arasında yer almaktadır.

- Yeni Medya Ortamlarının Özellikleri ile Kullanıcının Yoğun Reklama Maruz Bırakılması

İnternet kullanıcılarını hedef alan reklam çalışmaları, kitleleri etki altına almaya çalışması nedeniyle etik ihlal olarak değerlendirilmektedir. Kullanıcıların haber sitesine girmesiyle açılan, sitenin üst ve yan bölümlerine yerleştirilen reklamlar, bu ihlalin başlıca örneklerindendir. Buna ek olarak, habere dair çekilen videoları görüntüleyebilmek için kullanıcının önce reklam izlemek zorunda bırakılması ve belirli bir süre izlemeden reklamı kapatamaması, kullanıcıların reklam izlemeye zorlanması anlamına gelmektedir. İnce (2018: 61) bu etik olmayan davranış biçimlerini, okurun habere erişimini zorlaştıran bir unsur olarak

değerlendirmektedir. Bu bağlamda, basılı gazeteler içerisinde yer alan reklam sayfalarının teknolojik gelişmelere ayak uydurarak biçim değiştirmesi, habercilik faaliyetlerinin temelde reklam gelirleri üzerinden yürütüldüğünü gözler önüne sermektedir. Habere erişim aşamasında kullanıcıların istekleri dışında yönlendirilmesi ve bundan kazanç sağlanması, haberciliğin amaçlarını dışına çıkması nedeniyle etik ihlal olarak değerlendirilmektedir.

- Bireylerin Yeni Medya Ortamında Sadece Tüketici Olarak Konumlandırılması

Yeni medya teknolojileri ile sanal mecralarda aktif olmaya başlayan internet kullanıcıları, medya tarafından günümüzde sıklıkla tüketici olarak konumlandırılmaktadır. Ancak bireylerin, sosyal medya uygulamaları, bloglar vb. araçlar sayesinde tüketiciden çok birer üreticiye dönüştüğü görülmektedir. Paylaşma etkinliği üzerine kurulan ve kullanıcıların katılımı ile varlığını sürdüren siteler, ancak kullanıcılar üretim faaliyetlerini sürdürdüğü sürece işlevini yerine getirmeye devam etmektedir. Güncel düzen içerisinde bu sisteme dahil olan kullanıcılar, kendilerinden beklenen şekilde hareket etmekte ve paylaşım ağına dahil olmaktadır. Katılım etkinliklerinden faydalananlar ise bu doğrultuda hareket etmektedirler. Bu bağlamda sanal mecralarda reklam verenler tarafından üretilen videolar, haber siteleri tarafından oluşturulan içerikler, olaylara dair çekilen fotoğraflar vb. her türlü veri, kullanıcıların diğer bireyler ile paylaşmasını arzulayan bir sistem içerisinde inşa edilmektedir. Bu etkinliklerden beklenen de, internet kullanıcılarının içeriğin yeniden üretilmesine katkı sağlamasıdır (Binark ve Bayraktutan, 2013: 95-96). Bu noktadan hareketle, yeni mecralara katılan bireylerin, kurumlar tarafından sadece tüketici olarak konumlandırıldığı ve gelir elde etmeye yönelik planlarda bir araç olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu davranış biçimi de, yeni medya ortamlarda sıklıkla karşılaşılan etik ihlallerden bir tanesi olarak değerlendirilmektedir. İnternet haberciliğinde, konumlandırma alanında yapılan etik ihlallerin yanı sıra karşılaşılan sorunlardan bir diğeri ise güvenlik sorunlarıdır.

2.1.2.1.2.1.4 Güvenlik Sorunları

Dijital çağ olarak adlandırılan günümüzde, kullanıcı verilerinin korunmasına yönelik bazı etik dışı davranışların yaygınlaştığı görülmektedir. 21. yüzyılda ortaya çıkan sosyal medya platformları, verilerin saklanmasına yönelik kullanılan bir takım sistemlerin işletildiği temel mecralar haline gelmiştir. Bu çalışmalar, internet kullanıcılarının verilerinin arşivlenmesine ve gerekli durumlarda 3. şahıslar ile paylaşılmasına hizmet etmektedirler. Tüm bu gelişmeler, yeni medya ortamlarında veri güvenliğinin korunmasına ilişkin etik ihlalleri beraberinde getirmektedir.

- Kişisel Veri Güvenliğinin Sağlanamaması

Kişisel veri kavramı “Kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgi” şeklinde açıklanmaktadır (Kişisel Verilerin Korunması Platformu, 2019). Kişisel verilerin güvenliğinin sağlanamamasına yönelik etik sorun ise kişilere ait bilgilerin sanal ortamlarda çeşitli yollarla ifşa edilmesine dayalı her türlü etkinliği kapsamaktadır. Bayraktutan ve Binark (2013: 73), kişisel verilerin “devlet temelli, özel şirketlerin çıkarları temelli ve çeşitli grupların girişimleri temelinde” olmak üzere 3 şekilde internet ortamında yayıldığını ileri sürmektedir. Kullanıcıların davranışlarını kaydeden, analiz eden ve arşivleyen sistemler, farklı amaçlar doğrultusunda verileri kullanmak isteyen kişi ve kurumlar ile bu bilgileri paylaşmaktadır. 3. kişiler ile paylaşılan veriler, ilerleyen süreçlerde yeni medya ortamlarına sızdırılmakta ve daha çok kullanıcının erişimine açılmaktadır. Bu bağlamda sosyal medya uygulamaları başta olmak üzere internet temelli çok sayıda araç, kişisel verilerin saklanmasına yönelik çalışmalar yürütmekte ve yeni medya ortamlarında etik ihlallere neden olmaktadır.

- Veri Madenciliği Olgusu

Veri madenciliği kavramı Binark ve Bayraktutan (2013: 74) tarafından farklı bilgilerin birbirleriyle ilişkilendirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Bireylerin sanal mecralarda attıkları her adımın kayıt altına alınması, analiz edilmesi, analiz sonuçlarının sınıflandırma yöntemi ile gruplandırılması ve şirketler tarafından satın alınarak kullanılması, yeni medya ortamlarında karşılaşılan etik ihlallerden bir tanesidir. Reklam ve satışa yönelik çalışmalar yapan kurumların, elde ettikleri veriler sonucunda satış, pazarlama ve reklam stratejileri belirlemeleri, bireylere ait bilgilerin onay alınmaksızın başkalarına satılması nedeniyle etik dışı olarak kabul edilmektedir (Arslan vd.’den akt. Binark ve Bayraktutan, 2013: 74). Bu bağlamda internet kullanıcılarının davranış biçimlerinin ölçülmesi, güvenlik sorunlarına yol açması nedeniyle etik sorunlara yol açtığı gibi, oldukça tehlikeli bir durumu da gözler önüne sermektedir.

- Dijital Gözetim Olgusu

Dijital gözetim kavramı veri madenciliği ile benzer bir anlama sahip olmakla birlikte, bireylerin kullandıkları platformlar üzerinden numaralandırılması, kayıt altına alınması ve internet hareketlerinin izlenmesi anlamına gelmektedir. Binark ve Bayraktutan (2013: 76) internet dolayımı mecralarda yürütülen dijital gözetim hareketlerinin “askeri ve istihbarat amaçlı, devlet yönetimi ve nüfus kontrol amaçlı, iş gözetimi ve denetimi amaçlı, tüketim ve tüketici yapılandırılması amaçlı” gerçekleştirildiğini söylemektedir. İnternet kullanıcılarını gözetlemeye yönelik çalışmalar, internet kullanıcılarının bilgisi dahilinde olsa bile özel hayat

vb. alanlara müdahalede bulunulduğu için etik ilkere aykırı bir durum olarak değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak, sanal mecralar farklı şekillerde güvenliğe ilişkin etik sorunların yaşanmasına zemin oluşturmaktadır. Buna ek olarak, bu mecralarda güvenlik sorunlarının yanı sıra içeriğe ilişkin etik sorunlarla da karşılaşilmektedir.

2.1.2.1.2.1.5 İçerik Sorunları

Haberler, içeriğinde yer alan unsurlar açısından etik dışı uygulamaların yapılmadan kurgulandığı metinler olmalıdır. Bu unsurlar, teknolojik gelişmelerin akabinde kullanılmaya başlanan köprü bağlantıları, görseller vb. ögeler olabileceği gibi, haberde anlatılmak istenen konular da olabilmektedir. Ancak yeni medyada haber metni içerisinde kullanılan hiperlinkler, içeriğinin sadece görsellerden oluşturulması, sipariş üzerine üretilmesi, içeriğinde yüceltici unsurların kullanılması, neden-sonuç bağlantılarının yanlış kurulması, kadınları ve çocukları ele alması ve haber-yorum ayrımının belirsizleşmesi, içeriğe ilişkin yapılan etik ihlaller arasında yer almaktadır.

- **Hiperlink Kullanımı**

Günümüzde gelişen teknolojiler, yeni medya habercilerinin farklı hizmetlerden yararlanarak haberi zenginleştirebilmelerine olanak sağlamıştır. Geleneksel medyada kullanımı mümkün olmayan ve yeni medyada sıkça kullanılan hiperlinkler, bu yeni olanaklardan bir tanesidir. Hiperlinkler, haber metni içerisine eklenen ve üzerine tıklanması durumunda okuyucuyu ilgili başka bir sayfaya yönlendiren köprülerdir. Bu işlevsel yenilik, video, ses kaydı vb. farklı formatlı unsurları aynı ortamda birleştirmesi nedeniyle haberin anlaşılmasını destekleyen bir araç olarak görülmektedir. Ancak internet haberciliğinde sıkça kullanılan bu köprü bağlantıları, haberlerde çeşitlilik sağladığı gibi beraberinde bazı etik problemleri de getirmektedir. Metin içerisine yerleştirilen linklerin haber ile ilgili olmaması, başka habere yönlendiren linklerin eklenmesi ve güvenilir olmayan kaynaklar ile bağlantı kurulması, bu alanda yaşanan başlıca etik problemlerdir (Anadolu Ajansı, 2018: 182). Olayla ilgili daha fazla bilgi edinmek üzere hiperlinkleri kullanan okur kesmi hedef alan ve okura daha fazla bilgi sağlama amacına hizmet ediyormuş gibi görünen bu yeni hizmet, okuyucunun site içerisinde daha fazla kalmasını ve daha çok reklam ile temas etmesini sağlamaktadır. Bu durum ise site sahibinin reklamlardan ekonomik kazanç sağlaması anlamına gelmektedir. Bu bağlamda hiperlinkler, okuru yanıltıcı bir yöntem olarak kullanılması nedeniyle etik ihlallere yol açan bir araç olarak görülmektedir.

- Foto Galeri Şeklinde Haber Sunumu

Günümüzde internet haber sitelerinde karşılaşılan bir diğer etik ihlal ise haber metinlerinin bölünmesi ve her parçaya bir fotoğraf eklenmesiyle oluşturulan foto galeri haberciliğidir. Fotoğraf kullanımının ön plana çıktığı bu habercilik türü, görsellere açıklayıcı metinler eklenmesiyle oluşturulan galerileri ifade etmektedir. Bu tür haberlerde farklı etik ihlaller ile karşılaşılmaktadır. Bu bağlamda ilk ihlal ise başlıklara yöneliktir. Galeriye konulan ilginç başlıklar, okuru yanıltarak haberin tıklanma sayısını artırma amacına hizmet etmektedir. İkinci etik ihlal, okurun erişimini zorlaştıracı davranışların sergilenmesine dayanmaktadır. Bu bağlamda galeri haberciliği yapan haber sitelerinin, haberin önemli kısımlarını galerinin sonlarında yer alan fotoğraflara yerleştirdiği, okuru çok sayıda fotoğrafı geçmeye zorladığı ve asıl habere erişimi zorlaştırdığı görülmektedir. Bu davranış biçimi, gelirini çoğunlukla reklamlardan elde eden sitelerin, daha çok tık alması ve kullanıcıyı sitede daha uzun süre tutarak kazancını artırması anlamına gelmektedir. Habere ilişkin oluşturulan galerilerin içine reklam görsellerinin yerleştirilmesi de bu yargıyı desteklemektedir. Tüm bu etik ihlallere ek olarak, haber metni ile uyumsuz fotoğraf karelerinin kullanımı bir başka etik soruna işaret etmektedir. Bu tür uygulamalar haberciliğin temel kurallarından biri olan haber-fotoğraf uyumu ilkesinin hiçe sayılması anlamına gelmektedir. Buna benzer şekilde galeride kullanılan bütün fotoğrafların, yaşanan olay ile ilgili olmaması ve galeriyi zenginleştirmek adına geçmişe ait fotoğraf kullanımlarının tercih edilmesi, bir başka yanıltıcı yöntem olması nedeniyle etik dışı değerlendirilmektedir. İnce (2018: 61) bu habercilik uygulamasının, bireylerde zaman kaybına yol açması ve bireyleri yanıltması nedeniyle etik bir habercilik türü olmadığını ifade etmektedir.

- Sipariş Haber

Haberler, meydana gelen olayların topluma duyurulmasında kullanılan araçlardır. Ancak günümüz yeni medya ortamlarında, haberlerin temel işlevlerine ilişkin bazı sapmalar meydana gelmiştir. Bu ortamlarda sipariş haber olarak adlandırılan yeni eğilim; kişi, kurum ve kuruluşların kendi isimlerini duyurmak amacıyla habercilere belli bir çıkar karşılığında haber yaptırmalarını ifade etmektedir. Bir nevi reklam temelli olan içerik üretimleri, haberin sahip olması gereken çok sayıda özellikten yoksun olması nedeniyle eleştirilmektedir. Haber değeri taşıyan bir konu olmaksızın yapılan bu üretimler, yeni medya ortamlarının gereksiz bilgiler ile dolmasına neden olmaktadır. Bunun yanı sıra habercilerin, bir kesmin reklamını yapmak üzere mesleki gücünü kullanarak çıkar elde etmesi ve haksız kazanç sağlaması, etik ilkelere aykırı bir durum olarak değerlendirilmekte ve etik dışı bir uygulama olarak görülmektedir.

- Abur Cubur Haber

Ian Hargreaves haberleri, gün içerisinde bireyler tarafından birkaç kez yenilen ve her zaman sipariş edilmesi mümkün olan abur cubur yiyeceklere benzetmektedir. Hargreaves'e göre bu tür yiyecekler, ulaşılması kolay ve başlangıçta lezzetli gelen gıdalardır. Ancak zaman içerisinde abur cuburlar, bireylerin sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir (2006: 7-8). Bu bağlamda günümüzde yeni medya ortamlarında dolaşıma giren haberler de, her an güncellenebilen, düzenlenebilen, paylaşılabilen ve ilk aşamada bireyleri geçici olarak bilgilendiren bir yapıya sahip olması nedeniyle, bu yiyeceklere benzetilmektedir. Ancak sanallaşan haberler gazeteciliğin değerini düşürmekte ve meslek dezenformasyonlarına neden olmaktadır. Meslekteki bu aşınmalar, curcuna haberciliği ve boş habercilik kavramlarıyla da özdeşleşmektedir. Schneider ve Raue tarafından ortaya atılan “curcuna haberciliği” kavramsallaştırması, bir olayın gerçekleşme nedeninin ilgisiz bir duruma bağlanmasını ifade etmektedir. Hastalık nedeniyle hayatını kaybeden bir bireyin ölüm sebebinin, başka bir şey olarak gösterilmesi ve haberleştirilmesi, curcuna haberciliğine bir örnektir. Boş habercilik ise toplumu bilgilendirme amacı gütmeyen ve gereksiz bilgilerin derlenmesine dayanan haber üretimleridir. Bireylerin ne şekilde uyuduklarının haberleştirilmesi, boş habercilik örneklerinden sadece bir tanesidir (Schneider ve Raue, 2002: 2-4). Bu tür haberler, gazetelerin internete taşınmasıyla birlikte gelişen masa başı habercilik pratiklerinin akabinde ortaya çıkmış ve gazeteciler arasında yaygınlaşmıştır. Toplum içerisinde büyük yankı uyandıracak haber üretimlerinin popülerleşmesi, haber değeri taşımayan olayların haberleştirilmesini desteklemektedir. Bu tür içerikler de, haber değeri taşımaması nedeniyle etik ilkelere aykırı olarak değerlendirilmektedir.

- Yüceltici Haber

Yüceltmek sözcüğü yüceleştirmek şeklinde tanımlanabilmektedir. Haberlerde yüceltme ise bir kişinin haberde övülerek olduğundan daha iyi ya da yerilerek daha kötü gösterilmesi durumudur. Habercilerin yüceltici haber üretimleri, sevdiği liderleri yüceltirken, sevmediklerini kötüleme amacına dayanmaktadır (Schneider ve Raue, 2002: 2-4). Habercinin bu içeriklerdeki amacı, toplumu bahsi geçen kişinin “en” olduğuna inandırmaktır. Hargreaves'e göre medyanın “çevreyi temizlemek, nükleer silahlanmayı önlemek, sahtekar politikacıları yerinden etmek, fakirliği azaltmak, tüm insanlar için kaliteli sağlık hizmetleri sağlamak ve hatta milyonlarca insanın hayatını kurtarmak için insanları harekete geçirme gücü” vardır. Ancak medya bu gücü “seksi, şiddeti ve sansasyonelliği arttırma ve hali hazırda zengin olan medya patronlarının cüzdanlarını daha da şişirme” amacıyla kullanmaktadır (Hargreaves, 2006: 11). Bu amaç doğrultusunda da Schneider ve Raue tarafından

kavramsallaştırılan “misyoner haberciliği” kavramı devreye girmektedir. Bu yeni habercilik türü, habercinin savunduğu görüşü açıkça ifade etmesine ve haberlere yansıtmasına dayanmaktadır (Schneider ve Raue, 2002: 2-4). Haberci bu tür haberlerde, düşüncesinin savunucusu olmakta ve bunu topluma empoze etmeye çabalamaktadır. Bu bağlamda, haberlerin objektif bir bakış açısıyla, haber değeri taşıyan içeriklerden oluşturulması beklenirken, bu özelliklerden yoksun üretimler yapılması, yeni medyada karşılaşılan etik ihlale işaret etmektedir.

- Çocuklara Yönelik Haberler

Habercilik ilkelerine göre, 18 yaşını geçmemiş her birey çocuk olarak değerlendirilmektedir. Bu yaş grubundaki kişilerin haberleştirilmesi, dikkat ve özen gerektiren bir alandır. Ancak internette çocuklara ilişkin paylaşılan haberlerde, etik ihlallerin yaşandığı örneklerle sıklıkla rastlanmaktadır. Yasalara aykırı olarak suç işleyen kişinin çocuk olması halinde, haber yazımında ve görsel kullanımında dikkat edilmesi gereken bazı noktalar bulunmaktadır. Çocuklara ilişkin haberlerde kimlik bilgilerinin açıkça verilmemesi ve fotoğraflarının kullanılmaması, temel habercilik ilkeleridir. Bu tür haberlerde, habercilerin temsili fotoğraf kullanımlarını tercih etmesi beklenmektedir. Ancak yeni medya ortamlarında doğruyu yansıtmayan ve okurlarda farklı algı uyandıran görseller sıklıkla yer almaktadır (Telci, 2017: 159). Tüm bu yanıltıcı habercilik uygulamaları ve fotoğrafların buzlanmamasından kaynaklanan çocuğun kimliğinin açığa çıkması, yeni medyada karşılaşılan etik ihlaller arasında sayılmaktadır.

- Kadınlara Yönelik Haberler

Kadına yönelik şiddet ve cinsel istismar temalı haber üretimleri, özen gösterilmesi gereken habercilik faaliyetlerinin başında gelmektedir. Bu konuya ilişkin haber yazım süreçlerinde, mağdur olan kişilerin kimliklerinin açıklanmaması ve fotoğraflarının kullanılmaması dikkat edilmesi gereken temel etik ilkelerdir. Ancak yeni medya haberciliğinde, mağdur edilmiş kişilerin kimlik bilgileri ve fotoğrafları, tüm internet kullanıcılarıyla açıkça paylaşılmaktadır. Bunun yanı sıra internette paylaşılan haberlerde, mağdur fotoğrafının açıkça kullanılmadığı ancak kullanılan temsili görseller ile kadının yaşadığı mağduriyeti pekiştirici uygulamalar da söz konusu olmaktadır (Telci, 2017: 160). Bu bağlamda, kadınlara yönelik üretilen içeklerde, habercilerden hem dil hem de haberi destekleyici fotoğraf kullanımı konusunda dikkatli davranması ve etik ihlallere yol açacak davranışlardan kaçınması beklenmektedir. Aksi davranış şekilleri, yeni medyada kadınlara yönelik üretilen haberlerde etik ihlallerin yaşanmasına yol açmaktadır.

- Haber ve Yorum Kavramlarının Birbirinden Ayrılmaması

Haberler olanı aktaran objektif metinlerdir. Yorum ise bir olayı kişinin kendine göre değerlendirmesi olarak açıklanabilmektedir. Bu tanımlardan hareketle haber, olaylara nesnel bakan bir yaklaşımken; yorum, olayları öznel bir bakış açısıyla ele almaktadır. Bu nedenle çoğu kurum tarafından belirlenen ve yazılı olarak yayımlanan ilkelere göre, habercilik faaliyetlerinde haber ile yorum kavramlarının birbirinden ayrılması beklenmektedir (İrvan, 2005: 72-74). Ancak günümüzde Türkiye’de sürdürülen internet haberciliği çalışmalarında, haber ve yorum ayrımının tam olarak yapılmadığı ve haberlerin yorum katılarak yazıldığı görülmektedir. Bir habere “şanssızlık”, “kadersizlik” gibi başlıkların atılması ve metinde bu tür kelimelerin kullanılması, habere yorum katılmasının en iyi örneklerindendir. Bu bağlamda, haberci tarafından yaşanan olay ile ilgili yorum yapılması, olayın gerçekleşme nedeninin değerlendirilmesi ve okuru etkileyecek şekilde sunulması, etik ilkelere aykırı bir davranış biçimi olarak değerlendirilmektedir. Tüm bu içerik sorunlarının yanı sıra dijital çağda yapılan bir diğer etik ihlal ise doğruluğa ilişkindir.

2.1.2.1.2.1.6 Doğruluk Sorunları

İnternet haberciliğinde en sık karşılaşılan etik ihlallardan bir tanesi de doğruluğa ilişkindir. Geleneksel habercilikte var olan kontrol mekanizmalarının internet haberciliğinde ortadan kalkmasıyla birlikte, haberlerin doğruluğu konusunda büyük sorunlar yaşanmaya başlanmıştır. Çoklu unsurların kullanımını destekleyen yeni habercilik ortamları, içeriğin yanı sıra içeriği destekleyen öğelerin de gerçek dışı kullanımlarına imkan tanımaktadır. Teknolojik alanda kaydedilen bu ilerlemeler, haberciliğin doğruluk açısından büyük kayıplar vermesine yol açmaktadır.

- Görüntünün Kurgulanması

Kurgu, gerçek olmayan olay ve kahramanların yaratılmasıdır. Bu sözcük günümüzde habercilik alanında üretilen içerikleri de niteleyen bir kavram haline gelmiştir. Bu bağlamda, haberlerde görüntülerin kurgulanması, gerçek dışı olayları konu edinen videoların üretilmesini ifade etmektedir. “Görüntüyle oynama” (İnce, 2018: 63) olarak da adlandırılan bu uygulamalar, birbiriyle alakası olmayan video parçalarının birleştirilmesine dayanmaktadır. Gelişen teknolojik araçlar ile yapılmaya başlanan kurgulama faaliyetleri, zaman içerisinde habercilik alanına da sızmıştır. Habercinin kendi isteği doğrultusunda yeni bir video yaratması ve bu içeriğe ses, yazı vb. unsurlar eklemesi, haberlerin doğruluğuna ilişkin büyük tehdit oluşturmaktadır (İnce, 2018: 63). Kurgu uygulamaları, internet haberciliğinde yaşanmamış bir olayı yaşanmış gibi gösterme ve toplum içerisinde yer alan karşıt görüşlü

kişileri kışkırtma amacıyla sıklıkla yapılmaktadır. Bu tür üretimler, sosyal medya uygulamaları üzerinden paylaşılmakta ve bu yolla okur yanlış bilgilendirilmektedir. Haberciliğin temel ilkelerinden biri olan okuru doğru bilgilendirme sorumluluğu, bu şekilde yeni medya ortamlarında ihlal edilmektedir.

- Haber Fotoğrafları

Haberlerin tamamlayıcısı olarak görülen fotoğraflar, olayın aktarılmasında en az haber kadar etkili bir araçtır. Bu nedenle yazılı olarak aktarılan bir ifadenin, fotoğraflar aracılığıyla da yansıtılabildiği düşünülmektedir. Bunun yanı sıra fotoğraflar, haberlerin güvenilirliğini ve doğruluğunu kanıtlama aşamasında habercilere yardımcı olan unsurlardır. Ancak bu öğelerin, internet haberciliğindeki kullanımlarında bazı etik sorunlar yaşandığı görülmektedir. Bu bağlamda haber fotoğraflarına yönelik ihlaller, fotoğrafı çekme, düzenleme veya paylaşma aşamalarında yapılmaktadır. Habercinin fotoğraf çekme aşamasında özel hayatı ihlal eden bir kare yakalaması, fotoğrafı düzenleme aşamasında fotoğraf ile oynaması ya da başka bir kaynaktan elde edilen fotoğrafı yayınlarken kaynak göstermemesi halinde, etik dışı habercilik faaliyeti yürütülmüş olmaktadır. Bunlara ek olarak, haberin doğru fotoğraf ile eşleştirilmemesi ya da haberle ilgisi olmayan fotoğrafların kullanılması da internet haberciliğinde yapılan diğer etik ihlaller olarak karşımıza çıkmaktadır (Uzun, 2016: 194-207). Bu doğrultuda habercilikte yanlış fotoğrafçılık uygulamaları, doğruluğa ilişkin etik sorunlara yol açarken, toplumu olumsuz etkileyen mesajların yayılmasına da neden olmaktadır.

- Çamur Atma

İnternet haberciliğinde çamur atma, habercinin anlaşmazlık yaşadığı biri hakkında sanal ortamlarda gerçek dışı haberler üretmesi ve kişinin gerçeğe aykırı olarak kötülenmesi şeklinde açıklanmaktadır. Bu amaca hizmet eden haberlerde, iddia edilen bilgileri söyleyen kişilerin kimliği açıkça yazılmamakta ve haberler “ileri sürüldü” gibi ifadeler kullanılarak daha yuvarlak cümleler ile kurgulanmaktadır (İnce, 2018: 63). Haberin temel değerlerinden biri olan “kaynağın haberde açıkça belirtilmesi” ilkesine ters düşen bu habercilik faaliyeti, teknolojilerden faydalanarak mesleki gücün olumsuz şekillerde kullanılmasına örnek teşkil etmektedir. Bu tür haberler, doğru olmayan ve okuru yanıltıcı içeriklere sahip olması nedeniyle eleştirilmektedir. Bu nedenle sanal ortamlarda yürütülen habercilik faaliyetlerinin, diğer bireylere leke atmak için bir araç olarak kullanılması, habercilik açısından etik dışı bir davranış biçimi olarak görülmektedir.

- Editör Kontrol Eksikliği

Geleneksel gazetecilikte var olan haber kontrollerine yönelik çalışmalar, yeni medya haberciliğinde değer kaybeden bir alan olarak değerlendirilmektedir. Dijital çağ öncesi

dönemde, geleneksel gazetelerin basılı materyaller olması ve basımdan sonra değişiklik yapmaya imkan tanımaması nedeniyle, hataya müsamaha gösterilmediği görülmektedir. Bu nedenle geleneksel habercilikte editor kontrol süreçlerinin, ciddiye alınan ve önemsenen bir süreç olduğu düşünülmektedir. Ancak gelişen teknolojilerin sağladığı avantajlar sayesinde yeniden yazılabilir, düzeltilebilir, güncellenebilir ve silinebilir özelliklere sahip olan internet haberlerinde kontrol eksiklikleri yaşanmaya başlanmıştır. Haberi, okur ile en hızlı şekilde buluşturma arzusu içerisinde olan habercilerin, haberlerin doğruluğunu göz ardı ederek haber süreçlerini tamamladıkları görülmektedir. Bu durum haberlerin daha gelişigüzel yazılması ve haber kontrolünden sorumlu editörler tarafından tam anlamıyla kontrol edilmeden yayınlanmasına yol açmaktadır. İsimlerin, sayıların, yerlerin vb. bilgilerin yanlış yazılması ve kontrol eksikliği nedeniyle fark edilmemesi, toplumun yanlış bilgilendirilmesine neden olmaktadır (İnce, 2018: 63). Bu bağlamda, sosyal medya uygulamaları başta olmak üzere çeşitli sanal platformlarda, haberin doğruluğuna ilişkin şüpheli içerikler kontrol eksikliği nedeniyle hızlıca dolaşıma girmektedir. Profesyonellerin yanı sıra yurttaşların da habercilik süreçlerine dahil olması, doğruluğuna ilişkin yaşanan sorunları pekiştirmektedir.

- Künye Eksikliği

Habercilik alanında künyeler, haber üretim süreçlerine dahil olan kişilerin isim, soy isim vb. bilgilerinin okur ile paylaşıldığı bir bilgilendirme bölümüdür. Künyeler, okurun basına karşı duyacakları güvenin destekleyicisidir. Ancak geleneksel habercilikte önemsenen künye kullanımı, internet haberciliğinde göz ardı edilen konulardan biri haline gelmiştir. Künyesiz internet sitelerinin habercilik faaliyetleri yürütmesi ve künyede yer almayan isimlerin haber üretmesi, yeni medya ortamlarında en sık karşılaşılan etik ihlallerdir. Bu tür belirsizlikler, haberlerin doğruluğuna ilişkin okurda şüphe uyandırmaktadır

- Haberi Değiştirme ya da Yeniden Düzenleyerek Kullanma

Yeni medya ortamlarında profesyonel gazeteciler ya da yurttaşlar tarafından üretilen bazı haberler, geçmişte yaşanan olayları günümüzde yeniden yaşanmış gibi göstermesi nedeniyle yanıltıcı ve aldattıcı özelliklere sahiptir. Schneider ve Raue (2002: 2-4) tarafından “fosilleşmiş habercilik” ve İnce tarafından (2018) “aşırma” olarak kavramsallaştırılan bu habercilik pratiği, geçmişte gerçekleşen bir olayın sürekli olarak yeniymişçesine haberleştirilmesini ifade etmektedir. Bu davranışın temelinde, daha önce yayınlandığında okurların dikkatini çekmesi ve çok sayıda tık alan haberler olması yatmaktadır. Ajanslara ücret karşılığında abone olmak istemeyen kurumlar ve tık almak isteyen yurttaşlar tarafından gerçekleştirilen bu üretimler, okuru yanıltıcı olması nedeniyle eleştirilmektedir. Bu bağlamda, yeniden düzenlenerek paylaşılan haberler metin olabileceği gibi fotoğraf, video vb. öge

kullanımlarıyla da oluşturulmaktadır. Haberlerin doğruluğuna yönelik bir ihlal olarak görülen bu pratik, etik ilkelere ters düşen yeni medya haberciliğine örnek teşkil etmektedir.

- Yanıltıcı Yöntemlerin Kullanılması

Günümüzde ses kayıt cihazı, gizli kamera vb. teknolojiler, habercilerin haber üretim süreçlerinde kullandıkları başlıca teknolojik araçlardır. Ancak habercilerin bu araçları gizli şekilde kullanması, etik ihlal olarak değerlendirilmektedir. Dijital çağda merak duyduğu olayla ilgili görüşmek üzere bir kuruma giden habercinin, bu teknolojileri kaynağın izni olmadan ya da gizli şekilde kullandığı ve veri elde ettiği görülmektedir. Haberci tarafından etik dışı yollarla toplanan materyaller, konunun kamuyu ilgilendirip ilgilendirmediğine bakılmaksızın haberleştirilmektedir. İrvan (2005: 88) konuyla ilgili olarak, “habere konu olan kişilerin yaptıklarının ahlaki olmaması, gazetecilerin ahlaki olmayan bir yöntemi kullanmasını haklı çıkarmaz” ifadesini kullanmaktadır. Buradan hareketle, verilerin ahlaksız davranışlar içermesinin, habercilere kamu yararı olmadığı sürece etik dışı yollara başvurarak yayınlama hakkının tanınmadığı yargısına ulaşmak ve bu davranışlar etik ihlal olarak değerlendirilmektedir.

- Diğer Sorunlar

- Anonimlik Olgusu

Anonim sözcüğü kim olduğu bilinmeyen şeyleri nitelendirmek için kullanılan bir kavramdır. Yeni medya haberciliğinde anonimlik ise internet kullanıcılarının gerçek kimliklerini gizleyerek internet ortamlarında yer alması, üretim ve paylaşım süreçlerine dahil olması ile gerçekleşmektedir. Gizli kullanıcı olarak sanal ortamlarda yer alan kişiler, kimliklerinin belli olmamasının verdiği rahatlık ve özgüven ile, kimliğini açıklayan kişilere kıyasla daha radikal paylaşımlarda bulunmaktadırlar. Bu paylaşımlar, genellikle doğru olmayan ve toplum içerisinde karmaşıklığa yol açan içeriklerdir. Buna ek olarak, internet haberciliğinde karşılaşılan bir diğer anonimlik örneği ise haber üretimlerinde anonim kaynaklardan yararlanılmasıdır. Yurttaşlar tarafından haber yazım aşamasında yararlanılan anonim kaynaklar, kaynağı belirsiz haberlerin artışına yol açmaktadır.

- Hız

Hız, yeni medya haberciliğinde oldukça popüler bir kavramdır. Habercileri rekabete sürükleyen bu olgu, haberi ilk yayınlayan olma arzusu ile içeriklerin eksik ve doğruluğu kanıtlanmadan oluşturulmasına neden olmaktadır. Bu durum da etik sorunlar yaşanması ile sonuçlanmaktadır.

- Kaotik ve Demokratik

Yeni medya mecraları, bireylerin hayatına yakın zamanda giren ve henüz sınırları belirlenmemiş olan ortamlardır. Bu sanal ortamların kullanıcılar tarafından kısa sürede kullanılmaya başlanması, karmaşık bir yapının oluşmasına neden olmuştur (Binark ve Bayraktutan, 2013: 103). Bu sanal mecralar, bilgi karışıklığının yaşandığı ve doğru-yanlışın birbirinden ayrılmasının zorlaştığı alanlardır. Tek sesli basın sistemlerinin alternatifi olarak ortaya çıkan ve herkesin düşüncelerini ifade edebilmesine imkan tanıyan yapısıyla demokratik bir ortam şeklinde nitelendirilen yeni mecralar, yeniliğin getirdiği olumsuzlukları da bünyesinde barındırmaktadır. İnternet mecralarında yurttaşların ürettiği içerikler, demokratik bir hareket olduğu kadar toplumlar için kaotik gelişmelerin yaşanmasına neden olmaktadır.

- Trol Olgusu

Trol kavramı, internet kullanıcılarını çeşitli uygulamalar üzerinden kızdırma, tartışma ortamına sürekleme, aşağılama ve huzursuz etme amacı güderek davranan kişiler için kullanılmaktadır. Trol habercilik olarak adlandırılan yeni habercilik uygulaması ise var olan bir içerik üzerinde çeşitli oynamalar yapılmasına ve bunun haberleştirilmesine dayanmaktadır (Binark ve Bayraktutan, 2013: 105-106). Daha çok görüntüler üzerine inşa edilen trol habercilik, İnce (2018: 62) tarafından “görüntü ile oynama/fotomontaj” olarak adlandırmaktadır. İnce’ye göre bu eylemlerin temelinde ideolojik ya da manipülasyon amaçlı düşünceler bulunmaktadır. Bu bağlamda trolleme amaçlı görüntüler, toplum içerisinde yer alan farklı grupları birbirine kışkırtma amacıyla hazırlanmaktadır. White (2016: 262), bu eylemlerin önüne geçilmediği sürece, “suistimal, önyargı ve nefret” kavramlarının yaygınlık kazanacağını ifade etmektedir. Habercilik alanında sergilenen bu tür eylemler, bir konu hakkında okuyucu kitlenin yanlış bilgilenmesine neden olmakta ve bu nedenle yeni medya haberciliğinde etik ihlale yol açan davranışlar kategorisinde yer almaktadır.

- Üretilen İçeriklerin Olgunlaşmadan ve Doğruluğunun Teyit Edilmeden Yayılması

Gazeteciler önce kendine, daha sonra okur kitleye karşı sorumlulukları olan bireylerdir. Gazetecilerin topluma karşı en temel sorumlulukları, halkın doğru şekilde bilgilendirilmesini sağlamaktır. Aynı zamanda gazeteciler, doğru bilgiye erişim ortamlarının oluşturulmasını ve korunmasını sağlamakla yükümlüdürler (Tokgöz, 2013: 152-154). Ancak günümüzde habercilik alanında yararlanılan sanal ortamlar, olgunlaşmayan verilerin paylaşıldığı mecralar haline gelmiştir. Binark ve Bayraktutan (2013: 70) tarafından “duyum” olarak kavramsallaştırılan bilgilerin haberciler tarafından habere çevrilmesi, yeni medya ortamlarında etik sorunlara yol açmaktadır. Duyumlar henüz tam olarak elde edilmemiş, doğruluğu kanıtlanmamış ve teyit aşamasından geçmemiş verileri ifade etmektedir. İnce ise

(2018: 64) bu habercilik faaliyetlerini “premature” olarak kavramsallaştırmaktadır. Bu bağlamda olgunlaşmayan bilgilerin haberleştirilmesi, “az sonra haberciliği” olarak da isimlendirilebilmektedir. Bu tür haberlerde içerikler, eksik ve yarım olarak okuyucu ile paylaşılmaktadır. İçerik henüz tamamlanmadan, gelecekte tamamlanacağına dair bilgi “devamı az sonra” ibaresi ile sunulmaktadır. Bu tarz haber üretimleri, okuyucunun eksik bilgi almasına, farklı yönlendirilmesine ve olay hakkında yanlış fikir sahibi olmasına neden olmaktadır.

Yeni medya ortamlarında karşılaşılan en büyük etik ihlallerden bir diğeri de, doğruluğu teyit edilmeyen gerçek dışı bilgilerin haberleştirilmesidir. Sanal ortamlarda her kullanıcının söz hakkına sahip olması, çok sayıda verinin dolaşıma sokulmasına imkan tanımakta ve bu durum bilgilerin doğru-yanlış ayrımını zorlaştırmaktadır (Anadolu Ajansı, 2018: 185-190). Bu bağlamda sınırların belirsizleşmesi, internette yer alan haberlerin güvenilirliğine ilişkin tartışmaları beraberinde getirmektedir.

Habercilerden beklenen, verilerin doğruluğunu teyit etmeleridir. Ancak haber doğrulama aşamalarının zaman ve maliyet gerektiren süreçler olması, habercilerin ve medya patronlarının bu süreçlerden kaçınmasına neden olmaktadır. Günümüz internet haberciliğine yerleşen, daha çok ekonomik kazanç sağlama amacıyla haberi ilk veren olma ve hızlı davranma güdüsü, habercilerde rekabet hissi uyandırmaktadır. Haber doğrulama için gereken zaman ihtiyacı da hız ögesi ile ters düşmektedir. İnternet gazeteciliğinin ilk dönemlerinde ortaya çıkan hızlı habercilik furyası, haberciliği günümüzde de etkisi altına almakta ve gazetecilik faaliyetlerinde bir takım sapmalara neden olmaktadır. Bu çerçevede habercilik faaliyetleri sürdürmek, habercilerin topluma karşı olan sorumluluklarını kötüye kullanmaları ile sonuçlanmaktadır (Schneider ve Raue, 2002: 4-6). Bu etik ihlale karşı yapılması gereken, kontrol edilmeyen verilerden yararlanılarak üretilen haberlerde, okurun haberin doğruluğunun kontrol edilmemiş olduğu konusunda bilgilendirilmesi ve bilginin elde edildiği kaynağa yönelik uyarı ibaresinin eklenmesidir (White, 2016: 261). Bu bağlamda günümüzde toplumun en temel haber alma aracı olan internet ile birlikte gazetecilik alanında yaşanan dönüşümler, haber doğruluğu açısından büyük problemler yaşanmasına neden olmaktadır.

- Bağlamdan Koparma

Bağlamdan koparma, “doğru bir bilginin, içinde bulunduğu olaylar, durumlar veya ilişkiler örgüsünden koparılarak farklı bir anlatı içinde sunulduğu durumlar” olarak tanımlanmaktadır (Teyit.org, 2019). Habercilik alanında da bağlamdan koparma davranışları sıklıkla sergilenmektedir. İnternet haberciliğinde dolaşıma giren bağlamından koparılmış

haber örnekleri, içerikte doğru olan bilgilere haberciler tarafından yeni hikayeler yazılmasıyla oluşturulmaktadır.

- Hatalı İlişkilendirme

İlişkilendirme kavramı kısaca, iki öge arasında bağ kurma olarak açıklanabilmektedir. Hatalı ilişkilendirme ise ögeler arası kurulan ilişkilerin yanlış biçimde gerçekleştirilmesidir. Habercilik alanında yapılan hatalı ilişkilendirme uygulamaları, birbiri arasında bağ bulunmayan iki ögenin bir arada kullanılması ile yapılmaktadır. Bu bağlamda, haber metni ile bağlantısız bir fotoğraf kullanımı, yeni medya ortamlarında en sık rastlanan hatalı ilişkilendirme örneklerinden biridir. Buna ek olarak metin-başlık veya metin-spot uyumsuzluğu da, habercilik alanında yapılan hatalı ilişkilendirme davranışları arasında yer almaktadır.

- Manipülasyon

Habercilik alanında sıkça kullanılan manipülasyon kavramı “yönlendirme”, “seçme, ekleme ve çıkarma yoluyla bilgileri değiştirme” olarak tanımlanmaktadır (TDK Sözlüğü, 2019). İnternet haberciliğinde gün geçtikçe artan bilgileri değiştirme uygulamaları, haberlerde manipüle edilmiş içerik kullanımı ile yapılmaktadır. Bu kavram, gerçek olan bir bilgi veya görüntünün okurları kandırma ya da yanıltma amacıyla manipüle edilmesi anlamına gelmektedir. Bu tür içeriklerde ögelere ekleme ya da çıkarma yapılması, verilerin amaç doğrultusunda şekillendirilmesi anlamına gelmektedir (Teyit.org, 2019). Manipülasyon yaratma eylemi haber metinleri ile yapılabileceği gibi, fotoğrafların düzenlenmesi ya da videoların kurgulanması ile de gerçekleştirilebilmektedir.

- Çarpıtma

Çarpıtmak kavramı bir olayın gerçek olandan saptırılması anlamına gelmektedir. Habercilikte çarpıtma ise çarpıtılmış içerik kullanımları ile yapılmaktadır. Çarpıtılmış içerikler, habere konu olan kişi veya olaylara ilişkin yeni bir hikaye kurgulamada, bilginin gerçek anlamından saptırılması ile oluşturulmaktadır. Bu tür haberler okuru yanıltıcı özelliklere sahip olması nedeniyle eleştirilmektedir.

Bu bağlamda, yeni medya ortamlarında teknolojilerin sağladığı avantajlar ile birlikte çok sayıda etik ihlal yapıldığı görülmektedir. Kaynak, dil ve kurgu, konumlandırma, güvenlik, içerik ve doğruluk olarak kategorize edilen ihlaller, etik dışı habercilik faaliyetlerinin çokluğunu gözler önüne sermektedir. Ancak bütün bu etik ihlaller arasında kendine geniş yer bulan tek sorun ise doğruluğa ilişkin sorunlardır.

2.2 Yeni Medyada Doğruluk Sorunu

Yeni medya, çok sayıda bilginin hızlı bir şekilde dolaşıma girdiği ve milyonlarca kullanıcıya aynı anda ulaşmayı başardığı ortamlardır. Bu ortamlarda kullanıcılar tarafından erişilen bilgiler, paylaşım aşamasında uygulanan bir denetim sistemi olmamasından kaynaklı olarak doğru-yanlış veya gerçek-yalan olarak iki şekilde de varlığını sürdürmektedir. Bu süreçte habercilik alanında internette dolaşan bilgilerden yararlanılmaya başlanması, yalan haber kavramını gündeme getirmiştir. Dijital çağda ortaya çıkan sosyal medya platformlarında kullanıcı türevli içeriklerin artmasıyla birlikte, yalan haberlerde de büyük bir artış yaşanmıştır. Toplumlara yanıltıcı içeriklere sahip olan bu tür haberler, belli amaçlar doğrultusunda kurgulanmaktadır. Bu noktada asıl sorun, okurların yalan haber okuduklarını bile bile bu habere inanmayı seçmeleridir. Bu bağlamda, habercilik alanında son dönemlerde var olan gerçek-yalan çıkmazı, yeni medyada bilgilerin güvenilirliğine ilişkin tartışmaları beraberinde getirmektedir.

2.2.1 Yeni Medyada Haber ve Bilgi Güvenilirliği

Gelişen internet teknolojileri, haber üretim süreçlerinin yerleşik geleneksel habercilik etkinliklerinden sıyrılarak yeni şekillerde sürdürülmesine imkan tanımıştır. Ancak dijital çağda yeni ortamlar üzerinden sürdürülen habercilik faaliyetleri, çok sayıda sorunu da beraberinde getirmiştir. Bu sorunların en başında ise “doğruluk” gelmektedir. Teknolojilerin kontrolsüz ve denetimsiz haber üretimlerine imkan tanınması, bilginin doğruluğuna ilişkin tartışmaları körüklemektedir. Bu bağlamda bilgilerin güvenilirliği üzerine yapılan tartışmalar, kullanıcıların haber üretim süreçlerine dahil olduğu andan itibaren süregelmektedir. Ancak son dönemlerde niceliksel açıdan artan yalan haberler, bu tartışmaların ön plana çıkmasına yol açmıştır. “Post-truth” ve “Fake News” gibi yalan haber üzerine inşa edilen yeni kavramlar da kendine literatürde yer bularak, habercilik alanına ışık tutmaya başlamıştır.

2.2.1.1 Post-Truth

İngilizceden Türkçeye “doğruluk sonrası”, “gerçek ötesi”, “gerçek sonrası”, “post olgusal” (teyit.org, 2019), “hakikat ötesi” (Journo, 2019) gibi farklı şekillerde çevrilen “Post-truth” kavramının çevirisinde, Türkçede henüz ortak bir uzlaşma bulunmamaktadır. İki kelimenin bir araya gelmesiyle oluşan bu kavram, “post” ekinin “truth” sözcüğünün önüne gelerek bir arada kullanılmasıyla oluşturulmuştur. “Truth” kelimesi, İngilizceden Türkçeye “hakikat”, “gerçek”, “doğruluk”, “gerçeklik” gibi farklı biçimlerde çevrilebilmektedir. İngilizcede kullanılan “post” ise önüne geldiği sözcüğün sonrasında gerçekleşen olayları ifade etmek için kullanılan bir ön ektir. Bu bağlamda post-truth kavramının “hakikat sonrası” olarak

çevrilmesi mümkündür. Ancak post-truth'a ilişkin çeviri alanında ortak fikir birliğine varılamaması, farklı şekillerde çevrilmesine neden olmuştur. Bu bağlamda kelimenin çevirisinde, "Post" ekinin truth kavramının önüne gelerek kelimenin önemsizleştirildiğini ileri sürenler bulunmaktadır. Bu düşünceye göre post-truth; gerçeklerin ve hakikatlerin önemsizleşmesi, gerçeklerin önemini yitirmesi gibi yine pek çok şekilde çevrilebilmektedir (Journo, 2019). Bu kavram, başlarda "gerçeğin ortaya çıkışından sonrası"nı anlatmak için kullanılsa da, şu anki yaygın kullanımı 1992'de Steve Tesich isimli oyun yazarının bu kavramı The Nation isimli dergide yayımladığı yazısında geçirmesiyle gerçekleşmiştir. Bu sözcük, 2004 yılında Ralph Keyes tarafından yayınlanan "The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life" isimli kitap ile Dünya genelinde yaygınlaşmaya başlamıştır. 2016 yılına gelindiğinde ise Oxford Dictionaries tarafından yılın kelimesi olarak seçilen "Post-truth", Dünyanın gündemine oturmuştur.

Bu kavramın varlığı yıllardır hüküm sürse de, kullanım sıklığının artış yaşadığı dönem Brexit Referandumu ve ABD başkanlık seçimleri sırasında olmuştur. Kullanıcılar bu dönemlerde en çok Türkçeye 'post-olgusal siyaset' şeklinde çevrilen 'post-truth politics' kelimesini aratmışlardır (teyit.org, 2019). "Post-truth" bireylerin bir konuya ilişkin seçimlerinde duygusal kararlarının ve kişisel inanışlarının gerçeklerin önüne geçmesini ifade etmektedir. Medya da bu seçim sürecinde bireyleri etkileyen en önemli unsurlardan bir tanesidir. Bu bağlamda gerçeklere ilişkin medya tarafından sıklıkla yapılan abartma, çarpıtma, bağlamdan koparma, manipüle etme gibi gerçeği farklılaştırma davranışları, bireylerin seçimlerini etkilemektedir. Toplumun duygularına yönelik üretilen haberler, bireyleri etkisi altına almayı amaçlamaktadır. Bu amaca da en kestirme yol yalan haber üretimleridir.

"Post-truth" yalanlar üzerine inşa edilen bir kavramdır. Toplumu oluşturan bireylerin büyük kısmı, yalan söylemeyi yanlış bir davranış olarak görmektedir. Ancak çok az insan bu davranışı etik dışı olarak değerlendirmektedir. Bu yaygın düşüncenin temelinde, "beyaz yalan" olarak adlandırılan yalanların günümüzde sürekli olarak dolaşımda olması yatmaktadır. Yalanlar, diğer bireyleri kandırmanın bir yoludur. İnsanların aldatma girişimleri, eğlenceli zaman geçirme ve boş zamanları değerlendirme aktivitesi olarak değerlendirilmektedir. Bireyler yalan söylerken de yalan okurken de eğlenmektedirler. Medya organları da, bireylerin eğlence ihtiyaçlarını karşılamak adına sayfalarca yalan haber yayınlamayı kendilerine iş edinmektedirler. Habercilikte yalancılığın artışı, etik anlamda bir gerilemenin yaşandığına işaret etmektedir. Ancak bu durum insanları rahatsız etmemektedir çünkü bireylerin yalanlara karşı bakış açısı değişmiş ve önemsememe duygusu ön plana çıkmıştır. Bu önemsizleştirme davranışları, günümüzde yalan söyleyen birinin yakalanma

durumunda bir cezalandırma sisteminin bulunmaması nedeniyle görülmektedir. İnsanlar yalan söyler, yakalanır, utanır ve unutulur. Bu yalancılıkta bir sıradanlaşmaya işarettir. Günümüzde yalan söyleme davranışının sıradanlaşması, “yalan” kavramına karşı farkındalığın azaltılmasıyla ilişkilidir. Bireyler çevrede söylenen yalanlar bir yana kendi söyledikleri yalanları bile fark edemez hale gelmişlerdir. Bu durumun normalleştirilmesi de, etik dışı bir davranış olarak görülmesini zorlaştırmaktadır. Hatta bireyler etik dışı olarak değerlendirmekten kaçınmak için çıkış yolları aramaya başlamışlardır (Keyes, 2017). Bu kaçış anında sığınılan liman ise dijital çağda sanal mecralar olmuştur.

“Yalan” ve “yalancı” kavramları her dönemde var olsa da, geçmiş zamanlarda yalan söylemenin karşılığında bir bedel ödeme gerekliliğinden söz edilmektedir. Eski dönemlerde yakalanma anının getireceği utanç, mahcubiyet gibi duyguların, yalan söyleme davranışlarının önüne geçilmesinde yeterli olduğu ileri sürülmektedir. Ancak günümüzde dijitalleşme süreçleriyle birlikte insanlığın pervasızlaşması, bu duyguların yaşanma anına çözümler üretilmesiyle sonuçlanmıştır. Bu dönem “Hakikat Sonrası Çağ” olarak adlandırılmaktadır. Hakikat sonrası, etik yönden karanlık bir devri ifade etmektedir. Bu çağda bireyler gerçekleri saklarken, kendilerini “yalancı” olarak görmemektedirler. Bu da etik dışı davranışın kabullenilmesi anlamına gelmekte ve bu noktada alternatif etik yaklaşımlar benimsenmektedir. Bu yaklaşımlar yalan söylemenin kötü bir davranış olmadığını kabul ederken, gerekli durumlarda söylenebileceğini vurgulamaktadır. Bunun yanı sıra, “Yalan” kelimesi sert ve olumsuz bir kelime olarak görülmesi nedeniyle günümüzde daha yumuşatılmış halleri kullanılmaktadır. “Yanlış söylemek”, “abartmak”, “yanlış ifade etmek”, “hatalı dile getirmek” gibi yumuşatılmış ifadeler, söylenen yalanların daha kolay gizlenmesini sağlamaktadır. “Dürüst olmamak” “yalancı olmak”tan daha tercih edilebilir olmaktadır. Yakalanma anında bu tür sözcüklerin kullanımı, gelecek tepkilerin de yumuşamasını sağlamaktadır. Bu da yalanların ardı ardına gelmesi ile sonuçlanmaktadır (Keyes, 2017). Habercilik alanında yaşanan artışların başlıca sebeplerinden bir tanesi budur. Yalan söyleyen habercinin alacağı tepki günümüzde en fazla takipten çıkarma ile karşılık bulmaktadır.

Böyle bir çağda, teknolojilerin sağladığı avantajların da desteği ile yalan söylemek daha da kolaylaşmaktadır. Dijital çağda yalanlar üzerine kurulu haberler ile bireylerin duygularına oynama ve kararlarında gerçekliğin önüne geçme, düşünüldüğünden de basitleşmiştir. İnternet öncesi dönemde toplum üyeleri yakın ilişki kurmaktaydı ve kişiler kendi çevresi ile etkileşime girmektedir. Bu nedenle çevreye karşı ifşa olma korkusu, yalan söyleme eyleminin önüne geçmekteydi. Ancak gelişen teknolojilerin bireylerin iletişim kurma biçimlerini değiştirmesi ve kurulan sanal bağlar, kişilerin birbirlerini uzakta hissetmelerine

neden olmaktadır. Bu da yalan söyleme davranışlarını arttırmaktadır. Bu noktadan hareketle, gelişen teknolojilerin post-truht dönemin oluşumunda büyük rol oynadığı kabullenilmektedir. Anlık mesajlaşma uygulamalarının gelişmesi, e-posta kullanımının yaygınlaşması, sohbet etmeye imkan sağlayan sosyal medya platformlarının ortaya çıkması vb. her türlü sanal iletişimi destekleyen teknolojiler, yüz yüze yalan söylerken hissedilen yükü ve kaygıyı azaltmaktadır. Bu nedenle sanal ortamlarda söylenilen yalanlar rahatlıkla paylaşılabilmektedir. Bu da internet ortamlarını duyumların, dedikoduların, aldatıcı içeriklerin, yanıltıcı haberlerin dolaşıma girdiği bir mecraya dönüştürmektedir (Keyes, 2017). Bu yüzden internette yer alan haberlerin gerçekliği her zaman şüphelidir. Haberlere karşı duyulan şüphelerin artması da haberlerin doğruluğuna ilişkin çalışmalar yürüten yeni sistemlerin kurulması ile sonuçlanmıştır.

Özetle, yalanların artışı bireylerin verdikleri tepkiler ile ilişkilendirilmektedir. İnsanların gerçeği bildikleri halde yalanlara inanmayı seçmeleri, yalan üreticilerinin üretimlerine devam etmelerine kaynaklık etmektedir. Bu da post-truth dönemin varlığının devamlılığı anlamına gelmektedir. Bu bağlamda, “Post-truth” meselesinin oluşumuna katkı sağlayan iki unsur ise “fake news” kavramı ve “kullanıcı türevli içerik”lerdir.

- Fake News ve Kullanıcı Türevli İçerik İlişkisi

Dijital çağın son dönemlerinde Dünya çapında popüler olan “Fake News” kavramı, “yalan haber” veya “sahte haber” şeklinde Türkçeye çevrilmektedir. Bu kavram Kasım 2016’da Amerika Birleşik Devletleri’nde yapılan başkanlık seçimleri sırasında ve sonrasında, Donald Trump’ın sık sık “fake news” terimini kullanmasıyla popüler olmuştur. Trump, kendisiyle ilgili çıkan olumsuz haberleri “sahte haber” olarak nitelendirmiş ve halk üzerinde bir algı operasyonu yürütmüştür. Liberal Amerikan medyasına göre Trump’ın başkan olarak seçilmesinde sahte haberlerin katkısı oldukça büyüktür. Trump’ın seçim sürecinde sıklıkla dile getirdiği “Fake News” kavramı Collins Dictionary tarafından 2017’de yılın sözü olarak kabul edilmiş ve sözlüğe “haberler kapsamında yayılmış, yalan, genellikle sansasyonel bilgiler” (Collins Dictionary, 2019) anlamıyla eklenmiştir (Habertürk, 2019). Günümüzde “Fake News” olarak adlandırılan haberler, geleneksel medyada veya çevrimiçi ortamlarda yayınlanan, kasıtlı olarak toplumlarda dezenformasyona yol açan veya toplumu aldatan haberler olarak açıklanmaktadır. Bu tür haberler sanal ortamlarda da sıklıkla yer almaktadır.

Günümüzde habercilik faaliyetlerinin dijitalleşmesi, bireylerin haber alma ihtiyaçlarını sanal mecralar üzerinden giderme çabaları ile sonuçlanmıştır. Milyonlarca internet kullanıcısı haber takibi için haber siteleri başta olmak üzere çeşitli sosyal medya platformlarından yararlanmaya başlamışlardır. Bu yeni mecralar, yalan haberlerin dolaşıma girdiği alanların

başında gelmektedir. Bu bağlamda, yeni ortamlarda paylaşılan sahte haberleri üçe ayırmak mümkündür (BBC News Türkçe, 2019):

1. Zarar verme amaçlı yayınlanan haberler: Bu tür haberler toplumu manipüle etmek üzere kasti olarak üretilen ve bilinçli şekilde yayınlanan haberlerdir.
2. Bilinçsizce yayılan ama topluma zarar verme potansiyeli olan haberler: Bu tür haberler okurların haberin doğruluğuna ilişkin şüphe duydukları ancak emin olmamalarına rağmen paylaştıkları ve topluma zarar verme ihtimali olan haberlerdir.
3. Eğlence amaçlı ve zararsız sahte haberler: Bu tür haberler topluma zarar verme amacı gütmeyen, “şaka” ya da “dalga geçme” amacına yönelik üretilen haberlerdir.

Her üç habercilik türünde de topluma zarar versin ya da vermesin, toplumun yanlış bilgilendirilmesi söz konusudur. Sahte haberleri sınıflandırma yoluna giden bir diğer isim ise Wardle'dır. Wardle, sahte haberleri misenformasyon ve dezenformasyon olmak üzere 2'ye ayırmaktadır. Misenformasyon kavramı, yanlış bilginin bilinçsizce ve istem dışı olarak paylaşılmasını ifade ederken, dezenformasyon kavramı yalan olduğu bilinen bilginin kasti bir biçimde üretilmesi ve paylaşılması anlamına gelmektedir. Ward bu iki kavramı 7 alt başlıkta incelemektedir (akt. Taş, 2019: 195):

1. Haberlerde yanlış bağlantı kurulması: Bu tür haberlerde, haberi oluşturan fotoğraf, başlık, spot gibi unsurların haber metni ile bağlantısı bulunmamaktadır.
2. Haberlerde yanlış bağlam oluşturulması: Bu tür haberlerde yer alan gerçek bir olay, bağlamından koparılarak yanlış bilgiler ile sunulmaktadır.
3. Haberlerde manipüle edilmiş içeriklerin kullanılması: Bu tür haberlerde kullanılan gerçek unsurlar, bireyleri kandırma amacıyla manipüle edilmiş şekilde aktarılmaktadır.
4. Haberlerde yanıltıcı içeriklerden yararlanılması: Bu tür haberlerde, yanıltıcı unsurlar kullanılarak üretim gerçekleştirilmekte ve paylaşılmaktadır.
5. Haberlerde taklitçi içeriklerin yer alması: Bu tür haberlerde, gerçek kaynaklar taklit edilerek sunulmaktadır.
6. Haberlerin uydurma içeriklerden oluşması: Bu tür haberler, gerçek dışı unsurlardan oluşturulmakta ve bireyleri kandırma amacıyla yayınlanmaktadır.

7. Haberlerin hiciv/parodi özellikler taşıması: Bu tür haberler, kişileri aldatmakta ancak zarar verme amacıyla paylaşılmamaktadır.

Sahte haberlerin yaygınlığı Türkiye açısından incelendiğinde, Reuters Enstitüsü'nün 2018 Dijital Haber Raporu'na göre en fazla sahte habere maruz kaldığını ifade eden okurlar Türkiye'de bulunmaktadır. Türkiye'de her iki internet kullanıcılarından biri, bir haftalık zaman diliminde en az bir sahte haber ile karşı karşıya kaldığını ifade etmektedir (Teyit.org, 2019). Sahte haberlerin Türkiye'de en çok görüldüğü ve paylaşıldığı dönemler ise Foça'ya göre saldırı, patlama gibi toplumları derinden etkileyen kriz zamanlarıdır. Bu dönemlerde okurlar, olaya ilişkin gerçek verilerin gizlendiğini düşünmektedirler. Bu düşüncenin temelinde ise medyaya konulan basın yasakları yer almaktadır. Okurlar bu dönemlerde hiç bilgi edinmemekte ya da edindikleri bilginin hatalı olduğunu düşünmektedirler (BBC News Türkçe, 2019). Bu bağlamda, toplumların kriz dönemlerinde haber alma gereksinimlerinden yararlanmak isteyen haberciler, doğru olsun ya da olmasın haber üretim yoluna gitmektedirler.

Günümüzde yalan haber kavramının eskiye kıyasla daha fazla popüler olmasının çok sayıda nedeni bulunmaktadır. Bu konuya ilişkin sayılabilecek ilk neden toplumda var olan her bireyin bir haberci konumuna gelmesidir. Sosyal medya platformları ile birlikte hem üretici hem tüketici olan bireyler sahte haberlerin üretilmesine katkı sağlarken, paylaşım sürecini de hızlandırmaktadır. İkinci neden, yeni medyada reklam gelirlerinin artmasıdır. Haberler vasıtasıyla kazanç elde etmek isteyen haberciler, internet üzerinden yayınladıkları haberlerde okurlarda daha fazla ilgi uyandıracak konuları ele almayı tercih etmektedir. Haberlerin çok okunması aynı zamanda çok tıklanması anlamına gelirken, her tık habercinin daha fazla para kazanmasını ifade etmektedir. Bu amaç doğrultusunda okurları habere çekmek için atılan gerçek dışı başlıklar, reklam-haber unsurlarının bir arada kullanılması, anonim haberlerin yayınlanması vb. yeni habercilik faaliyetleri, sahte haberlerin artışına yol açan uygulamalardır. Üçüncü neden ise günümüzde okur kitlenin ana akım medyaya olan ilgisinin azalmasıdır. Okur kitle habere erişim aşamalarında geleneksel kitle iletişim araçları yerine yeni medyayı tercih etmektedir. Geleneksel basında var olan kontrol ve doğrulama süreçlerinin yeni medya ortamlarında işletilmemesi, sahte haberlerin yayılımını kolaylaştırmaktadır (İnsanlar Neden Yalan Haber Paylaşır? , 2019). Cep telefonu, bilgisayar, tablet gibi çok sayıda teknolojik cihaz, dijital çağda haberleri kullanıcıların ayağına getirmektedir. Kullanıcılar bulundukları konumdan anında haberlere erişim sağlarken, sosyal medya platformları üzerinden sahte haberlerin de yayılmasına katkı sağlamaktadır.

Başta sosyal medya platformları olmak üzere çeşitli kanallardan kasıtlı ya da bilinçsizce hızla yayılan sahte haberlere ilişkin bazı önlemler alınması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu konuya el atan Facebook gibi çeşitli sosyal medya mecraları, sahte haberlere karşı bazı çözüm yolları aramayı sürdürmektedir. Türkiye’de teyit.org ile işbirliği içerisinde çalışan Facebook, sahte haberlerin yayılımını durdurabilmek adına farklı uygulamalar geliştirmektedir. Ancak WhatsApp gibi anlık mesajlaşma üzerine kurulu uygulamaların sahte haberlerin yayılımını önleyecek bir çalışması bulunmamaktadır. Bu noktada sahte haberlere ilişkin en büyük önlemi kullanıcıların alması beklenmektedir. Doğruluğundan şüphe duyulan habere ilişkin ana kaynağa ulaşmak, içeriği farklı dillerde çeşitli arama motorlarından aratmak ve sorgulayıcı bir yaklaşım benimsemek, kullanıcıları sahte haberlere karşı koruyabilecek önlemlerin başında gelmektedir (BBC News Türkçe, 2019). Kullanıcıların sahte haberlere karşı önlem almalarına ilişkin çözüm yolları aranırken, asıl çelişki bu tür haberlerin üretimlerinde kullanıcıların da rol almasıdır. Bu bağlamda kullanıcı türevli içeriklerin yaygınlaşması, sahte haberlerin yayılımında en temel sorunlardan bir tanesidir.

Bu noktada açıklanması gereken kullanıcı türevli içerik kavramı Ünal’a göre (2019: 67) “Yeni medya kullanıcıları tarafından profesyonel katkı olmaksızın üretilip farklı ağlar üzerinden dağıtılan içeriği ifade eden, habercilik bağlamında rastlantısal olarak yurttaşların tanık oldukları bir olaya ilişkin görüntü elde etmesi” şeklinde açıklanmaktadır. Kısaca, gelişen teknolojiler ile birlikte yeni medya ortamlarında aktif olan yurttaşların haber üretim süreçlerine dahil olması şeklinde açıklanabilmektedir. Sıradan vatandaşların tüketici konumundan üretici konuma geçmesi, habercilik alanında dönüşümler yaşanmasına neden olmuştur. Ünal’a göre (2019: 61) “özellikle web 2.0 olarak adlandırılan dönem ile birlikte yeni medya kullanıcılarının içerik üretimine dahil olmalarıyla kullanıcı türevli içeriğe (user generated content) hem ana akım medyada hem de sosyal medyada sıklıkla yer verildiği görülmektedir.” Kullanıcıların haber üretim aşamalarında yer alması, gelişen teknolojiler ile birlikte gerçekleşmiştir. Mobil cihazların üretilmesi, mobil internet teknolojilerinin gelişmesi ve bireyler tarafından sıklıkla kullanılan araçlar haline gelmesi, haberciliği neredeyse zorunlu bir dönüşüme zorlamıştır.

90’lı yıllarda bloglar ile birlikte internette aktif olmaya başlayan kullanıcılar, ilerleyen süreçlerde bu mecraları haber alma ve verme amacıyla kullanmışlardır. İlk aşamada kendi çevrelere için yayıncılık yapan blog yazarları, sonraki aşamalarda geleneksel medya mecralarında yayınlanan içeriklerin üreticisi haline gelmiştir. Geleneksel kitle iletişim araçları üzerinden yayınlanan haberler, vatandaşlardan elde edilen verilerden oluşturulan ve yine

vatandaşlara sunulan bir formata dönüşmüştür. 2000’li yıllara gelindiğinde ise mobil teknolojilerdeki ilerlemeler, kullanıcı sayısında büyük artış yaşanmasına yol açmıştır. Ortaya çıktığı yıllarda kişiler arası haberleşme amacıyla kullanılan cep telefonları, 21. yüzyılda bu amacın yanı sıra haber alma, haber üretme ve haber paylaşma gibi çok sayıda etkinliğin yardımcı aracı haline dönüşmüştür. Gelişen teknolojilerin mobil cihazları iyileştirmesi, haber üretim süreçlerinde bu cihazların kullanımını yaygınlaştırmıştır. Günümüzde hemen her birey tarafından kullanılan cep telefonları, haberlerin kaydedildiği bir kamerayı, düzenlendiği bir programı ve yayınlandığı bir uygulamayı kendi bünyesinde barındırmaktadır. Geleneksel habercilikte kullanılan teknolojileri tek bir çatı altında toplayan mobil teknolojiler, sıradan vatandaşların edindiği “haberci” unvanına kolay adapte olmalarını sağlamıştır.

2001 yılında Amerika’da gerçekleşen İkiz Kule Saldırıları yurttaş haberciliğin popülerleştiği ilk olay olarak kabul edilmektedir. Profesyonel gazetecilerin yanı sıra haber akışına katkı sağlayan yurttaşlar, bu olaydan sonra habercilik alanında daha aktif kullanıcılar haline dönüşmüştür. Yurttaşların haber üretim süreçlerine dahil olması demokratik bir hareket olarak görülürken, yurttaşlar gerçeklerin ortaya çıkarılmasında bir aracı olmuşlardır. Geleneksel medyada hüküm süren ideoloji doğrultusunda sürdürülen yayıncılık faaliyetleri, yeni medya ortamlarında daha özgür bir görünüm kazanmıştır. Her yurttaşın bu yeni alternatif mecra da söz sahibi olması, farklı düşüncelerin ifade edilmesine olanak sağlamaktadır. Bu da gizlenen gerçeklerin, bastırılan düşüncelerin diğer bireyler ile paylaşılmasını desteklemektedir.

Ancak bu katılımcı süreç beraberinde etik tartışmalarını da getirmektedir. Haberciliğe ilişkin etik ihlallerden bihaber olan kullanıcıların üretim süreçlerine dahil olması, özel yaşamın ihlali, asıl kaynağın gösterilmemesi, haberlerin yanlış başlıklandırılması, nefret söyleminin yaygınlaştırılması, dilin özensiz kullanılması, hassasiyetlere dikkat edilmemesi, görüntülerin kurgulanması, telif haklarının ihlali, doğruluğun teyit edilmemesi vb. çok sayıda etik ihlalin yaşanmasına neden olmaktadır. Tüm bu ihlaller arasında günümüzde en sık karşılaşılan ihlal ise doğruluğa ilişkindir. Demirtaş (2017: 153-154) kullanıcıların katıldığı habercilik süreçleri ile ilgili olarak şunları söylemektedir:

Katılımcılar bilgi verirken kasten veya masum bir şekilde yalan söylüyor olabilirler. Hafızaları yanıltıcı olabilir veya durum dışı veya yanlış anlamalar ile dolu olabilirler. Tehlikede olabilirler ve bildikleri her şeyi veremiyor olabilirler ya da olaylar ortaya çıktıkça tam resmi göremiyor olabilirler. Dolayısıyla yapılması gereken, kaynaklara ve verdikleri materyalleri tekrar etmek yerine, aksine bu kaynakları ve verdikleri bilgileri sorgulamak, diğer itibar edilebilir kaynaklar ile çapraz doğrulamaya almak ve neyin doğru olduğunu sorgulayıp (basmadan veya yayına girmeden önce) yanlış olanları ya da yeterli doğrulaması yapılmayanları ayıklamaktır.

Kullanıcıların katılım sağladığı yeni ortamlar üzerinden yürütülen yeni habercilik faaliyetleri, yeni habercilik türlerinin de desteği ile sürdürülmektedir. Ancak yeni habercilik türlerinin sunduğu olanaklar, etik sorunların büyümesine yol açmaktadır.

2.3 Yeni Habercilik Türlerinin Etik Bağlamda Değerlendirilmesi

Gelişen teknolojiler ile birlikte ortaya çıkan yeni habercilik türlerinin de etik bağlamdan değerlendirilmesi ve habercilik üzerindeki etkilerinin açıklanması oldukça önemlidir.

2.3.1 Mobil Habercilik ve Etik

Günümüzde aşama kaydeden etkileşimli yayıncılık, bireylerin alışkanlıklarının değişmesine yol açmış, basılı gazete okuyan kitlenin, internet gazeteciliğine kaymasına neden olmuştur. Bireyler, teknolojilerin gelişmesiyle birlikte mobil cihazları haber takip aşamasında kullanmaya ve aynı cihazlar ile haber üretim süreçlerine katkı sağlamaya başlamışlardır. Böyle bir çağda internetin habercilik sektörüne kattığı hız kavramı, etik ihlallerin başlıca sebeplerinden birisi olarak görülmektedir. Hızın rekabetçi bir ortam yaratması ile hem bireyler hem de kurumlar, haberlerin doğruluğunu teyit etmeksizin yayınlama faaliyetleri içerisine girmişlerdir. Doğruluğu kesinleşmeyen bilgilerin sosyal mecralardan hızla çok sayıda kullanıcıya ulaşması, yanlış bilginin toplum içerisinde yayılmasına neden olmaktadır. Bireylerin bu haberlere yorum yapabilme özelliği ile de nefrete yönelik söylemler yaygınlaşmıştır (Okkay, 2017: 177). Mobil cihazlar her an her yerde kullanılabilir olması nedeniyle özel yaşam ihlalini kolaylaştıran bir araç olarak kullanılmaktadır. Kişilerden izinsiz elde edilen görüntüler saniyeler içerisinde internete yüklenebilmekte ve diğer kullanıcılar ile paylaşılabilmektedir.

2.3.1.1 SMS Haberciliği ve Etik

Mobil teknolojilerin gelişmesiyle ortaya çıkan SMS haberciliği, sınırlılıklara bağlı olarak bir takım ihlallerin yaşanmasına neden olmaktadır. En başta SMS yazım aşamasında karakter sınırlamasının bulunması, dilin yanlış ve eksik biçimde kullanılmasına yol açmaktadır. Kelimelerin yarım bırakılması, noktalama işaretlerine dikkat edilmemesi, haberi oluşturan başlık gibi öğelerin kullanılmaması vb. örnekler, dilin özensiz kullanımına dair meydana gelen sorunları açıklamaktadır. Aslan (2010: 77) bu durumu şu şekilde özetlemektedir:

Her haberde bir flaş ve onu izleyen gövde bölümü bulunmaktadır. Ancak SMS haberleri başlık ve flaş olarak iki bölümden oluşmaktadır. Yani SMS haberlerinde gövde bölümü bulunmamaktadır. SMS haberleri bu açıdan daha çok “flaş, flaş, flaş” ya da “son dakika” olarak bilinen haberlere benzemektedir.

Flaş olarak adlandırılan haberler yaşanan olay ile ilgili olarak kısa bir içeriğe sahip olan metinlerdir. 5N1K sorularından sadece bir tanesinin cevabına ulaşıldığı bu metinler, bütün ayrıntıları içermemesi nedeniyle bilgilendirme açısından yetersizdir (Aslan, 2010: 78). Bu süreçte asıl kaynak gösterimine de yer verilmemektedir. Bu durum okuyucunun eksik ve yetersiz bilgi almasına neden olmaktadır. Bunların yanı sıra hıza dayalı bir habercilik türü olan SMS haberciliği, okuyucuya aktarılan bilginin doğruluğuna dair endişelerin yaşanmasına da neden olmaktadır.

2.3.1.2 Mobil Video Haberciliği ve Etik

Gün geçtikçe ilerleme kaydeden teknolojiler ile ortaya çıkan mobil video haberciliği, mobil cihazların kullanılabilirdiği her ortamda haber üretimini mümkün kılmaktadır. Bu habercilik türü, mobil cihazlar ile çekilen görüntülerin haberleştirilmesine dayanmaktadır ve etik ihlallerin yaşanmasına neden olmaktadır. Mobil video haberciliğinde temelde yaşanan en büyük etik problem videoların kesilebilir ve kısaltılabilir olması, yeni ses ve görüntülerin eklenmesine imkan tanımasından kaynaklanmaktadır. Görüntülerin gelişen teknolojiler ile birlikte kurgulanabilir özelliklere sahip olması, gerçek ile yalan ayrımını zorlaştırmaktadır. Bu yeni teknolojiler, kişilere çamur atma sürecinde yararlanılan yöntemlerdir. Bilginin doğruluğundan şüphe duyulmasına yol açan mobil video haberciliği, olayın asıl boyutlarının gizlenmesine neden olmaktadır. Bu habercilik türü trol haber üretimlerini de kapsamaktadır.

Tüm bu ihlallere ek olarak mobil video haberciliği, mobil cihazlar ile elde edilen ve haberleştirilen her videonun izne tabi olarak internet ortamlarında yer almaması nedeniyle, bireylerin özel hayatı için tehdit oluşturan bir habercilik türüdür. Bireylerden gizli olarak ve bilgisi dışında çekim yapan gazeteciler ya da yurttaşlar, özel yaşamın gizliliği ilkesini ihlal ederek veri elde etmekte ve bu verileri haber üretiminde kullanmaktadır. Mobil cihaz kullanan ve video çekme yetisine sahip olan her birey, birer içerik üreticisi haline gelmiştir. Bu süreçlerde her kullanıcının, istediği an, istediği yerden video içerik paylaşımı yapabilmesi, editöryal süreçlerden geçmeyen ve toplum için tehdit oluşturabilecek görüntülerin de yayılmasına neden olmaktadır. Toplum, başta nefret söylemi içeren görüntüler olmak üzere, halkı kışkırtıcı görüntülere sürekli olarak maruz bırakılmaktadır. Yine editöryal eksikliklerden dolayı, kadın ve çocuk temalı üretimlerin etik dışı biçimde gerçekleştirildiği görülmektedir. Mobil cihaz kullanımı ile görüntülü haber üretim ve paylaşım aşamalarında kullanıcıların

belirsizleşmesi ve anonim olarak bu süreçlere dahil olabilmesi büyük etik problemler yaratmaktadır.

Videoya dayalı habercilik faaliyetlerinde ortaya çıkan bir diğer etik problem ise kullanıcıların yoğun reklama maruz bırakılmasıdır. Mobil cihazlar ile elde edilen ve haber değeri taşıyan görüntülere reklam eklenmesi, izleyicinin reklamları izlemeden içeriğe ulaşamaması günümüzde sıklıkla karşılaşılan uygulamalardandır. Bu tür mobil videoların paylaşım aşamasında yanıltıcı başlık kullanımları ve etiketleme stratejileri ihlal edilen etik ilkelerden bir diğeridir.

2.3.1.3 Yurttaş Haberciliği ve Etik

Yurttaş haberciliği uygulamaları, ilk başlarda kurumlar tarafından yurttaş gazeteci olarak adlandırılan bireylerin, geleneksel gazeteciler gibi profesyonel mesleki ilkelere sahip olmadıkları yönünde eleştirilmiştir. Ancak zaman içerisinde her kurum kendi gazeteleri için sosyal medya hesapları açmış, yurttaşlardan haber içeriği sağlamaya başlamış, WhatsApp ihbar hatları kurmuş ve birçok alanda yurttaşlardan yararlanmaya başlamışlardır. Yurttaş haberciliği gibi ortaya çıkan yeni habercilik türleri ile birlikte, çeşitli yollarla ulaşılan bilgi ve verilerin doğruluğuna yönelik şüpheli bir bakış açısı hakim olmaya başlamıştır. Bu da beraberinde bir haberin birden fazla kontrol edilmesi ve doğruluğunun kanıtlanması gibi zorunlulukları ortaya çıkarmıştır (Değirmencioğlu, 2019: 46). Okuyucuların katılımına dayanan bu habercilik türünde gönüllülük esastır ve habercilik faaliyetleri güven üzerine inşa edilmektedir. Ancak günümüzde yurttaşlar tarafından üretilen ve genellikle kişisel sosyal medya hesapları üzerinden paylaşılan haberler, doğruluk açısından şüphe uyandırmaktadır. Bu haberler yurttaşlar dışında bir editör tarafından denetlenmediği için yanlış ve yalan bilgiler internet üzerinden dolaşıma girmektedir. Yurttaşlardan bilgi alarak kendi mecralarında paylaşan kurumlar ise doğruluğun teyit edilmeden yayılması sorunu ile karşı karşıya kalmamak için, haberlerin doğruluğunu kontrol etmek zorundadır. Ancak diğer kurumlar ile yarışan ve hız odaklı çalışan kurumlar, etik ilkeleri göz ardı ederek yurttaşlardan gelen verileri, videoları ve fotoğrafları okuyucular ile paylaşmaktadır. Bu noktada kurumlar tarafından dikkat edilmesi gereken şey tarafsızlık, objektiflik ve dengelilik gibi temel ilkelerin göz ardı edilmemesidir. Yurttaşların kendi bakış açıları ile elde ettikleri verileri profesyonel kurumlar ve gazeteciler, haberciliğin temel ilkeleri doğrultusunda değerlendirmelidir (Anadolu Ajansı, 2018: 200). Teknolojilerin sağladığı imkanlar ile günümüzde yurttaşların habercilik alanına katılımı gün geçtikçe artmaktadır.

Mesleklerini profesyonel biçimde sürdüren gazetecilerin yanı sıra son dönemlerde yurttaşların da haber üretim süreçlerine dahil olması etik sorunların artmasına neden olmaktadır. Okkay (2017: 178), yurttaşların habercilik faaliyetlerine katılımı ile “bilgi yanılsaması/görüntü manipülasyonu, reklam ve haber ayrımının kaybolması, sosyal medya sitelerinin amacı dışında kullanımı, içeriğin izinsiz veya kaynak gösterilmeden kullanımı” gibi sorunların ortaya çıktığını ifade etmektedir. Yurttaşlar aracılığıyla elde edilen görüntüler, çeşitli kurgu programlarını kullanma yetisine sahip kişiler tarafından değiştirilebilmekte ve üzerinde oynamalar yapılabilmektedir. Bu durum, bireylerin eriştikleri veriler ile ilgili olarak yanılgıya düşmesine ve toplum içerisinde manipülasyon yaratılmasına neden olmaktadır. Kişilerin yeni ortamları bir gelir kaynağı olarak görmeye başlaması da, haber-reklam ayrımının belirsizleşmesine yol açmaktadır. Yurttaş gazeteciler, haber görünümlü reklamlar paylaşarak okurun ilgisini çekmeyi ve ekonomik kazanç elde etmeyi hedeflemektedir. Bunların yanı sıra Instagram vb. sosyal medya siteleri, günümüzde kuruluş amaçlarının dışına çıkarak habercilik alanında da kullanılmaya başlanmıştır. Bireylerin kendi fotoğraflarını diğer kullanıcılar ile paylaşımlarına ve gerekli onaylar doğrultusunda diğer kullanıcıların fotoğraflarına erişebilmesine, beğenebilmesine ve yorumda bulunabilmesine imkan tanıyan ve bu amaçla kurulan Intagram, artık çok sayıda haber içeriğinin okuyucuya eriştiği bir ortam haline gelmiştir. Profesyonel gazeteciler dışında yurttaşlar da Instagram, Facebook gibi sanal mecralardan bilgi aktarımı ve haber paylaşımı yapabilmektedir. Ancak bu süreçte etik ilkeler çeşitli yollarla ihlal edilmektedir. Bireyin kendi çabalarıyla üretilen ve kendi hesabından paylaşılan bir içerik, bir başka kullanıcı tarafından alınabilmekte, ilk kaynak belirtilmeden ve asıl üreticiden izin alınmadan paylaşılmaya devam edilebilmektedir. Bu durum etik ihlal olarak ele alınmaktadır. Ayrıca bu tür siteler, anonim olarak hesap açılmasına da izin vermektedir. Bu da beraberinde daha rahat içerik üretimini getirmekte ve caydırıcılığı olmaması nedeniyle yanlış, eksik, hatalı bilgi yayılımını hızlandırmaktadır. Bunun yanı sıra yurttaşlar tarafından üretilen içeriklerin, takipçi kazanmak amacıyla yanlış etiketler kullanarak paylaşılması ve ilgi çekici yanlış başlıklandırılması, son dönemlerde artan etik problemlerin asıl kaynaklarından biridir.

Profesyonel gazeteciler kadar etik ilkeleri bilmeyen ve bu ilkelere bağlılığı olmayan yurttaşlar, bireylerin hassasiyetlerini de göz ardı etmektedir. Buna ek olarak özel yaşamın gizliliğine müdahalede bulunan veriler yurttaşlar tarafından bir gazeteciye göre daha kolay elde edilmekte ve paylaşılmaktadır. Çocuk ve kadına dair dikkat gerektiren konulara yurttaşlar tarafından gereken önemin verilmemesi, yurttaş haberciliğinin neden olduğu diğer etik ihlallerdir. İnce (2018: 76) de, yurttaş haberciliği yapan bireylerin tanık oldukları olayları

etik anlamda belirlenmiş kalıp ve standartlara bakmaksızın, kendi dil ve anlam becerileri ile diğer bireyler ile paylaşımlarının dil ve üslup sorunlarına neden olduğunu ifade etmektedir. Yanlış ve hatalı dil kullanımları, toplumun dil becerilerinde bozulmalara neden olmaktadır. Yurttaşların etik ilkeler hakkında yeterli bilgiye sahip olamaları ve habercilik süreçlerine dahil olmaları, gazeteciliğin değer kaybetmesine neden olmaktadır.

2.3.1.4 Sosyal Medya (Sosyal Ağ) Haberciliği ve Etik

Sosyal medya mecraları günümüzde çok sayıda kullanıcı tarafından yaygın biçimde kullanılan sanal mecralardır. Başlangıçta arkadaşlık ilişkisi kurmayı amaç edinerek kurulan bu platformlar ilerleyen süreçlerde habercilik alanında da kullanılmaya başlanmıştır. Binlerce verinin aynı ortam üzerinden yayılmasını kolaylaştıran sosyal medya ortamları, çok sayıda etik ihlalin oluşumuna da zemin hazırlamaktadır. Sosyal medya uygulamaları, sahte hesap açılmasına imkan veren ve anonimlik oluşumu destekleyen bir yapıya sahiptir. Bu nedenle anonim kişiler tarafından üretilen içeriklerin gerçek üreticisi bilinmemektedir. İçerik üreticinin belli olduğu durumlarda bile kaynağı gösterilmemesi sorunu ile karşı karşıya kalınmaktadır. Bu ortamlar, gerçek dışı bilgilerin sıklıkla yer alması nedeniyle, güven açısından endişe duyulan mecralardır. Doğruluğu teyit edilmeden paylaşılan veriler toplumda büyük hasarlara yol açmaktadır. Olaylarla ilgili yanlış bilgilendirici içerikler, toplumların kışkırtılmasına ve iç huzurun bozulmasına neden olmaktadır. Genelde yurttaş gazeteciler tarafından kullanılan sosyal medya platformları, haberciliğe duyulan güvenin azalmasına yol açmaktadır. Bu nedenle haber üretim süreçlerine dahil olan kişileri sosyal medya üzerinden paylaşılan içeriğin saniyeler içerisinde yüzlerce kullanıcı ile buluşacağını göz önünde bulundurarak hareket etmelidir (Anadolu Ajansı, 2018: 184-195). Taşkiran'a göre de (2017: 56), sosyal medyayı haber üretim süreçlerine dahil eden bir gazetecinin ve yurttaşların ürettiği içeriklerde nesnellik olgusunun ön planda olması, verilerin doğru, güvenilir ve teyit edilmiş olması önemlidir. Bunun yanı sıra sosyal medya haberciliğinde ihlal edilen etik değerlerden bir tanesi de haber kaynağının gizliliğinin korunmamasıdır. İçerikle ilgili olarak görüşülen kişi, belli şartlar altında görüşmeyi kabul ettiyse kişinin kimliği gizli kalmalıdır. Bu ihlal sadece okurların değil, kaynakların da gazetecilere olan güvenini sarsmaktadır (Anadolu Ajansı, 2018: 195).

Sosyal medya haberciliğinde en sık rastlanan ihlallerden bir diğeri de dilin özensiz kullanımınıdır. Bu platformlar daha çok yurttaşlardan elde edilen haber içerikleri ile dolu olması nedeniyle, çoğu zaman kısa ve özensiz örneklerle rastlanmaktadır. Yurttaşların yanı sıra profesyonel gazeteciler tarafından da üretilen haberlerde, haberden beklenen objektiflik,

dengelik ve doğruluk ilkelerine ters düşen dil kullanımları görülmektedir. Bu durum okuyucunun yönlendirilmesine ve konu ile ilgili kendi karar verme yetisini kaybetmesine neden olmaktadır (Anadolu Ajansı, 2018: 195). İçeriklerde nefret söylemine yer veren ifadeler kullanılmaktadır. Buna ek olarak kadın ve çocuk ile ilgili üretilen hassas konuların sosyal medya uygulamalarında yanlış kullanımları görülmektedir. Yayınlanmaması gereken fotoğraf ve videoların sosyal medya ortamlarında kullanımları artmaktadır. Bunların temel sebebi de diğer yeni habercilik türlerinde de olduğu gibi sosyal medya mecraları üzerinden dolaşıma giren içeriklerin editör denetiminden geçmemesidir. İnce (2018: 78-79) de, bu yargıyı destekler biçimde sosyal medyada dolaşıma giren ve editör denetiminden geçmeyen içeriklerin yalan, art niyet vb. özellikler taşıdığını ifade etmektedir. Taşkiran (2017: 52) sosyal medya ortamlarını, bütün kullanıcıların istediği bilgiyi sınırlama olmaksızın paylaşabildiği, filtreleme veya eşik bekçisi gibi aşamalara takılmadan yayınlatabildiği platformlar olarak açıklamaktadır

Bu ortamlar özel yaşamın ihlaline neden olan verilerin paylaşılması için elverişli alanlardır. Aynı zamanda sosyal medya uygulamaları bireylerin kişisel verilerin korunması aşamasında yetersiz kalmaktadır. Kullanıcılar tarafından aktif biçimde kullanılan sosyal medya uygulamaları, her kullanıcının bilgilerini çeşitli yollarla arşivlemektedir. Zaman zaman bu veriler şirketler tarafından satın alınmaktadır. Günümüzde medya kuruluşları elde edilen bilgilerin sınıflandırmasını yaparak satış stratejileri belirleyen şirketler arasına girmiştir. Bu da haber ve ticari enformasyon ayrımının belirsizleşmesine neden olmaktadır. Şirketler tarafından kişiye özel sunulan reklam içerikleri, kullanıcıların yoğun reklama maruz kalması ile sonuçlanmaktadır.

2.3.1.5 WhatsApp Haberciliği ve Etik

WhatsApp haberciliği, günümüzde mobil cihazların yaygınlaşması ve internet bağlantılarının gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan bir alandır. Temelde yurttaşlardan beslenen bu habercilik türü, medya şirketleri tarafından aktif biçimde kullanılmaktadır. Ancak WhatsApp uygulaması, özel yaşamı ihlal eden görüntülerin haberleştirilmesi ve yayılmasında bir araç olarak kullanılmaktadır. Kullanıcı tarafından çekilen ve medya şirketlerine gönderilen iletiler, yayın aşamasında kaynak belirtmeden yayınlanmaktadır. Bunun yanı sıra bu yöntemle elde edilen bilgilerin doğruluğu şüpheli olabilmektedir. Görüntülerin kurgulanabilir olması nedeniyle, kurumlar kendilerine ulaşan verileri teyit etmek zorundadır. Nefret söylemine sahip içeriklerin bu yollarla aktarılması, toplumsal bozulmalara neden olmaktadır. Bu

habercilik türünde de kadınlara ve çocuklara yönelik özenle seçilmesi ve yayınlanması gereken içeriklerin dikkat edilmeden paylaşıldığı görülmektedir.

2.3.2 Drone Haberciliği ve Etik

Drone olarak adlandırılan cihazlardan yararlanılarak elde edilen verilerin haberleştirilmesine dayanan drone haberciliği, kullanım alanlarının genişlemesiyle birlikte bir takım ihlallerin yaşanmasına neden olmaktadır. Drone haberciliğine atfedilen en büyük etik sorun, özel hayata yönelik gizlilik ihlaline neden olmasıdır. Dronelar aracılığıyla bireylere ait görüntülerin gizli şekilde çekilmesi ve bu görüntülerin diğer bireylerle paylaşılması, kişilik haklarına saldırıdır. Gazeteciler ya da yurttaşlar tarafından erişilmesi zor tehlikeli alanlarda yaşanan bir olayın görüntülenmesi bu araçlarla yapılmaktadır. Ancak elde edilen görüntünün doğruluğuna yönelik bir takım kontrollerin yapılması mecburidir. Birebir tanık olunmayan ve cihaz üzerinden erişilen bilgiler, sınırlı ölçüde veri alışverişini mümkün kılmaktadır. Olayla ilgili belirli bir kesitin okuyuculara sunulmasına sebebiyet vermektedir. Elde edilen görüntülerin hızlı biçimde servis edilme isteği, olgunlaşmamış bilgi yayılımını da arttırmaktadır. Dronelara sahip olan herkesin görüntü elde edebilir olması, anonim olarak veri paylaşımını mümkün kılmaktadır ve haberlerin kaynağı belirsizleşmektedir. Elde edilen kısa süreli görüntülerin ham hali veya kurgulanmış şekli, bazı bireylerin topluma karşı kötülenmesi sürecinde yararlanılan verilerdir. Yurttaşlar tarafından elde edilen haber değeri taşımayan görüntülerin editör kontrolünden geçirilmeden internet üzerinden yayılması, bir başka etik ihlalin kaynağıdır.

2.3.3 Robot Haberciliği ve Etik

Geliştirilen yazılımlar aracılığıyla hazır metinlerde bulunan boşluklara veri çekme mantığı ile yazılan robot haberler, güncel bilgileri kullanması nedeniyle doğruluğundan emin olunmayan bilgilerin kullanılmasına yol açmaktadır. İçerikte yararlanılan kaynakların belirtilmemesi ikinci bir etik ihlal olarak karşımıza çıkmaktadır. Haber yazım süreçlerinin algoritmalar tarafından gerçekleştirilmesi, haberlerle ilgili direkt muhatapları ortadan kaldırmaktadır.

2.3.4 Veri Haberciliği ve Etik

Çeşitli kurum, kuruluş vb. yollardan elde edilen verilerin görselleştirilerek haberleştirilmesine dayanan bu habercilik türü etik bağlamda değerlendirildiğinde en önemli aşama verilerin doğru ve güvenilir kaynaklardan elde edilmesidir. Yanlış verilerin haberleştirilmesi, okuyucu kitlenin yanlış bilgilenmesine neden olmaktadır. Verilere

dayandırılarak üretilen haberler, nefret söylemi içermekten yazılmalı ve kaotik bir ortam yaratacak ya da demokrasiye zarar verecek söylemlerden kaçınılmalıdır. Veri haberciliğinde hazırlanan içerikler okuyucu kitleyi yanıltacak ya da yanlış yönlendirecek biçimde, kişileri yüceltme veya kötüleme amacına hizmet edecek şekilde yazılmamalıdır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TEYİT.ORG VE DOGRULUKPAYI.COM ÜZERİNE BİR İNCELEME

3.1 Yeni Medyada Haber Doğrulama

Kökleri çok eskiye dayanan haber kavramı, teknoloji devrimi öncesi ve teknoloji devrimi sonrası olmak üzere iki ayrı döneme tanıklık etmiştir. Habercilik alanında teknoloji devrimi, teknoloji alanında bir dönüm noktası olarak kabul edilen internetin icadı ile gerçekleşmiştir. İnternet öncesi dönemde geleneksel kitle iletişim araçları aracılığıyla okur ile buluşan haberler, internetin icadıyla birlikte yeni kanallar üzerinden dolaşıma girmeye başlamıştır. Bu bağlamda sanal platformlar, dijital çağın yeni haber dağıtım kanalları haline gelmiştir. İnternetin gelişimine paralel olarak ortaya çıkan yeni medya ortamları da habercilik süreçlerinin değişiminde önemli rol oynamıştır. İnternet kullanıcılarının yeni medya ortamlarında aktif kullanıcılar haline gelmesi, üretim başta olmak üzere habere ilişkin tüm aşamalarda dönüşüm yaşanmasına neden olmuştur. Bunun yanı sıra yaşanan süreçte, haberlerin gerçekliği bağlamında da geleneksel haberciliğe kıyasla bir takım farklılıklar ortaya çıkmıştır. Yeni medyanın sağladığı avantajlar ile birlikte evrim geçiren habercilik, doğruluk sorunu ile karşı karşıya kalmıştır. Sanal ortamlarda artış gösteren yalan haberler, bu durumu pekiştirici bir unsur olmuştur. Tüm bu gelişmeler neticesinde de, haberlerin doğruluğuna ilişkin duyulan şüphelerin giderilmesi amacıyla haber doğrulama faaliyetleri ortaya çıkmış ve kısa süre içerisinde yaygınlaşmayı başarmıştır.

3.1.1 Haber Doğrulama Nedir?

Haberde yer alan ifadelerin, kişi ve kurumlara ait bilgilerin haber yazarları dışındaki kişiler tarafından çeşitli kaynaklardan teyit edilmesi, haber doğrulama olarak açıklanmaktadır. Bu bağlamda haberlerin doğruluğunun ölçülmesi amacıyla yapılan araştırmalar, haber doğrulama faaliyetleri içerisine girmektedir. Dijital çağda haberciler, haber üretim aşamalarında çeşitli kaynaklardan yararlanmaktadırlar ve bunlardan bir tanesi de internettir. Ancak internette yer alan her veri, yüzde yüz doğru değildir. Bu nedenle, bilginin haberleştirilmeden ve paylaşılmadan önce habercinin asıl kaynağa ulaşma ve doğruluğunu öğrenme sorumluluğu bulunmaktadır. Haberin yanlış bilgiler içermesi ve doğru olmaması, toplumun yanlış bilgileneşine, konu hakkında olumlu ya da olumsuz kanıya kapılmasına neden olmaktadır. Bu şekilde toplumu yanlış bilgilendiren habercilik de, etik açıdan doğru kabul edilmemektedir. Ancak günümüzde çoğu bilginin, bu doğrulama sürecinden geçirilmeden haberleştirildiği ve yeni medya ortamlarında paylaşıldığı görülmektedir. Sanal

platformlarda yayılan haberlerin doğruluğuna ilişkin duyulan şüpheler, bu konuya el atacak bazı hareketleri beraberinde getirmiştir. Doğruluk sorunları üzerine duyulan ihtiyaçlar neticesinde de, haber doğrulama etkinliğini görev edinen kişiler tarafından kurulan haber doğrulama siteleri ortaya çıkmıştır. Bu siteler, internette dolaşan veya yurttaşlar tarafından gönderilen haberlerden hareketle, haberleri araştırma sürecine girerek doğruluklarını tespit etmeye yönelik çalışmalar yürütmektedirler.

3.1.2 Haber Doğrulama Sitelerinin Ortaya Çıkışı

Yeni medya ortamlarının kullanıcılar tarafından aktif biçimde kullanılmaya başlanması, beraberinde doğruluğundan şüphe duyulan haber üretimlerini de getirmektedir. Toplum tarafından sıklıkla kullanılan sosyal medya mecraları ve internet siteleri, haber üretim, paylaşım ve erişim süreçlerinde tercih edilen araçlar haline gelmiştir. Bu tür internet dolayimli araçlar, günümüzde haber yayılım hızını arttırmakta ve yalan/yanlış içerikleri kısa süre içerisinde yüzlerce kullanıcının erişimine açmaktadır. Sanal mecralarda kontrolsüzce paylaşılan içerikler, bilgi kirliliğine neden olmakta, doğru ve yanlış ayrımını zorlaştırmaktadır. Tüm bu gelişmeler, haberlerde yer alan iddiaların gerçekliğinin belirlenmesi, yanlış bilgi kirliliğinin azaltılması ve haberlerin tarafsızca doğrulunun teyit edilmesine yönelik bir gereksinimin oluşmasına yol açmıştır. Üretilen içerik karşısında sorgulayıcı olmayan okur kitle, karşılaştığı haberi doğru olarak kabul ederken; haberin doğruluğundan şüphe duyanlar, yeni oluşumlar kurulmasına destek vermiş ve bu oluşumlar içerisinde yer almaya başlamışlardır. Bunun sonucunda da haberlere yönelik teyit etkinlikleri yürüten sistemler ortaya çıkmıştır. Bu sistemler, haber doğrulama siteleri olarak adlandırılmaktadır. Haber doğrulama siteleri tarafından yürütülen faaliyetler, temelde internet ortamında yer alan haberlerin doğruluk derecelerini analiz etmeyi kendine amaç edinmektedir.

Haber doğrulama sitelerine yönelik ilk hareketler, 21. yüzyılın başlarında Amerika'da görülmüştür. Kısa süre içerisinde tüm dünya genelinde yaygınlaşmayı başaran haber doğrulama siteleri, günümüzde de 50'yi aşkın ülkede etkinliklerini yürütmeye devam etmektedir. Türkiye'de de bu sitelerin varlığı bilinmektedir. Doğruluk Payı, Fact-CheckingTurkey, Günün Yalanları, Malumatfuruş, Teyit.org ve Yalansavar adlı siteler, Türkiye'de haberlerin doğrulanmasına yönelik çalışmalarına devam eden sitelerdir. Bu tür siteler, ele aldıkları haberlerin doğruluklarını ölçerken, kullanıcıları yalan haberlere ilişkin bilgilendirme amacına hizmet etmektedirler. Habercilik alanında görülen bu yeni oluşum, aslında sanallaşan habercilik faaliyetlerinde etik problemler yaşandığının bir kanıtıdır.

3.1.3 Haber Doğrulama Uygulamaları

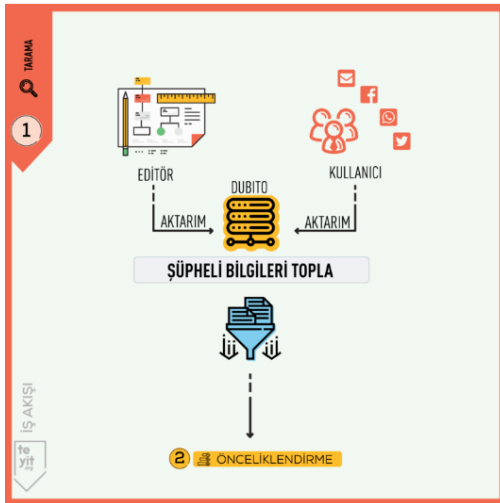
Gelişen yeni iletişim teknolojileri ile birlikte sanallaşan habercilik faaliyetleri, birçok sorunu beraberinde getirmiştir. Habercilik alanında yaşanan dönüşümler, haber üreten kişiler başta olmak üzere haber dağıtım kanallarını ve habere erişim yollarını da değiştirmiştir. Habercilik süreçlerinin geleneksel haberciliğe kıyasla daha karmaşık bir yapıya evrilmesi, çok sayıda etik soruna yol açmıştır. Yeni medya ortamlarında yürütülen habercilik faaliyetlerinde karşılaşılan en büyük etik sorun ise haberlerin doğruluğuna ilişkindir. Büyük kitleleri hedef alan internet haberciliği, toplumları yanıltıcı veri akışını hızlandırmıştır. Tüm bu gelişmeler sonucunda doğru-yanlış ayrımının zorlaştığı dijital çağ haberciliğinde, kullanıcılar var olan bilgi karmaşası içerisinde doğru habere erişmekte zorluklar yaşamaya başlamıştır. Haberlerin doğruluğunu anlamaya yönelik gelişen ihtiyaçlar neticesinde ortaya çıkan haber doğrulama platformları, internet üzerinden haberlerin doğruluğunu araştırmaya yönelik faaliyet yürütme amacıyla kurulmuşlardır.

3.1.4 teyit.org ve dogrulukpayi.com

Türkiye’de haber doğrulama sitesi olarak kurulan ve aktif olarak çalışmalarına devam eden teyit.org, var oluş nedenini “yaygın bilinen yanlışlardan, sosyal medyanın gündemine oturan şüpheli bilgilere, medyanın gündeme getirdiği iddialardan, şehir efsanelerine birçok alanda doğrulama yaparak internet kullanıcılarının doğru bilgiye ulaşmasını sağlamak” şeklinde açıklamaktadır (teyit.org, 2019). Teyit.org, günümüzde habere erişmek için geleneksel gazetelerden daha çok, internet ve yeni medya ortamlarından yararlanan bireyleri, medya tarafından üretilen içeriklerin doğru-yanlış analizini yaparak bilgilendirmeyi amaç edinmektedir. Bu haber doğrulama sitesi, organizasyon yapısı ve editoryal işleyiş bakımından, Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı’nın ilkeleri ile uyumlu şekilde faaliyetlerini yürütmektedir. Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı; “Poynter Enstitüsü’nün dünya çapında olgu kontrolcülerini bir araya getirmeye adanmış bir birim” olarak açıklanmaktadır (Uluslararası Bilgi Kontrol Ağı, 2019). Teyit.org bu ağa ait armayı, çeşitli denetlemelerden başarıyla geçmesi sonucunda sitesinde paylaşmaya hak kazanmıştır. Site tarafından haberlere yönelik yürütülen çalışmalarda; tarafsızlık ilkesinin gözetilmesi, analizlerde adil ve eşit davranılması, siteye ait her türlü kaynak, finans yapısı ve düzenleme bilgilerinin şeffaf olarak okuyucularla paylaşılması, kullanılan yöntemlerin tüm bireylere açık şekilde işletilmesi ve metin düzeltme aşamalarında yürütülen politikaların yayınlanıyor olması, Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı’na kanıtlanan ilkeler olmuştur. Teyit.org, toplum üzerinde etki etmeyi amaçlayarak, para kazanma ve kar sağlama amacı gütmekten çalışmalarını yürütmekte

olduğunu ileri sürmektedir. Sitede yer alan “Medya ve sosyal medya üzerine yapılan araştırmalar teyit.org adına Teyit Medya Araştırmaları Derneği tarafından yürütülür. Teknoloji ve eğitim geliştirme çalışmaları ise teyit.org adına Dubium Bilişim Danışmanlık ve Ticaret Ltd. Şti. tarafından gerçekleştirilmektedir” ifadesi ile haberlerin birden fazla kurumdan yararlanılarak araştırıldığı ortaya konulmaktadır. Bu haber doğrulama sitesi, gelişim sağlayabilmek amacıyla kullandığı maddi giderlerini sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları, çeşitli fonlar, bireyler tarafından sağlanan destekler vb. şekillerde karşılamaktadır. Sosyal medya uygulamalarından biri olan Facebook ile bir işbirliği içerisinde olan teyit.org, Facebook’ta doğruluğundan emin olunmayan haberleri analiz ederek, doğru olup olmadığını belirlemeye çalışmaktadır. Bu noktada amaç, doğru olmayan haberlerin daha küçük ölçekte kullanıcı tarafından erişilmesini sağlamaktır (teyit.org, 2019). Bu bağlamda teyit.org, çeşitli kurumlardan destek alarak ve kar amacı gütmeyen, haberlerin doğruluğuna yönelik çalışma yürüten, Türkiye’nin sayılı haber doğrulama sitelerinden bir tanesidir.

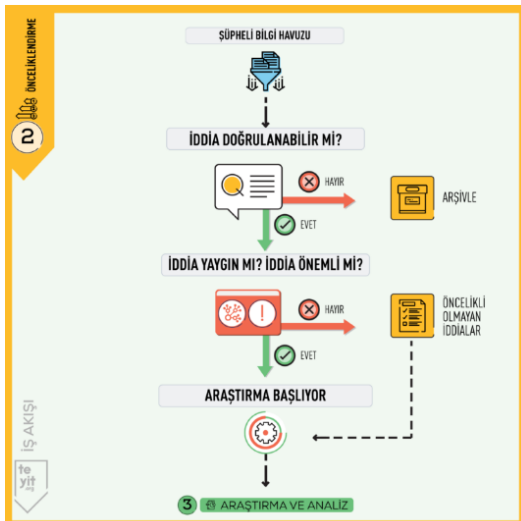
Dijital çağda internet ortamı, sınırsız veri ve içerik ile dolu bir alan olarak görülmektedir. Sanal ortamlarda dolaşıma giren bu içeriklerin çoğu, genel anlamda doğrulanmaya gereksinim duyulan verilerden oluşturulmaktadır. Ancak bu mecralarda yer alan her bilginin incelenmesi, haber doğrulama sitelerinin insan gücüne dayalı çalışması nedeniyle mümkün değildir. Bu nedenle haber doğrulamaya yönelik çalışma yürüten siteler, kendilerine bir metodoloji belirlemekte ve o doğrultuda hareket etmektedirler. Teyit.org’un metodolojisine göz atıldığında, dört aşamadan oluştuğu görülmektedir. İlk aşamada haber taraması yapılmakta ve kuşku duyulan içerikler belirlenmekte, ikinci aşamada kuşku duyulan içerikler seçilmekte ve öncelik sırası yapılmakta, üçüncü aşamada konuya dair araştırma sürecine geçilmekte ve haber ile ilgili ulaşılan sonuç okuyucular ile paylaşılmakta, dördüncü aşamada ise etki takibi yapılmaktadır. Doğrulama sürecine ilişkin ilk aşama olan tarama süreci, site tarafından aşağıdaki şekil ile görselleştirilmiştir:



Görsel 3.1 Tarama Aşaması

Bu aşamada, site editörleri ya da yurttaşlar tarafından kuşku duyulan haber içerikleri belirlenmekte ve “dubito” olarak adlandırılan yönetim panelinde toplanmaktadır. Bu panelin kurulma amacı, her şüpheli içeriğin bir arada bulunması ve yönetilmesinin olanaklı hale getirilmesidir. Yurttaşlar şüphe duydukları haberleri, sosyal medya siteleri gibi internet dolayımı araçlardan elde etmekte ve site yetkililerine teyit.org’un sosyal medya hesapları, WhatsApp ihbar numaraları ve e-mail aracılığı ile ulaştırmaktadır.

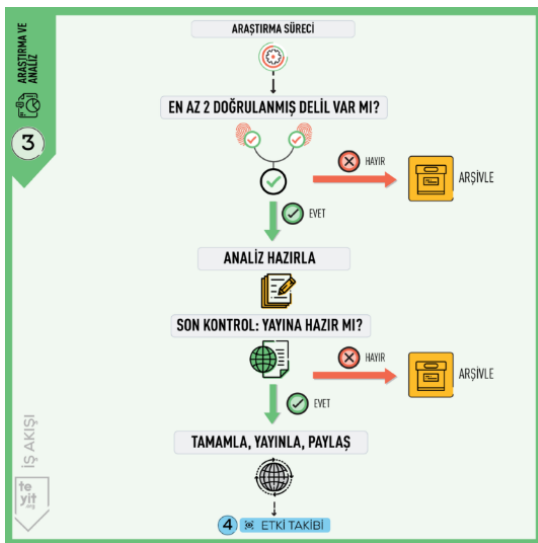
Teyit.org’un metodolojisine göre ikinci aşama olan kuşku duyulan içeriklerin seçilmesi ve önceliklendirilmesi, site tarafından şu şekilde şematize edilmiştir:



Görsel 3.2 Seçme ve Önceliklendirme Aşaması

Bu aşamada, Dubito olarak adlandırılan şüpheli bilgi havuzundaki içerikler seçilmekte ve öncelik durumlarına göre sıralanmaktadır. Bu aşama, kuşku duyulan her türlü bilginin

insan gücüne dayalı olarak araştırılması nedeniyle şüphe duyulan içeriklerin tamamı değerlendirmeye alınamayacağından, belirli kriterlere sahip olmayanları elemeyi amaçlamaktadır. Zamandan tasarruf sağlayan bu süreç, yapılan araştırma sayısına da olumlu katkı sağlamaktadır. Bu süreçte ilk olarak konu ile ilgili araştırmanın ne ölçüde mümkün olduğu belirlenmektedir. Bu bağlamda, konuyla bağlantısı bulunan bilgi ve somut kanıtların varlığı tespit edilmektedir. Bu çalışma sonucunda hipotezler, çok eskiye dayanan içerikler vb. doğruluğun kanıtlanmasına engel teşkil eden özelliklere sahip kuşkulu içerikler, bir sonraki aşamaya geçememektedir. Ortaya atılan iddianın doğruluk durumunun belirlenemeyecek olması durumunda, iddia bir daha hiçbir zaman araştırma sistemine dahil edilmemektedir. İçeriğin bu kısa araştırma sürecinin ardından doğrulanabilir özelliklere sahip olması halinde, bir sonraki adımda iddianın yaygınlığı ve önem derecesine bakılmakta ve sıralama yapılmaktadır. En yaygın ve en önemli olarak nitelendirilen içerikler ilk sıraları alırken, önem değeri azalan içerikler daha sonra incelenmek üzere bekletilmektedir. Haberin yaygınlık derecesi, internet üzerinden paylaşılma sayısı ve diğer bireylerle etkileşim sağlama durumuna göre değerlendirilmektedir. Haberin önem durumu ise, haberde yer alan nefret söylemi vb. toplumu kışkırtıcı, kutuplaştırıcı özellik taşıyıp taşıymasına göre değerlendirilmektedir. Bu süreçte haberin önemsiz ve az yaygın olduğuna karar verilmesi halinde, haberler öncelikli olmayan iddialar havuzuna atılmakta ve daha sonra araştırılmak üzere arşivlenmektedir. İçeriğin önemli bulunması ve tüm bu süreçlerden başarıyla geçmesi durumunda ise içerik, inceleyecek kişinin kararlaştırılmasının ardından araştırma sürecine girmektedir. Site metodolojisi doğrultusunda üçüncü aşama olarak belirlenen araştırma ve yayın aşaması aşağıdaki gibi görselleştirilmiştir:



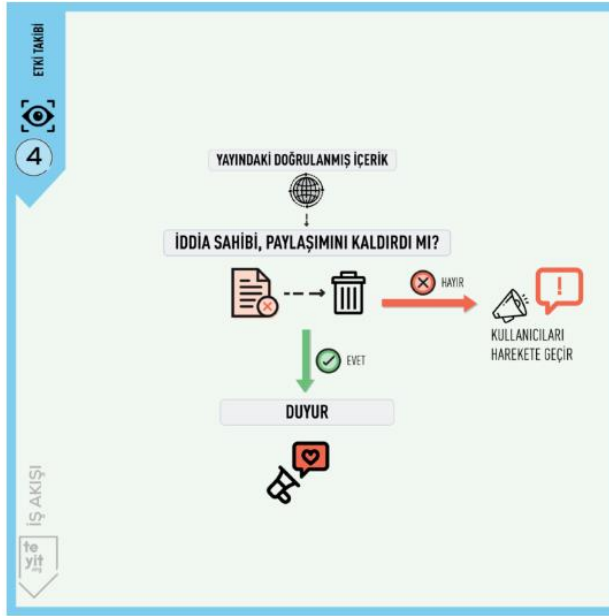
Görsel 3.3 Araştırma ve Yayın Aşaması

Seçim sürecinden geçen iddiaların araştırılması bu aşamada gerçekleştirilmektedir. Konu ile ilgili olarak ilk bakılan şey, en az 2 doğrulanmış delilin var olup olmadığıdır. Konuya ilişkin yeterli miktarda delil yok ise iddia arşivlenmekte, var ise analizin hazırlanmasına yönelik çalışmalara devam edilmektedir. Bu sürecin sonunda, araştırmanın tamamlanmasının ardından haberin son kontrolleri yapılmakta ve yayına hazırlık durumuna bakılmaktadır. Bu noktada analizin yayınlanmasına yönelik eksiklikler tespit edilmesi halinde arşive kaldırılmakta, tespit edilmemesi durumunda ise araştırma son hali verilerek yayınlanmakta ve paylaşılmaktadır. Araştırma süreci boyunca ulaşılan bilgiler doğrultusunda belirlenen sonuç neticesinde de, iddiaya yönelik 4 ayrı sınıflandırma yapılmaktadır.



Görsel 3.4 İddiaların Sınıflandırılması

İçeriğinden şüphe duyulması nedeniyle, teyit.org editörleri tarafından doğruluk analizi yapılan haberler, bu sürecin ardından belli kriterlere göre sınıflandırılmaktadır. Site içerisinde analiz sekmesi altında yer alan içerikler, yeşil renk doğruyu, kırmızı renk yanlış, mor renk karmayı ve sarı renk belirsizi ifade edecek şekilde ayrılmaktadır. Buna göre bir haberin doğru olarak işaretlenebilmesi için iddianın doğruluğunu kanıtlayan bilgilere erişim sağlanmış olması, yanlış olarak işaretlenebilmesi için iddianın yanlışlığını ortaya çıkaran verilere ulaşılması, karma olarak işaretlenebilmesi için iddiaya dair doğru ve yanlış bilgilerin bir arada elde edilmesi gerekmektedir. Bir haberin belirsiz olarak işaretlenebilmesi için ise habere dair ulaşılan bilgilerin haberi doğru, yanlış veya karma kategorisine koyacak kadar yeterli olmadığının düşünülmesi gerekmektedir. Site metodolojisine göre son aşama olan etki takibi ise aşağıda yer alan görseldeki süreçleri kapsamaktadır:



Görsel 3.5 Etki Takibi Aşaması

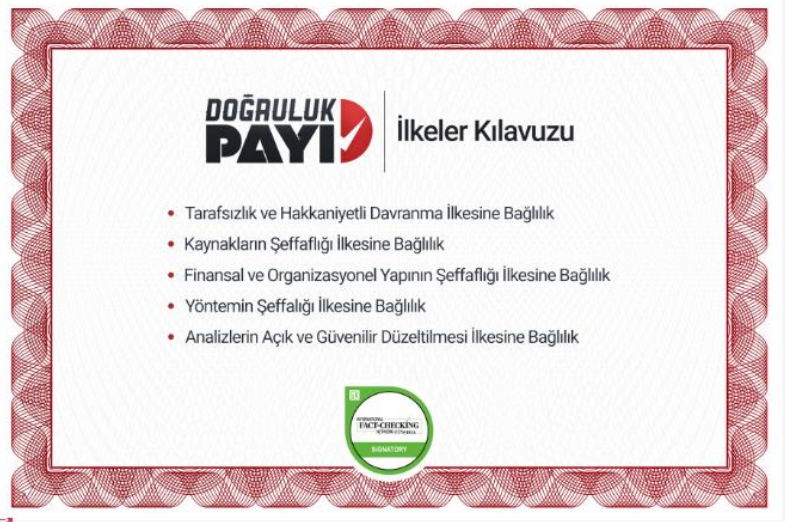
Teyit.org tarafından doğruluk derecesi belirlenen ve çeşitli yollar ile paylaşılan iddiaların toplum içerisinde yarattığı etkinin takip edildiği bu aşamada, iddia sahibi tarafından paylaşılan içeriğin yayından kaldırılıp kaldırılmadığı tespit edilmektedir. İddia sahipleri, kişiler olabileceği gibi internet siteleri, sosyal medya hesapları vb. ortamlar da olabilmektedir. Sitenin hedeflediği şekilde, iddia sahipleri tarafından paylaşımın kaldırılmaması durumunda, kullanıcıların harekete geçmesine yönelik çalışmalar yürütülmektedir. Paylaşımın kaldırılması halinde ise bu durum haber doğrulama sitesine ait Twitter hesabı üzerinden kullanıcılara duyurulmaktadır.

Metodolojik değerlendirmelerin ardından teyit.org'un ilkelerine göz atıldığında, işleyiş yapısında bir takım ilkeleri benimsemekte olduğunu ve bu ilkelere uygun olarak hareket ettiğini ileri sürdüğü görülmektedir. Objektiflik ve açıklık, site tarafından belirlenen ilk temel ilkedir. Bu doğrultuda, her konuya tarafsız yaklaşmak, kimsenin yanında yer almamak, kuşku duyulan her içeriği aynı doğrulama/yanıtlama yöntemlerini kullanarak incelemek, belli bir gruba üye olmadan faaliyetlerini sürdürmek ve kaynakların gerekli durumlarda açıklanmamasını sağlamak site amaçları arasında yer almaktadır. İkinci ilke ise düzeltme politikasıdır. Bu ilkeye göre, mevcut deliller ile araştırılan ve doğruluk derecesi belirlenen haberlere yönelik yeni delillerin bulunması halinde, bu durum okuyucular ile paylaşılmaktadır. Teyit.org, elde edilen veriler ışığında araştırmanın tekrarlanmasıyla birlikte, iddianın mevcut doğruluk derecesini etkileyen yeni bir sonuca ulaşılması durumunda düzeltmelere yer vermekte ve her adımı kullanıcılara bildirmektedir. Site tarafından belirlenen

son ilke ise ekonomik şeffaflıktır. Bu ilke doğrultusunda, teyit.org’a ekonomik destek veren herkes site içerisinde yer alan ilgili alanda belirtilmektedir.

Türkiye’de günümüzde aktif biçimde faaliyetlerini sürdüren bir diğer haber doğrulama sitesi ise dogrulukpayi.com’dur. Siyasi okuryazarlığı arttıracak objektif bir internet sitesi olarak tanımlanan dogrulukpayi.com, Ortak Gelecek İçin Bir Diyalog Derneği’nin bir girişimi olarak 20 Haziran 2014’de yayın hayatına başlamıştır. Bu sitenin amacı, Türkiye gündeminde yer alan ve ülke siyasetinde etkisi hissedilen söylemlerin belirlenerek kamuya açık veriler ile analiz edilmesi, söylemlerin doğruluk derecelerinin ölçülmesi ve her gün kullanıcılar ile paylaşılmasıdır. Bunların yanı sıra, bireylerin siyasi seçimlerini oluşturma süreçlerine yönelik katkı sağlamak, sitenin bir diğer hedefi olarak belirlenmiştir.

Türkiye’nin siyasi haber içeriklerine yönelik gerçeklik kontrolü sağlayan ilk internet sitesi olma özelliğine sahip dogrulukpayi.com, Uluslararası Doğruluk Kontrol Ağı üyesidir. Bu doğrultuda dogrulukpayi.com, beş ilkeye bağlı olarak işleyişini sürdürmektedir. Sitede yer alan ilkeler kılavuzunda belirtilen ilkeler şu şekildedir:

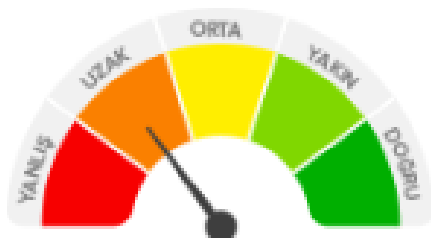


Görsel 3.6 İlkeler Kılavuzu

Dogrulukpayi.com tarafından benimsenen birinci ilke, tarafsızlık ve hakkaniyetli davranma ilkesine bağlılıktır. Bu ilke doğrultusunda, site tarafından yürütülen her analizin aynı ölçütlere göre yapılması, analiz aşamasında bir grubun yanında yer almaması, kontrol sürecinin her analizde aynı olmasının sağlanması, sonuca ulaşmada kanıtlardan yararlanılması ve incelenen konu ile ilgili gerçeklerin ortaya çıkarılması amaçlamaktadır. Kaynakların şeffaflığı ilkesine bağlılık olarak belirlenen ikinci ilkeye göre, araştırma süreci boyunca her aşamanın okuyucular ile paylaşılması ve çalışmanın şeffaf biçimde yürütülmesi hedeflenmektedir. Site tarafından üçüncü ilke, finansal ve organizasyonel yapının şeffaflığı

ilkesine bağıllık olarak belirlenmiştir. Bu ilke doğrultusunda, finansal destek aldığı kaynakları açıkça toplum ile paylaşan ve karşılığında bir beklenti olmaması halinde kuruluşlardan yardım almayı kabul eden bir sistem inşa edilmiştir. Dördüncü ilkeye göre, ortaya atılan iddianın belirlenmesi, araştırılması, analizlerin ve düzenlemelerin yapılması, yayınlanması ve gerekli durumlarda yeniden düzenleme yoluna gidilmesi süreçleri, toplum ile açıkça paylaşmaktadır. Bu süreç, yöntemin şeffaflığı ilkesine bağıllık olarak kabul edilmektedir. Site tarafından uyulan son ilke ise analizlerin açık ve güvenilir düzeltilmesi ilkesine bağıllık ilkesidir. Yapılan analizlerde düzeltme gerekmesi durumunda bu süreci işleterek, okurlar bu gelişmeler hakkında bilgilendirilmektedir.

Siyasi alanda önemli rol oynayan kişilerin incelenmek üzere belirlenen söylemlerine, güvenli bulunan ajanslardan, internet sitelerinden, kurum ve kuruluş sitelerinden ya da yazılı belgelerden ulaşılmaktadır. Ancak yüzlerce söylem içerisinde belirli kriterlere sahip olan söylemler, dogrulukpayi.com tarafından dikkat edilen üç özelliğe göre incelenmek üzere seçilmektedir. Ortaya atılan iddianın doğru ya da yanlış olarak sınıflandırılabilmesi, büyük ölçüde tartışma ortamı yaratan ve önem arz eden bir temaya sahip olması, seçimi belirleyen etmenlerdir. İddiaların kontrol aşamasında ise iddiayı destekleyen bilgilerin açık veriler ile örtüşmesi, yararlanılan kaynakların güvenilirliği, amaç ve ilişki örgüsünün uygunluğu gibi farklı kriterlerden yararlanılmaktadır. İddianın araştırılmasının ardından, haber doğruluk derecesine göre beş sınıftan biri içerisine yerleştirilmektedir. Bu sınıflar yanlış, uzak, orta, yakın ve doğrudur.



Görsel 3.7 Doğruluk Payı Sınıflandırma Kadrani

Yanlış olarak sonuçlanan iddialar, hiçbir şekilde doğruluk payı olmayan ve iddia aşamasında kullanılan bilgilerin tamamen yanlışlandığı iddialardır. Bu süreçte iddiada bulunan kişi, toplum içerisinde yer alan seçmen kitleyi yanlış bilgilendirici ve yönlendirici bilgiler paylaşmaktadır. Uzak olarak sonuçlanan iddialar, büyük oranda doğruluk payı bulunmayan, iddia aşamasında kullanılan bilgilerin büyük çoğunluğunun yanlış olduğu iddialardır. Ortaya atılan iddia, seçmen kesimin yanlış yönlendirilmesine neden olan abartılı ve yanıltıcı bilgiler içermektedir. Orta olarak sonuçlanan iddialar, kısmen doğruluk payına

sahip, iddia aşamasında kullanılan bilgilerin, açık kaynaklardan elde edilen bilgiler ile neredeyse uyum gösterdiği iddialardır. Bu tür iddialar, seçmenler tarafından yanlış yorumlanmaya müsait bilgiler içermektedir. Yakın olarak sonuçlanan iddialar, büyük oranda doğruluk payı olan, açık veri kaynakları ile büyük ölçüde örtüşen iddialardır. Bu tür iddialar, toplumu yanlış yönlendirici içeriklere sahip değildir. Doğru olarak sonuçlanan iddialar ise doğruluk payı bulunan, açık kaynaklar ile örtüşen ve seçmenleri yanlış yönlendirecek verilere sahip olmayan iddialardır.

Bunların yanı sıra dogrulukpayi.com, ayrımcılığı empoze eden ya da nefret söylemi içeren her türlü içeriğin de açığa çıkarılması gerektiğine inanarak, bu tür haberleri incelemekte ve haber dilini değerlendirme aşamasına katmaktadır.

3.2 Araştırmanın Metodolojisi

Bu çalışmanın kuramsal temeli, gelişen teknolojiler ve internet ile birlikte ortaya çıkan yeni habercilik türlerinin, etik bağlamda ne gibi sorunlara yol açtığına dayanmaktadır. Yapılan bu çalışmada teknoloji devriminden başlayarak, tarihsel süreçte haberciliğin değişimi ve yeni medyadaki gazetecilik pratikleri ele alınmaktadır. Habercilik alanında yaşanan dönüşümler, internet ile bağlantılı olarak gerçekleşme ve haberlerin doğruluğuna ilişkin sorunları beraberinde getirmektedir. Çalışmaya dair kuramsal yapı, teknolojik gelişmelerin ortaya çıkardığı yeni habercilik türlerinin etik bağlamda çok sayıda soruna yol açtığı üzerine temellendirilmiştir. Bu bağlamda, yeni habercilik türleri ve haberlerin doğruluğu sorunu arasında ilişki kurularak, günümüzde ne tür etik ihlaller yapıldığı mercek altına alınmıştır. Bu amaç doğrultusunda da, günümüzde haber doğrulama siteleri olarak faaliyetlerini sürdüren teyit.org ve dogrulukpayi.com siteleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

3.3 Araştırmanın Amacı

Gelişen yeni teknolojiler ile birlikte habercilik alanında bir takım değişimler yaşanmaya başlanmıştır. Geleneksel biçimde sürdürülen habercilik faaliyetleri internet ortamına kaymış ve profesyonel gazetecilerin yerini yurttaşlar almıştır. Haber üretim süreçlerinde farklı cihaz kullanımlarının yaygınlaşması, yeni uygulamaların ortaya çıkması vb. değişimlerle birlikte, habercilik etik ihlallerin yaşandığı bir alan haline gelmiştir. Gazeteciliğin ortaya çıkışından itibaren sürdürdüğü özgürlük mücadelesi, günümüzde de devam etmekte ancak internetin bu alanda kullanılmaya başlanmasıyla etkisi eskisi kadar hissedilmemektedir. Bu çalışmada, haberciliğin değer kaybettiği son yıllarda, internetin bu değer kaybına etkileri incelenmiştir. Bunların yanı sıra, haber odalarında var olan editör kontrollerinin ortadan kalktığı internet haberciliğinde bilgilerin doğruluğu, şüphe duyulan bir

konu haline gelmiştir. Bu bağlamda haberlerin doğruluğuna yönelik okur kitlede oluşan soru işaretlerini gidermek üzere kurulun teyit.org ve dogrulukpayi.com, doğruluğundan şüphe duyulan içeriklerin analizini yaparak okurlar ile paylaşmaya başlamışlardır. Bu doğrultuda, internet aracılığıyla paylaşılan haberlerin ne ölçüde doğru olduğu, bu siteler tarafından yapılan araştırmalara dayandırılarak ortaya konulmuştur. Bunun yanı sıra, teyit.org ve dogrulukpayi.com'un işleyiş yapısı incelenmiş ve internet siteleri içerik analizi yöntemi kullanılarak ayrıntılı biçimde ele alınmıştır. Bu süreçte internet sitelerinden elde edilen verilerden yararlanılarak, bir aylık süre içerisinde haberlerin hangi oranda doğru, yanlış vb. kategorilerde yer aldığı saptanmıştır. Araştırmada belirlenen temel amaç, internet ile birlikte ortaya çıkan yeni habercilik türlerinin yol açtığı etik problemleri belirlemek ve iki farklı site üzerinden gidilerek haberlerin doğruluğu sorununa ilişkin sonuçları ortaya koymaktır. Bu süreçte belirlenen siteler iki aşamalı olarak incelenmiştir. İlk aşama, internet sitesinde yer alan tüm içerikleri irdelemeyi hedeflerken, ikinci aşamada yapılan analizler sonucunda yanlışlanan haberler ele alınmıştır.

Araştırmada cevabı aranacak olan sorular şu şekildedir:

- Haber doğrulama platformlarının analizleri sonucunda, haberlerin doğruluğuna ilişkin ulaşılan sonuçlar nelerdir?
- Teyit edilen içerik hangi mecralar üzerinden dolaşıma girmiştir?
- Haber doğrulama platformları, analiz aşamasında hangi metotları kullanmaktadır?
- Platformlar tarafından yanlışlanan içerikleri kimler üretmektedir?
- Haber doğrulama platformları tarafından yanlışlanan haberler, hangi mecralar aracılığıyla paylaşılmaktadır?
- Platformlar tarafından yanlışlanan haberlerde ne tür etik ihlaller bulunmaktadır?
- Yanlışlanan haberlerin üretim, paylaşım ve doğrulama aşamasında hangi habercilik türlerinden yararlanılmaktadır?

Bu sorulardan hareketle oluşturulan varsayımlar şunlardır:

- Yeni medya ortamları, haberlerin doğruluğuna ilişkin büyük sorunları beraberinde getirmektedir.
- İnternet, günümüzde habercilik süreçlerinin her aşamasında yararlanılan bir araçtır.
- Yeni medya, habercilik alanında etik ihlalleri kolaylaştırıcı avantajlar sunmaktadır.

3.4 Araştırmada Kullanılan Yöntem

Araştırmada ele alınan iki haber doğrulama sitesinin internet siteleri, içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. İçerik analizi Tavşancıl ve Aslan tarafından (2001, s. 22) “sözel, yazılı ve diğer materyallerin içerdiği mesajı anlam ve/veya dilbilgisi açısından nesnel ve sistematik olarak sınıflandırma, sayılara dönüştürme ve çıkarımda bulunma yoluyla sosyal gerçeği araştıran bilimsel bir yaklaşım” olarak tanımlanmaktadır. Büyüköztürk vd. ise bu yöntemi (2014: 246) “belirli kurallara dayalı kodlamalarla bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik, yinelenebilir bir teknik” biçiminde açıklamaktadır. İçerik analizi temelde “sözel/yazılı ve bunların dışında kalan materyali sayısal verilere dönüştürme” (Tavşancıl ve Aslan, 2001; 33) amacı ile yapılmaktadır. Tavşancıl ve Aslan (2001: 33) içerik analizi yöntemi ile elde edilen verilerden bir sonuca ulaşılması ve veriler arasında bağ kurulması gerektiğini ifade etmektedir. Bu yöntem ile belirlenen iki internet sitesinin ve bu sitelerde yer alan haberlerin incelenmesi ve çözümlenmesi mümkün olmaktadır. Teyit.org ve dogrulukpayi.com adlı haber doğrulama siteleri üzerinden yapılacak olan içerik analizi ile günümüzde yürütülen habercilik faaliyetlerinin doğruluk dereceleri, haberlerde karşılaşılan etik ihlaller, haberlerin yayımlandıkları mecralar, haberlerin temaları vb. konular hakkında çözümlemeler yapılmıştır. Bu çözümlemeler neticesinde de, haber süreçlerinde internetten ne ölçüde yararlanıldığı, günümüzde en sık karşılaşılan etik ihlallerden biri olan haberlerin doğruluğuna ilişkin son durum ortaya konulmuştur. İki haber doğrulama sitesinin incelenmesi aşamasında dikkat edilen unsurlar şu şekildedir:

- İnternet Sitesine İlişkin Genel Görünüm
- İnternet Sitesine İlişkin Tasarım
- İnternet Sitesinde Kullanılan Haber İçeriklerine İlişkin Değerlendirme
- İnternet Sitesinde Kullanılan İçeriklere İlişkin Biçimsel Özellikler

Haber doğrulama siteleri bu 4 özellik açısından ele alınarak analiz edilmiş ve çözümlenmiştir.

3.5 Araştırma Evreni ve Örneklemi

Bu çalışmada, habercilik pratiklerinin geçmişten günümüze değişim aşamaları ve internetin bu değişim sürecine etkileri ortaya konulmaktadır. Yaşanan değişim sürecinde artan etik ihlallerin, teknolojik gelişmeler ile bağlantılı olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın evreni, habercilik alanında internet teknolojisinin kullanımı ile birlikte oluşan etik

ihlalleri ele alan ve haberleri teyit etmeye yönelik faaliyetlerini sürdüren haber doğrulama platformları olarak belirlenmiştir. Çalışmanın örneklemini ise Türkiye’de aktif biçimde haber doğrulama çalışmalarına devam eden teyit.org ve dogrulukpayi.com ile sınırlandırılmıştır.

3.6 Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma sonucunda, belirlenen içerik analizi yöntemi ile nesnel ve sistematik veriler elde edilmiştir. Araştırmanın sınırlılığı, haberciliği etik ihlaller doğrultusunda ele alan ve haberlerin doğruluğunu derecelendirerek okuyucuyu bilgilendiren iki internet sitesine indirgenmiştir. Bu araştırma, 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında internet sitesinde yayınlanan içerikleri kapsamaktadır. Tarihlerin bu şekilde sınırlandırılmasının nedeni, habercilikte karşılaşılan etik ihlallerin en güncel halini ortaya koyma çabası olmuştur.

3.7 Araştırmada Elde Edilen Bulgular

Bu çalışmanın uygulama kısmında, teyit.org ve dogrulukpayi.com haber doğrulama platformları ele alınmıştır. Bu platformların biçimsel özellikleri incelenmiş, bu süre içerisinde yayınlanan haberlere yönelik incelemelerde bulunulmuştur. Bu bölümde elde edilen bulgular ortaya konulmuştur.

3.7.1 Teyit’in İnternet Sitesi Analizi

Bu bölümde teyit.org internet sitesinin kuruluş amaçları ele alınmış, sitenin biçim ve içerik açısından değerlendirmeleri yapılmıştır.

3.7.1.1 Teyit.org Hakkında

“teyit.org” haber doğrulama sitesi, Mehmet Atakan Foça tarafından 2016 yılında kurulmuştur. Sitenin kuruluş amacı, sitede yer alan nedir butonu altında şu şekilde açıklanmaktadır:

teyit.org yaygın bilinen yanlışlardan, sosyal medyanın gündemine oturan şüpheli bilgilere, medyanın gündeme getirdiği iddialardan, şehir efsanelerine birçok alanda doğrulama yaparak internet kullanıcılarının doğru bilgiye ulaşmasını sağlamak için çalışıyor. teyit.org böylece birincil haber kaynağı olarak interneti kullanan yurttaşların ve sivil toplum örgütlerinin çevrimiçi platformlarda hangi bilginin doğru, hangisinin yanlış olduğunu öğrenmesini sağlıyor. teyit.org eleştirel düşünme alışkanlığını kazandırmayı ve yeni medya okuryazarlığını artırmayı amaçlıyor.

Teyit.org, doğruluğundan şüphe duyulan iddiaları ele alan ve inceleyerek sonuçları okuyucu ile paylaşan bir internet sitesidir. Haberlerde son yıllarda artış gösteren haberlerin doğruluğu sorununa ilişkin çalışmalar yürüten teyit.org, habere erişim aşamasında interneti

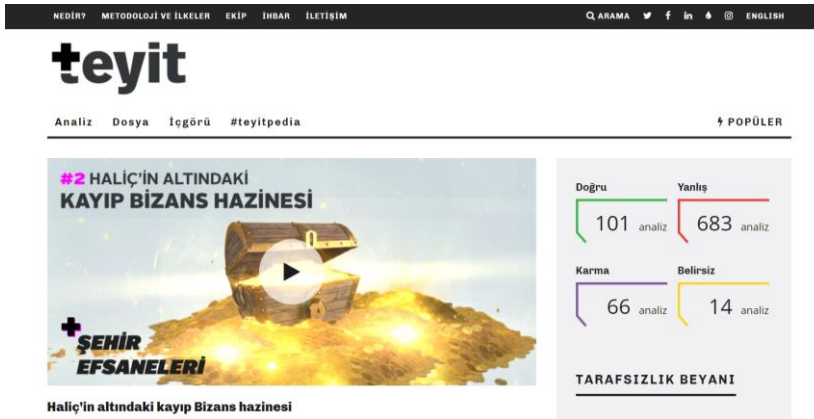
kullanan okur kitlenin, sanal ortamlarda yer alan bilgilerin doğruluklarına yönelik bilgi sahibi olmalarına katkı sağlamaktadır.

3.7.1.2 Teyit.org İnternet Sitesi Analizi

İnternet siteleri, belirli amaçlar doğrultusunda kurulan ve o amaca hizmet eden alanlardır. Bu siteler, bireylerin hikâyelerini anlatma, bireylerin sorularını yanıtlama, ilişki ağlarını genişletme, bireyi diğer bireylere tanıtmaya ve ulaşılabilir kılma, bireyler arası iletişimi kolaylaştırma, bireyin güvenilirliğinin artmasına yardımcı olma, hedef kitlenin beklentilerine göre sınıflandırma yapılmasına imkân tanıma ve hedef kitleyi genişletmeyi mümkün kılma gibi amaçlarla kurulabilmektedir (Birsen, 2019: 32). Teknolojik gelişmelerle birlikte ortaya çıkan internet, internet sitelerinin zeminini oluşturmaktadır. Geleneksel gazeteciliğin internete taşınmasıyla ortaya çıkan internet gazeteciliği bağlamında kurulan haber siteleri de, haberleri okurlara ulaştırma hizmetini kendine görev edinmiştir. Ancak haber sitelerinde ve internet aracılı sosyal medya hesaplarında doğruluğundan şüphe duyulan haber üretimlerinin artması, haber doğrulama sitelerinin oluşumuna zemin hazırlamıştır. Teyit.org da haberlerin doğruluğunu ölçmeye yönelik bir amaca hizmet etmek üzere kurulan bir internet sitesidir. Bu doğrultuda, haberlerde yaşanan etik ihlalleri ortaya koyma amacıyla teyit.org sitesinin analizi yapılarak, Birsen tarafından belirlenen amaçlardan hangilerine sahip olduğu belirlenecektir.

3.7.1.2.1 Teyit.org İnternet Sitesinin Genel Görünümü

Dijitalleşme çağı olarak adlandırılan günümüzde, mobile uyumlu, sade ve zarif tasarlanmış materyallerin kullanıldığı, basit ve odaklanmaya yardımcı, paralaks etkisini yansıtan, daha az tıklanan ve daha az kaydırılan, sosyal medya siteleri ile entegrasyon kurulan site yapısının kurgulanması ve sitelerin bu özelliklere göre tasarlanması dikkat edilmesi gereken önemli noktalardır (Gelişken, 2016: 45-55). Teyit.org internet sitesine genel olarak bakıldığında, sade ve karmaşık olmayan bir tasarıma sahip olduğu görülmektedir. Bu bağlamda teyit.org ana sayfasının en üstünde “Nedir?”, “Metodoloji ve İlkeler”, “Ekip”, “İhbar” ve “İletişim” başlıkları yer almaktadır. Bu başlıkların yer aldığı sütunun devamında, site içi aramaya imkan veren arama çubuğu, tıklandığında sitenin sosyal medya hesaplarına yönlendiren logolar ve “English” butonu bulunmaktadır. Bu bölümün altında sitenin isminden tasarlanan bir logo bulunmaktadır. Logonun altında ise site içi yönlendirici “Analiz”, “Dosya”, “İçgörü” ve “#teyitpedia” başlıkları yer almaktadır. Bu bölümde yer alan bir diğer kategori ise “Popüler” olarak isimlendirilmiştir.



Görsel 3.8 Teyit.org İnternet Sitesinin Genel Görünümü

“Nedir?” başlığına tıklandığında açılan sayfada, teyit.org’un “Amacı”, “IFCN İlkeler Kılavuzu imzacısı”, “Kurumsal Yapısı”, “Finansal Kaynakları”, “Destekçiler” ve “Partnerler” hakkında ilişkin bilgilendirici metinler bulunmaktadır. Kullanıcı, “Metodoloji ve İlkeler” başlığına tıkladığında, sitenin metodolojisi ve benimsediği ilkeler hakkında bilgilendirici metinler ve şemalar ile karşılaşmaktadır. “Ekip” başlığına tıklanması halinde açılan sayfa ile site kurucusunun, editörlerinin, yazarlarının vb. çalışanlarının kim olduğuna ulaşmak mümkündür. “İhbar” başlığına tıklandığında açılan sayfada, teyit.org’a erişim sağlayabilmek için e-mail ve telefon numarası bilgilerine ulaşılabilir. Bunun yanı sıra bu alanda, doğruluğundan şüphe duyulan içeriği site görevlilerine iletmek için kullanılan bir form da bulunmaktadır. Sitede yer alan “İletişim” başlığında ise kullanıcılar site ile iletişim kurmak için paylaşılan e-mail, telefon, posta ve yazışma adresine erişim sağlanabilmektedir. “Arama” başlığı ile kullanıcılar site içerisinde arama yapabilmektedir. Sitede yer alan sosyal medya görsellerine tıklayan kullanıcılar teyit.org’un sosyal medya hesaplarına geçiş sağlayabilmektedir. Sırasıyla Twitter, Facebook, LinkedIn, Ekşi Sözlük ve Instagram hesaplarının logoları kullanılmıştır. “English” başlığı ile teyit.org kullanıcılara iki dilli yayıncılık hizmeti sunmaktadır.

Sitede “Analiz” başlığı altında editörler tarafından doğruluğundan şüphe duyulan haberlere yönelik yapılan incelemeler yer almaktadır. Bu alt başlıkta yer alan haberler, incelemeler sonucunda ulaşılan neticeler doğrultusunda doğru, yanlış, karma veya belirsiz olarak sınıflandırılmaktadır. Editörler tarafından araştırılan ve sonuçlanan haberler internet sitesine yüklendiğinde, otomatik olarak bu başlık altında arşivlenmektedir. “Dosya” başlığı altında yer alan içerikler, site editörleri tarafından doğruluğundan şüphe duyulan bilgilere yönelik yapılan daha derin araştırmaları kapsamaktadır. Bu çalışmalar vaka çalışmalarına dayandırılarak yapılmaktadır. “Teyit.org ekibinin okuduğu, dinlediği kaynaklardan

öğrendikleri, sahte haberin motivasyonuna dair ürettiği bilgiler, editoryal tartışmalar ve sosyal girişimciliğe dair bilgi birikimi” (teyit.org, 2019) ise “İçgörü” başlığı altında toplanmaktadır. “#teyitpedia” başlığı altında ise kullanıcılara “bir sahte içeriği gerçeğinden ayırt etmenin yolları, teyitçi gibi düşünebilmeyi sağlayan yöntemler, doğrulama araçları, fact-checking dünyasından haberler ve güncel gelişmeler, rapor ve araştırmalar” (teyit.org, 2019) gibi bilgilerden oluşturulan içerikleri sunulmaktadır. “Popüler” başlığında ise site ekibi tarafından, kullanıcılarla etkileşime girme sayısına bakılarak popüler olarak belirlenen ilk 3 habere yer verilmektedir. Bu haberler şuan, geçen hafta ve geçen ay olarak sınıflandırılmıştır.

Sayfanın en alt kısmında teyit.org’un ne amaçla kurulduğunu açıklayan kısa bir metin, kullanıcıların e-posta abonesi olabilmeleri için bir form ve teyit.org’u sosyal medya mecralarından takip edebilmeleri Instagram ve YouTube logoları koyulmuştur. Bu bölümde ayrıca “Nedir”, “E-posta Aboneliği”, “Takip Et!”, “Nedir?”, “Metodoloji ve İlkeler”, “Ekip”, “İhbar”, “İletişim” ve “English” başlıkları da bulunmaktadır. Bu başlıkların altında, 2016 yılında kurulan teyit.org’un “Her hakkı saklıdır” ibaresi ile verilerini koruma altına almaya çalıştığı gözlemlenmektedir. Bu ibarenin altında “Kullanım koşulları ve gizlilik politikası” butonu ile kullanıcılar konuyla ilgili bilgilendirici sayfaya yönlendirilmektedir. Sitede yer alan kullanım koşulları, kullanıcıların siteye ilişkin davranış biçimlerini şekillendiren maddeler içermektedir. Etik ihlallerin önüne geçmeyi amaçlayarak hazırlanan bu maddeler ile sitede yer alan içeriklerin izinsiz kullanılamayacağı, içeriklerin ancak kaynak gösterilerek paylaşılabileceği ve sistemi bozmaya yönelik davranışlar sergilenemeyeceği vurgulanmaktadır. Bunların yanı sıra teyit.org’un kendini hukuki açıdan korumak adına da maddelere yer verdiği gözlemlenmektedir.

Kullanım koşullarının altında, gizlilik sözleşmesi başlığı altında açıklayıcı bir metin bulunmaktadır. Teyit.org’da yer alan gizlilik koşullarına ilişkin olarak, site kullanıcılarına ait verilerin saklanma, kullanma ve işleme hakkını elinde bulundurduğu ve bu verilerin anonim olarak üçüncü şahıslarla paylaşılabileceği açıkça yazılmaktadır. Bu metin üzerinde değişiklik yapılabileceği ve kullanıcılara duyurulmadan yayınlanabileceği de belirtilmektedir. Metnin son bölümünde kullanıcılar, sahip oldukları hakları öğrenmek adına, kişisel verilerin korunmasına yönelik olarak oluşturulan aydınlatma metnini okumaya yönlendirilmektedir. Site içerisinde yer alan Kişisel Verilen Korunmasına Yönelik Aydınlatma Metni’nin başında, kullanıcılara “değerli faydalanıcımız” şeklinde hitap edilmiştir. Devamında ise kişisel verilere yönelik yapılan çalışmaların önemsendiğini belirten bir ibare eklenmiştir. Bu durum kullanıcıda güven duygusu uyandırmaktadır. İlerleyen aşamalarda da site tarafından yapılan

kişisel verilere yönelik çalışmalar ve kullanıcıların bu konu hakkındaki hakları açıklanmaktadır.

Genel olarak teyit.org ana sayfası değerlendirildiğinde, dinamik bir site yapısının olduğu görülmektedir. Sitede sitenin kuruluş amacı, yürütülen çalışmalar vb. konular hakkında okuru bilgilendirici içerikler yer almaktadır. Site hakkında bilgi sahibi olmayan bir kullanıcının, merak duygusunu giderecek metinlere erişimine yardımcı olan başlıkların en üstte yer alması, sitenin kullanılabilirliğini arttırmaktadır. Sitede yer alan teyit.org'a ait sosyal medya hesaplarına bağlantı sağlayan logoların varlığı, kullanıcıların siteyi farklı platformlar üzerinden takip etmesini kolaylaştırmaktadır. Sitede bulunan iletişim bilgileri ile kullanıcılar, içerik üretim sürecine dahil olabilmekte ve katkı sağlayabilmektedir. İkinci bir dil seçeneğinin olması, sitenin daha büyük bir kitle tarafından takip edilmesine olanak sağlamaktadır. İçeriklerde büyük ölçüde çözünürlüğü yüksek görseller kullanıldığı görülmektedir. Bu durum, kullanıcılar tarafından sitenin beğenilmesine katkı sağlamaktadır.

3.7.1.2.2 Teyit.org İnternet Sitesinin Tasarımı

Yusuf Keş, (akt. Aciyan, 2018, s. 81-82) bir internet sitesinin tasarım aşamasında dikkat edilmesi gereken özellikleri; yalınlık, tutarlılık, açıklık, denge, görsel hiyerarşi, vurgu, oran-orantı ve uyum-bütünlük olarak sıralamaktadır. Teyit.org internet sitesi bu özellikler bağlamında incelendiğinde, var olan düzenli yapının yalınlık özelliği ile uyum gösterdiği görülmektedir. Kullanıcı, yalın internet tasarımı ile daha kolay içerik takibi sürdürebilmektedir. Sitede yer alan dengeli renk dağılımı ve belirli renk hakimiyetleri, tutarlılık özelliğini karşılamaktadır. İnternet sitesinde yayınlanan içeriklerde tercih edilen yazı stilleri ve boyutları, siteye ilişkin düzenli bir görünüm sağlamaktadır. İçeriklerdeki biçimsel denge, her içerikte aynı şekilde sürdürülmektedir. Sitenin genel görünümü bağlamında, açıklık bakımından da olumlu özelliklere sahip olduğu görülmektedir. Ana sayfada yer alan içerikler; ortalanmış, sağda ve solda boşluklar bırakılmıştır. Bu durum, okuyucunun dikkatini tek bir alana çekmektedir ve denge oldukça iyi kurulmuştur. Ana sayfada yer alan içeriklerde, en güncel olan içerik ilk sırada ve diğer içeriklere kıyasla daha büyük olacak şekilde tasarlanmıştır. Bu da görsel bir hiyerarşik düzenin gözetildiğini ortaya koymaktadır. Ana sayfada yer alan bazı içerikleri vurgulama amacıyla özel bir tasarımın yapılmadığı düşünülmektedir. Okur, butonların yanı sıra ana sayfada yer alan içeriklere sayfayı aşağıya doğru kaydırarak da erişim sağlayabilmektedir. Bu yapı, sitenin ritim özelliği ile uyumunu ortaya koymaktadır. İçeriklerde başlıkların metne göre daha büyük puntolar ile yazılması, site içerisinde belirli bir oran-orantı dengesi olduğunu gözler önüne sermektedir. Ana sayfada yer

alan görsellerin belirli bir düzen doğrultusunda kullanılması da bu özelliği desteklemektedir. Teyit.org son olarak uyum-bütünlük özelliği açısından incelendiğinde, sitede genel olarak bir uyum ve bütünlüğün hakim sürdüğü görülmektedir. İçeriklerde aynı yazı stillerinin, renklerin ve boyutların kullanılması bu durumu destekler niteliktedir. Yayınlanan içeriklerde kullanılan görsel, video, grafik vb. öğelerin içerik ile uyumlu olması da dikkat çekmektedir.

Teyit.org internet sitesi yukarıda sıralanan özellikler bağlamında genel olarak değerlendirildiğinde, site tasarımının büyük ölçüde bu ilkelere dikkat edilerek yapıldığı yargısına varılmaktadır.

3.7.1.2.3 Teyit.org İnternet Sitesinde Kullanılan İçeriklerin Değerlendirilmesi

Bu bölümde teyit.org sitesinde 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında yayınlanan içerikler analiz edilmiştir. Bu süre içerisinde yayınlanan haberlerin genel bilgileri, editör dağılımları, günlük sayısal dağılımları, araştırma sonucuna göre hangi sınıflandırmada yer aldığı, konuları, dolaşıma girdiği mecralar ve doğrulama aşamasında yararlanılan metotlar irdelenmiştir. İçerikler, internet sitesinde yer alan kategoriler bağlamında ayrı ayrı incelenmiştir. Siteye yönelik içerik incelemesi “Analiz”, “Dosya”, “İçgörü” ve “#teyitpedia” kategorileri bağlamında ele alınmıştır.

3.7.1.2.3.1 Belirlenen Süreçteki Bütün Haberlerin Değerlendirilmesi

Bu bölümde 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında “Analiz”, “Dosya”, “İçgörü” ve “#teyitpedia” sekmelerinde yer alan tüm haberler ele alınmıştır.

3.7.1.2.3.1.1 Analiz Sekmesi

Bu süre içerisinde “Analiz” sekmesi altında yayınlanan içerikler şu şekildedir:

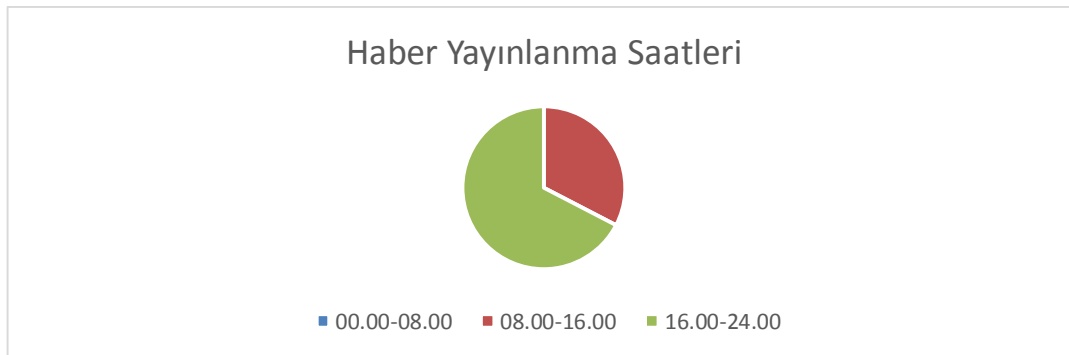
Tablo 3.1 “Analiz” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Yayınlanma Saati	Editör
31 Mart 2019 yerel seçimlerinde Suruç'ta 4 çuval mühürlü oy pusulası ele geçirildi mi?	31/03/2019	22:48	Pelin Furuncı
Bosna-Hersek cumhurbaşkanının yeni makam odasında Atatürk fotoğrafı bulunduğu iddiası	31/03/2019	21:59	Özge Çakır
HDP'nin Mersin'de üzerinde 'Oylar CHP'ye Bizler Belediyeye' yazan broşürler bastırıldığı iddiası	31/03/2019	20:14	Alican Acanerler
Video Malatya Pütürge'de yaşanan kavgayı göstermiyor	31/03/2019	18:17	Özge Yıldız
Gaziosmanpaşa Ortaokulunda çekilen video neyi gösteriyor?	31/03/2019	17:40	Alican Acanerler
Fotoğrafın Malatya'da hayatını kaybeden Saadet Partiliyi gösterdiği iddiası	31/03/2019	17:31	Pelin Furuncı
Karayazı'da jandarma tehdidi iddiası 2014'ten	31/03/2019	17:12	Ali Osman

			Arabacı
Öldürülen Saadet Partilileri gösterdiği iddia edilen fotoğraf bir film den	31/03/2019	16:34	Gülin Çavuş
Fotoğrafın Mustafa Bozbey'i kumarhanede gösterdiği iddiası	31/03/2019	11:16	Pelin Furuncı
Videonun Yeni Zelanda saldırganının hapiste nasıl karşılandığını gösterdiği iddiası	30/03/2019	15:56	Pelin Furuncı
GÜNCELLENDİ: 2019 yerel seçimlerinde internette yayılan 20 yanlış bilgi	30/03/2019	15:08	-
Öğrencilerin Bolu'daki AK Parti mitingine katıldığı iddiası	29/03/2019	17:30	Alican Acanerler
Bilim insanlarının zamanı geri almayı başardığı iddiası	28/03/2019	12:17	Efsun Ağırtaş
Sırbistan'ın Dukat köyündeki okulun tek bir öğrenci için yeniden açıldığı iddiası	28/03/2019	10:40	Kansu Ekin Tanca
Fatma Şahin'in 'Ferhat'ın Şirin'i deldiği' dediği iddiası	27/03/2019	18:31	Ali Osman Arabacı
Seçim broşüründe 'siz mahalleyi bana verin bende size vereyim' yazdığı iddiası	26/03/2019	19:29	Ali Osman Arabacı
AK Parti heyetinden birinin vatandaşlara 'Şeyin trene baktığı gibi bakıyorlar' dediği iddiası	26/03/2019	19:15	Alican Acanerler
KOMSAR araştırma şirketi gerçekte yok anketler ise parodi amaçlı	26/03/2019	17:54	Ali Osman Arabacı
Videonun Rusya'daki Türk pilotların şovunu gösterdiği iddiası	26/03/2019	15:07	Kansu Ekin Tanca
Videodaki obruk bir doğa olayı sonrasında mı oluştu?	26/03/2019	11:00	Özge Yıldız
HDP Antalya'da Millet İttifakı'nı destekleyen seçim broşürleri dağıttı iddiası	25/03/2019	22:26	Özge Yıldız
Ekrem İmamoğlu Hasan Âli Yücel'in öz yeğeni değil	25/03/2019	20:59	Kansu Ekin Tanca
Video Yeni Zelanda'daki saldırıdan sonra Müslüman olan genci mi gösteriyor?	22/03/2019	17:41	Ali Osman Arabacı
Fotoğraf Yeni Zelanda'daki cami saldırısında kanla kaplanmış Kur'an-ı Kerim'i mi gösteriyor?	21/03/2019	18:17	Özge Yıldız
Fotoğraflar Yeni Zelanda'da gerçekleşen cami saldırısını göstermiyor	20/03/2019	19:11	Özge Yıldız
Fotoğraflar Türkiye'de organları çalınan Suriyeli çocukları göstermiyor	20/03/2019	13:43	Özge Yıldız
Fotoğrafın Hollanda'daki saldırıyı gerçekleştiren kişiyi gösterdiği iddiası	19/03/2019	18:54	Alican Acanerler
Video Yeni Zelanda'da bir kiliseye yapılan saldırıyı mı gösteriyor?	19/03/2019	18:32	Efsun Ağırtaş
Öldürülen zanlı videosu Christchurch katliamıyla ilişkili değil	18/03/2019	19:57	Kansu Ekin Tanca
Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın mitingde Yeni Zelanda saldırısının görüntülerini izlettiği iddiası	18/03/2019	18:48	Özge Çakır
Sezai Temelli 'İstanbul ve Ankara'yı HDP yönetecek' demedi	18/03/2019	18:00	Alican Acanerler
Fotoğrafın Yeni Zelanda'da yaşananlara karşı Kanada'da yapılan protestoyu gösterdiği iddiası	17/03/2019	16:56	Pelin Furuncı
Videonun 'çocuğu olmayana çocuk yapacağım' diyen belediye başkan adayını gösterdiği iddiası	15/03/2019	16:41	Özge Yıldız
Feminist Gece Yürüyüşü hakkındaki iddialar	14/03/2019	20:55	Ali Osman Arabacı
Bakan Pakdemirli'nin patates firmasında danışmanlık yaptığı iddiası	13/03/2019	11:47	Alican Acanerler
Fotoğraflar hastalıklı çiftlik balıklarını mı gösteriyor?	08/03/2019	17:25	Efsun Ağırtaş
Karıyla Konuşmamak İçin 62 Yıl Sağır Dilsiz Taklidi Yapan Adam İddiası	08/03/2019	16:31	Gülin Çavuş
Ayşe Arslanoğlu Ve İntiharı Hakkındaki İddialar	08/03/2019	12:49	Ali Osman

			Arabacı
Cem Uzan'dan Türkiye'ye Dönüş Tweeti İddiası	07/03/2019	18:54	Alican Acanerler
Kanada'nın Ceza Kestiği Anadolu Kültür Vakfının Başkanının Osman Kavala Olduğu İddiası	06/03/2019	15:22	Alican Acanerler
Videonun Marmaray'daki Aksaklığı Gösterdiği İddiası	06/03/2019	09:35	Alican Acanerler
Fotoğrafın bisikletliyi kovalayan ayıyı gösterdiği iddiası	05/03/2019	17:17	Özge Yıldız
Bantlı elektrik direği fotoğrafı Türkiye'den mi?	05/03/2019	14:46	Ali Osman Arabacı
Fotoğrafın arkasında 'CHP'nin vatanseverliğine aldanma' yazan kamyonu gösterdiği iddiası	05/03/2019	14:35	Pelin Furuncı
Mısır'da idam edilmeden önce eşi ve çocuğunu görmek isteyen kişiye ait video iddiası	05/03/2019	11:05	Alican Acanerler
Parçalanmış rüzgar türbinini gösteren video görsel efektle hazırlanmış	01/03/2019	18:02	Ali Osman Arabacı

1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında “Analiz” kategorisi incelendiğinde, 46 adet haberin yer aldığı görülmektedir. Bu tarih aralığında saat bakımından en erken veri girişi, 6 Mart 2019'da saat 09.35'te “Videonun Marmaray'daki Aksaklığı Gösterdiği İddiası” başlıkla haber ile yapılmıştır. 31 Mart 2019'da yayınlanan “31 Mart 2019 yerel seçimlerinde Suruç'ta 4 çuval mühürlü oy pusulası ele geçirildi mi?” başlıklı haber ise saat 22.48'de yayına alınarak en geç yayınlanan haber olmuştur. Bu tarih aralığında “Analiz” kategorisinde yayınlanan haberlerin yayınlanma saatlerine ilişkin grafik aşağıdaki gibidir:



Grafik 3.1 “Analiz” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Yayınlanma Saatleri

Bu tarihler arasında teyit.org'a yüklenen farklı konulara sahip haber sayısı 46'dır. Bu haberlerden 15 tanesi, saat 08.00-16.00 aralığında yayınlanmıştır. Haberlerin büyük çoğunluğunu oluşturan 31 haber ise saat 16.00-00.00 arasında yayına alınmıştır. 00.00 ve 08.00 saatleri arasında ise bu süre boyunca hiç haber girişi yapılmadığı görülmektedir. Bu haberlere ilişkin editör dağılımları ise şu şekildedir:

Tablo 3.2 “Analiz” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Editör Dağılımları

Editör Adı	Sayısı
Özge Yıldız	8
Ali Osman Arabacı	9
Pelin Furuncı	6
Alican Acanerler	11
Efsun Ağırtaş	3
Gülin Çavuş	2
Kansu Ekin Tanca	4
Özge Çakır	2
Belirsiz	1
TOPLAM	46

1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında, teyit.org’da farklı 45 içerik üretimi, 8 ayrı editörün ismi ile yayınlanmıştır. Ancak 1 içeriğin editörü yayınlanan içerikte belirtilmemiştir. Bu süre zarfında yayınlanan içeriklerde ismi yazan editörlerin sitedeki görevleri, sitenin “Ekip” sekmesinde açıkça belirtilmiştir. Bu bağlamda 1 aylık süre içerisinde, ekipte ismi geçmeyen bir editör tarafından içerik üretimi yapılmadığı saptanmıştır. Belirlenen tarih aralığında yayınlanan haberlerin günlük dağılımları ise şu şekildedir:

Tablo 3.3 Analiz” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Günlük Dağılımları

Tarih	Haber Sayısı	Tarih	Haber Sayısı
1 Mart 2019	1	17 Mart 2019	1
2 Mart 2019	0	18 Mart 2019	3
3 Mart 2019	0	19 Mart 2019	2
4 Mart 2019	0	20 Mart 2019	2
5 Mart 2019	4	21 Mart 2019	1
6 Mart 2019	2	22 Mart 2019	1
7 Mart 2019	1	23 Mart 2019	0
8 Mart 2019	3	24 Mart 2019	0
9 Mart 2019	0	25 Mart 2019	2
10 Mart 2019	0	26 Mart 2019	5
11 Mart 2019	0	27 Mart 2019	1
12 Mart 2019	0	28 Mart 2019	2
13 Mart 2019	1	29 Mart 2019	1
14 Mart 2019	1	30 Mart 2019	2
15 Mart 2019	1	31 Mart 2019	9
16 Mart 2019	0		

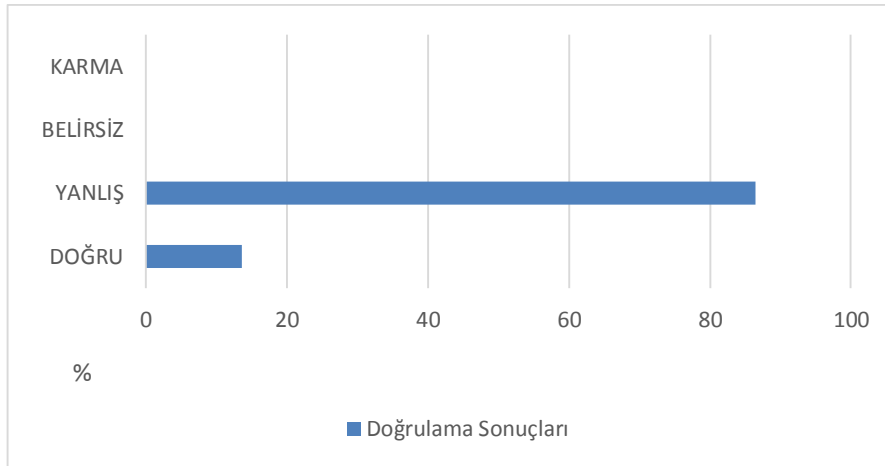
1 aylık süre içerisinde, tarih bazlı içerik yayınlama dağılımına bakıldığında, 10 gün hiç içerik paylaşılmadığı görülmektedir. En çok içerik paylaşımı ise 31 Mart 2019 tarihinde yapılmıştır. Teyit.org tarafından teyit amaçlı ele alınan haberlerin, araştırmaları sonucunda yapılan sınıflandırma ise şu şekildedir:

Tablo 3.4 “Analiz” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Teyit Sonuçlarına Göre Dağılımları

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Doğru	Yanlış	Belirsiz	Karma
31 Mart 2019 yerel seçimlerinde Suruç'ta 4 çuval mühürlü oy pusulası ele geçirildi mi?	31/03/2019		X		
Bosna-Hersek cumhurbaşkanının yeni makam odasında Atatürk fotoğrafı bulunduğu iddiası	31/03/2019		X		
HDP'nin Mersin'de üzerinde 'Oylar CHP'ye Bizler Belediye' yazan broşürler bastırıldığı iddiası	31/03/2019		X		
Video Malatya Pütürge'de yaşanan kavgayı göstermiyor	31/03/2019		X		
Gaziosmanpaşa Ortaokulunda çekilen video neyi gösteriyor?	31/03/2019		X		
Fotoğrafın Malatya'da hayatını kaybeden Saadet Partiliyi gösterdiği iddiası	31/03/2019		X		
Karayazı'da jandarma tehdidi iddiası 2014'ten	31/03/2019		X		
Öldürülen Saadet Partilileri gösterdiği iddia edilen fotoğraf bir film den	31/03/2019		X		
Fotoğrafın Mustafa Bozbey'i kumarhanede gösterdiği iddiası	31/03/2019		X		
Videonun Yeni Zelanda saldırganının hapiste nasıl karşılandığını gösterdiği iddiası	30/03/2019		X		
GÜNCELLENDİ: 2019 yerel seçimlerinde internette yayınlan 20 yanlış bilgi	30/03/2019	-	-	-	-
Öğrencilerin Bolu'daki AK Parti mitingine katıldığı iddiası	29/03/2019	X			
Bilim insanlarının zamanı geri almayı başardığı iddiası	28/03/2019		X		
Sırbistan'ın Dukat köyündeki okulun tek bir öğrenci için yeniden açıldığı iddiası	28/03/2019	X			
Fatma Şahin'in 'Ferhat'ın Şirin'i deldiği' dediği iddiası	27/03/2019		X		
Seçim broşüründe 'siz mahalleyi bana verin bende size vereyim' yazdığı iddiası	26/03/2019		X		
AK Parti heyetinden birinin vatandaşlara 'Şeyin trene baktığı gibi bakıyorlar' dediği iddiası	26/03/2019	X			
KOMSAR araştırma şirketi gerçekte yok anketler ise parodi amaçlı	26/03/2019		X		
Videonun Rusya'daki Türk pilotların şovunu gösterdiği iddiası	26/03/2019		X		
Videodaki obruk bir doğa olayı sonrasında mı oluştu?	26/03/2019		X		
HDP Antalya'da Millet İttifakı'nı destekleyen seçim broşürleri dağıttı iddiası	25/03/2019		X		
Ekrem İmamoğlu Hasan Âli Yücel'in öz yeğeni değil	25/03/2019		X		
Video Yeni Zelanda'daki saldırıdan sonra Müslüman olan genci mi gösteriyor?	22/03/2019		X		
Fotoğraf Yeni Zelanda'daki cami saldırısında kanla kaplanmış Kur'an-ı Kerim'i mi gösteriyor?	21/03/2019		X		
Fotoğraflar Yeni Zelanda'da gerçekleşen cami saldırısını göstermiyor	20/03/2019		X		
Fotoğraflar Türkiye'de organları çalınan Suriyeli çocukları göstermiyor	20/03/2019		X		
Fotoğrafın Hollanda'daki saldırıyı gerçekleştiren kişiyi gösterdiği iddiası	19/03/2019		X		
Video Yeni Zelanda'da bir kiliseye yapılan	19/03/2019		X		

saldırısı mı gösteriyor?					
Öldürülen zanlı videosu Christchurch katliamıyla ilişkili değil	18/03/2019		X		
Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın mitingde Yeni Zelanda saldırısının görüntülerini izlettiği iddiası	18/03/2019	X			
Sezai Temelli 'İstanbul ve Ankara'yı HDP yönetecek' demedi	18/03/2019		X		
Fotoğrafın Yeni Zelanda'da yaşananlara karşı Kanada'da yapılan protestoyu gösterdiği iddiası	17/03/2019		X		
Videonun 'çocuğu olmayana çocuk yapacağım' diyen belediye başkan adayını gösterdiği iddiası	15/03/2019		X		
Feminist Gece Yürüyüşü Hakkındaki İddialar	14/03/2019	-	-	-	-
Bakan Pakdemirli'nin patates firmasında danışmanlık yaptığı iddiası	13/03/2019	X			
Fotoğraflar hastalıklı çiftlik balıklarını mı gösteriyor?	08/03/2019		X		
Karısıyla Konuşmamak İçin 62 Yıl Sağır Dilsiz Taklidi Yapan Adam İddiası	08/03/2019		X		
Ayşe Arslanoğlu Ve İntiharı Hakkındaki İddialar	08/03/2019		X		
Cem Uzan'dan Türkiye'ye Dönüş Tweeti İddiası	07/03/2019		X		
Kanada'nın Ceza Kestiği Anadolu Kültür Vakfının Başkanının Osman Kavala Olduğu İddiası	06/03/2019		X		
Videonun Marmaray'daki Aksaklığı Gösterdiği İddiası	06/03/2019	X			
Fotoğrafın bisikletliyi kovalayan ayıyı gösterdiği iddiası	05/03/2019		X		
Banlı elektrik direği fotoğrafı Türkiye'den mi?	05/03/2019		X		
Fotoğrafın arkasında 'CHP'nin vatanseverliğine aldanma' yazan kamyonu gösterdiği iddiası	05/03/2019		X		
Mısır'da idam edilmeden önce eşi ve çocuğunu görmek isteyen kişiye ait video iddiası	05/03/2019		X		
Parçalanmış rüzgar türbinini gösteren video görsel efektlerle hazırlanmış	01/03/2019		X		

30 Mart 2019 tarihinde yayınlanan “GÜNCELLENDİ: 2019 yerel seçimlerinde internette yayılan 20 yanlış bilgi” başlıklı haber, tek bir konuyu ele almaması ve çok sayıda içeriğin derlenmesiyle oluşturulan bir haber olması nedeniyle doğru, yanlış vb. bir sınıflandırma içerisine dahil edilmemiştir. Benzer şekilde, 14 Mart 2019 tarihinde yayınlanan “Feminist Gece Yürüyüşü hakkındaki iddialar” başlıklı haber de, içerikte kesin bir yanlışlama ibaresinin bulunmaması nedeniyle tabloda sonuca ilişkin bir sınıflandırmaya dahil edilememiştir. Bu iki içerik toplam sayıdan düşüldüğünde, 44 iddianın 6 tanesi doğru, 38 tanesi yanlış bulunmuştur.



Grafik 3.2 İçeriklere İlişkin Doğrulama Sonuçları

Bu sonuçlar yüzdelik olarak hesaplandığında ise yaklaşık % 86.4'ünün yanlış, % 13.6'sının ise doğru olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu süre içerisinde analiz edilen haberlerden hiçbiri karma veya belirsiz olarak sınıflandırılmamıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda iddiaların büyük çoğunluğunun yanlış olarak sınıflandırıldığı görülmektedir. Bu sınıflandırmalar içerisinde yer alan haberlerin konularına ilişkin değerlendirmeler ise şu şekildedir:

Tablo 3.5 “Analiz” Sekmesinde Yayımlanan İçeriklerin Konuları Bakımından Sınıflandırması

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Ekonomi	Siyaset	Sağlık	Spor	Teknoloji	Diğer
31 Mart 2019 yerel seçimlerinde Suruç'ta 4 çuval mühürlü oy pusulası ele geçirildi mi?	31/03/2019		X				
Bosna-Hersek cumhurbaşkanının yeni makam odasında Atatürk fotoğrafı bulunduğu iddiası	31/03/2019		X				
HDP'nin Mersin'de üzerinde 'Oylar CHP'ye Bizler Belediyeye' yazan broşürler bastırıldığı iddiası	31/03/2019		X				
Video Malatya Pütürge'de yaşanan kavgayı göstermiyor	31/03/2019		X				
Gaziosmanpaşa Ortaokulunda çekilen video neyi gösteriyor?	31/03/2019		X				
Fotoğrafın Malatya'da hayatını kaybeden Saadet Partiliyi	31/03/2019		X				

gösterdiği iddiası							
Karayazı'da jandarma tehdidi iddiası 2014'ten	31/03/2019		X				
Öldürülen Saadet Partilileri gösterdiği iddia edilen fotoğraf bir filmde	31/03/2019		X				
Fotoğrafın Mustafa Bozbey'i kumarhanede gösterdiği iddiası	31/03/2019		X				
Videonun Yeni Zelanda saldırganının hapiste nasıl karşılandığını gösterdiği iddiası	30/03/2019						X
GÜNCELLENDİ: 2019 yerel seçimlerinde internette yayılan 20 yanlış bilgi	30/03/2019		X				
Öğrencilerin Bolu'daki AK Parti mitingine katıldığı iddiası	29/03/2019		X				
Bilim insanlarının zamanı geri almayı başardığı iddiası	28/03/2019						X
Sırbistan'ın Dukat köyündeki okulun tek bir öğrenci için yeniden açıldığı iddiası	28/03/2019						X
Fatma Şahin'in 'Ferhat'ın Şirin'i deldiği' dediği iddiası	27/03/2019		X				
Seçim broşüründe 'siz mahalleyi bana verin bende size vereyim' yazdığı iddiası	26/03/2019		X				
AK Parti heyetinden birinin vatandaşlara 'Şeyin trene baktığı gibi bakıyorlar' dediği iddiası	26/03/2019		X				
KOMSAR araştırma şirketi gerçekte yok anketler ise parodi amaçlı	26/03/2019		X				
Videonun Rusya'daki Türk pilotların şovunu gösterdiği iddiası	26/03/2019						X
Videodaki obruk bir doğa olayı sonrasında mı oluştu?	26/03/2019						X
HDP Antalya'da Millet İttifakı'nı destekleyen seçim broşürleri dağıttı iddiası	25/03/2019		X				
Ekrem İmamoğlu Hasan Âli Yücel'in öz yeğeni değil	25/03/2019		X				
Video Yeni Zelanda'daki saldırıdan sonra Müslüman olan	22/03/2019						X

genci mi gösteriyor?							
Fotoğraf Yeni Zelanda'daki cami saldırısında kanla kaplanmış Kur'an-ı Kerim'i mi gösteriyor?	21/03/2019						X
Fotoğraflar Yeni Zelanda'da gerçekleşen cami saldırısını göstermiyor	20/03/2019						X
Fotoğraflar Türkiye'de organları çalınan Suriyeli çocukları göstermiyor	20/03/2019						X
Fotoğrafın Hollanda'daki saldırıyı gerçekleştiren kişiyi gösterdiği iddiası	19/03/2019						X
Video Yeni Zelanda'da bir kiliseye yapılan saldırıyı mı gösteriyor?	19/03/2019						X
Öldürülen zanlı videosu Christchurch katliamıyla ilişkili değil	18/03/2019						X
Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın mitingde Yeni Zelanda saldırısının görüntülerini izlettiği iddiası	18/03/2019		X				
Sezai Temelli 'İstanbul ve Ankara'yı HDP yönetecek' demedi	18/03/2019		X				
Fotoğrafın Yeni Zelanda'da yaşananlara karşı Kanada'da yapılan protestoyu gösterdiği iddiası	17/03/2019						X
Videonun 'çocuğu olmayana çocuk yapacağım' diyen belediye başkan adayını gösterdiği iddiası	15/03/2019		X				
Feminist Gece Yürüyüşü hakkındaki iddialar	14/03/2019						X
Bakan Pakdemirli'nin patates firmasında danışmanlık yaptığı iddiası	13/03/2019		X				
Fotoğraflar hastalıklı çiftlik balıklarını mı gösteriyor?	08/03/2019			X			
Karıyla Konuşmamak İçin 62 Yıl Sağır Dilsiz Taklidi Yapan Adam İddiası	08/03/2019						X
Ayşe Arslanoğlu Ve İntiharı Hakkındaki İddialar	08/03/2019						X

Cem Uzan'dan Türkiye'ye Dönüş Tweeti İddiası	07/03/2019						X
Kanada'nın Ceza Kestiği Anadolu Kültür Vakfının Başkanının Osman Kavala Olduğu İddiası	06/03/2019						X
Videonun Marmaray'daki Aksaklığı Gösterdiği İddiası	06/03/2019						X
Fotoğrafın bisikletliyi kovalayan ayıyı gösterdiği iddiası	05/03/2019						X
Bantlı elektrik direği fotoğrafı Türkiye'den mi?	05/03/2019						X
Fotoğrafın arkasında 'CHP'nin vatanseverliğine aldanma' yazan kamyonu gösterdiği iddiası	05/03/2019		X				
Mısır'da idam edilmeden önce eşi ve çocuğunu görmek isteyen kişiye ait video iddiası	05/03/2019						X
Parçalanan rüzgar türbinini gösteren video görsel efektle hazırlanmış	01/03/2019						X

1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında yayınlanan 46 haberin konu sınıflandırmalarına ilişkin incelemede, ekonomi, spor ve teknoloji kategorilerinde hiç haber yayınlanmadığı belirlenirken; 22'si siyaset, 1'i sağlık ve 23'ü diğer olarak sınıflandırılmıştır. Bu tarih aralığında teyit edilen ve yayınlanan içeriklerin dolaşıma girdiği mecralar ise şu şekildedir:

Tablo 3.6 Teyit Edilmek Üzere İncelenen ve “Analiz” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Paylaşıldığı Mecralar

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Teyit Edilen İçeriğin Dolaşıma Girdiği Mecralar
31 Mart 2019 yerel seçimlerinde Suruç'ta 4 çuval mühürlü oy pusulası ele geçirildi mi?	31/03/2019	Facebook: “Siyaset ve Tarih” Twitter: “Haberdar” Haber Siteleri: İLKHA, Yurt Gazetesi, Alevi Haber, Tam Makale
Bosna-Hersek cumhurbaşkanının yeni makam odasında Atatürk fotoğrafı bulunduğu iddiası	31/03/2019	Facebook
HDP'nin Mersin'de üzerinde 'Oylar CHP'ye Bizler Belediyeye' yazan broşürler bastırıldığı iddiası	31/03/2019	Twitter
Video Malatya Pütürge'de yaşanan kavgayı göstermiyor	31/03/2019	Sosyal Medya: Belirsiz Haber Merkezleri: Gazete Hayır, Yol Tv Beyaz

		Gazete (Anadolu Ajansı'ndan alıntı) Diğer: Dailymotion
Gaziosmanpaşa Ortaokulunda çekilen video neyi gösteriyor?	31/03/2019	Twitter: "Hergele Postası", Instagram: "Darkweb" Facebook: "Gülçin Sevindik" isimli kullanıcı Haber Siteleri: Gazete Manifesto, ABC Gazetesi
Fotoğrafın Malatya'da hayatını kaybeden Saadet Partiliyi gösterdiği iddiası	31/03/2019	Facebook: "hakkı üstün tutanlar", "Malatya" Haber Siteleri: Kocaeli'de Bugün vb.
Karayazı'da jandarma tehdidi iddiası 2014'ten	31/03/2019	Facebook: "Türkiye için el ele"
Öldürülen Saadet Partilileri gösterdiği iddia edilen fotoğraf bir filmde	31/03/2019	Facebook
Fotoğrafın Mustafa Bozbey'i kumarhanede gösterdiği iddiası	31/03/2019	Facebook: "Kod Adı Başkan" Twitter: "Nezir Asaroğlu", "Emir Bereket İletişim Ofisi Seçim Özel"
Videonun Yeni Zelanda saldırısının hapiste nasıl karşılandığını gösterdiği iddiası	30/03/2019	Facebook: "Her Telden", "Kara Şahin"
Öğrencilerin Bolu'daki AK Parti mitingine katıldığı iddiası	29/03/2019	Twitter: "kacsaatolduson"
Bilim insanlarının zamanı geri almayı başardığı iddiası	28/03/2019	Haber Siteleri: BBC Türkçe, Cumhuriyet Gazetesi vb., yabancı haber kaynakları
Sırbistan'ın Dukat köyündeki okulun tek bir öğrenci için yeniden açıldığı iddiası	28/03/2019	Facebook: "Öğretmen'iz" Haber Siteleri: Anadolu Ajansı ve Hürriyet, Rûdaw, Ulusal Kanal, Yeni Şafak, Bursa Hayat, Adalet Biz, İyi Haber Ver Diğer: TRT Haber Sosyal Medya: YouTube
Fatma Şahin'in 'Ferhat'ın Şirin'i deldiği' dediği iddiası	27/03/2019	Twitter: "Vaziyet" İnternet Siteleri: Sözcü, Gazete Manifesto, Yurt gazetesi
Seçim broşüründe 'siz mahalleyi bana verin bende size vereyim' yazdığı iddiası	26/03/2019	Twitter İnternet Sitesi: Uludağsözlük
AK Parti heyetinden birinin vatandaşlara 'Şeyin trene baktığı gibi bakıyorlar' dediği iddiası	26/03/2019	Twitter: Sol Haber
KOMSAR araştırma şirketi gerçekte yok anketler ise parodi amaçlı	26/03/2019	İnternet Siteleri: İnternethaber, Timeturk, Demokrathaber, Haberler.com, Ege Haber, Medyafaresi, Yeni Akit, Yurt gazetesi ve Sondakika.com Twitter: "KOMSARnet"
Videonun Rusya'daki Türk pilotların şovunu gösterdiği iddiası	26/03/2019	Facebook: "Gönül Dağlı", "Hasret Kokan Sevgiler"
Videodaki obruk bir doğa olayı sonrasında mı oluştu?	26/03/2019	Twitter: "Biliyor muydunuz"
HDP Antalya'da Millet İttifakı'nı destekleyen seçim broşürleri dağıttı iddiası	25/03/2019	Facebook: "Prof. Dr Devlet Bahçeli"
Ekrem İmamoğlu Hasan Âli Yücel'in öz yeğeni değil	25/03/2019	Facebook Twitter: "Dünyanın ucunda bir gül açılmış"
Video Yeni Zelanda'daki saldırıdan sonra Müslüman olan genci mi gösteriyor?	22/03/2019	Twitter: Dünya Haber Siteleri: Yeni Şafak, Yeni Akit, Kanal 7, Haber 365, Diriliş Postası Facebook: Star gazetesinin Twitter: Yeni Şafak Instagram: "Telegram Yulduzları" Diğer: Telegram uygulaması
Fotoğraf Yeni Zelanda'daki cami	21/03/2019	Facebook

saldırısında kanla kaplanmış Kur'an-ı Kerim'i mi gösteriyor?		
Fotoğraflar Yeni Zelanda'da gerçekleşen cami saldırısını göstermiyor	20/03/2019	Facebook: "Cübbeli Ahmet Hoca Farkın Tek Adresi" Twitter: "Realist"
Fotoğraflar Türkiye'de organları çalınan Suriyeli çocukları göstermiyor	20/03/2019	İnternet Sitesi: Radio Capital
Fotoğrafın Hollanda'daki saldırıyı gerçekleştiren kişiyi gösterdiği iddiası	19/03/2019	Kanal 24
Video Yeni Zelanda'da bir kiliseye yapılan saldırıyı mı gösteriyor?	19/03/2019	Facebook: "Takva"
Öldürülen zanlı videosu Christchurch katliamıyla ilişkili değil	18/03/2019	Twitter: "Bölge Gerçekleri" Facebook: "Aşk_Yanmaya_Razı_Olmaktı", "Dedefakalım Güncel", "Umre TV", "Mevlanâkarizma", "Haberler Zonguldak" ve kişisel hesaplar YouTube
Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın mitingde Yeni Zelanda saldırısının görüntülerini izlettiği iddiası	18/03/2019	Diğer: Onedio.com İnternet Siteleri: Cumhuriyet ve Sözcü gazeteleri Twitter: "@RT_Erdogan"
Sezai Temelli 'İstanbul ve Ankara'yı HDP yönetecek' demedi	18/03/2019	Haber Siteleri: Hürriyet, CNN Türk, Posta, Anadolu Ajansı
Fotoğrafın Yeni Zelanda'da yaşananlara karşı Kanada'da yapılan protestoyu gösterdiği iddiası	17/03/2019	Twitter, Instagram: "Deep Weight"
Videonun 'çocuğu olmayana çocuk yapacağım' diyen belediye başkan adayını gösterdiği iddiası	15/03/2019	Facebook: "Deli Kızın Ülkesi", "Zihni Yavaşca" Twitter
Feminist Gece Yürüyüşü hakkındaki iddialar	14/03/2019	Twitter Facebook Haber Siteleri: Akşam, Ensonhaber, Takvim, A Haber, Sabah, Milat Gazetesi ve Yeni Akit
Bakan Pakdemirli'nin patates firmasında danışmanlık yaptığı iddiası	13/03/2019	Facebook: "Karikateist" Diğer: Ekşi Sözlük, Sözcü gazetesi köşe yazısı
Fotoğraflar hastalıklı çiftlik balıklarını mı gösteriyor?	08/03/2019	Facebook: "Anamur Çevre Platformu" Haber Sitesi: "Bandırma Manşet"
Karısıyla Konuşmamak İçin 62 Yıl Sağır Dilsiz Taklidi Yapan Adam İddiası	08/03/2019	Twitter: "gzt Hayat" Haber Sitesi: Diken, World News Daily Report
Ayşe Arslanoğlu Ve İntiharı Hakkındaki İddialar	08/03/2019	Twitter: "Verda Hanzade", "Halkların Demokratik Partisi Kocaeli Milletvekili Ömer Faruk Gergerlioğlu", "Emre Uslu"
Cem Uzan'dan Türkiye'ye Dönüş Tweeti İddiası	07/03/2019	Twitter: "@uzance" Haber Siteleri: Yeni Şafak, Cumhuriyet, Sputnik
Kanada'nın Ceza Kestiği Anadolu Kültür Vakfının Başkanının Osman Kavalı Olduğu İddiası	06/03/2019	Haber Sitesi: Dünya Bülteni
Videonun Marmaray'daki Aksaklığı Gösterdiği İddiası	06/03/2019	Twitter: "Mustafa Sönmez" Facebook İnternet Siteleri
Fotoğrafın bisikletliyi kovalayan ayıyı gösterdiği iddiası	05/03/2019	Facebook: "Hayal Tamircileri", "Inspire Uplift", "Animal Lovers" İnternet Sitesi: Yeni Akit gazetesi
Bantlı elektrik direği fotoğrafı	05/03/2019	Facebook

Türkiye’den mi?		
Fotoğrafın arkasında ‘CHP’nin vatanseverliğine aldanma’ yazan kamyonu gösterdiği iddiası	05/03/2019	Facebook: “Asrın Lideri Erdoğan”, “Ak Dostları”, “Ak Sakallı” Twitter
Mısır’da idam edilmeden önce eşi ve çocuğunu görmek isteyen kişiye ait video iddiası	05/03/2019	Facebook: “Hüzün Vefa” Instagram Twitter YouTube
Parçalanan rüzgar türbinini gösteren video görsel efektle hazırlanmış	01/03/2019	Facebook: “What did I just see?” vb. İngilizce yayın yapan sayfalar Twitter Instagram, YouTube

Bu tarihler arasında yayınlanan “GÜNCELLENDİ: 2019 yerel seçimlerinde internette yayılan 20 yanlış bilgi” başlıklı içerik, 42 farklı konuyu ele alması nedeniyle tabloda yer almamaktadır. Bu içerik dışında yayınlanan 45 haberin teyit edilmeden önceki süreçte, ağırlıklı olarak çeşitli sosyal medya platformlarında, internet ve haber sitelerinde dolaşıma girdiği görülmektedir. Bu alanlarda paylaşılan ve okurlar ile buluşan haberlerin doğruluğunun incelenmesinde kullanılan metotlar ve analiz sonucunun dayanak noktasına ilişkin açıklamalar ise şu şekildedir:

Tablo 3.7 Teyit.org Tarafından Araştırılan ve “Analiz” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerde Yer Alan Açıklamalar

İddia	Yayınlanma Tarihi	Araştırma Sonucu	Açıklama	Araştırma Metotları
31 Mart seçim günü Suruç’ta bir araçta 4 çuval mühürlü oy pusulası ele geçirildi.	31/03/2019	Yanlış	Geçmiş bir olaya ait görüntülerin yeniden sunulması ve hatalı ilişkilendirme örneğidir.	Yetkililer ile görüşme, Geçmiş haberler ve görüntüler
Fotoğraf: Bosna-Hersek cumhurbaşkanının yeni makam odasında Atatürk fotoğrafı bulunuyor.	31/03/2019	Yanlış	Fotoğrafın bir kısmı kesilerek elde edilen fotoğrafa bir hikaye kurgulanmıştır. Asıl fotoğraf hatalı ilişkilendirilmiştir. Aynı iddianın farklı zamanlarda yeniden topluma sunulmasının da bir örneğidir.	Resmi internet siteleri
HDP, Mersin’de üzerinde “Oylar CHP’ye, Bizler Belediyeye” yazan seçim broşürleri dağıttı.	31/03/2019	Yanlış	Asimetrik propaganda olarak adlandırılan bir eylem ile manipülasyon yaratma örneğidir.	Parti yetkilileri ile görüşme, İnternet siteleri
Video Malatya Pütürge’de yaşanan kavgayı gösteriyor.	31/03/2019	Yanlış	Manipülasyon amacı gütmeyen görüntüler başka bir olaya aittir ve bu içerik ile bağ kurulması nedeniyle hatalı ilişkilendirme örneğidir.	Videolar, Video platformu, Google haritalar
Gaziosmanpaşa’daki bir ortaokulda oylar çalındı.	31/03/2019	Yanlış	Gerçek bir görüntünün, olmayan bir olayın görüntüsü gibi sunulması ve manipülasyon yaratılması örneğidir.	Videolar, sosyal medya hesapları, Resmi İnternet

				Siteleri, Yetkililer ile görüşme, Resmi belgeler
31 Mart 2019 günü Pütürge’de öldürülen Saadet Partili’nin fotoğrafı.	31/03/2019	Yanlış	Eski bir görüntünün yeni olarak sunulması ve gerçek bir görüntünün, başka bir olay ile ilişkilendirilmesi örneğidir.	Sosyal medya
Ekran Görüntüsü: 31 Mart 2019 yerel seçimlerinde Karayazı’da jandarma AK Parti’ye oy vermeyenleri sürgüne göndermekle tehdit etti.	31/03/2019	Yanlış	Sosyal medya mecrasında kullanıcı tarafından paylaşılan gerçek dışı içerik ve manipülasyon örneğidir.	Resmi kurumlar, Sosyal medya
Seçimde vurularak hayatını kaybeden Saadet Partilileri gösteren fotoğraf.	31/03/2019	Yanlış	İddiaya konu olan fotoğrafın olay ile ilgisi bulunmamaktadır ve başka bir olaya ait olması nedeniyle yanlış ilişkilendirme örneğidir. Fotoğraf bir filme aittir.	IMDB, Sosyal medya, Resmi açıklama
CHP Bursa Büyükşehir Belediye Başkan adayı Mustafa Bozbey’in kumarhanede çekilmiş fotoğrafı.	31/03/2019	Yanlış	Montajlanarak hazırlanan fotoğraf, sahte haber üretilme yöntemlerinden bir tanesidir. Manipülasyon örneğidir.	Resmi internet sitesi, Sosyal medya
Video Yeni Zelanda saldırısını düzenleyen kişinin cezaevinde nasıl karşılandığını gösteriyor.	30/03/2019	Yanlış	Var olan gerçek bir görüntü, farklı bir olay ile bağlanması nedeniyle hatalı ilişkilendirmenin bir örneğidir.	Video, National Post
Bolu’daki AK Parti mitingine öğrenciler katıldı.	29/03/2019	Doğru	İddiada yer alan fotoğraflar iddiayı doğrular nitelikte olması nedeniyle iddia doğru bulunmuştur.	Fotoğraflar, Videolar, Google Haritalar Sosyal medya Görüşmeler İnternet siteleri
Bilim insanları kuantum bilgisayarı ile yapılan deneyde zamanı geri aldı.	28/03/2019	Yanlış	Haber yanıltıcı başlık kullanımının bir örneğidir. Haberin başlığında içerikten çarpıtılarak verilmiş bir ifade yer almaktadır.	Kişisel açıklamalar, Makaleler, Uzman görüşleri
Fotoğraf Sırbistan’ın Dukat köyünde tek öğrencisi olan okulu gösteriyor.	28/03/2019	Doğru	İddia, elde edilen çok sayıda veri ile doğrulanmıştır.	Haber Haber siteleri Videolar
Fatma Şahin, “Ferhat Şirin’i deldi” dedi.	27/03/2019	Yanlış	İddiaya konu olan olayla ilgili görüntülerden elde edilen verilere göre yalan haber örneğidir.	Videolar
Seçim broşüründe “siz mahalleyi bana verin bende size vereyim” yazıyor.	26/03/2019	Yanlış	Birinci kaynaktan elde edilen verilere göre ortaya atılan iddia montajlanmış bir ifadedir.	Fotoğraf, Görüşme
Video: AK Parti heyetinden biri vatandaşlara “Şeyin trene baktığı gibi	26/03/2019	Doğru	Yapılan araştırma sonucunda iddianın doğru olduğu ortaya konulmuştur.	Sosyal medya, Video Haber Google

bakıyorlar” dedi.				Haritalar
KOMSAR araştırma şirketi son seçim anketini yayınladı.	26/03/2019	Yanlış	İddia “parodi” ve “uydurma” haber örneğidir. İçerikler, sosyal medya uygulamasında açılan parodi/anonim hesap tarafından yapılan bir paylaşımdır. İnternet siteleri de anonim olan verileri gerçek sanarak paylaşmış ve yanlış bilginin yayılmasına yardımcı olmuşlardır.	Sosyal medya,
Video Türk pilotlarının Rusya’da yaptığı gösteriye ait.	26/03/2019	Yanlış	Gerçek bir video montajlanarak kısaltılmış ve üzerine şarkı eklenmiştir. Hatalı ilişkilendirilen ve manipüle edilen video örneğidir.	Video, Sosyal medya,
Video: Amerika’da bir doğa olayı sonrası gölde obruk oluştu.	26/03/2019	Yanlış	Videoda yer alan görüntüler gerçek bir göle aittir. Ancak iddiada yer alan bir olay sonucunda oluşmamıştır. Doğru bir bilgi bağlamından kopararak yanlış bir bilgiye dönüştürülmesine örnektir.	Google Haritalar, Video, Makale, Haber sitesi, İnternet sitesi
HDP, Antalya’da Millet İttifakı’nı destekleyen seçim broşürleri dağıttı.	25/03/2019	Yanlış	“Asimetrik propaganda” olarak adlandırılan içerik, manipülasyon örneğidir.	Resmi internet siteleri, Sosyal medya, Resmi açıklama, Resmi belge
Ekrem İmamoğlu, Hasan Âli Yücel’in öz yeğeni.	25/03/2019	Yanlış	Bu iddia gerçek dışıdır ve yalan haberdır.	Resmi internet sitesi, Görüşme, İnternet sitesi, Sosyal medya
Video Yeni Zelanda’da saldırısından sonra Müslüman olan genci gösteriyor.	22/03/2019	Yanlış	Eski ve olay ile bağlantısı olmayan görüntülerin yeni gibi ve hatalı ilişkilendirilerek sunulması örneğidir.	Sosyal medya, Analizler
Fotoğraf Yeni Zelanda cami saldırısında kanla kaplanmış Kur’an-ı Kerim’i gösteriyor.	21/03/2019	Yanlış	Eski ve olay ile bağlantısı olmayan gerçek fotoğrafların yeni gibi ve hatalı ilişkilendirilerek sunulması örneğidir.	Fotoğraflar, Sosyal medya, Rapor, Haber, Teyit platformları
Fotoğraflar Yeni Zelanda’da gerçekleşen cami saldırısını gösteriyor.	20/03/2019	Yanlış	İddiaya konu olan fotoğraflar manipüle edilmemiş ve gerçek bir olayı göstermektedir ancak başka bir olaya ait olması nedeniyle hatalı ilişkilendirme örneğidir. .	Haber kaynakları, Görseller, Fotoğraf arşivi
Fotoğraflar Türkiye’de organları çalınıp öldürülen Suriyeli çocukları gösteriyor.	20/03/2019	Yanlış	Gerçek fotoğrafların bağlamından kopararak ve doğru olmayan metinlerle bir arada sunulmasına örnektir.	Raporlar, Fotoğraflar, Google görseller, İnternet ve haber siteleri, Videolar, Sosyal Medya
Hollanda’daki silahlı saldırıyı gerçekleştiren kişinin görüntüleri	19/03/2019	Yanlış	Başka birine ait görüntülerin olay ile bağdaştırılması nedeniyle hatalı ilişkilendirme örneğidir.	Videolar, Sosyal medya, Haber
Video Yeni	19/03/2019	Yanlış	Eski bir olaya ait görüntülerin	Videolar,

Zelanda’da kiliseye yapılan saldırıyı gösteriyor.			yeni gibi sunulması ve olay ile ilgisi olmayan görüntülerin hatalı ilişkilendirilmesine örnektir.	
Araç sürücüsünün, polis ekibiyle yaşadığı çatışma sırasında öldürülmesini kaydeden video, Christchurch katliamının zanlısına ait.	18/03/2019	Yanlış	Gerçek bir olaya ait görüntülerin, başka bir haber başlığıyla paylaşılması ve iddia edilen başlığın içerik ile uyuşmaması nedeniyle hatalı ilişkilendirme örneğidir.	Arama motorları, Haberler, Raporlar, Google haritalar, Sosyal medya
Cumhurbaşkanı Erdoğan Tekirdağ’daki yerel seçim mitinginde Yeni Zelanda saldırısının görüntülerini izletti.	18/03/2019	Doğru	İddia, olay anında çekilen görüntüler ile kanıtlanmış ve doğrulanmıştır.	Sosyal medya, videolar, Resmi belge,
HDP Eş Genel Başkanı Sezai Temelli katıldığı bir televizyon programında “İstanbul ve Ankara’yı İmamoğlu ve Yavaş değil HDP yönetecek” dedi.	18/03/2019	Yanlış	Konuyu ele alan haberlere atılan başlıklarda yer alan ifadenin, kaynak tarafından söylenmemiş olması nedeniyle “yanıltıcı başlık” örneğidir.	Televizyon programları, Haberler, Resmi açıklama, Ekran kayıtları, Sosyal medya, Videolar
Fotoğraf: Yeni Zelanda’da gerçekleşen cami saldırısına karşı, Kanadalı Hristiyanlar içinde namaz kılınan camiye el ele zincire alarak korudu.	17/03/2019	Yanlış	Gerçek ancak eski bir fotoğrafın yeni gibi kullanılmasına ve hatalı ilişkilendirilmesine örnektir. Arşivden kullanılan görüntüler, okuyucuları yanlış bilgilendirmektedir.	Google sokak görüntüleri, Fotoğraflar, Videolar
Video, belediye başkanı adayının seçim konuşmasında “çocuğu olmayana çocuk yapacağım” dediğini gösteriyor.	15/03/2019	Yanlış	Görüntü üzerine ses montajı yapılarak manipülasyona yol açılmaktadır. Bu içerik bireyleri eğlendirme amacıyla da üretilmesi nedeniyle, parodi haber olarak da nitelendirilmektedir. Ancak, bu tür eğlence amacıyla manipüle edilen parodi içerikler, insanların inanması sonucunda yanlış bilgilenebilmesine neden olmaktadır.	Videolar, Film, Sosyal medya
Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli dondurulmuş patates firmasının danışmanı olarak çalıştı.	13/03/2019	Doğru	İddia, çeşitli kaynaklardan elde edilen veriler ışığında doğrulanmıştır.	Sosyal medya, Videolar, İnternet siteleri, Resmi Gazete, Resmi belgeler, Resmi internet siteleri, Basın açıklaması
Mutant görünümli çiftlik balıkları hastalık yayıyor.	08/03/2019	Yanlış	Bir olayın sebebinin başka bir neden bağlanması örneğidir.	Uzman görüşleri, Makaleler, Araştırmalar, Çalışmalar, Yetkili

				açıklaması, Haberler, Kanun ve Yönetmelik, Raporlar
Karısıyla konuşmamak için 62 yıl sağır dilsiz taklidi yaptı, karaoke yaparken yakalandı.	08/03/2019	Yanlış	“Parodi” olarak adlandırılan haber, eğlence amaçlı olarak hazırlanmıştır ve gerçek olmadığı açıkça belirtilmiştir.	İnternet ve haber siteleri
Batman’da yaşayan Ayşe Arslanoğlu intihar etti.	08/03/2019	Yanlış	İddia “uydurma” olarak adlandırılmaktadır. Gerçek dışı bir olay aktarımına örnektir.	Resmi açıklama, Araştırma sonuçları, Sosyal medya, Açıklamalar, Görüşme, İnternet sitesi, Resmi belge
Cem Uzan, ‘Döncem Türkiye’ m’ şeklinde bir tweet attı.	07/03/2019	Yanlış	Anonim ve sahte sosyal medya hesaplarından yapılan paylaşımların haberleştirilmesine örnektir.	Açıklama, Sosyal medya, Görseller, Resmi internet sitesi, Haberler
Osman Kavala’nın Anadolu Kültür Vakfına Kanada’da ceza kesildi.	06/03/2019	Yanlış	İki farklı olayın birbiri ile hatalı biçimde ilişkilendirilmesine örnek teşkil etmektedir.	Raporlar, Haberler, Resmi belgeler, Resmi internet siteleri
Marmaray’da yaşanan aksaklığı gösteren video	06/03/2019	Doğru	Paylaşılan videoya ait içerik, çeşitli yollardan teyit edilerek doğrulanmıştır.	Sosyal medya, Görüşme, Fotoğraflar, Videolar, Resmi kurumlar, Haberler, Görseller Açıklamalar
Fotoğraf bisikletliyi kovalayan ayıyı gösteriyor.	05/03/2019	Yanlış	Gerçek bir görselin montajlanmasına ve fotoğrafa olmayan nesnelerin eklenmesine örnektir.	Görsel paylaşım platformu, Sosyal medya
Fotoğraftaki bantlı elektrik direği Türkiye’de bulunuyor.	05/03/2019	Yanlış	Gerçek bir fotoğrafa ait unsurların başka mekanlarla bağdaştırılmasına ve hatalı ilişkilendirmeye örnektir.	Fotoğraflar, Google sokak görüntüleri, İnternet ve haber sitesi, Haber
Kamyonun arkasında "CHP'nin vatanseverliğine aldanma" yazıyor.	05/03/2019	Yanlış	Orijinal ve gerçek bir fotoğraf karesi, montajlanarak hasara uğratılmış ve gerçek dışı bir görüntü elde edilmiştir. Manipülasyon örneğidir.	İnternet siteleri, Sosyal medya,
Video: Mısır’da bir adam idam edilmeden önce eşi ve çocuğunu görmek istiyor.	05/03/2019	Yanlış	Gerçek bir görüntünün, başka hikayelerle kurgulanmasına ve olayın çarpıtılmasına örnektir.	Haber kanalı, Sosyal medya, Videolar, Haberler, Açıklamalar
Video: Şiddetli	01/03/2019	Yanlış	Dijital ortamlarda üretilen	Sosyal medya,

rüzgardan parçalanmış rüzgar türbini.			görüntüler aracılığıyla, yaşanmamış olayların yaşanmış olarak aktarılmasına örnektir.	Videolar
--	--	--	---	----------

Tablo 3.7’de iddiaların başlığı, yayınlanma tarihi, araştırma sonucu ve teyit aşamasında kullanılan yöntemler gösterilmiştir. 30 Mart 2019 tarihinde yayınlanan “GÜNCELLENDİ: 2019 yerel seçimlerinde internette yayılan 20 yanlış bilgi” başlıklı haber ve 14 Mart 2019 tarihinde yayınlanan “Feminist Gece Yürüyüşü hakkındaki iddialar” başlıklı haber doğru, yanlış vb. bir sınıflandırma içerisine dahil edilmemesi nedeniyle tabloda yer almamaktadır. Bu bağlamda araştırma sonucunda sınıflandırılan 44 haberin teyit aşamasında, sosyal medya platformları, internet ve haber siteleri başta olmak üzere çok sayıda internet bağlantılı mecranın kullanıldığı tespit edilmiştir. Genel olarak, iddiaların birden çok kanaldan yararlanılarak araştırıldığı görülmektedir. Bunun yanı sıra, içeriklere dair yapılan açıklamalarda hangi nedenden dolayı bu sonuca ulaşıldığı bilgisi yer almakta ve bazı içeriklerde hatalı ilişkilendirme, asimetrik propaganda, manipülasyon, uydurma vb. kavramlar haberin sonunda açıklanmaktadır.

Genel olarak “Analiz” sekmesine bakıldığında, içeriğe tıklanıldığında en üstte içerik ile ilgili başlık yer almaktadır. Başlık, siyah ve metine kıyasla daha büyük puntolarla yazılmıştır. Bu başlığın altında, gri ve metine göre küçük puntolar ile editör bilgisi, tarih ve yayınlanma saati belirtilmiştir. Bu bilgilerin altında ise iddianın ne olduğu ve sonucu paylaşılmıştır. Bu giriş kısmının ardından, içerik ile ilgili veriler sunulmuştur. Bu kategoride, metinler arasında büyük görsellerin kullanıldığı görülmüştür. Metnin sağında ise teyit edilen haberin yer aldığı ve araştırma aşamasında kullanılan kaynaklar açıkça belirtilmiştir.

3.7.1.2.3.1.2 Dosya Sekmesi

Ele alınan bir konuyu ayrıntılı biçimde inceleyerek, ortaya atılan iddianın durumunu ortaya koymayı amaçlayan çalışmalar, “Dosya” sekmesi içerisinde yer almaktadır. 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında “Dosya” sekmesi altında yayınlanan içerikler şu şekildedir:

Tablo 3.8 “Dosya” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Yayınlanma Saati	Editör
Dosya: Kitaplara uygulanan KDV hakkındaki iddialar	07/03/2019	18.47	Kansu Ekin Tanca
Poşet Dosyası III: İmalat, ticaret verileri ve hammadde dışı bağımlılık	01/03/2019	19.10	Alican Acanerler

1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında “Dosya” kategorisi incelendiğinde, 2 adet içeriğin yer aldığı görülmektedir. Bu tarih aralığında yayınlanan 2 haberden saat bakımından

en erken veri girişi, 7 Mart 2019’da saat 18.47’de “Dosya: Kitaplara Uygulanan KDV hakkındaki iddialar” başlıklı içerik ile yapılmıştır. 1 Mart 2019’da yayınlanan “Poşet Dosyası III: İmalat, ticaret verileri ve hammaddede dışa bağımlılık” başlıklı haber ise saat 19.10’da yayına alınarak en geç yayınlanan haber olmuştur. İki haberin yayınlanma saati de 16.00-00.00 aralığındadır. 00.00-08.00 ve 08.00-16.00 saat aralığında “Dosya” sekmesinde hiçbir içerik yayınlanmamıştır. Belirlenen 1 aylık süre içerisinde, bu kategoride yayınlanan içeriklerin editör dağılımları ise şu şekildedir:

Tablo 3.9 “Dosya” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Editör Dağılımları

Editör Adı	Sayısı
Kansu Ekin Tanca	1
Alican Acanerler	1
TOPLAM	2

1 aylık süre içerisinde teyit.org’da “Dosya” kategorisinde farklı 2 içerik üretimi, 2 ayrı editörün ismiyle yayınlanmıştır. Haber üretimini gerçekleştiren iki editör de sitenin “Ekip” sekmesinde yer almaktadır. Bu kategoriye ilişkin günlük haber dağılımları ise şu şekildedir:

Tablo 3.10 “Dosya” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Günlük Dağılımları

Tarih	Haber Sayısı
1 Mart 2019	1
7 Mart 2019	1

1 aylık süre içerisinde, tarih bazlı içerik yayınlama dağılımına bakıldığında, 29 gün hiç içerik paylaşımı yapılmadığı görülmektedir. Bu kategoride yer alan içerikler için doğru, yanlış, belirsiz ve karma sınıflandırması yapılmamaktadır. Bu sekmede yayınlanan içeriklerin konu dağılımları ise şu şekildedir:

Tablo 3.11 “Dosya” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Konuları Bakımından Sınıflandırılması

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Ekonomi	Siyaset	Sağlık	Spor	Teknoloji	Diğer
Dosya: Kitaplara uygulanan KDV hakkındaki iddialar	07/03/2019	X					
Poşet Dosyası III: İmalat, ticaret verileri ve hammaddede dışa bağımlılık	01/03/2019	X					

Bu sekmede yer alan iki haberin de ekonomi ile ilgili olduğu görülmektedir. İddiaların dolaşıma girdiği mecralara yönelik tablo ise şu şekildedir:

Tablo 3.12 Teyit Edilmek Üzere İncelenen ve “Dosya” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Paylaşıldığı Mecralar

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Araştırılan Konunun Dolaşıma Girdiği Mecralar
Dosya: Kitaplara uygulanan KDV hakkındaki iddialar	07/03/2019	Twitter
Poşet Dosyası III: İmalat, ticaret verileri ve hammadde dışı bağımlılık	01/03/2019	Twitter

Bu tarih aralığında dosya sekmesinde yer alan ekonomi temalı 2 içeriğin incelenmesi sonucunda, Twitter üzerinden dolaşıma girdiği tespit edilmiştir. Bu içeriklerin araştırma aşamasında kullanılan metotlar şu şekildedir:

Tablo 3.13 “Dosya” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Araştırılmasında Kullanılan Metotlar

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Araştırma Metotları
Dosya: Kitaplara uygulanan KDV hakkındaki iddialar	07/03/2019	Kanun, Resmi Gazete, Görüşmeler, Araştırmalar, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasının Enflasyon Hesaplayıcısı, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası verileri, raporlar, internet siteleri, birlikler
Poşet Dosyası III: İmalat, ticaret verileri ve hammadde dışı bağımlılık	01/03/2019	Atık Kontrol Yönetmeliği, Avrupa Birliği (AB) Plastik Poşet Direktifi, Earth Policy Institute verileri, internet siteleri, raporlar, tablolar, birlikler, gazete haberi, dergi verileri, görüşme, kurum verileri, istatistiki bilgiler, sosyal medya hesapları, Ulusal Atık Yönetimi ve Eylem Planı 2023, projeler

Ekonomi haberlerine ilişkin yapılan incelemelerde, internetin yanı sıra resmi kurumlar ve resmi belgelerden de yararlanıldığı görülmektedir.

3.7.1.2.3.1.3 İçgörü Sekmesi

1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında “İçgörü” sekmesi altında yer alan içerikler şu şekildedir:

Tablo 3.14 “İçgörü” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Yayınlanma Saati	Editör
Siyasi reklamların şeffaflığı seçmenlerin davranışlarını etkileme açısından önemli	30/03/2019	20:58	Gülin Çavuş
Ankara'nın yenilikçi kurumları yanlış bilgiye karşı yeni fikirler üretiyor	29/03/2019	15:55	-
Bir deneyim alanı olarak Instagram: Nasıl başladık neyi hedefliyoruz?	08/03/2019	19.03	Burak Avcı
Sözlük: Yanlış bilginin en yaygın 7 türü	01/03/2019	19.41	Mehmet Atakan Foça

1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında “İçgörü” kategorisi incelendiğinde, 4 adet içeriğin yayınlandığı görülmektedir. Bu tarih aralığında saat bakımından en erken veri girişi

29 Mart 2019'da saat 15.55'te tarihinde yayınlanan "Ankara'nın yenilikçi kurumları yanlış bilgiye karşı yeni fikirler üretiyor" başlıklı içerik olmuştur. 30 Mart 2019 tarihinde saat 20.58'te yayınlanan "Siyasi reklamların şeffaflığı seçmenlerin davranışlarını etkileme açısından önemli" başlıklı haber ise bu kategoride 1 aylık süre içerisinde en geç saatte yayınlanan içeriktir. Bu süreçte, 08.00-16.00 aralığında 1, 16.00-00.00 arasında 3 adet haber yayına alınmıştır. 00.00- 08.00 saatleri arasında ise bu süre boyunca hiç haber girişi yapılmadığı görülmektedir. Bu içeriklerin editör dağılımları ise şu şekildedir.

Tablo 3.15 "İçgörü" Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Editör Dağılımları

Editör Adı	Sayısı
Gülin Çavuş	1
Burak Avşar	1
Mehmet Atakan Foça	1
Belirsiz	1
TOPLAM	4

1 aylık süre içerisinde teyit.org'da yer alan "İçgörü" sekmesinde 4 farklı içerik üretimi, sitede ekip bölümünde adı geçen 3 ayrı editörün ismiyle yayınlanmıştır. 1 içeriğin editörünün belirtilmediği tespit edilmiş ancak içeriğin ilk cümlesinde yer alan ibare ile içeriğin Mark Stencil tarafından yazdığına ilişkin bir kanı ortaya çıkmıştır. Bu içerik, ekip kategorisinde yer alan editörler dışında kişiler tarafından da oluşturulan içeriklerin, sitede yayınlandığını göstermektedir. Haberlerin günlük dağılımlarına bakıldığında ise tablo şu şekildedir:

Tablo 3.16 "İçgörü" Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Günlük Dağılımları

Tarih	Haber Sayısı
1 Mart 2019	1
8 Mart 2019	1
29 Mart 2019	1
30 Mart 2019	1

1 aylık süre içerisinde tarih bazlı içerik yayınlama dağılımına bakıldığında, "İçgörü" sekmesinde 4 farklı günde içerik yayınlandığı görülmektedir. Diğer günlerde ise bu sekmede içerik paylaşımı yapılmamıştır. Bu kategoride yer alan haberlerde doğru, yanlış, belirsiz ve karma sınıflandırması bulunmamaktadır. "İçgörü" kategorisinde bulunan içerikler konu bakımından incelendiğinde ise ortaya çıkan tablo şu şekildedir:

Tablo 3.17 "İçgörü" Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Konuları Bakımından Sınıflandırılması

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Ekonomi	Siyaset	Sağlık	Spor	Teknoloji	Diğer
Siyasi reklamların	30/03/2019		X				

şeffaflığı seçmenlerin davranışlarını etkileme açısından önemli							
Ankara'nın yenilikçi kurumları yanlış bilgiye karşı yeni fikirler üretiyor	29/03/2019						X
Bir deneyim alanı olarak Instagram: Nasıl başladık neyi hedefliyoruz?	08/03/2019						X
Sözlük: Yanlış bilginin en yaygın 7 türü	01/03/2019						X

1 Mart - 31 Mart 2019 tarihleri arasında “İçgörü” sekmesinde yer alan 4 içerikten 1’i siyaset ve 3’ü ise çeşitli diğer konularla ilgili hazırlanmıştır. Belirlenen temalar doğrultusunda yapılan araştırmaları ortaya koymayı ve okuyucuyu bilgilendirmeyi amaçlayan bu sekme, içerik konularının özgün olması nedeniyle, iddia niteliği taşımayan ve belirli verilere dayandırılarak açıklanan bilgileri içermektedir.

Bu sekme altında yayınlanan içeriklere ilişkin yapılan araştırmalar esnasında kullanılan metotlar ise şu şekildedir:

Tablo 3.18 “İçgörü” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Araştırılmasında Kullanılan Metotlar

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Araştırmada Kullanılan Metotlar
Siyasi reklamların şeffaflığı seçmenlerin davranışlarını etkileme açısından önemli	30/03/2019	Gazeteler, Google AdSense, sosyal medya, platformlar, açıklamalar, internet siteleri, görseller, videolar
Ankara'nın yenilikçi kurumları yanlış bilgiye karşı yeni fikirler üretiyor	29/03/2019	Workshop, kişisel görüşler
Bir deneyim alanı olarak Instagram: Nasıl başladık neyi hedefliyoruz?	08/03/2019	Kişisel görüşler, görseller, videolar, grafikler
Sözlük: Yanlış bilginin en yaygın 7 türü	01/03/2019	Kişisel görüşler, internet siteleri, bilgilendirici yazılar, görseller, haberler, sosyal medya, platformlar

Belirlenen tarih aralığında “İçgörü” sekmesinde yayınlanan içeriklerin araştırma sürecinde kullanılan metotlar incelendiğinde, büyük ölçüde internette yararlanıldığı görülmektedir. Bunun yanı sıra, kişilere ait görüşler de bu kategoride yararlanılan kaynaklar arasında sayılmaktadır.

3.7.1.2.3.1.4 #teyitpedia Sekmesi

1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında “#teyitpedia” sekmesinde yer alan içerikler şu şekildedir:

Tablo 3.19 “#teyitpedia” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Yayınlanma Saati	Editör
Dijital haber medyasında etik tartışmalar: Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler	30/03/2019	10:21	-
İnsanlar neden sahte haberler paylaşıyor?	27/03/2019	16:12	-
WhatsApp sahte haberlere karşı ‘görsel arama’ özelliğini deniyor	20/03/2019	18:41	-
Facebook aşısı karşıtı gruplarla mücadele sözü veriyor	16/03/2019	12:30	-
Medya uydurma oyun Momo’yu nasıl gerçeğe dönüştürdü?	13/03/2019	18:46	-
Google dezenformasyonla mücadelede izlediği yol haritasını paylaştı	09/03/2019	13:40	-
Carl Sagan’ın palavra tespit yöntemleri	06/03/2019	18:52	-
Aşı karşıtı propaganda Facebook’ta viral olurken çareyi Pinterest buldu	02/03/2019	12:30	-

1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında “#teyitpedia” kategorisi incelendiğinde, 8 adet içeriğin yayınlandığı görülmektedir. Bu tarih aralığında saat bakımından en erken veri girişi, 30 Mart 2019’da saat 10.21’de “Dijital haber medyasında etik tartışmalar: Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler” başlıklı içerik ile yapılmıştır. 6 Mart 2019’da yayınlanan “Carl Sagan’ın palavra tespit yöntemleri” başlıklı haber ise saat 18.52’de yayına alınarak en geç yayınlanan içerik olmuştur. Bu içeriklerden 4 tanesi, saat 08.00-16.00 aralığında, 4 tanesi ise 16.00-00.00 arasında yayına alınmıştır. 00.00 ve 08.00 saatleri arasında ise bu süre boyunca hiç haber girişi yapılmadığı görülmüştür. Bunun yanı sıra “#teyitpedia” kategorisinde yer alan içeriklerde editör bilgisinin paylaşılmadığı tespit edilmiştir. Bu süre içerisinde “#teyitpedia” sekmesinde yayınlanan içeriklerin tarihe göre dağılımları ise şu şekildedir:

Tablo 3.20 “#teyitpedia” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Günlük Dağılımları

Tarih	Haber Sayısı
2 Mart 2019	1
6 Mart 2019	1
9 Mart 2019	1
13 Mart 2019	1
16 Mart 2019	1
20 Mart 2019	1
27 Mart 2019	1
30 Mart 2019	1
TOPLAM	8

1 aylık süre içerisinde tarih bazlı içerik yayınlama dağılımına bakıldığında, 8 farklı günde içerik paylaşımı yapıldığı görülmektedir. Diğer günlerde ise bu kategoride hiç paylaşım yapılmamıştır. Bu içerikler, doğru, yanlış, belirsiz ve karma sınıflandırmasına dahil edilen içerikler değildir. “#teyitpedia” kategorisinde yer alan içeriklerin konu dağılımları şu şekildedir:

Tablo 3.21 “#teyitpedia” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Konuları Bakımından Sınıflandırılması

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Ekonomi	Sağlık	Siyaset	Spor	Teknoloji	Diğer
Dijital haber medyasında etik tartışmalar: Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler	30/03/2019						X
İnsanlar neden sahte haberler paylaşıyor?	27/03/2019						X
WhatsApp sahte haberlere karşı ‘görsel arama’ özelliğini deniyor	20/03/2019						X
Facebook aşı karşıtı gruplarla mücadele sözü veriyor	16/03/2019						X
Medya uydurma oyun Momo’yu nasıl gerçeğe dönüştürdü?	13/03/2019						X
Google dezenformasyonla mücadelede izlediği yol haritasını paylaştı	09/03/2019						X
Carl Sagan’ın palavra tespit yöntemleri	06/03/2019						X
Aşı karşıtı propaganda Facebook’ta viral olurken çareyi Pinterest buldu	02/03/2019						X

Belirlenen tarih aralığında “#teyitpedia” kategorisinde yer alan içerikler konuları bakımından incelendiğinde, içeriklerin ekonomi, sağlık, siyaset, spor ve teknoloji kategorilerine dahil edilemeyeceği ve diğer olarak belirlenen kategoriye ait konulara sahip oldukları belirlenmiştir. Bu kategoride yer alan içerikler, bir konu hakkında okuru bilgilendirmeyi amaç edinen verilerden oluşturulmaktadır. Bu nedenle, teyit edilen iddialar gibi doğrulanma aşamasında yararlanılan metotlara yönelik tablo çizilmesi uygun görülmemiştir.

3.7.1.2.3.2 Yanlışlanan İçeriklerin Değerlendirilmesi

Bu bölümde, 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında “Analiz” sekmesinde yer alan ve yapılan araştırmalar sonucunda yanlışlanan haberler, teyit.org’da paylaşılan bilgiler doğrultusunda şu yönleriyle ele alınacaktır:

- Yanlışlanan içerik, kim tarafından üretilmiştir?
- Yanlışlanan içerik, hangi kanal yoluyla paylaşılmıştır?
- Yanlışlanan içerikte ne tür etik ihlaller yapılmıştır?

- Yanlışlanan içerik, hangi habercilik türlerinden yararlanılarak üretilmiş, paylaşılmış ve doğrulanmıştır?

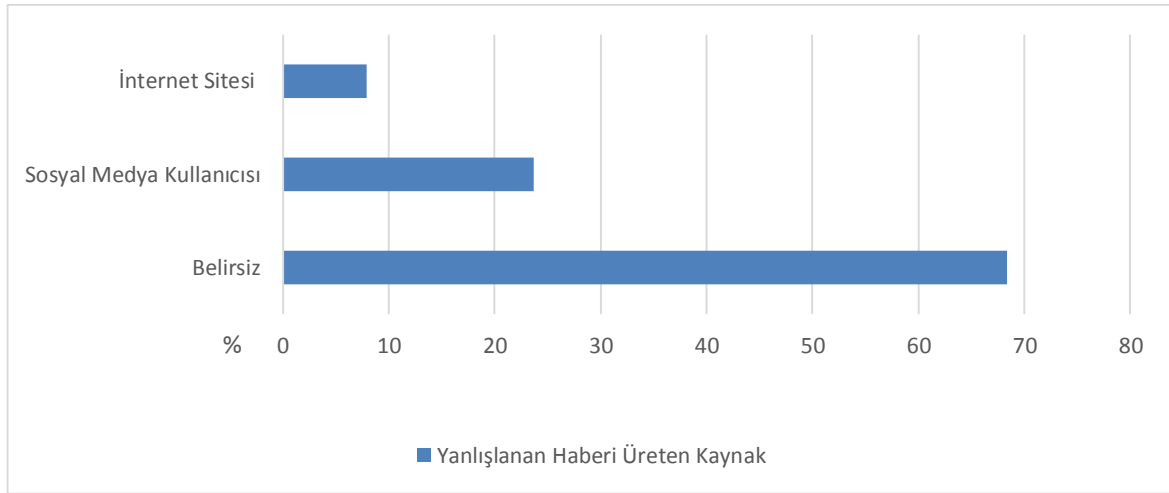
“Dosya”, “İçgörü” ve “#teyitpedia” kategorilerinde doğru, yanlış, belirsiz ve karma sınıflandırması yapılmadığı için, bu kategoriler değerlendirilememiştir. Belirlenen tarih aralığında yanlışlanan haberlere ilişkin kaynak bilgisi şu şekildedir:

Tablo 3.22 Yanlışlanan Haberi Üreten Kaynak

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Yanlışlanan Haberi Üreten Kaynak
31 Mart 2019 yerel seçimlerinde Suruç'ta 4 çuval mühürlü oy pusulası ele geçirildi mi?	31/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Bosna-Hersek cumhurbaşkanının yeni makam odasında Atatürk fotoğrafı bulunduğu iddiası	31/03/2019	Balkan Kadını isimli Facebook sayfası tarafından paylaşılmıştır.
HDP'nin Mersin'de üzerinde 'Oylar CHP'ye Bizler Belediye' yazan broşürler bastırıldığı iddiası	31/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Video Malatya Pütürge'de yaşanan kavgayı göstermiyor	31/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Gaziosmanpaşa Ortaokulunda çekilen video neyi gösteriyor?	31/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Fotoğrafın Malatya'da hayatını kaybeden Saadet Partiliyi gösterdiği iddiası	31/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Karayazı'da jandarma tehdidi iddiası 2014'ten	31/03/2019	“Şirin Payzın” isimli Facebook kullanıcısı tarafından paylaşılmıştır.
Öldürülen Saadet Partilileri gösterdiği iddia edilen fotoğraf bir filmde	31/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Fotoğrafın Mustafa Bozbey'i kumarhanede gösterdiği iddiası	31/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Videonun Yeni Zelanda saldırısının hapiste nasıl karşılandığını gösterdiği iddiası	30/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Bilim insanlarının zamanı geri almayı başardığı iddiası	28/03/2019	BBC Türkçe tarafından haberleştirilmiştir.
Fatma Şahin'in 'Ferhat'ın Şirin'i deldiği' dediği iddiası	27/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Seçim broşüründe 'siz mahalleyi bana verin bende size vereyim' yazdığı iddiası	26/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
KOMSAR araştırma şirketi gerçekte yok anketler ise parodi amaçlı	26/03/2019	“KOMSARnet” isimli parodi bir Twitter hesabı tarafından paylaşılmıştır.
Videonun Rusya'daki Türk pilotların şovunu gösterdiği iddiası	26/03/2019	“Gönül Dağlı” isimli Facebook sayfası tarafından paylaşılmıştır.
Videodaki obruk bir doğa olayı sonrasında mı oluştu?	26/03/2019	”Biliyor muydunuz isimli Twitter hesabı tarafından paylaşılmıştır.
HDP Antalya'da Millet İttifakı'nı destekleyen seçim broşürleri dağıttı iddiası	25/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Ekrem İmamoğlu Hasan Ali Yücel'in öz yeğeni değil	25/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Video Yeni Zelanda'daki saldırıdan sonra Müslüman olan genci mi gösteriyor?	22/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Fotoğraf Yeni Zelanda'daki cami saldırısında kanla kaplanmış Kur'an-ı Kerim'i mi gösteriyor?	21/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Fotoğraflar Yeni Zelanda'da gerçekleşen cami saldırısını göstermiyor	20/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.

Fotoğraflar Türkiye’de organları çalınan Suriyeli çocukları göstermiyor	20/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Fotoğrafın Hollanda’daki saldırıyı gerçekleştiren kişiyi gösterdiği iddiası	19/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Video Yeni Zelanda’da bir kiliseye yapılan saldırıyı mı gösteriyor?	19/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Öldürülen zanlı videosu Christchurch katliamıyla ilişkili değil	18/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Sezai Temelli ‘İstanbul ve Ankara’yı HDP yönetecek’ demedi	18/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Fotoğrafın Yeni Zelanda’da yaşananlara karşı Kanada’da yapılan protestoyu gösterdiği iddiası	17/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Videonun ‘çocuğu olmayana çocuk yapacağım’ diyen belediye başkan adayını gösterdiği iddiası	15/03/2019	”Zihni Yavaşca” isimli Facebook hesabı tarafından paylaşılmıştır.
Fotoğraflar hastalıklı çiftlik balıklarının mı gösteriyor?	08/03/2019	“Anamur Çevre Platformu” adlı Facebook sayfasının bir üyesi tarafından çekilmiştir.
Karısıyla Konuşmamak İçin 62 Yıl Sağır Dilsiz Taklidi Yapan Adam İddiası	08/03/2019	“World News Daily Report” isimli internet sitesi tarafından paylaşılmıştır.
Ayşe Arslanoğlu Ve İntiharı Hakkındaki İddialar	08/03/2019	“Verda Hanzade” isimli Twitter kullanıcısı tarafından paylaşılmıştır.
Cem Uzan’dan Türkiye’ye Dönüş Tweeti İddiası	07/03/2019	“@uzancc” kullanıcı isimli bir Twitter hesabı tarafından paylaşılmıştır.
Kanada’nın Ceza Kestiği Anadolu Kültür Vakfının Başkanının Osman Kavala Olduğu İddiası	06/03/2019	Dünya Bülteni isimli haber sitesi tarafından paylaşılmıştır.
Fotoğrafın bisikletliyi kovalayan ayıyı gösterdiği iddiası	05/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Bantlı elektrik direği fotoğrafı Türkiye’den mi?	05/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Fotoğrafın arkasında ‘CHP’nin vatanseverliğine aldanma’ yazan kamyonu gösterdiği iddiası	05/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Mısır’da idam edilmeden önce eşi ve çocuğunu görmek isteyen kişiye ait video iddiası	05/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.
Parçalanan rüzgar türbinini gösteren video görsel efektle hazırlanmış	01/03/2019	Haberde kaynağa ilişkin bilgi yer almamaktadır.

Bu tablodan hareketle, 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında teyit.org tarafından yanlışlanan 38 haber üreten kaynak açısından incelendiğinde; 26 haber kaynağının belirsiz, 9 haber kaynağının sosyal medya kullanıcısı ve 3 haber kaynağının internet sitesi olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda % 68.40 belirsiz kaynak, % 23.70 sosyal medya kullanıcısı ve % 7.9 internet sitesi, yanlış içeriğin üretilmesinde rol oynamıştır.



Grafik 3.3 Yanılışlanan Haberi Üreten Kaynak

Yanılışlanan haberler içerisinde sosyal medya kullanıcıları tarafından üretilen 9 içerikten 5'i Facebook, 4'ü Twitter üzerinden dolaşıma girmiştir. Yanılışlanan haberlerin paylaşıldığı kanallara ilişkin yapılan inceleme sonucunda ortaya çıkan tablo ise şu şekildedir:

Tablo 3.23 Yanılışlanan Haberin Dolaşıma Girdiği Mecralar

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Yanılışlanan Haberin Dolaşıma Girdiği Mecralar
31 Mart 2019 yerel seçimlerinde Suruç'ta 4 çuval mühürlü oy pusulası ele geçirildi mi?	31/03/2019	Sosyal Medya; Facebook: "Siyaset ve Tarih" Twitter: "Haberdar" Haber Siteleri; İLKHA, Yurt Gazetesi, Alevi Haber, Tam Makale
Bosna-Hersek cumhurbaşkanının yeni makam odasında Atatürk fotoğrafı bulunduğu iddiası	31/03/2019	Sosyal Medya; Facebook
HDP'nin Mersin'de üzerinde 'Oylar CHP'ye Bizler Belediyeye' yazan broşürler bastırıldığı iddiası	31/03/2019	Sosyal Medya; Twitter
Video Malatya Pütürge'de yaşanan kavgayı göstermiyor	31/03/2019	Sosyal Medya; Belirsiz Haber Siteleri; Gazete Hayır, Yol Tv, Beyaz Gazete (Anadolu Ajansı'ndan alıntı) İnternet Sitesi; Dailymotion
Gaziosmanpaşa Ortaokulunda çekilen video neyi gösteriyor?	31/03/2019	Sosyal Medya; Twitter: "Hergele Postası", Instagram: "Darkweb" Facebook: "Gülçin Sevindik" isimli kullanıcı Haber Siteleri; Gazete Manifesto, ABC Gazetesi
Fotoğrafın Malatya'da hayatını kaybeden Saadet Partiliyi gösterdiği iddiası	31/03/2019	Sosyal Medya; Facebook: "hakki üstün tutanlar", "Malatya" Haber Siteleri; Kocaeli'de Bugün vb.
Karayazı'da jandarma tehdidi iddiası 2014'ten	31/03/2019	Sosyal Medya; Facebook: "Türkiye için el ele"
Öldürülen Saadet Partilileri gösterdiği iddia edilen fotoğraf bir filmde	31/03/2019	Sosyal Medya; Facebook

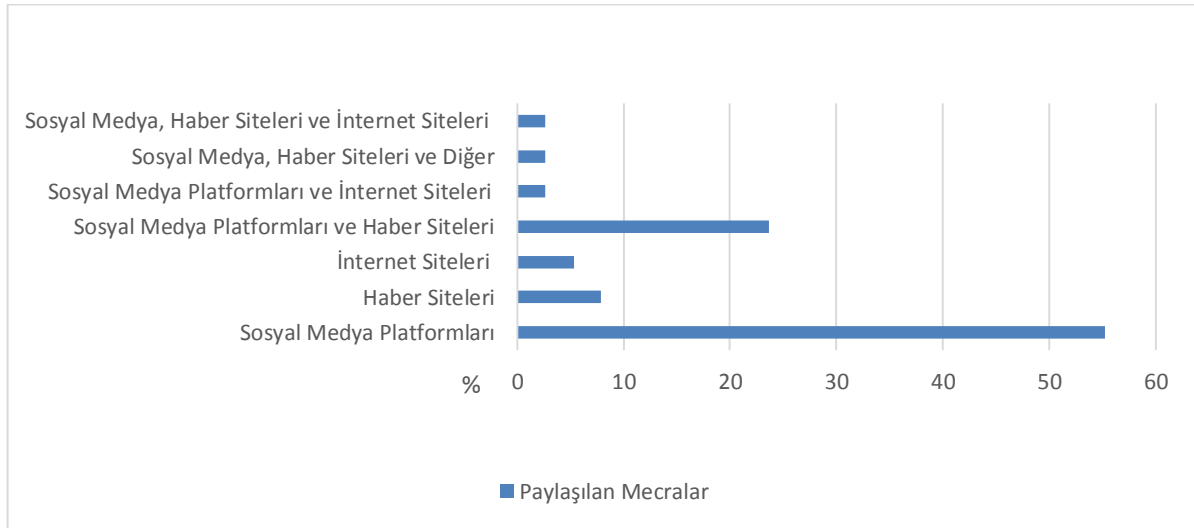
Fotoğrafın Mustafa Bozbey'i kumarhanede gösterdiği iddiası	31/03/2019	Sosyal Medya; Facebook: "Kod Adı Başkan" Twitter: "Nezir Asaroğlu", "Emir Bereket İletişim Ofisi Seçim Özel"
Videonun Yeni Zelanda saldırganının hapiste nasıl karşılandığını gösterdiği iddiası	30/03/2019	Sosyal Medya; Facebook: "Her Telden", "Kara Şahin"
Bilim insanlarının zamanı geri almayı başardığı iddiası	28/03/2019	Haber Siteleri; BBC Türkçe, Cumhuriyet Gazetesi vb., yabancı haber kaynakları
Fatma Şahin'in 'Ferhat'ın Şirin'i deldiği' dediği iddiası	27/03/2019	Sosyal Medya; Twitter: "Vaziyet" Haber Siteleri: Sözcü, Gazete Manifesto, Yurt gazetesi
Seçim broşüründe 'siz mahalleyi bana verin bende size vereyim' yazdığı iddiası	26/03/2019	Sosyal Medya; Twitter İnternet Sitesi; Uludağsözlük
KOMSAR araştırma şirketi gerçekte yok anketler ise parodi amaçlı	26/03/2019	Haber Siteleri; İnternethaber, Timeturk, Demokrathaber, Haberler.com, Ege Haber, Medyafaresi, Yeni Akit, Yurt gazetesi ve Sondakika.com Sosyal Medya; Twitter: "KOMSARnet"
Videonun Rusya'daki Türk pilotların şovunu gösterdiği iddiası	26/03/2019	Sosyal Medya; Facebook: "Gönül Dağlı", "Hasret Kokan Sevgiler"
Videodaki obruk bir doğa olayı sonrasında mı oluştu?	26/03/2019	Sosyal Medya; Twitter: "Biliyor muydunuz"
HDP Antalya'da Millet İttifakı'nı destekleyen seçim broşürleri dağıttı iddiası	25/03/2019	Sosyal Medya; Facebook: "Prof. DR. Devlet Bahçeli"
Ekrem İmamoğlu Hasan Âli Yücel'in öz yeğeni değil	25/03/2019	Sosyal Medya; Facebook Twitter: "Dünyanın ucunda bir gül açılmış"
Video Yeni Zelanda'daki saldırıdan sonra Müslüman olan genci mi gösteriyor?	22/03/2019	Sosyal Medya; Twitter: Dünya, Yeni Şafak Facebook: Star gazetesinin Instagram: "Telegram Yulduzları" Haber Siteleri; Yeni Şafak, Yeni Akit, Kanal 7, Haber 365, Diriliş Postası Diğer; Telegram uygulaması
Fotoğraf Yeni Zelanda'daki cami saldırısında kanla kaplanmış Kur'an-ı Kerim'i mi gösteriyor?	21/03/2019	Sosyal Medya; Facebook
Fotoğraflar Yeni Zelanda'da gerçekleşen cami saldırısını göstermiyor	20/03/2019	Sosyal Medya; Facebook: "Cübbeli Ahmet Hoca Farkın Tek Adresi" Twitter: "Realist"
Fotoğraflar Türkiye'de organları çalınan Suriyeli çocukları göstermiyor	20/03/2019	İnternet Sitesi; Radio Capital
Fotoğrafın Hollanda'daki saldırıyı gerçekleştiren kişiyi gösterdiği iddiası	19/03/2019	İnternet Sitesi; Kanal 24
Video Yeni Zelanda'da bir kiliseye yapılan saldırıyı mı gösteriyor?	19/03/2019	Sosyal Medya; Facebook: "Takva"
Öldürülen zanlı videosu Christchurch katliamıyla ilişkili değil	18/03/2019	Sosyal Medya; Twitter: "Bölge Gerçekleri" Facebook: "Aşk Yanmaya Razi Olmaktı", "Dedefakalım Güncel", "Umre TV", "Mevlanâkarizma", "Haberler Zonguldak" ve kişisel hesaplar, YouTube
Sezai Temelli 'İstanbul ve Ankara'yı HDP yönetecek' demedi	18/03/2019	Haber Siteleri: Hürriyet, CNN Türk, Posta, Anadolu Ajansı
Fotoğrafın Yeni Zelanda'da yaşananlara karşı Kanada'da yapılan protestoyu gösterdiği	17/03/2019	Sosyal Medya; Twitter, Instagram: "Deep Weight"

iddiası		
Videonun ‘çocuğu olmayana çocuk yapacağım’ diyen belediye başkan adayını gösterdiği iddiası	15/03/2019	Sosyal Medya; Twitter Facebook: “Deli Kızın Ülkesi”, “Zihni Yavaşça”
Fotoğraflar hastalıklı çiftlik balıklarını mı gösteriyor?	08/03/2019	Sosyal Medya; Facebook: “Anamur Çevre Platformu” Haber Sitesi; “Bandırma Manşet”
Karısıyla Konuşmamak İçin 62 Yıl Sağır Dilsiz Taklidi Yapan Adam İddiası	08/03/2019	Sosyal Medya; Twitter: “gzt Hayat” Haber Sitesi; Diken, World News Daily Report
Ayşe Arslanoğlu Ve İntiharı Hakkındaki İddialar	08/03/2019	Sosyal Medya; Twitter: “Verda Hanzade”, “Halkların Demokratik Partisi Kocaeli Milletvekili Ömer Faruk Gergerlioğlu”, “Emre Uslu”
Cem Uzan’dan Türkiye’ye Dönüş Tweeti İddiası	07/03/2019	Sosyal Medya; Twitter: “@uzancc” Haber Siteleri; Yeni Şafak, Cumhuriyet, Sputnik
Kanada’nın Ceza Kestiği Anadolu Kültür Vakfının Başkanının Osman Kavala Olduğu İddiası	06/03/2019	Haber Sitesi; Dünya Bülteni
Fotoğrafın bisikletliyi kovalayan ayıyı gösterdiği iddiası	05/03/2019	Sosyal Medya; Facebook: “Hayal Tamircileri”, “Inspire Uplift”, “Animal Lovers” Haber Sitesi; Yeni Akit gazetesi
Banlı elektrik direği fotoğrafı Türkiye’den mi?	05/03/2019	Sosyal Medya; Facebook
Fotoğrafın arkasında ‘CHP’nin vatanseverliğine aldanma’ yazan kamyonu gösterdiği iddiası	05/03/2019	Sosyal Medya; Facebook: “Asrın Lideri Erdoğan”, “Ak Dostları”, “Ak Sakallı” Twitter
Mısır’da idam edilmeden önce eşi ve çocuğunu görmek isteyen kişiye ait video iddiası	05/03/2019	Sosyal Medya; Facebook: “Hüzün Vefa” Instagram Twitter YouTube
Parçalanan rüzgar türbinini gösteren video görsel efektle hazırlanmış	01/03/2019	Sosyal Medya; Facebook: “What did I just see?” vb. İngilizce yayın yapan sayfalar Twitter Instagram, YouTube

Tablodan hareketle yanlışlanan haberlerin dolaşıma girdiği mecralara ilişkin veriler şu şekildedir:

- Sadece Sosyal Medyada Paylaşılan: 21
- Sadece Haber Sitelerinde Paylaşılan: 3
- Sadece İnternet Sitelerinde Paylaşılan: 2
- Hem Sosyal Medyada Hem de Haber Sitelerinde Paylaşılan: 9
- Hem Sosyal Medyada Hem de İnternet Sitelerinde Paylaşılan: 1
- Sosyal Medyada, Haber Sitelerinde ve Diğer Platformlarda Paylaşılan: 1
- Sosyal Medyada, Haber Sitelerinde ve İnternet Sitelerinde Paylaşılan: 1

Bu bağlamda paylaşılan 38 haberin % 55.3'ü sadece sosyal medya platformlarında, % 7.9'u sadece haber sitelerinde, % 5.3'ü sadece internet sitelerinde, % 23.7'si sosyal medya ve haber sitelerinde, % 2.6'sı sosyal medyada ve internet sitelerinde, % 2.6'sı sosyal medyada, haber sitelerinde ve diğer platformlarda, % 2.6'sı sosyal medyada, haber sitelerinde ve internet sitelerinde paylaşılmıştır.



Grafik 3.4 Yanlışlanan Haberin Dolaşıma Girdiği Mecralar

Bu noktadan hareketle yanlış bulunan içeriklerin en çok Facebook, Twitter vb. sosyal medya platformları üzerinden kullanıcılar ile bulunduğu görülmektedir. Bu ortamların ardından, bireylerin haber alma ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan haber siteleri, yanlış haberlerin en çok yayınlandığı mecralardan biri olarak faaliyet göstermektedir. Bu bağlamda, çeşitli kanallar üzerinden okur ile paylaşılan haberlerde yer alan etik ihlaller incelendiğinde ortaya çıkan tablo şu şekildedir:

Tablo 3.24 Yanlışlanan Haberlerde Yapılan Etik İhlaller

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Haberde Yer Alan Etik İhlaller
31 Mart 2019 yerel seçimlerinde Suruç'ta 4 çuval mühürlü oy pusulası ele geçirildi mi?	31/03/2019	*Hatalı ilişkilendirme *Eski haberi yeniden düzenleyerek kullanma *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Manipülasyon *Kaotik
Bosna-Hersek cumhurbaşkanının yeni makam odasında Atatürk fotoğrafı bulunduğu iddiası	31/03/2019	*Fotoğrafın düzenlenmesi *Hatalı ilişkilendirme *Eski haberi yeniden düzenleyerek kullanma *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi
HDP'nin Mersin'de üzerinde 'Oylar CHP'ye Bizler Belediyeye' yazan broşürler bastırıldığı iddiası	31/03/2019	*Manipülasyon *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Kaotik
Video Malatya Pütürge'de yaşanan kavgayı göstermiyor	31/03/2019	*Hatalı ilişkilendirme *Manipülasyon *Eski haberi yeniden düzenleyerek kullanma

		*Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Kaotik
Gaziosmanpaşa Ortaokulunda çekilen video neyi gösteriyor?	31/03/2019	*Hatalı ilişkilendirme *Manipülasyon *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Kaotik
Fotoğrafın Malatya’da hayatını kaybeden Saadet Partiliyi gösterdiği iddiası	31/03/2019	*Eski haberi yeniden düzenleyerek kullanma *Hatalı ilişkilendirme *Manipülasyon *Nefret söylemi *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Kaotik
Karayazı’da jandarma tehdidi iddiası 2014’ten	31/03/2019	*Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Manipülasyon *Eski haberi yeniden düzenleyerek kullanma *Kaotik
Öldürülen Saadet Partilileri gösterdiği iddia edilen fotoğraf bir filmde	31/03/2019	*Hatalı ilişkilendirme *Manipülasyon *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Kaotik
Fotoğrafın Mustafa Bozbey’i kumarhanede gösterdiği iddiası	31/03/2019	*Fotoğrafın düzenlemesi *Hatalı ilişkilendirme *Manipülasyon *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi
Videonun Yeni Zelanda saldırganının hapiste nasıl karşılandığını gösterdiği iddiası	30/03/2019	*Hatalı ilişkilendirme *Eski haberi yeniden düzenleyerek kullanma *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi
Bilim insanlarının zamanı geri almayı başardığı iddiası	28/03/2019	*Yanlış başlıklandırma *Çarpıtma *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi
Fatma Şahin’in ‘Ferhat’ın Şirin’i deldiği’ dediği iddiası	27/03/2019	*Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Eski haberi yeniden düzenleyerek kullanma *Nefret söylemi
Seçim broşüründe ‘siz mahalleyi bana verin bende size vereyim’ yazdığı iddiası	26/03/2019	*Fotoğraf düzenleme *Nefret söylemi
KOMSAR araştırma şirketi gerçekte yok anketler ise parodi amaçlı	26/03/2019	*Anonim *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Manipülasyon *Kaotik
Videonun Rusya’daki Türk pilotların şovunu gösterdiği iddiası	26/03/2019	*Görüntünün kurgulanması *Hatalı ilişkilendirme *Manipülasyon *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi
Videodaki obruk bir doğa olayı sonrasında mı oluştu?	26/03/2019	*Hatalı ilişkilendirme *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Bağlamdan koparma
HDP Antalya’da Millet İttifakı’nı destekleyen seçim broşürleri dağıttı iddiası	25/03/2019	*Manipülasyon *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Nefret söylemi *Hatalı ilişkilendirme *Kaotik
Ekrem İmamoğlu Hasan Âli Yücel’in öz yeğeni değil	25/03/2019	*Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Hatalı ilişkilendirme *Yanlış başlıklandırma
Video Yeni Zelanda’daki saldırıdan sonra Müslüman olan genci mi gösteriyor?	22/03/2019	*Eski haberi yeniden düzenleyerek kullanma *Hatalı ilişkilendirme *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Manipülasyon
Fotoğraf Yeni Zelanda’daki cami saldırısında kanla kaplanmış	21/03/2019	*Eski haberi yeniden düzenleyerek kullanma *Hatalı ilişkilendirme

Kur'an-ı Kerim'i mi gösteriyor?		*Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Nefret söylemi
Fotoğraflar Yeni Zelanda'da gerçekleşen cami saldırısını göstermiyor	20/03/2019	*Hatalı ilişkilendirme *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Nefret söylemi *Eski haberi yeniden düzenleyerek kullanma *Manipülasyon
Fotoğraflar Türkiye'de organları çalınan Suriyeli çocukları göstermiyor	20/03/2019	*Bağlamdan koparma *Hatalı ilişkilendirme *Yanlış başlıklandırma *Eski haberi yeniden düzenleyerek kullanma *Manipülasyon *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi
Fotoğrafın Hollanda'daki saldırıyı gerçekleştiren kişiyi gösterdiği iddiası	19/03/2019	*Hatalı ilişkilendirme *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi
Video Yeni Zelanda'da bir kiliseye yapılan saldırıyı mı gösteriyor?	19/03/2019	*Eski haberi yeniden düzenleyerek kullanma *Hatalı ilişkilendirme *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi
Öldürülen zanlı videosu Christchurch katliamıyla ilişkili değil	18/03/2019	*Yanlış başlıklandırma *Hatalı ilişkilendirme *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi
Sezai Temelli 'İstanbul ve Ankara'yı HDP yönetecek' demedi	18/03/2019	*Yanlış başlıklandırma *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Manipülasyon *Hatalı ilişkilendirme *Kaotik
Fotoğrafın Yeni Zelanda'da yaşananlara karşı Kanada'da yapılan protestoyu gösterdiği iddiası	17/03/2019	*Eski haberi yeniden düzenleyerek kullanma *Hatalı ilişkilendirme *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi
Videonun 'çocuğu olmayana çocuk yapacağım' diyen belediye başkan adayını gösterdiği iddiası	15/03/2019	*Görüntünün kurgulanması *Manipülasyon *Anonim *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Nefret söylemi
Fotoğraflar hastalıklı çiftlik balıklarını mı gösteriyor?	08/03/2019	*Olay nedenini başka bir şeye bağlama *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi
Karıyla Konuşmamak İçin 62 Yıl Sağır Dilsiz Taklidi Yapan Adam İddiası	08/03/2019	*Anonim *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi
Ayşe Arslanoğlu ve İntiharı Hakkındaki İddialar	08/03/2019	*Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Kimliğin açıkça paylaşılması *Hatalı ilişkilendirme
Cem Uzan'dan Türkiye'ye Dönüş Tweeti İddiası	07/03/2019	*Anonim *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi
Kanada'nın Ceza Kestiği Anadolu Kültür Vakfının Başkanının Osman Kavala Olduğu İddiası	06/03/2019	*Hatalı ilişkilendirme *Yanlış başlıklandırma *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi
Fotoğrafın bisikletliyi kovalayan ayıyı gösterdiği iddiası	05/03/2019	*Fotoğrafın düzenlenmesi *Hatalı ilişkilendirme *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi
Bantlı elektrik direği fotoğrafı Türkiye'den mi?	05/03/2019	*Hatalı ilişkilendirme *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Eski haberi yeniden düzenleyerek kullanma
Fotoğrafın arkasında 'CHP'nin vatanseverliğine aldanma' yazan kamyonu gösterdiği iddiası	05/03/2019	*Fotoğrafın düzenlenmesi *Manipülasyon *Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Kaotik
Mısır'da idam edilmeden önce eşi ve çocuğunu görmek isteyen	05/03/2019	*Görüntünün kurgulanması *Çarpıtma

kişiyi ait video iddiası		*Haber doğruluğunun teyit edilmemesi
Parçalanan rüzgar türbinini gösteren video görsel efektlerle hazırlanmış	01/03/2019	*Haber doğruluğunun teyit edilmemesi *Hatalı ilişkilendirme *Görüntünün kurgulanması

Yanlışlanan haberlerde bulunan etik ihlal sayıları incelendiğinde dağılım şu şekildedir:

- Sadece 1 etik ihlal olan haber sayısı: -
- 2 etik ihlal olan haber sayısı: 5
- 3 etik ihlal olan haber sayısı: 15
- 4 etik ihlal olan haber sayısı: 10
- 5 etik ihlal olan haber sayısı: 6
- 6 etik ihlal olan haber sayısı: 2

Bu bağlamda, haberlerde en az 2 etik ihlalin bulunduğu tespit edilmiştir. Yalan haberlerin çoğunda 3 etik ihlal görülürken, en fazla 6 etik ihlal olduğu ortaya konulmuştur. Haberlerde yapılan etik ihlaller konuları bakımından incelendiğinde ise ortaya çıkan tablo şu şekildedir:

➤ Kaynaklara İlişkin Sorunlar:

- Özel Yaşam Gizliliğinin İhlali: 0
- Telif/Patent Haklarının İhlali: 0
- İçeriğin Asıl Kaynağının Gösterilmemesi: 0
- Haber Kaynağı Gizliliğinin İhlali: 0

➤ Dil Sorunları:

- İçeriklerin Yanıltıcı Bir Biçimde Etiketlenmesi ve Başlıklandırılması: 6
- Haber Spotları: 0
- Nefret Söyleminin Varlığı: 7
- Dilin Özensiz Kullanımı: 0
- Hassasiyetler: 0

➤ Konumlandırma Sorunları:

- Bireylerin Yeni Medya Ortamında Sadece Tüketici Olarak Konumlandırılması: 0
- Haber ve Ticari Enformasyonun Sınırlarının Belirsizleşmesi: 0
- Yeni Medya Ortamlarının Özellikleriyle Kullanıcının Yoğun Reklama Maruz Bırakılması: 0

➤ Güvenlik Sorunları:

- Kişisel Verilerinin Güvenliğinin Sağlanamaması: 0
- Veri Madenciliği Olgusu: 0
- Dijital Gözetim Olgusu: 0

➤ İçerik Sorunları:

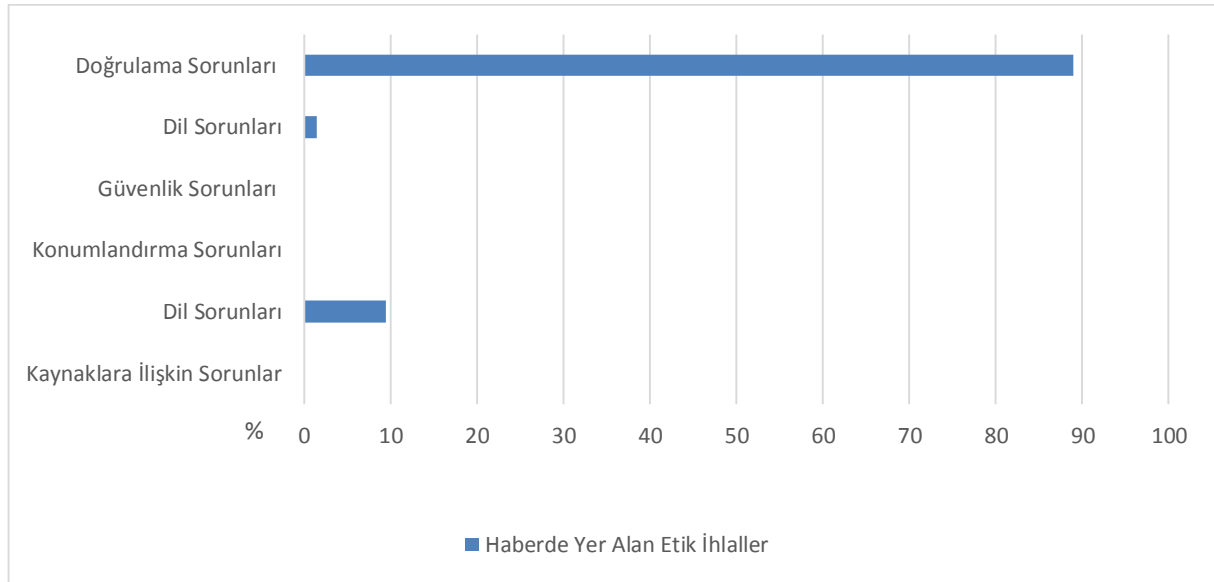
- Hiperlink Kullanımı: 0
- Sipariş Haber: 0
- Abur Cubur Haber: 1
- Yüceltici Haber: 0
- Haber ve Yorum Kavramlarının Birbirinden Ayrılmaması: 0
- Foto Galeri Şeklinde Haber Sunumu: 0

- Çocuklara Yönelik Haberler: 0
- Kadınlara Yönelik Haberler: 1

➤ Doğruluk Sorunları

- Görüntünün Kurgulanması: 4
- Haber Fotoğrafları: 5
- Çamur Atma: 0
- Editör Kontrol Eksikliği: 0
- Künye Eksikliği: 0
- Haberi Değiştirme ya da Yeniden Düzenleyerek Kullanma: 14
- Yanıltıcı Yöntemlerin Kullanılması: 0
- Anonimlik olgusu: 4
- Hız: 0
- Kaotik ve Demokratik: 11
- Trol Olgusu: 0
- Üretilen İçeriklerin Olgunlaşmadan ve Doğruluğunun Teyit Edilmeden Yayılması: 37
- Bağlamdan Koparma: 2
- Hatalı İlişkilendirme: 26
- Manipülasyon: 17
- Çarpıtma: 2

Tablodan hareketle yapılan analizler sonucunda, haberlerin % 89.0'unda doğruluğa ilişkin, % 9.50'sinde dile ilişkin ve % 1.50'sinde içeriğe ilişkin ihlal tespit edilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda haberlerde en çok yapılan etik ihlalin ise doğruluğa yönelik olduğu ortaya konulmuştur.



Grafik 3.5 Yanlışlanan Haberlerde Yapılan Etik İhlaller

Yanlışlanan içeriklerin üretim, paylaşım ve doğrulama aşamalarında yararlanılan yeni habercilik türlerine bakıldığında ise ortaya çıkan tablo şu şekildedir:

Tablo 3.25 Yanlışlanan Haberlere İlişkin Süreçlerde Yararlanılan Habercilik Türleri

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Yanlışlanan Haberde Yararlanılan Yeni Habercilik Türleri
31 Mart 2019 yerel seçimlerinde Suruç'ta 4 çuval mühürlü oy pusulası ele geçirildi mi?	31/03/2019	Üretim: Belirlenmemiştir. Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği Sosyal Medya Haberciliği
Bosna-Hersek cumhurbaşkanının yeni makam odasında Atatürk fotoğrafı bulunduğu iddiası	31/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği Sosyal Medya Haberciliği
HDP'nin Mersin'de üzerinde 'Oylar CHP'ye Bizler Belediye' yazan broşürler bastırıldığı iddiası	31/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: Veri Haberciliği Sosyal Medya Haberciliği Geleneksel Medya İnternet Haberciliği
Video Malatya Pütürge'de yaşanan kavgayı göstermiyor	31/03/2019	Üretim: Mobil Video Haberciliği Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği Doğrulama: Veri Haberciliği Sosyal Medya Haberciliği

		Geleneksel Medya İnternet Haberciliği
Gaziosmanpaşa Ortaokulunda çekilen video neyi gösteriyor?	31/03/2019	Üretim: Mobil Video Haberciliği Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği Yurttaş Haberciliği Doğrulama: Sosyal Medya Haberciliği Mobil Video Haberciliği Veri Haberciliği İnternet Haberciliği
Fotoğrafın Malatya’da hayatını kaybeden Saadet Partiliyi gösterdiği iddiası	31/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği Doğrulama: Sosyal Medya Haberciliği
Karayazı’da jandarma tehdidi iddiası 2014’ten	31/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: Sosyal Medya Haberciliği
Öldürülen Saadet Partilileri gösterdiği iddia edilen fotoğraf bir filmde	31/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği Sosyal Medya Haberciliği
Fotoğrafın Mustafa Bozbey’i kumarhanede gösterdiği iddiası	31/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği Sosyal Medya Haberciliği
Videonun Yeni Zelanda saldırganının hapiste nasıl karşılandığını gösterdiği iddiası	30/03/2019	Üretim: Belirlenememiştir. Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği
Bilim insanlarının zamanı geri almayı başardığı iddiası	28/03/2019	Üretim: İnternet Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği Doğrulama: Geleneksel Medya İnternet Haberciliği Sosyal Medya Haberciliği
Fatma Şahin’in ‘Ferhat’ın Şirin’i deldiği’ dediği iddiası	27/03/2019	Üretim: Mobil Video Habercilik Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Mobil Video Habercilik Yurttaş Haberciliği İnternet Haberciliği Doğrulama: Mobil Video Habercilik Sosyal Medya Haberciliği
Seçim broşüründe ‘siz mahalleyi bana verin bende size vereyim’ yazdığı iddiası	26/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği Yurttaş Haberciliği Doğrulama: Kullanılmamıştır.
KOMSAR araştırma şirketi gerçekte yok anketler ise parodi amaçlı	26/03/2019	Üretim: İnternet Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği Yurttaş Haberciliği Veri Haberciliği Doğrulama: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği
Videonun Rusya’daki Türk pilotların şovunu gösterdiği iddiası	26/03/2019	Üretim: İnternet Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Yurttaş Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği
Videodaki obruk bir doğa olayı sonrasında mı oluştu?	26/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği

HDP Antalya'da Millet İttifakı'nı destekleyen seçim broşürleri dağıttı iddiası	25/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği
Ekrem İmamoğlu Hasan Âli Yücel'in öz yeğeni değil	25/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği Sosyal Medya Haberciliği
Video Yeni Zelanda'daki saldırıdan sonra Müslüman olan genci mi gösteriyor?	22/03/2019	Üretim: Mobil Video Haberciliği Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği
Fotoğraf Yeni Zelanda'daki cami saldırısında kanla kaplanmış Kur'an-ı Kerim'i mi gösteriyor?	21/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği
Fotoğraflar Yeni Zelanda'da gerçekleşen cami saldırısını göstermiyor	20/03/2019	Üretim: Belirlenememiştir. Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği
Fotoğraflar Türkiye'de organları çalınan Suriyeli çocukları göstermiyor	20/03/2019	Üretim: Belirlenememiştir. Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği Doğrulama: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği Yurttaş Haberciliği
Fotoğrafın Hollanda'daki saldırıyı gerçekleştiren kişiyi gösterdiği iddiası	19/03/2019	Üretim: İnternet Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği Sosyal Medya Haberciliği
Video Yeni Zelanda'da bir kiliseye yapılan saldırıyı mı gösteriyor?	19/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Mobil Video Habercilik Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği Sosyal Medya Haberciliği Mobil Video Habercilik
Öldürülen zanlı videosu Christchurch katliamıyla ilişkili değil	18/03/2019	Üretim: Belirlenememiştir. Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği
Sezai Temelli 'İstanbul ve Ankara'yı HDP yönetecek' demedi	18/03/2019	Üretim: İnternet Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği Sosyal Medya Haberciliği
Fotoğrafın Yeni Zelanda'da yaşananlara karşı Kanada'da yapılan protestoyu gösterdiği iddiası	17/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği
Videonun 'çocuğu olmayana çocuk yapacağım' diyen belediye başkan adayını gösterdiği iddiası	15/03/2019	Üretim: Mobil Video Haberciliği Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği Mobil Video Haberciliği
Fotoğraflar hastalıklı çiftlik balıklarını mı gösteriyor?	08/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği Veri Haberciliği
Karısıyla Konuşmamak İçin 62 Yıl Sağır Dilsiz Taklidi Yapan Adam İddiası	08/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği
Ayşe Arslanoğlu ve İntiharı Hakkındaki	08/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği

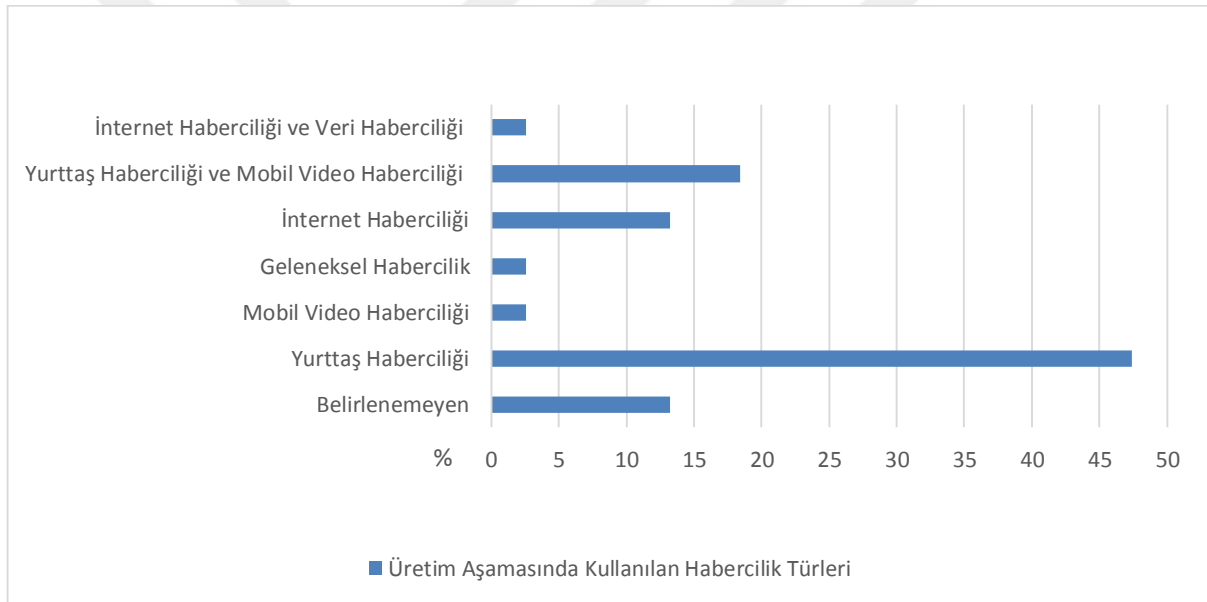
İddialar		Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği
Cem Uzan'dan Türkiye'ye Dönüş Tweeti İddiası	07/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği
Kanada'nın Ceza Kestiği Anadolu Kültür Vakfının Başkanının Osman Kavala Olduğu İddiası	06/03/2019	Üretim: İnternet Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği
Fotoğrafın bisikletliyi kovalayan ayıyı gösterdiği iddiası	05/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği Doğrulama: Sosyal Medya Haberciliği İnternet Haberciliği
Bantlı elektrik direği fotoğrafı Türkiye'den mi?	05/03/2019	Üretim: Mobil Video Haberciliği Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği Sosyal Medya Haberciliği
Fotoğrafın arkasında 'CHP'nin vatanseverliğine aldanma' yazan kamyonu gösterdiği iddiası	05/03/2019	Üretim: Mobil Video Haberciliği Yurttaş Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği Sosyal Medya Haberciliği
Mısır'da idam edilmeden önce eşi ve çocuğunu görmek isteyen kişiye ait video iddiası	05/03/2019	Üretim: Geleneksel Medya Haberciliği Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği Sosyal Medya Haberciliği
Parçalanan rüzgar türbinini gösteren video görsel efektle hazırlanmış	01/03/2019	Üretim: Yurttaş Haberciliği Mobil Video Habercilik Paylaşım: Sosyal Medya Haberciliği Doğrulama: İnternet Haberciliği Sosyal Medya Haberciliği

Yanlışlanan haberlerin üretim aşamasında kullanılan habercilik türleri incelendiğinde:

- Belirlenemeyen: 5
- Yurttaş Haberciliği: 18
- Mobil Video Haberciliği: 1
- İnternet Haberciliği: 5
- Geleneksel Habercilik: 1
- İnternet Haberciliği ve Veri Haberciliği: 1
- Mobil Video Haberciliği ve Yurttaş Haberciliği: 7

1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında teyit.org'da yanlışlanan 38 haber, sitede yayınlanan içerik bağlamında incelendiğinde, 18 haberde yurttaş haberciliği yapıldığı tespit edilmiştir. Bu durum yurttaşların haber üretim süreçlerine büyük ölçüde dahil olduğu anlamına gelmektedir. 7 haberde hem yurttaş haberciliği hem de mobil video haberciliği bir

arada kullanılmıştır. Bu haberlerde mobil cihazlar ile elde edilen görüntülerin haberleştirilmesi söz konusudur. İnternet haberciliğinden yararlanılarak yapılan 5 haberde, internette yer alan verilerin kullanarak haberleştirildiği görülmektedir. İnternet haberciliği ve veri haberciliğinden birlikte yararlanılarak üretilen 1 haberde, internetten yararlanılarak elde edilen verilerin grafik halinde sunulduğu görülmektedir. Geleneksel habercilikten yararlanılarak üretilen 1 haber, üretim aşamasında bir televizyona kanalı tarafından çekilen görüntülerin kullanılması nedeniyle bu kategoride yer almaktadır. Haberin üretim aşamasında mobil video haberciliğinden yararlanılan 1 haber ise mobil cihazlar ile elde edilen görüntülerin haberleştirilmesine dayanmaktadır. Belirlenemedi sınıflandırmasına dahil edilen 5 haber, içerikte kullanılan görsel, video vb. materyallerin kimler tarafından üretildiğine dair bir iz bulunamadığı için bu kategoriye dahil edilmiştir.



Grafik 3.6 Yanlışlanan Haberlerin Üretiminde Yararlanılan Yeni Habercilik Türleri

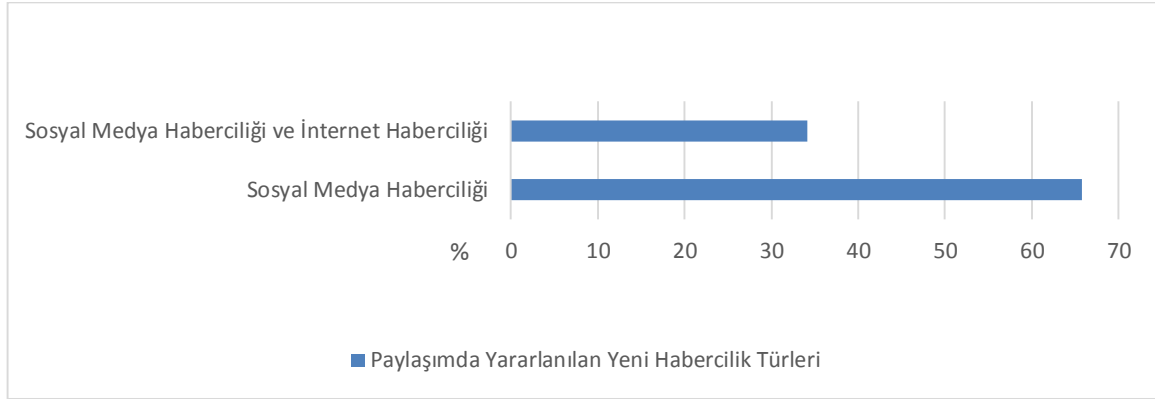
Bu bağlamda haberlerin % 13,2'sinin kim tarafından üretildiği belirlenemediği için bu haberler belirlenemeyen sınıflandırılmasına dahil edilmiştir. Haberlerin % 47.4'ünde yurttaş haberciliğinden, % 2.6'sında mobil video habercilikten, % 2.6'sında geleneksel habercilikten, % 15.8'inde internet haberciliğinden, % 18.4'ünde yurttaş haberciliği ve mobil video haberciliğinden ve % 2.6'nda internet haberciliği ve veri haberciliğinden yararlanılmıştır.

Yanlışlanan haberlerin paylaşılması aşamasında yararlanılan habercilik türlerine bakıldığında sonuç şu şekildedir:

- Sosyal Medya Haberciliği: 25

- Sosyal Medya Haberciliği ve İnternet Haberciliği: 13

Belirlenen tarih aralığından yanlış olarak sonuçlanan ve teyit.org tarafından paylaşılan 38 haberin 25 tanesi sosyal medya haberciliğinden, 13 tanesi de sosyal medya haberciliği ve internet haberciliğinden yararlanılarak paylaşıldığı tespit edilmiştir.

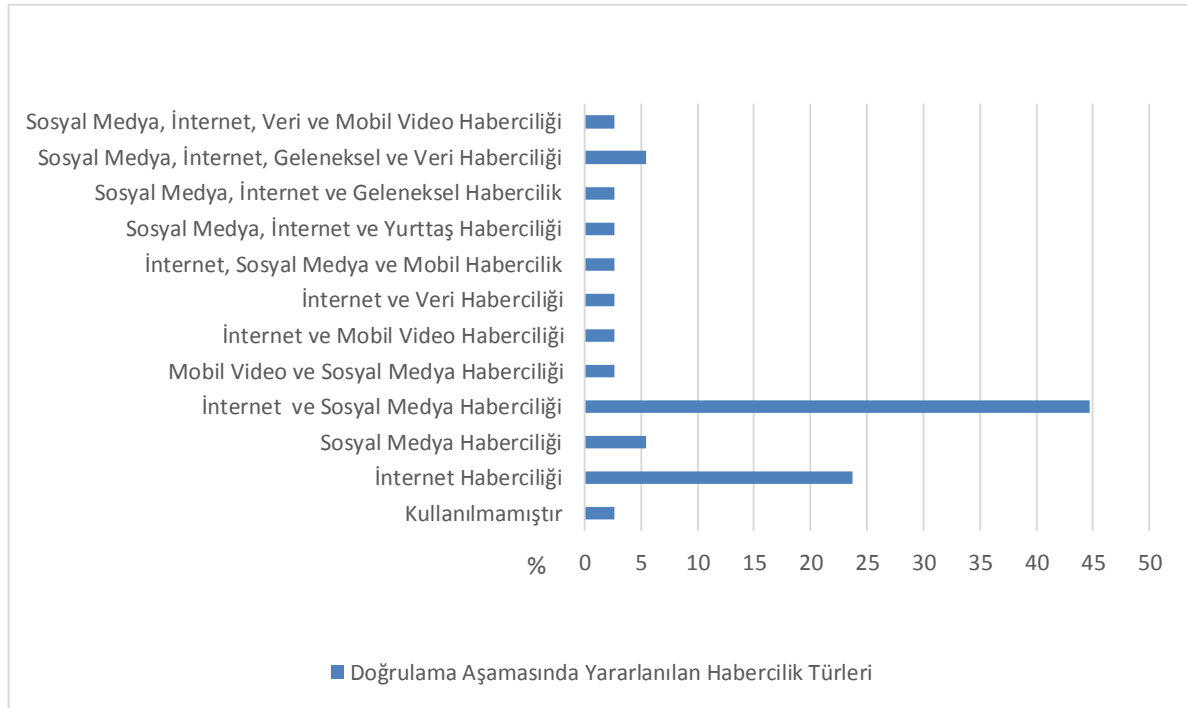


Grafik 3.7 Yanlışlanan Haberlerin Paylaşılmasında Yararlanılan Yeni Habercilik Türleri

Yanlışlanan haberlerin % 65.8'i sosyal medya haberciliği, % 34.2'si ise sosyal medya haberciliği ve internet haberciliğinden yararlanılarak dolaşıma girmiştir. Bu habercilik türlerinin desteği ile okurlarla etkileşime giren haberlerin doğrulanması ve teyit.org tarafından haberleştirilmesi aşamasında ise şu habercilik türlerinden yararlanılmıştır:

- İnternet Haberciliği: 9
- Sosyal Medya Haberciliği: 2
- İnternet Haberciliği ve Sosyal Medya Haberciliği: 17
- Mobil Video Haberciliği ve Sosyal Medya Haberciliği: 1
- İnternet Haberciliği ve Mobil Video Haberciliği: 1
- İnternet Haberciliği ve Veri Haberciliği: 1
- Sosyal Medya Haberciliği, İnternet Haberciliği ve Yurttaş Haberciliği: 1
- Sosyal Medya Haberciliği, İnternet Haberciliği ve Geleneksel Habercilik: 1
- Sosyal Medya Haberciliği, İnternet Haberciliği ve Mobil Video Haberciliği: 1
- Sosyal Medya Haberciliği, İnternet Haberciliği, Geleneksel Habercilik ve Veri Haberciliği: 2
- Sosyal Medya Haberciliği, İnternet Haberciliği, Veri ve Mobil Video Haberciliği: 1
- Kullanılmayan: 1

Sonuç olarak, teyit.org tarafından haberlerin doğruluğuna yönelik yapılan çalışmalarda ve yanlışlanan haberin okur ile paylaşılmasında, çok sayıda habercilik türünden yararlanıldığı ortaya çıkmıştır. Bazı haberler tek bir habercilik türünden faydalanılarak analiz edilirken, bazı haberlerde 4 farklı habercilik türü kullanılmıştır.



Grafik 3.8 Yanlışlanan Haberlerin Doğrulanmasında Yararlanılan Habercilik Türleri

Bu bağlamda teyit.org tarafından haberlerin % 23.7'sinde internet haberciliğinden, % 5.4'ünde sosyal medya haberciliğinden, % 44.7'sinde internet haberciliği ve sosyal medya haberciliğinden, % 2.6'sında mobil video haberciliği ve sosyal medya haberciliğinden, % 2.6'sında internet haberciliği ve mobil video haberciliğinden, % 2.6'sında internet haberciliği ve veri haberciliğinden, % 2.6'sında internet haberciliği, sosyal medya haberciliği ve mobil habercilikten, % 2.6'sında sosyal medya haberciliği, internet haberciliği ve yurttaş haberciliğinden, % 2.6'sında sosyal medya haberciliği, internet haberciliği ve geleneksel habercilikten, % 5.4'ünde sosyal medya haberciliği, internet haberciliği, geleneksel habercilik ve veri haberciliğinden, % 2.6'sında sosyal medya haberciliği, internet haberciliği, mobil video haberciliği ve veri haberciliğinden yararlanılarak doğrulanmıştır. Haberlerin % 2.6'sında ise hiçbir habercilik türünden yararlanılmamıştır.

3.7.1.2.4 Teyit.org İnternet Sitesinde Yayınlanan İçeriklerin Biçimsel Özellikleri

Teyit.org'un ana sayfasında yer alan içeriklerin her birinin, bir görsele sahip olduğu tespit edilmiştir. İçeriklerin başlıkları kalın, siyah ve içeriği özetleyen spot cümlesine göre

daha büyük yazılmıştır. Sitenin ilk açılışında karşılaşılan ve en üst sırada yer alan haber, altındaki iki habere göre daha büyük kullanılmıştır. Ana sayfada dikey bir büyük haber, iki küçük haber olacak şekilde 3 tekrar bulunmaktadır ve bu tekrarın ardından 3'lü, yatay ve 4 sıra halinde aynı büyüklükte içerik yer almaktadır. Haber ait editör, tarih, saat bilgisi, metin ve başlığa göre daha küçük puntolarla başlık altında yazılmaktadır.

Ana sayfada yer alan içeriğe tıklandığında, ana sayfada kullanılan biçimsel özelliklere benzer bir sistem hakimdir. Başlıklar, en üstte, koyu ve metin ile kıyaslandığında büyük puntolar ile yazılmıştır. Başlık altında editör, yayınlanma tarihi vb. içerik ile ilgili veriler metne kıyasla daha küçük puntolar ile ve gri renkte yazılmıştır. Bu bölümün ardından içerik metnine yer verilmiştir. İçerikte dikkat çekici büyük görseller, grafikler ve videolar kullanılmaktadır. Metnin sağ üst köşesinde yararlanılan kaynaklar sıralanmaktadır. Bu durum, yeni medya ortamlarında artış gösteren “kaynağın belirtilmemesi” sorununa karşı bir davranış olarak görülmektedir. Bu bölümün altında “#teyitpedia” kategorisinde yer alan içerikleri gösteren bir bölüm bulunmaktadır. Bu durum sitede gezinen kişilerin diğer sekmelere geçişini yönlendirmektedir. “#teyitpedia”nın altında yer alan “Editör Masası” başlığı ve görseli ise oldukça dikkat çekicidir.

Fotoğrafın Türkiye'deki fotoğrafının çektiği ve Nat Geo tarafından yılın fotoğrafı seçilen peygamber devesi görüntüsü	Pelin Furuncu	Sonuçlandı	Yaşam	08-02-2019 08:49
Fotoğrafın Nilhan Osmanoğlu'nun bikipli halini gösterdiği iddiası	Ali Osman Arabacı	Sonuçlanmadı	Yaşam	08-02-2019 08:15
AK Partili belediyelerin SGK'ya 8 milyar TL borcu olduğu iddiası	Sinan Silsüpür	İnceleniyor	Politika	04-02-2019 08:59
Başakşehir FK'yı Erdoğan'ın belediye başkanlığı döneminde kurduğu iddiası	Ali Osman Arabacı	Sonuçlandı	Politika	04-02-2019 08:33
Fotoğrafın Atatürk ve bir kurt köpeğini gösterdiği iddiası	Kansu Ekin Tanca	Sonuçlandı	Tarih	30-01-2019 07:45
İsraili bilim insanları tüm kanser türlerinde kökten yok eden bir tedavi bulduklarını açıkladı	Gülün Çavuş	Sonuçlanmadı	Sağlık	30-01-2019 07:43
Fotoğrafın Mehmet Özhassek'i Afrika'da bir okul açılışında gösterdiği iddiası	Ali Osman Arabacı	Sonuçlandı	Politika	30-01-2019 07:39

Görsel 3.9 “Editör Masası” Sekmesinde Yer Alan İçerikler

Bu başlığa tıklandığında açılan sayfada, araştırılan haberlerin hangi aşamada olduğunu gösteren bir tablo yer almaktadır. “Sonuçlandı” butonuna tıklandığında kullanıcı ilgili içeriğe yönlendirilmekte, sonuçlanmadı butonunun üzerine gelindiğinde ise içeriğin neden sonuçlanmadığını açıklayan bir bilgi penceresi açılmaktadır. Bu çalışma, okuyucuda güven duygusu uyandırmaktadır. Editör masası başlığının altında ise tarafsızlık beyannamesine yönlendiren bir görsel bulunmaktadır. Bunun yanı sıra içeriklerin sonunda yer alan anahtar kelimeler, metnin kolay bulunmasını sağlamaktadır. Buna ek olarak anahtar kelimelere tıklanması halinde o anahtar sözcük ile ilgili sitede yer alan tüm içerikler filtrelenmektedir.

Anahtar kelimelerin altında yer alan sosyal medya logoları ise tıklandığında içeriği paylaşmaya imkan tanımaktadır ve siteye bir hareket katmaktadır. Bu logolar, bireylerin diğer kişiler ile etkileşimine olanak sağlamaktadır. Her içeriğin sonunda bulunan ve yapılan analizleri desteklemek adına maddi yardım sayfasına yönlendiren görsel, tasarım bakımından dikkat çekicidir. İçeriklerin en alt kısmında ise yorum yapılmasına olanak sağlayan bir form bulunmaktadır. Bu bağlamda sitenin, okuyucular ile etkileşim halinde olduğu düşünülmektedir.

3.7.2 Dogrulukpayi.com İnternet Sitesinin Analizi

Bu bölümde dogrulukpayi.com internet sitesinin kuruluş amaçları ele alınmış, sitenin biçim ve içerik açısından değerlendirmeleri yapılmıştır.

3.7.2.1 Dogrulukpayi.com Hakkında

Dogrulukpayi.com, siyasi konular hakkında internette dolaşıma giren veya gazetede yayınlanan içeriklerin doğruluk oranlarını ölçme hedefiyle kurulmuştur. Siyasi okuryazarlığı artırma amacıyla, objektif biçimde içerikleri analiz eden dogrulukpayi.com, Ortak Gelecek İçin Diyalog Derneği'nin bir girişimi olarak 20 Haziran 2014 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. Bu platform, iddiaları kamuya açık veriler ile analiz ederek doğruluk payını ölçen ve günlük olarak kamuoyu ile paylaşan bir kurumdur. Dogrulukpayi.com'da yer alan "Hakkında" sekmesinde, bu platformun kuruluş amacına dair yer alan videonun yanı sıra, künye bölümünde de bu konuya ilişkin bilgiler yer almaktadır. Dogrulukpayi.com'un (2019) künye bilgileri şu şekildedir:

- İzlemedeyiz Adına Yönetim Kurulu Başkanı: Batuhan Ersun
- Dijital Operasyonlar Koordinatörü: Denizcan Sarı
- Editörler: Koray Kaplıca, Bengi Cengiz, Verda Uyar, Cemre Ünalı, Emincan Yüksel, İrem Doğanışık
- Video Editörü: Uğurcan Akın, Caner Gözübüyük
- Teknik Altyapı: KOC apps
- Mali Danışman: STK Master

Bu bağlamda dogrulukpayi.com, siyasi içeriklerin doğruluğunu araştırarak, doğruluk paylarına ilişkin okur kesimi bilgilendirmeyi kendine amaç edinmiş ve bu amaç doğrultusunda hizmet vermeye devam eden bir platformdur.

3.7.2.2 Dogrulukpayi.com İnternet Sitesinin Analizi

1950’li yıllarla birlikte kullanılmaya başlanan internet teknolojileri, kısa süre içerisinde yaygınlaşarak çok sayıda kullanıcı tarafından benimsenmiştir. İnternetin yaygınlaşması ile birlikte ortaya çıkan internet siteleri, duyulan ihtiyaçlar doğrultusunda çok sayıda alanda kullanılan bir araç haline gelmiştir. Doğruluk sitelerinin ortaya çıkışı da haberlerin doğruluğuna ilişkin duyulan şüpheler neticesinde gerçekleşmiştir. Bu bağlamda, paylaşılmasının ardından doğruluğuna ilişkin tartışmaları da beraberinde getiren iddiaların gerçekliğini ortaya çıkarma amacıyla kurulan dogrulukpayi.com, okur kesime ulaşmak için internet yayıncılığını tercih etmektedir. Çünkü günümüz teknolojilerini kullanan çok sayıda okura hızlı bir şekilde hizmet vermenin ve kullanıcılar ile etkileşimde kalabilmenin yolu, internet yayıncılığından geçmektedir.

3.7.2.2.1 Dogrulukpayi.com İnternet Sitesinin Genel Görünümü

Dogrulukpayi.com’un ana sayfası ilk açıldığında, ekranı site tarafından belirlenen bir içeriğe ilişkin büyük bir görsel kaplamaktadır. Ana sayfanın en üst kısmında, Doğruluk Payı’na ait logo ve “Ekonomi”, “Hükümetre”, “Testler”, “Menü” başlıkları bulunmaktadır. Bu başlıklar, sayfa içerisinde yer alan içeriklerin sınıflandırılmasını sağlamakta ve kullanıcının sayfada gezinmesini kolaylaştırmaktadır. Bu bölümde yer alan arama görseline tıklandığında menü içeriği, sosyal medya hesaplarına ait logolar ve arama barından oluşan bir pencere açılmaktadır.



Görsel 3.10 Dogrulukpayi.com İnternet Sitesinin Genel Görünümü

Ana sayfada yer alan “Ekonomi” başlığına tıklandığında açılan sayfada, dogrulukpayi.com’da yayınlanan ekonomiye dair gündem ile ilgili tüm içerikler yer almaktadır. Bu sekmede yayınlanan içerikler, iddia kontrolü yapılarak sonuçlandırılmış ve yayına alınmıştır. Sayfada yer alan “Hükümetre” başlığına tıklandığında açılan sayfada, dogrulukpayi.com tarafından 64. ve 65. hükümet tarafından vaat edilenlere yönelik yapılan

analizler yer almaktadır. 1 Kasım 2015 genel seçimlerinden önce AK Parti tarafından yayınlanan resmi seçim bildirgesinde yer alan ve 2019 sonuna kadar bitirilmesi taahhüt edilen vaatleri takip eden dogrulukpayi.com, konuya ilişkin analiz sonuçlarını bu alanda yayınlamaktadır. Vaatlere yönelik gelişmeler, bu sekme altında okurlar ile paylaşılmaktadır. Vaatlere ilişkin bilgiler “incelendi”, “gerçekleşti”, “gerçekleşmedi” ve “devam ediyor” şeklinde sınıflandırılmaktadır. “Hükümetre” başlığında yer alan içerikler, 9 kategoriye ayrılmıştır. Okur bu yöntemle, içerikleri konularına göre takip edebilme imkanına sahip olmaktadır. “Testler” başlığına tıklandığında açılan sayfada, dogrulukpayi.com tarafından hazırlanan testler okur ile paylaşılmaktadır. “Menü” başlığına tıklandığında ise “sanayi, Ticaret ve Finans”, “Savunma ve Güvenlik”, “Ekonomi”, “Eğitim”, “Enerji”, “Mali Politikalar”, “Uluslararası İlişkiler”, “Adalet”, “Sosyal Politikalar”, “Bayındırlık, İmar ve Şehircilik”, “Teknoloji”, “Genel Politika”, “İç Politika”, “Çevre”, “Tarım, Orman ve Köyişleri”, “Sağlık” ve “Diğer” konularında iddia kontrolü yapılan içerikler sınıflandırılmıştır. Bu alanda kullanıcıları Facebook, Twitter, Youtube ve Ekşi Sözlük sosyal medya hesaplarına yönlendiren logolar ve site içi arama yapılmasına imkan tanıyan arama barı da bulunmaktadır. Dogrulukpayi.com’da kullanıcıların dogrulukpayi.com’a destek olmaları ve bağış yapmaları için hesap numaralarının ve açıklayıcı metinlerin yer aldığı bir sayfaya yönlendiren banner da bulunmaktadır.

Ana sayfada kullanılan her içerikte bir görsel, başlık, yayınlanma tarihi ve ortalama okuma süresi bilgileri bulunmaktadır. Anasayfanın daha alt kısımlara inildiğinde, video içerikler ile karşılaşmaktadır. Tüm video içeriklerde başlık, yayınlanma tarihi ve tahmini izlenme süresi bilgileri paylaşılmıştır. Ana sayfada yer alan küçük videoların altında “Dünya Konut Günü” vb. belirli bir konu hakkında çizilen grafik ve sosyal medya logoları bulunmaktadır. Bu içeriklere tıklandığında kullanıcı ilgili yerlere yönlendirilmektedir. Sosyal medya logolarının altında ise “Galeri” ve “Ekonomi özel” kategorilerinde yer alan içerikler sergilenmektedir. Ana sayfanın en sonuna ise kullanıcıların siteye abone olabilmeleri için e-mail adreslerini yazabilecekleri bir kutucuk, “Hakkımızda ve Değerlendirme Kriterleri” başlığı, tarafsızlık beyanı, sosyal medya vb. siteyle bağlantılı logolar yerleştirilmiştir. Ayrıca bu bölümde yer alan “Hakkımızda” başlığı içerisinde, künye ve dogrulukpayi.com’un kuruluş amacına ilişkin hazırlanmış olan bir video içerik yer almaktadır. “Değerlendirme Kriterleri” başlığında ilkeler kılavuzu ve değerlendirme kriterleri bulunmaktadır. Kick of Creative Apps ve İzlemedeyiz Derneği logolarına tıklandığında ise kullanıcılar kurumlarla ilgili sitelere yönlendirilmektedir.

3.7.2.2.2 Dogrulukpayi.com İnternet Sitesinin Tasarımı

Dogrulukpayi.com doğrulama platformunun internet sitesi tasarımı yalınlık, tutarlılık, açıklık, denge, görsel hiyerarşi, vurgu, ritim, oran-orantı ve uyum-bütünlük ilkeleri bağlamında incelenmiştir. Bu bağlamda, siteye ilk girişte ekranı kaplayan büyük görsel yalınlık ilkesini desteklerken, sayfanın aşağılarına inildiğinde var olan karmaşık düzen yalınlık özelliği ile ters düşmektedir. Site, tasarım açısından oldukça karmaşık gözükmektedir. Ana sayfada video, grafik, metin vb. birçok unsurun bir arada kullanılması, siteyi karmaşık gösteren nedenlerden bir tanesidir. Bu platform tutarlılık özelliği açısından ele alındığında, sitede hakim bir rengin olmadığı görülmektedir. İçeriklere tıklandığında, her bir içerik için ayrı bir tasarım yapıldığı görülmektedir. Bu nedenle site tasarımında, tutarlılık ilkesinin göz ardı edildiği düşünülmektedir. Ana sayfada başlıkların rengi ve puntolarında değişimlerin yaşanması, karmaşıklığa yol açmaktadır. Ancak içeriklerde, yazı stilleri ve boyutları bakımından bir düzen bulunmaktadır. Bu bağlamda ana sayfanın açıklık özelliği ile ters düştüğü görülürken, içeriklerin bu özellik ile uyum sağladığı görülmektedir. Ana sayfada ve içeriklerde metinler sağda-solda boşluk kalacak şekilde ortalananmıştır. Bu durum site tasarımında denge unsurunun gözetildiği düşüncesine desteklemektedir. Ana sayfa ilk açıldığında karşılaşılan büyük görsel, görsel hiyerarşinin varlığını göstermektedir. Ancak sayfanın aşağılarına doğru inildiğinde görsellerin düzensiz biçimde büyük ve küçük kullanılması, görsel hiyerarşiye ilişkin karmaşık bir yapı olduğunu düşündürmektedir. Ana sayfada, belirli içeriklerin vurgulanması amacıyla kullanılan bir yöntem fark edilmemiştir. Sayfada belirli bir ritminin olduğu düşünülmektedir. Bu düşünce, okurun butonların yanı sıra sayfayı aşağıya kaydırarak da içeriklere erişilebilmesine dayandırılmaktadır. Buna ek olarak, içeriklere tıklandığında başlığın sağdan ve soldan birbirine yaklaşıp durması, ritim özelliği ile eşleştirilmiştir. Bu nedenle site dinamik bir yapıya sahiptir. Dogrulukpayi.com oran-orantı özelliği açısından incelendiğinde, düzenli bir sistemin bulunmadığı görülmektedir. Ana sayfada yer alan içeriklere ait unsurlar farklı boyutlarda kullanılmıştır. İçeriklerde kullanılan görsellerin konu ile uyumlu olması, uyum özelliğini karşılamaktadır. Her içerikte aynı yazı stiline ve yazı boyutunun kullanılması bütünlük olarak değerlendirilmektedir. Ancak bu durum, ana sayfa için geçerli değildir. Bu nedenle ana sayfa karmaşık görünmektedir.

Dogrulukpayi.com tasarım özellikleri açısından genel bağlamda değerlendirildiğinde, tasarım aşamasında ilkelerin göz ardı edildiği düşünülmektedir. Bu nedenle site karmaşık görünmekte ve kullanıcıyı zorlamaktadır.

3.7.2.2.3 Dogrulukpayi.com İnternet Sitesinde Yayınlanan İçeriklerin Değerlendirilmesi

Bu bölümde dogrulukpayi.com sitesinde 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında yer alan içerikler analiz edilmektedir. Bu bağlamda, belirlenen süre içerisinde yayınlanan haberlerin sayısal dağılımları, editör dağılımları vb. veriler ortaya konulacaktır. İçerikler, internet sitesinde yer alan kategoriler doğrultusunda ayrı ayrı incelenmektedir. Siteye yönelik içerik incelemesi “Ekonomi”, “Hükümetre”, “Testler” ve “Menü” kategorileri bağlamında ele alınacaktır.

3.7.2.2.3.1 Belirlenen Süreçte Yayınlanan Bütün Haberlerin Değerlendirilmesi

Bu bölümde 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında “Ekonomi”, “Hükümetre”, “Testler” ve “Menü” sekmelerinde yer alan tüm haberler ele alınacaktır.

3.7.2.2.3.1.1 Ekonomi Sekmesi

Dogrulukpayi.com ana sayfasında yer alan “Ekonomi” butonuna tıklandığında 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında yayınlanan içerik bulunmamaktadır.

3.7.2.2.3.1.2 Hükümetre Sekmesi

Dogrulukpayi.com ana sayfasında yer alan “Hükümetre” butonuna tıklandığında açılan sayfada, içeriklerin belirli kategoriler altında yayınlandığı görülmektedir. Bu kategoriler “Sanayi, Ticaret ve Finans”, “Savunma ve Güvenlik”, “Eğitim”, “Enerji”, “Sosyal Politikalar”, “Bayındırlık, İmar ve Şehircilik”, “Teknoloji”, “Sağlık” ve “Diğer” olarak sıralanmıştır. “Hükümetre” başlığında yer alan içeriklerin yayınlanma tarihleri açıkça belirtmediğinden dolayı değerlendirme yapılamamıştır.

3.7.2.2.3.1.3 Testler Sekmesi

Dogrulukpayi.com ana sayfasında yer alan “Testler” butonuna tıklandığında açılan sayfada, 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında yayınlanan 1 adet içerik bulunmuştur. “İstanbul ve Ankara İçin Soruyoruz: Belediye Seçimlerinde Kim, Ne Vaat Ediyor?” başlıklı test, 28 Mart 2019 tarihinde yayınlamış ve cevaplama süresi 60 dakika olarak belirlenmiştir. İç politika konu başlığına sahip bu test, okurların hangi şehirlerde hangi vaatlerde bulunduğu ve bu vaatlerin kimler tarafından söylendiğine dair bilgi düzeylerini ölçme amacıyla hazırlanmıştır. Bu testte 6 soru bulunmaktadır. Sorular 2 ve 3 seçenekli olarak hazırlanmıştır. Okur doğru olarak gördüğü seçeneği işaretlediğinde, diğer kullanıcılar tarafından yüzde kaç oranında bu seçeneğin işaretlendiğini görebilmektedir. Okur seçeneği

işaretledikten sonra, yaklaşık 3 saniye boyunca ekranda “durdur” ve “sonraki seçeneğe git” butonları ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu butonlara tıklanmaması halinde, soru otomatik olarak değişmektedir. “Durdur” butonuna tıklandığında, soru sabitlenmekte ve bu butonun yerine “devam” butonu gelmektedir. Soruların altında kaç kez oylandığına dair bilgi yer almaktadır. Test bittiğinde, doğru soru sayısının toplam soru sayısına oranı, okurun cevaplama süresi ve “Belediye seçimlerine çok az bir zaman kalmışken, adayların vaatlerine bir kez daha göz atmak isterseniz dogrulukpayi.com adresini ziyaret edebilirsiniz.” yazısı çıkmaktadır. Bu bilgilerin altında ise testin diğer kullanıcılar ile paylaşılması amacıyla sosyal medya logoları yerleştirilmiştir. Kısa süreli beliren bu ekranın ardından “kim ne vadediyor butonu” açılmaktadır. Bu butona tıklandığında okur “İstanbul'da Kim Ne Vaat Ediyor?” başlıklı bir içeriğe yönlendirilmektedir.

3.7.2.2.3.1.4 Menü Sekmesi

Ana sayfada yer alan “Menü” butonunun üzerine gelindiğinde, bir pencere açılmaktadır. Bu pencerede “Sanayi, Ticaret ve Finans”, “Savunma ve Güvenlik”, “Ekonomi”, “Eğitim”, “Enerji”, “Mali Politikalar”, “Uluslararası İlişkiler”, “Adalet”, “Sosyal Politikalar”, “Bayındırlık, İmar ve Şehircilik”, “Teknoloji”, “Genel Politika”, “İç Politika”, “Çevre”, “Tarım, Orman ve Köyişleri”, “Sağlık” ve “Diğer” kategorileri yer almaktadır. 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında, bu kategorilerde yayınlanan içerikler şu şekildedir:

- Sanayi, Ticaret ve Finans

Bu tarihler arasında yayınlanan içerik bulunmamaktadır.

- Savunma ve Güvenlik

Bu tarihler arasında yayınlanan içerik bulunmamaktadır.

- Ekonomi

Bu tarihler arasında yayınlanan içerik bulunmamaktadır.

- Eğitim

Bu tarihler arasında yayınlanan içerik bulunmamaktadır.

- Enerji

Bu tarihler arasında yayınlanan içerik bulunmamaktadır.

- Mali Politikalar

Bu tarihler arasında yayınlanan içerik bulunmamaktadır.

- Uluslararası İlişkiler

Bu tarihler arasında yayınlanan içerik bulunmamaktadır.

- Adalet

Bu tarihler arasında yayınlanan içerik bulunmamaktadır.

- Sosyal Politikalar

Tablo 3.26 “Sosyal Politikalar” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Yayınlanma Saati	Editör	Okuma Süresi
Dış: 2019 Türkiye'sinde Kadın Olmak İç: Dünya Kadınlar Günü	8 Mart 2019	-	Verda Uyar	10 Dakika

- Bayındırlık, İmar ve Şehircilik

Tablo 3.27 “Bayındırlık, İmar ve Şehircilik” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Yayınlanma Saati	Editör	Okuma Süresi
Dış: “Belediye ne yapmış, Türkiye’nin en pahalı suyunu satmış, Ankara birinci.” İç: Ankara’nın Suları	5 Mart 2019	-	Emincan Yüksel	4 Dakika
Dış: “Bursa’yı bir dolaşın. En geri kalmış ilçesi Nilüfer. Çankaya Ankara’nın gözbebeği. Şu an Çankaya, Ankara’nın en geri kalmış yeri.” İç: Çankaya ve Nilüfer En Geri Kalmış İlçeler mi?	8 Mart 2019	-	Emincan Yüksel	3 Dakika
Dış: İnşaat Sektörü Geriliyor İç: İnşaat Sektörü Verileri Alarm Durumunda	21 Mart 2019	-	Emincan Yüksel	7 Dakika
Dış: Spor desen, bu şehir 25 yıldır milli maç yüzü görmemiş. İç: Ankara’da Milli Maç Oynanmıyor mu?	22 Mart 2019	-	Emincan Yüksel	3 Dakika
Dış: Ankara Adaylarının Vaatleri İç: Ankara’da Kim Ne Vaat Ediyor?	26 Mart 2019	-	Verda Uyar	5 Dakika
Dış: İstanbul Adaylarının Vaatleri İç: İstanbul’da Kim Ne Vaat Ediyor?	27 Mart 2019	-	Emincan Yüksel	10 Dakika
Dış: “İstanbul, Türkiye’nin vergisinin yüzde 50’sini veriyor ama yüzde 10’unu bile almıyor.” İç: İstanbul Ne Kadar Vergi Ödüyor?	28 Mart 2019	-	Verda Uyar	2 Dakika
Dış: İzmir Adaylarının Vaatleri İç: İzmir’de Adayların Vaatleri Ne Durumda?	28 Mart 2019	-	Doğruluk Payı	12 Dakika

- Teknoloji

Bu tarihler arasında yayınlanan içerik bulunmamaktadır.

- Genel Politika

Bu tarihler arasında yayınlanan içerik bulunmamaktadır.

- İç Politika

Bu tarihler arasında yayınlanan içerik bulunmamaktadır.

- Çevre

Bu tarihler arasında yayınlanan içerik bulunmamaktadır.

- Tarım, Orman ve Köyşleri

Tablo 3.28 “Tarım ve Köyişleri” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Yayınlanma Saati	Editör	Okuma Süresi
Dış: Son 10 yılda Türkiye, 6 tane İstanbul büyüklüğünde tarım alanını kaybetti. İç: Türkiye’de Tarım Alanları Ne Kadar Azaldı?	4 Mart 2019	-	Verda Uyar	2 Dakika

- Sağlık

Tablo 3.29 “Sağlık” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Yayınlanma Saati	Editör	Okuma Süresi
Dış: Tıp Bayramında Sağlık İstatistikleri İç: Tıp Bayramı	14 Mart 2019	-	Emincan Yüksel	5 Dakika

- Diğer

Tablo 3.30 “Diğer” Sekmesinde Yayınlanan İçerikler

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Yayınlanma Saati	Editör	Okuma Süresi
Dış: Doğruluk Payı Ankara Atölyesi - 13 Nisan 2019 İç: Doğruluk Payı Ankara’da!	25 Mart 2019	-	Doğruluk Payı	2 Dakika
Dış: Kitap ve Kütüphane İstatistikleri İç: Kitap ve Kütüphane Bülteni	20 Mart 2019	-	Settar Uğur Kurt	6 Dakika
Dış: Doğruluk Payı İstanbul Atölyesi - 6 Nisan 2019 İç: İstanbul Atölyesi	18 Mart 2019	-	Doğruluk Payı	2 Dakika

Doğrulukpayi.com sitesinde “Menü” butonu içerisinde yer alan kategoriler ayrı ayrı incelendiğinde, “Sanayi, Ticaret ve Finans”, “Savunma ve Güvenlik”, “Ekonomi”, “Eğitim”, “Enerji”, “Mali Politikalar”, “Uluslararası İlişkiler”, “Adalet”, “Teknoloji”, “Genel Politika”, “İç Politika” ve “Çevre” kategorilerinde 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında içerik paylaşımı yapılmadığı görülmektedir. Bunun yanı sıra, “Sosyal Politikalar” kategorisinde 1, “Bayındırlık, İmar ve Şehircilik” kategorisinde 8, “Tarım, Orman ve Köyişleri” kategorisinde 1, “Sağlık” kategorisinde 1 ve “Diğer” kategorisinde 3 içerik yayınlanmıştır. Bu süre içerisinde yayınlanan toplam içerik sayısının 14 olduğu tespit edilmiştir. Yayınlanan içeriklerde yayınlanma tarihi, editör ve okuma süresi bilgilerine yer verilirken, yayınlanma saatine ilişkin bilgi paylaşılmamıştır. Her içerik, ana sayfada ve ana sayfada yer alan içeriğe tıklandığında açılan sayfada olmak üzere 2 farklı başlıktan oluşmaktadır. Ana sayfada yer alan ilk başlık “Bayındırlık, İmar ve Şehircilik” ve “Tarım, Orman ve Köyişleri” kategorilerinde ortaya atılan iddiayı ifade etmektedir.

Tablo 3.31 “Menü” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Editör Dağılımları

Editör Adı	Sayısı
Koray Kaplıca	0
Bengi Cengiz	0
Verda Uyar	4
Cemre Ünaldı	0
Emincan Yüksel	6
İrem Doğanışık	0
Doğruluk Payı	3
Settar Uğur Kurt	1
TOPLAM	14

Belirlenen tarih aralığında yayınlanan 14 içerik, 4 farklı editör ismiyle yayınlanmıştır. Verda Uyar ve Emincan Yüksel, site içerisinde bulunan künyede yer alan isimlerdir ancak Settar Uğur Kurt künyede yer almamaktadır. Editör bilgisinde “Doğruluk Payı” yazan içeriklerin ise kolektif çalışmalar doğrultusunda oluşturulan içerikler olduğu düşünülmektedir. Editör bilgisi olmayan içerik bulunmamaktadır. Belirlenen tarih aralığında yayınlanan haberlerin gün dağılımları ise şu şekildedir:

Tablo 3.32 “Menü” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Günlük Dağılımları

Tarih	Haber Sayısı	Tarih	Haber Sayısı
1 Mart 2019	0	17 Mart 2019	0
2 Mart 2019	0	18 Mart 2019	1
3 Mart 2019	0	19 Mart 2019	0
4 Mart 2019	1	20 Mart 2019	1
5 Mart 2019	1	21 Mart 2019	1
6 Mart 2019	0	22 Mart 2019	1
7 Mart 2019	0	23 Mart 2019	0
8 Mart 2019	2	24 Mart 2019	0
9 Mart 2019	0	25 Mart 2019	1
10 Mart 2019	0	26 Mart 2019	1
11 Mart 2019	0	27 Mart 2019	1
12 Mart 2019	0	28 Mart 2019	2
13 Mart 2019	0	29 Mart 2019	0
14 Mart 2019	1	30 Mart 2019	0
15 Mart 2019	0	31 Mart 2019	0
16 Mart 2019	0		

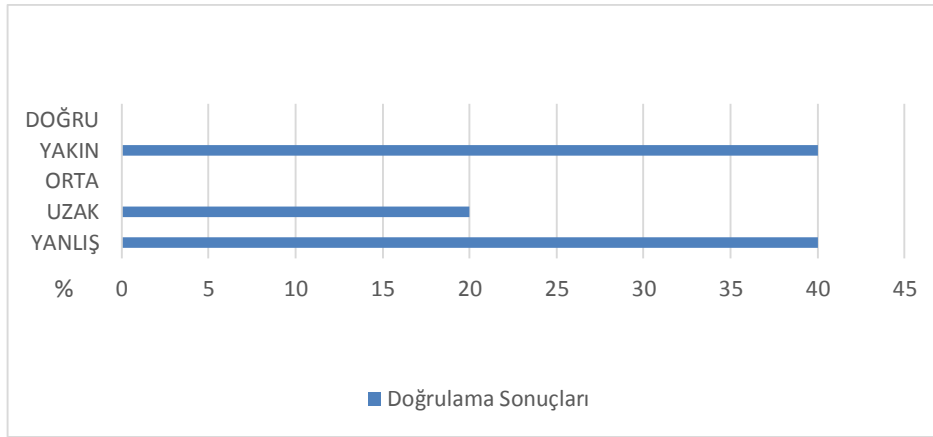
1 aylık süre içerisinde tarih bazlı içerik yayınlama dağılımına bakıldığında, 19 gün hiç içerik paylaşımı yapılmadığı görülmektedir. 8 Mart ve 28 Mart 2019 tarihlerinde 2’şer, diğer

günlerde ise 1'er içerik paylaşımı yapılmıştır. İçeriklerin araştırılma sürecinin ardından doğruluklarına ilişkin yapılan sınıflandırma ise şu şekildedir:

Tablo 3.33 “Menü” Sekmesinde Yayınlanan İçeriklerin Teyit Sonuçlarına Göre Sınıflandırılması

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Yanlış	Uzak	Orta	Yakın	Doğru
2019 Türkiye'sinde Kadın Olmak	8 Mart 2019	-	-	-	-	-
Mansur Yavaş: “Belediye ne yapmış, Türkiye’nin en pahalı suyunu satmış, Ankara birinci.”	5 Mart 2019				X	
Mevlüt Çavuşoğlu: “Bursa'yı bir dolaşın. En geri kalmış ilçesi Nilüfer. Çankaya Ankara'nın gözbebeği idi. Şu an Çankaya, Ankara'nın en geri kalmış yeri.”	8 Mart 2019	X				
İnşaat Sektörü Geriliyor	21 Mart 2019	-	-	-	-	-
Mehmet Özhaskeki: Spor desen, bu şehir 25 yıldır milli maç yüzü görmemiş.	22 Mart 2019		X			
Ankara Adaylarının Vaatleri	26 Mart 2019	-	-	-	-	-
İstanbul Adaylarının Vaatleri	27 Mart 2019	-	-	-	-	-
Binali Yıldırım: İstanbul, Türkiye'nin vergisinin yüzde 50'sini veriyor ama yüzde 10'unu bile almıyor.	28 Mart 2019				X	
İzmir Adaylarının Vaatleri	28 Mart 2019	-	-	-	-	-
Ekrem İmamoğlu: Son 10 yılda Türkiye, 6 tane İstanbul büyüklüğünde tarım alanını kaybetti.	4 Mart 2019	X				
Tıp Bayramında Sağlık İstatistikleri	14 Mart 2019	-	-	-	-	-
Doğruluk Payı Ankara Atölyesi - 13 Nisan 2019	25 Mart 2019	-	-	-	-	-
Kitap ve Kütüphane İstatistikleri	20 Mart 2019	-	-	-	-	-
Doğruluk Payı İstanbul Atölyesi - 6 Nisan 2019	18 Mart 2019	-	-	-	-	-

1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında yayınlanan 14 içerikten 5 tanesinin yanlış, uzak, orta, yakın veya doğru sınıflandırmalarına dahil edildiği belirlenmiştir. Bu içeriklerden 2 tanesi yanlış, 1 tanesi uzak ve 2 tanesi yakın olarak sonuçlandırılmıştır.



Grafik 3.9 Doğrulama Sonuçları

Sınıflandırılmaya dahil edilen içeriklerin % 40'ı yanlış, % 20'si uzak ve % 40'ı yakın olarak sonuçlanmıştır. Orta ve doğru olarak sınıflandırılan hiçbir içerik bulunmamaktadır. Bu tarih aralığında yayınlanan içeriklerin konuları ele alındığında oluşan tablo şu şekildedir:

Tablo 3.34 Dogrulukpayi.com İnternet Sitesinde Yayınlanan İçeriklerin Konuları Bakımından Sınıflandırılması

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Sosyal Politikalar	Bayındırlık, İmar ve Şehircilik	Tarım, Orman ve Köyüşleri	Sağlık	Diğer
2019 Türkiye'sinde Kadın Olmak	8 Mart 2019	X				
Mansur Yavaş: "Belediye ne yapmış, Türkiye'nin en pahalı suyunu satmış, Ankara birinci."	5 Mart 2019		X			
Mevlüt Çavuşoğlu: "Bursa'yı bir dolaşın. En geri kalmış ilçesi Nilüfer. Çankaya Ankara'nın gözbebeği idi. Şu an Çankaya, Ankara'nın en geri kalmış yeri."	8 Mart 2019		X			
İnşaat Sektörü Geriliyor	21 Mart 2019		X			
Mehmet Özhasen: Spor desen, bu şehir 25 yıldır milli maç yüzü görmemiş.	22 Mart 2019		X			
Ankara Adaylarının Vaatleri	26 Mart 2019		X			
İstanbul Adaylarının Vaatleri	27 Mart 2019		X			
Binali Yıldırım: İstanbul, Türkiye'nin vergisinin yüzde	28 Mart 2019		X			

50'sini veriyor ama yüzde 10'unu bile almıyor.						
İzmir Adaylarının Vaatleri	28 Mart 2019		X			
Ekrem İmamoğlu: Son 10 yılda Türkiye, 6 tane İstanbul büyüklüğünde tarım alanını kaybetti.	4 Mart 2019			X		
Tıp Bayramında Sağlık İstatistikleri	14 Mart 2019				X	
Doğruluk Payı Ankara Atölyesi - 13 Nisan 2019	25 Mart 2019					X
Kitap ve Kütüphane İstatistikleri	20 Mart 2019					X
Doğruluk Payı İstanbul Atölyesi - 6 Nisan 2019	18 Mart 2019					X

“Menü” butonu içerisinde “Sanayi, Ticaret ve Finans”, “Savunma ve Güvenlik”, “Ekonomi”, “Eğitim”, “Enerji”, “Mali Politikalar”, “Uluslararası İlişkiler”, “Adalet”, “Teknoloji”, “Genel Politika”, “İç Politika” ve “Çevre” kategorilerinde 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında içerik paylaşımı yapılmadığı görülmektedir. Bu nedenle tabloya dahil edilmemiştir. “Sosyal Politikalar” kategorisinde 1, “Bayındırlık, İmar ve Şehircilik” kategorisinde 8, “Tarım, Orman ve Köyişleri” kategorisinde 1, “Sağlık” kategorisinde 1 ve “Diğer” kategorisinde 3 içerik yayınlanmıştır.

1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında yayınlanan ve dogrulukpayi.com tarafından analiz edilen iddialar, dolaşıma girdiği mecralar bağlamında incelendiğinde, konuya ilişkin bir bilginin paylaşılmadığı tespit edilmiştir. Ancak belirlenen tarih aralığında sitede yayınlanan içeriklere dair açıklamalara ve içeriğin araştırılmasında kullanılan metotlara ilişkin elde edilen veriler şu şekildedir:

Tablo 3.35 Dogrulukpayi.com İnternet Sitesi Tarafından Araştırılan İddialara Dair Açıklamalar

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Araştırma Sonucu	Açıklama	Araştırma Metotları
Mansur Yavaş: “Belediye ne yapmış, Türkiye’nin en pahalı suyunu satmış, Ankara birinci.”	5 Mart 2019	Yakın	Ankara Belediye Başkan Adayı Mansur Yavaş’ın İddiasında Büyük Oranda Doğruluk Payı Vardır.	Raporlar
Mevlüt Çavuşoğlu: “Bursa’yı bir dolaşın. En geri kalmış ilçesi Nilüfer. Çankaya Ankara’nın gözbebeği. Şu an Çankaya, Ankara’nın en geri kalmış yeri.”	8 Mart 2019	Yanlış	Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu’nun İddiasında Doğruluk Payı Yoktur.	Raporlar

Mehmet Özhasseki: Spor desen, bu şehir 25 yıldır milli maç yüzü görmemiş.	22 Mart 2019	Uzak	Ankara Belediye Başkan Adayı Mehmet Özhasseki'nin İddiasında Büyük Oranda Doğruluk Payı Yoktur	TFF'nin resmi web sitesi
Binali Yıldırım: İstanbul, Türkiye'nin vergisinin yüzde 50'sini veriyor ama yüzde 10'unu bile almıyor.	28 Mart 2019	Yakın	İBB Başkan Adayı Binali Yıldırım'ın İddiasında Büyük Oranda Doğruluk Payı Vardır.	Tablolar İstatistikler Veriler
Ekrem İmamoğlu: Son 10 yılda Türkiye, 6 tane İstanbul büyüklüğünde tarım alanını kaybetti.	4 Mart 2019	Yanlış	İBB Başkan Adayı Ekrem İmamoğlu'nun İddiasında Doğruluk Payı Yoktur.	TÜİK Tablosu

Doğrulukpayi.com tarafından analiz edilen ve doğru, yanlış vb. kategorilere dahil edilen 5 içeriğe ilişkin açıklamalar ve araştırma metotları tablo 3.39'da gösterilmiştir. Elde edilen verilere göre, haberlerin sınıflandırma sonucunun dayanak noktası açıklanmamaktadır. Araştırma aşamasında da daha çok resmi belgelerden ve verilerden yararlanıldığı görülmektedir.

3.7.2.2.3.2 Yanlışlanan İçeriklerin Değerlendirilmesi

Bu bölümde 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında doğrulukpayi.com tarafından yapılan araştırmalar sonucunda yanlışlanan haberler, doğrulukpayi.com paylaşılan bilgiler ışığında şu yönleriyle ele alınacaktır:

- Yanlışlanan içerik, kim tarafından üretilmiştir?
- Yanlışlanan içerik, hangi kanal yoluyla paylaşılmıştır?
- Yanlışlanan içerikte ne tür etik ihlaller yapılmıştır?
- Yanlışlanan içerik, hangi habercilik türlerinden yararlanılarak üretilmiş, paylaşılmış ve doğrulanmıştır?

Bu bağlamda, belirlenen tarih aralığında yanlışlanan haberlere ilişkin kaynak bilgisi şu şekildedir:

Tablo 3.36 Yanlışlanan Haberi Üreten Kaynak

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Yanlışlanan Haberi Üreten Kaynak
Mevlüt Çavuşoğlu: "Bursa'yı bir dolaşın. En geri kalmış ilçesi Nilüfer. Çankaya Ankara'nın gözbebeği'di. Şu an Çankaya, Ankara'nın en geri kalmış yeri."	8 Mart 2019	Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu

Ekrem İmamoğlu: Son 10 yılda Türkiye, 6 tane İstanbul büyüklüğünde tarım alanını kaybetti.	4 Mart 2019	İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Ekrem İmamoğlu
--	-------------	--

1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında dogrulukpayi.com tarafından yanlışlanan iki haber üreten kaynaklar açısından incelendiğinde, iddiaların birincil kaynak olan siyasetçiler tarafından ortaya atıldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, sürece dahil olan başka kişilerin olmadığı belirlenmiştir. Yanlışlanan haberler, dolaşıma girdiği mecralar açısından incelendiğinde ise ortaya çıkan tablo şu şekildedir:

Tablo 3.37 Yanlışlanan Haberin Dolaşıma Girdiği Mecralar

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Yanlışlanan Haberin Dolaşıma Girdiği Mecralar
Mevlüt Çavuşoğlu: “Bursa'yı bir dolaşın. En geri kalmış ilçesi Nilüfer. Çankaya Ankara'nın gözbebeği. Şu an Çankaya, Ankara'nın en geri kalmış yeri.”	8 Mart 2019	Belirlenmemiştir.
Ekrem İmamoğlu: Son 10 yılda Türkiye, 6 tane İstanbul büyüklüğünde tarım alanını kaybetti.	4 Mart 2019	Belirlenmemiştir.

Dogrulukpayi.com tarafından yanlışlanan habere ilişkin hazırlanan ve sitede paylaşılan içerikte, yanlışlanan haberin paylaşıldığı mecralar ile ilgili bilgi verilmemektedir. Yanlışlanan haberlerde yer alan etik ihlaller incelendiğinde ise şöyle bir tablo ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3.38 Yanlışlanan Haberde Yapılan Etik İhlaller

İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Haberde Yer Alan Etik İhlaller
Mevlüt Çavuşoğlu: “Bursa'yı bir dolaşın. En geri kalmış ilçesi Nilüfer. Çankaya Ankara'nın gözbebeği. Şu an Çankaya, Ankara'nın en geri kalmış yeri.”	8 Mart 2019	*Doğruluğunun Teyit Edilmeden Yayılması *Manipülasyon
Ekrem İmamoğlu: Son 10 yılda Türkiye, 6 tane İstanbul büyüklüğünde tarım alanını kaybetti.	4 Mart 2019	*Doğruluğunun Teyit Edilmeden Yayılması

Belirlenen tarih aralığında dogrulukpayi.com tarafından yayınlanan iki haberin incelenmesi sonucunda, iki haberde de doğruluğa ilişkin ihlal yapıldığı belirlenmiştir. 8 Mart 2019 tarihli haberde ise ayrıca manipülasyon sorunu da tespit edilmiştir. Yanlışlanan haberlerin üretim, paylaşım ve doğrulama aşamasında yararlanılan habercilik türleri irdelendiğinde ortaya çıkan tablo şu şekildedir:

Tablo 3.39 Yanlışlanan Haberde Yararlanılan Yeni Habercilik Türleri

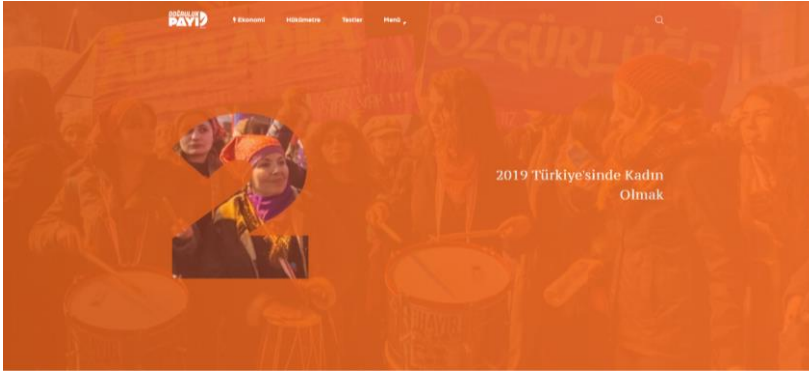
İçeriğin Adı	Yayınlanma Tarihi	Yararlanılan Habercilik Türleri
Mevlüt Çavuşoğlu: “Bursa'yı bir dolaşın. En geri kalmış ilçesi Nilüfer. Çankaya Ankara'nın gözbebeği. Şu an Çankaya, Ankara'nın en geri kalmış yeri.”	8 Mart 2019	Üretim: - Paylaşım: - Doğrulama: Veri Haberciliği
Ekrem İmamoğlu: Son 10 yılda Türkiye, 6 tane İstanbul büyüklüğünde tarım alanını kaybetti.	4 Mart 2019	Üretim: - Paylaşım: - Doğrulama: Veri Haberciliği

Dogrulukpayi.com tarafından analiz edilen haberlerin doğruluğuna ilişkin yayınlanan içeriklerin incelenmesi sonucunda, iddiaların üretilmesi ve paylaşılması aşamasında yararlanılan habercilik türlerine ilişkin bilgi elde edilememiştir. Doğrulama aşamasında ise iki haberde de veri haberciliğinden yararlanıldığı tespit edilmiştir.

3.7.2.2.4 Dogrulukpayi.com İnternet Sitesinde Yayınlanan İçeriklerin Biçimsel Özellikleri

Dogrulukpayi.com'un ana sayfasında yayınlanan bütün içeriklerin, bir görsel eşliğinde yayınlanmakta olduğu ve görsel boyutlarının birbirinden farklı olduğu görülmüştür. Buna ek olarak, ana sayfada yer alan haberlerin tarihe göre sıralanmadığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda haberlerin sıralanmasına ilişkin belirgin bir düzen dikkat çekmemektedir. İçerik başlıklarının rengi, fotoğraf üzerinde kullanıldığında beyaz, fotoğraf altında kullanıldığında gri tercih edilmiştir. “İddia Kontrolü” kategorisinde yer alan bazı içeriklerde yayınlanma tarihi, okuma süresi gibi bilgilere yer verilirken, bazılarında bu bilgiler paylaşılmamıştır. “Bülten” olarak sınıflandırılan içeriklerde, yayınlanma tarihi ve okuma süresi belirtilmemiştir. Bu bağlamda, tarih ve okunma süresi ile ilgili olarak uygulanan kriterler belirlenememiştir. Başlıkların boyutları ve yazı stilleri birbirinden farklı görünmektedir. Bunun yanı sıra, ana sayfada başlığın altında konuyu açıklayıcı spot cümlelere yer verilmemiştir. Ana sayfada galeri, video, analiz vb. çok sayıda farklı unsur birlikte yer almaktadır. Ana sayfada yer alan içeriklere tıklandığında okur direk metin ile karşılaşmamaktadır. İçeriğe tıklayan okur, konu ile ilgili ekranı kaplayan bir görsel ile karşılaşmaktadır ve bu görsellerin üzerine geçirgen bir renk eklenmiştir. Bu düzenlenen görselin üzerinde ve sağında içeriğin başlığı beyaz renkte ve kelimelerin sadece ilk harfleri büyük olacak biçimde yazılmıştır. Başlığın ilk harfi ya da rakamı sol tarafta başlığa kıyasla oldukça büyük ve ana fotoğrafı gösterecek şekilde kullanılmıştır. İçeriğe tıklandığında görsel üzerinde yer alan başlığa ilişkin soldaki ve sağdaki

unsur, sağdan ve soldan birbirine doğru yaklaşmakta ve bir noktada durmaktadır. Bu nedenle site hareketli bir yapıya sahiptir.



Görsel 3.11 İçeriklere Tıklandığında Açılan Sayfa Örneği

İçeriğe tıklandıktan sonra karşılaşılan ilk sayfanın ardından okur ancak sayfayı aşağıya doğru kaydırdığında içeriğe erişim sağlayabilmektedir. İçerikler metinsel olarak incelendiğinde, ana sayfadaki biçimsel özelliklere kıyasla daha düzenli olduğu görülmektedir. Metin başlıkları kalın ve siyah, metne göre daha büyük boyutlu kullanılmıştır. Metinlerde gri ve başlığa göre daha ince yazı karakteri tercih edilmiştir. 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında yayınlanan içeriklerde istatistiksel görseller, karşılaştırmalı tablolar ve grafikler kullanılmıştır. Bu unsurlar oldukça büyük boyutlu tercih edilmiştir. Metni destekleyici unsurların büyük oranda sayısal verilerden oluştuğu göze çarpmaktadır. Başlıkların üzerinde okuma süresi yer almaktadır. Metinlerin solunda editör bilgisi, yayınlanma tarihi ve sosyal medya logoları bulunmaktadır. Doğruluğu teyit edilen içeriklerde, başlık üzerinde iddia sahibinin resmi, ismi, unvanı, bağlı olduğu parti bilgisi, iddiası, iddia tarihi ve araştırılan içeriğin araştırma sonucu yer almaktadır. Doğruluk araştırmasına yönelik olmayan içeriklerde ise bu tür bilgiler bulunmamaktadır.

Doğruluğu teyit edilen vaatlerle ilişkin yayınlanan içeriklerin en alt kısmında, araştırmanın sonucu yazmaktadır. Araştırma sonucuna dair paylaşılan verinin altında editör bilgisi, yayınlanma tarihi, sosyal medya logoları ve araştırma aşamasında kullanılan kaynaklara ilişkin belgeler yer almaktadır. Kaynakçanın altında ise “Mutlaka İzleyin” başlıklı, konuyla bağlantılı olduğu düşünülen 1 adet video bulunmaktadır. Doğruluk araştırması olmayan içeriklerde, araştırma sonucu olmadığı için sonuca ilişkin bilgiler yer almamaktadır. Ancak bunun yanı sıra, diğer bilgiler aynı şekilde kullanılmaktadır.

İçeriklerin araştırılması aşamasında yararlanılan kaynakların okurlar ile paylaşılması, son dönemlerde kaynakçaya yönelik yapılan etik ihlallerin bu site tarafından dikkat edildiğini ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra, içeriklerde yorum yapma alanının bulunmaması, okur

ile etkileşim özelliğinin geri planda olduğunu göstermektedir. Dogrulukpayi.com’da yayınlanan içeriklerde etiket kullanılmadığı tespit edilmiştir. İçeriklerde yer alan yazar bilgisine tıklanıldığında okur, editör tarafından üretilen tüm içeriklere yönlendirilmektedir. İçeriklerde başta ve sonda olmak üzere 2 kez sosyal medya logolarının kullanıldığı belirlenmiştir. Bu logolar okura Facebook’ta, Twitter’da, LinkedIn’de ve e-posta ile paylaşım imkanı sağlamaktadır.

3.7.3 Teyit.org ve dogrulukpayi.com Haber Doğrulama Sitelerinin Karşılaştırılması

Teyit.org ve dogrulukpayi.com doğrulama platformlarının internet siteleri içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiş ve elde edilen sonuçlar paylaşılmıştır. Bu bağlamda, iki internet sitesinin de kuruluş amaçları doğrultusunda çalışmalar yürüttüğü görülmüştür. İncelenen iki internet sitesi de içerik doğrulama amacıyla faaliyetlerini sürdürmesine rağmen, genel görünüm, tasarım, içerik ve içeriklerin biçimsel özellikleri açısından farklılıklara sahip olduğu saptanmıştır. Belirlenen iki internet sitesinin karşılaştırılmasına yönelik değerlendirmeyi amaçlayan bu bölümde benzerlikler ve farklılıklar ortaya konulmuştur. İlk aşamada internet sitelerinin amaçları karşılaştırılmıştır. İkinci aşamada ise genel görünümleri, tasarımları, içerik ve içeriklerin biçimsel özellikleri açısından kıyaslamalar yapılmıştır.

3.7.3.1 Amaç

Tablo 3.40 Teyit.org ve Dogrulukpayi.com İnternet Sitelerinin Amaç Karşılaştırması

Teyit.org	Dogrulukpayi.com
*Birçok alanda paylaşılan iddiaların doğrulamasını yapma, *İnternet kullanıcılarını doğru bilgiler ile buluşturma, *Eleştirel düşünme alışkanlığı kazandırma, *Yeni medya okuryazarlığını arttırma.	*Türkiye siyasetine etki eden demeçleri analiz ederek doğruluk payını ölçme, *Günlük olarak kamuoyu ile paylaşma, *Her gün Türkiye gündemini tarama, yanlış ve eksikliği bulma, *Veriyi en çekici şekilde okura sunma, *Okurun siyasi kararını oluşturmaya katkı sunma, *Siyasi okuryazarlığı arttırma, *Objektif olma.

Tablo 3.40’ta iki doğrulama platformunun internet sitelerinde ileri sürdükleri amaçlar ortaya konulmuştur. Bu bağlamda doğrulama mecralarının temel amaçlarının, verilerin doğruluklarını belirleme olduğunu söylemek mümkündür. Sitelere yönelik yapılan analizlerde bu amaca hizmet eden çalışmaların yürütüldüğü ortaya konulmuştur. Yapılan incelemeler sonucunda dogrulukpayi.com tarafından belirlenen “günlük paylaşım” amacının

gerçekleştirilmediği ve her gün içerik paylaşımı yapılmadığı belirlenmiştir. “En çekici şekilde” ve “objektif olma” gibi amaçların doğruluğu da şüpheli görülmektedir.

3.7.3.2 Genel Görünüm

İki doğrulama sitesi genel görünümüleri açısından kıyaslandığında, her iki sitenin de buton kullandığı görülmektedir. Ana sayfada teyit.org siyah ve kalın punto başlık kullanırken, dogrulukpayi.com beyaz ve gri başlık kullanımını tercih etmektedir. Her iki sitenin ana sayfada görsel kullandığı belirlenmiştir. Teyit.org’un Türkçe ve İngilizce dil seçeneği bulunurken, dogrulukpayi.com tek dilli yayıncılık yapmaktadır. Teyit.org’un Twitter, Facebook, LinkedIn, Ekşi Sözlük, Instagram ve Youtube hesabı bulunurken, dogrulukpayi.com’un Facebook, Twitter, Ekşi Sözlük ve Youtube Kanalı bulunmaktadır. Her iki sitede de içeriklere tıklandığında yeni açılır pencere özelliği kullanılmamakta ve aynı pencere üzerinden ilgili içeriğe yönlendirme yapılmaktadır. Teyit.org’da sayfa aşağıya doğru en sona kadar kaydırıldığında “Analiz”, “Dosya”, “İçgörü” ve “#teyitpedia” butonlarının yer aldığı banner da aşağıya doğru kayarken, dogrulukpayi.com’da “Ekonomi”, “Hükümetre”, “Testler” ve “Menü” butonları kaybolmaktadır. Her iki sitenin ana sayfasında da içerikler ortalanmış ve sağda-solda boşluklar bırakılmıştır. Her iki platformun da iletişim bilgileri ve ilkeleri, internet sitelerinde yer almaktadır. Teyit.org’un ana sayfasında yer alan butonlara tıklandığında, açılan yeni sayfada bulunan kategori başlığı altında, bu kategoride yer alan içeriklerin amacına dair bilgi verilmektedir. Dogrulukpayi.com’da ise böyle bir uygulama bulunmamaktadır.

3.7.3.3 Tasarım

İki doğrulama platformu tasarım açısından karşılaştırıldığında, teyit.org’un sade, düzenli, belirli renklerin hüküm sürdüğü bir tasarıma sahip olduğu görülmektedir. Dogrulukpayi.com ise teyit.org’a kıyasla daha karmaşık, daha renkli ve daha düzensiz bir tasarıma sahiptir. Bunun yanı sıra dogrulukpayi.com’un daha hareketli bir tasarıma sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu düşünce, içeriğe tıklandığında başlığın sağdan ve soldan ortaya doğru kayarak bir noktada durması üzerine temellendirilmiştir. Ayrıca dogrulukpayi.com’da içeriğe ilişkin açılan sayfa aşağıya kaydırılmadan direk olarak metine erişim sağlanamamaktadır. Bu nedenle teyit.org’un daha kullanışlı bir site tasarımına sahip olduğu düşünülmektedir. Teyit.org’da yer alan içeriklerde yorum özelliği bulunurken, dogrulukpayi.com’da yorum bölümü yer almamaktadır. Bu durum tasarımsal ve içeriksel bir eksiklik olarak görülmektedir. Bunların yanı sıra dogrulukpayi.com’da ana sayfa dışında tüm

içeriklerde en üstte “Destek Ol” bannerı açılmaktadır. Bu durum, okuyucunun dikkatini dağıtıcı bir unsur olarak görülmektedir.

3.7.3.4 İçerik

İki platform içerikleri açısından kıyaslandığında, teyit.org’da içeriklerin yayınlanma saatlerine ilişkin bilgi paylaşılrken, dogrulukpayi.com’da bu bilginin yer almadığı dikkat çekmektedir. Ancak dogrulukpayi.com’da okuma süresi ile ilgili tahmini bir süre paylaşımı yapılırken, bu özellik de teyit.org’da bulunmamaktadır. 1 Mart-31 Mart 2019 tarihleri arasında tüm kategoriler bağlamında teyit.org’da 60 içerik yayınlanırken, dogrulukpayi.com’da 15 içerik yayınlanmıştır. Doğrulama amacına hizmet eden içerik sayısı teyit.org’da 44, dogrulukpayi.com’da ise 5 olarak belirlenmiştir. Doğrulama amacına hizmet etmeyen içerikler ise okuru bilgilendirme amacına yönelik hazırlanmıştır. Teyit.org’da 44 içeriğin 38 tanesi yanlış, 6 tanesi doğru bulunmuştur. Dogrulukpayi.com’da ise 5 içeriğin 2 tanesinin yanlış, 1 tanesinin uzak ve 2 tanesinin yakın olduğu açıklanmıştır. Bu bağlamda, tamamen doğru kabul edilen bir içeriğe rastlanmamıştır. Bu durum genel olarak değerlendirildiğinde 1 aylık süre içerisinde teyit.org’un doğrulama amacı ile daha çok içeriği analiz ettiği görülmüştür. Belirlenen iki platform içeriklerin konu dağılımları bakımından kıyaslandığında, teyit.org’da 60 içerikten 23’ü siyaset, 34’ü diğer, 2’si ekonomi ve 1’i spor başlığı altında yayınlanmıştır. Dogrulukpayi.com’da ise 15 haberin konulara bakımından Sosyal Politikalar 1, Bayındırlık, İmar ve Şehircilik 8, Tarım, Orman ve Köyişleri 1, Sağlık 1 ve Diğer 4 olarak dağıldığı görülmektedir. İki doğrulama platformunda da araştırma aşamasında yararlanılan kaynaklara ait bilgiler açıkça belirtilmektedir. Teyit.org iddianın dolaşıma girdiği mecraları içerikte açıkça belirtirken, bu konu ile ilgili bilgi paylaşımı dogrulukpayi.com tarafından yapılmamaktadır. İki platform editör sayıları bakımından kıyaslandığında, teyit.org’un daha geniş bir ekip ile çalıştığı görülmektedir. Teyit.org’da yayınlanan bütün içeriklerin, sitenin künyesinde yer alan editörler tarafından yayınlandığı tespit edilmiştir. Ancak dogrulukpayi.com’da künyede yer almayan bir kişinin üretim gerçekleştirdiği ve bazı haberlerde kolektif çalışmaların yürütüldüğü görülmektedir.

3.7.3.5 İçeriklerin Biçimsel Özellikleri

Her iki platformda da, yayınlanan içeriklerde görsel kullanımının tercih edildiği tespit edilmiştir. Teyit.org’da metinlerin puntoları, dogrulukpayi.com’a göre daha küçük boyutlu kullanılmıştır. Metinlerin biçimsel özellikleri kıyaslandığında ise teyit.org’un daha düzenli bir yapıya sahip olması nedeniyle sitenin daha güzel görüldüğü düşünülmektedir.

3.7.4 Bulguların Değerlendirilmesi

İnternet ile birlikte dönüşen habercilik ve haberlerde artış gösteren doğruluk sorunu bağlamında incelenen doğrulama platformlarının, iddiaların araştırılması ve elde edilen sonucun okurlar ile paylaşılması aşamasında, internetten sıklıkla faydalandıkları tespit edilmiştir. Platformların günün belli saatlerinde daha yoğun olmak üzere, araştırma sonuçlarını okurlar ile paylaştığı belirlenmiştir. Platformlar tarafından teyit edilen haberlerin, ağırlıklı olarak sosyal medya platformları aracılığıyla dolaşıma girdiği görülmüştür. İddiaları araştırma aşamasında doğrulama platformları, internet başta olmak üzere farklı metotlar kullanmışlardır. Analiz sonucunda, haber araştırılması tamamlandıktan sonra okurlar ile paylaşılan sonuçların gerekçelendirilerek yayınlandığı bilgisi elde edilmiştir. Bu noktadan hareketle platformlar tarafından analiz edilen haberlerin büyük çoğunluğunda, doğruluk sorunu olduğu görülmüştür. Bu bağlamda haber doğrulama platformları tarafından yanlış olarak sonuçlandırılan haberler ayrıca inceleme altına alınmıştır.

Yeni medya ortamları herkesin erişimine açık mecralardır. Bu nedenle her internet kullanıcısı, çeşitli platformlar üzerinden haber paylaşımı yapılabilmektedir. Ancak bu haberlerin çoğu asılsız çıkmaktadır. Bu bağlamda, doğrulama platformları tarafından güvenilirlik şüphesiyle ele alınan ve incelenen haberlerin kaynaklarına ilişkin bir belirsizlik olduğu görülmüştür. Gerçek dışı haberlerin, kimler tarafından üretildiğine dair bilgi çoğu haberde belirlenememiştir. Yanlışlanan haberlerin internet dolayımı platformlar üzerinden yayıldığı ve geleneksel medyadan erişilen haberler olmadığı ortaya konulmuştur. Bu durum geleneksel medyanın kontrol mekanizmaları tarafından denetlenmesiyle ilişkilendirilmiştir. Yanlışlanan haberlerde birden fazla etik ihlal yapıldığı açıkça görülmüştür. Haberlerde en çok doğrulamaya, dile ve içeriğe ilişkin sorunlar tespit edilmiştir.

Yanlışlanan haberler üretim, paylaşım ve doğrulama aşamalarında yararlanılan yeni habercilik türleri bağlamında da irdelenmiştir. Bu noktada internet teknolojilerinin, çok sayıda alan gibi haberciliği de etkisi altına aldığı ve her süreçte yararlanılan bir araç haline geldiği onanmıştır. Bu bağlamda haberlerin üretim aşamasında yurttaş haberciliğinin birinci sırada yer aldığı belirlenmiştir. Bu da denetimsiz ortamlarda kullanıcıların özgürce haber üretim süreçlerine dahil olmasıyla bağdaştırılmıştır. Yanlışlanan haberlerin paylaşım aşamasında sosyal medya haberciliği açık ara fark ile birinci sıraya yerleşmiştir. 21. yüzyılda artan sosyal medya platformları, yalan haber yayılımını hızlandırmış ve haberciliği olumsuz etkilemiştir. Haber doğrulama platformları tarafından haberlerin doğrulama aşamasında ise sosyal medya haberciliği ile internet haberciliğinin birbirini desteklediği görülmüştür. Haberler, internet

kullanıcıları tarafından üretilip, internet mecralarında paylaşılırken, doğrulama aşamasında da yine internetten yararlanılmıştır.

Bu sonuçlardan hareketle, günümüzde internet teknolojisinden habercilik süreçlerinin her aşamasında yararlanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Dijital çağda internet aracılığıyla elde edilen verilerin, haber üretiminde kullanıldığı ve yeni medya ortamlarında paylaşıldığı ortaya konulmuştur. Bu bağlamda okurlar, haberlere internet ile erişim sağlarken, katılımcı yapılarıyla haberlerin internet üzerinden yayılımını kolaylaştırmaktadırlar. Bu noktada bilgi güvenilirliğine ilişkin şüphe duyulan haberler, internet üzerinden yayın yapan sistemler tarafından internet vasıtasıyla mercek altına alınmakta ve yapılan çalışmaların sonuçları internet sitelerinde kullanıcılar ile paylaşılmaktadır. Bu süreçte haber üretim süreçleri başta olmak üzere birçok alanda internet kullanımının habercilik alanına avantaj sağlarken, dezavantajları da beraberinde getirdiği belirlenmiştir. Yeni medya ortamlarının denetimsiz yapısı, etik ihlallere zemin oluşturmaktadır. Bu çalışmayla birlikte, haberlerin doğruluğuna ilişkin büyük problemler olduğu ortaya konulmuştur. Problemlerin, kullanıcı türevli içeriklerin sosyal medya platformları başta olmak üzere çeşitli sanal mecralarda kontrolsüz şekilde paylaşılmasıyla artış gösterdiği belirlenmiştir. Yeni medya ile birlikte ortaya çıkan yeni habercilik türlerinin de, bu artışı desteklediği tespit edilmiştir. Bu çalışma, habercilikteki yenilik hareketlerinin habercilik alanında neden olduğu değer kayıplarını ortaya koymayı ve okurlarda farkındalık uyandırmayı hedefleyerek yürütülmüştür. Bu bağlamda, internet ile birlikte ortaya çıkan araçların habercilikte etik sorunlara yol açtığı ortaya konulmuştur.

SONUÇ

Habercilik alanında yaşanan dönüşümler ile birlikte etik ilkelerde de değişimler meydana gelmeye başlamıştır. İnternet teknolojilerinin ortaya çıkması ve yeni medya ortamlarını oluşturması, haberciliği derinden etkilemiştir. Tarihsel kökeni çok eskilere dayanan habercilik faaliyetleri, on yıllardır toplumları bilgilendirme amacıyla sürdürülmektedir. 90'lı yıllara kadar geleneksel kitle iletişim araçları üzerinden yürütülen habercilik süreçleri, teknoloji devrimi ile birlikte değişmeye başlamış, bilgisayar ve internet teknolojilerinin gelişmesiyle evrim geçirmiştir. Ağ bağlantıları ile küresel bir köye dönüşen evrende, kısa sürede milyonlarca birey habere erişim amacıyla internet teknolojilerinden faydalanmaya başlamıştır. İnternet, sahip olduğu hız, etkileşim vb. yeni özellikleri ile kullanıcılar arasında hızla yaygınlaşmıştır. Geleneksel habercilikte sadece alıcı konumunda olan okurlar, internet haberciliğinin gelişmesiyle birlikte aynı anda hem alıcı hem de gönderici bireylere dönüşmüşlerdir. İlerleyen süreçlerde çok sayıda sanal mecranın gelişmesiyle, internet kullanıcıları haber üretim süreçlerine de dahil olmuşlardır. Ancak bu durum, haberlerde etik ihlallerin yaşanmasına neden olmuştur. Gelişen teknolojilere paralel olarak mobilleşme hareketleriyle birlikte ortaya çıkan yeni habercilik türleri, etik sorunların büyümesine yol açmıştır. Haberlere ilişkin en büyük sorun ise doğruluktur. Bu bağlamda, niceliksel bakımdan artış gösteren yalan haberlere yönelik okurları bilgilendirme amacıyla haber doğrulama platformları kurulmuştur. Bu çalışmada, haber doğrulama platformlarından teyit.org ve dogrulukpayi.com ele alınmış ve internet siteleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Belirlenen platformlar ilk aşamada birbirinden bağımsız incelenmiş olup, ikinci aşamada siteler arasında karşılaştırmalar yapılmıştır. Bu bağlamda, kuruluş amaçları, genel görünümüleri, tasarımları, yayınlanan içerikler ve içeriklerin biçimsel özellikleri karşılaştırılarak, haber doğrulama çalışmaları ele alınmıştır. Bu çalışmadan hareketle elde edilen bulgular şu şekildedir:

- Teyit.org ve dogrulukpayi.com, okurlar tarafından erişilen ve doğruluğundan şüphe duyulan haberlerin analizlerini yaparak, okurları bilinçlendirmeyi ve okuryazarlığı arttırmayı amaçlamaktadır. Bu amaçlardan hareketle yapılan analizler sonucunda, her iki platformun da haber doğrulama çalışmalarına katkıda bulunduğu tespit edilmiştir.
- Belirlenen iki platformun da genel görünüm açısından benzer teknolojilerden faydalandığı belirlenmiştir.

- Teyit.org, sade ve düzenli bir tasarıma sahipken, dogrulukpayi.com daha karmaşık, renkli ve düzensiz dizayn edilmiştir. Bu bağlamda teyit.org'un kullanıcılar için daha kullanışlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
- Sınırlandırılan tarih aralığında teyit.org'un dogrulukpayi.com'a kıyasla daha fazla içerik yayınladığı belirlenmiştir. Bu noktadan hareketle, Teyit.org'un haber doğrulama çalışmalarına daha fazla katkı koyduğu düşünülmektedir.
- İki platformun da yayınlanan içeriklerin hazırlık aşamasında yararlandıkları kaynakları, okurlar ile açıkça paylaştığı görülmüştür.
- Haber doğrulama platformları haberlerin biçimsel özellikleri bağlamında ele alındığında, görsel kullanımını destekledikleri sonucuna ulaşılmıştır.
- Metinlerin biçimsel özellikleri kıyaslandığında, teyit.org'un daha düzenli bir görünüme sahip olması nedeniyle dogrulukpayi.com'a göre daha güzel gözüken bir site yapısına sahip olduğu düşüncesine kanaat getirilmiştir.

Bu bulgulardan hareketle her iki platformun da haber doğruluklarının araştırılmasına katkı sağlama amacıyla gelişen teknolojilerden faydalandıkları ve interneti aktif biçimde kullandıkları tespit edilmiştir. Teknoloji devriminin habercilik pratiklerini dönüştürmesi ve artan doğruluk sorunu neticesinde, haber doğrulama sitelerinin kurulduğu ve yapılan analizler ile okurların haberlerde doğruluk sorununa ilişkin bilgilendirildiği saptanmıştır. Haber doğrulama alanında yaşanan gelişmelerin, okurlarda doğruluk sorununa yönelik farkındalık uyandırma sürecine katkı sağladığı görülmüştür. İki internet sitesinin de teyit çalışmalarının yanı sıra okurları bilgilendirici içerikler de paylaştığı belirlenmiştir.

Çalışmanın başında cevap aranan soruların cevapları ise şu şekildedir:

- Gelişen teknolojilerin etkisiyle ortaya çıkan yeni medya ortamları, haberciliğin sanal platformlar üzerinden yürütülmesine neden olmuştur. İnternetin sağladığı avantajlar ile bireyler sanal platformlar üzerinden habercilik süreçlerine katılım sağlamışlardır. Bu gelişmeler, yeni medya ortamlarında profesyonellerin yanı sıra yurttaşların da haberci olmasıyla sonuçlanmıştır. Etik ilkelere ilişkin bilgi sahibi olmayan bireyler tarafından yapılan ve paylaşılan haberler, yeni medyada etik ihlallerin artmasına sebebiyet vermiştir. Denetimsiz mecralarda internet kullanıcıları aracılığıyla dolaşıma giren haberler, büyük ölçüde yalan haber statüsündedir. Bu nedenle yeni medya ortamları haberlerin doğruluğu bağlamında incelendiğinde, oldukça kötü bir tablo ortaya çıkmıştır.
- İnternet teknolojisi, dijital çağda haberciliğin her aşamasında kullanılan bir araç haline gelmiştir. Günümüzde ağ bağlantılarıyla elde edilen veriler

haberleştirilmektedir. Haberciler, sanal platformlar üzerinden haberi dolaşıma sokarak, okur kitlenin erişimine açmaktadırlar. Okurlar, internet üzerinden haber akışına ulaşmakta ve haberleri diğer kullanıcılar ile paylaşmaktadırlar. Bu haberler ,gerçek olabileceği gibi yalan da olabilmektedir. Bu bağlamda haberleri teyit etme amacına hizmet eden doğrulama siteleri, sanal evrende dolaşan haberlere internet ile erişim sağlamak ve sanal ağlar üzerinden haberleri analiz etmektedirler. Teyit edilen haberlerin sonuçları, internet sitesi ve sosyal medya platformları aracılığıyla okurlara sunulmaktadır. Tüm bu gelişmelerden hareketle, 21. yüzyılda haberciliğe ilişkin atılan her adımın, internet dolayımıyla sürdürüldüğü belirlenmiştir.

- Yeni medya platformları, sahip olduğu özellikler ile herkesin katılım sağlayabileceği ortamlardır. Basit bir üyelik işlemiyle platformların kullanıcısı olan bireyler, yaptıkları paylaşımlar ile diğer bireylerle etkileşime girmektedirler. Bu süreçte kişisel hesaplarından paylaşım yapan kullanıcılar, çoğu zaman etik ihlaller içeren içeriklerin de haber akışında yer almasına neden olmaktadır. Bu bağlamda yeni medya ortamlarında var olan denetim eksikliği, haberlerde kaynak, dil ve kurgu, konumlandırma, güvenlik, içerik ve doğruluk ihlallerinin yapılmasına yol açmaktadır. Haberlerde yanıltıcı başlıklandırma, nefret söylemi, görüntünün kurgulanması, fotoğrafın montajlanması, değiştirme ya da yeniden düzenleme, doğruluğunun teyit edilmeden yayınlanması, bağlamdan koparma, manipülasyon, hatalı ilişkilendirme, çarpıtma vb. sorunların, yeni medya ortamlarında en sık karşılaşılan ihlaller olduğu tespit edilmiştir.
- İnternet, çok sayıda kullanıcının aynı anda katılım sağladığı ağlardır. Bu ağlar, kurulan platformlar aracılığıyla bireylerin habercilik süreçlerine dahil olmasını desteklemektedir. Günümüzde internet mecralarında, profesyonel habercilerden daha çok yurttaş haberciler yer almaktadır. Yurttaşlar, dahil oldukları sanal platformlar üzerinden haber üretimi gerçekleştirmekte ve diğer bireyler ile paylaşmaktadırlar. Yeni medyanın sahip olduğu özellikler, dolaşıma giren bir paylaşımın saniyeler içerisinde milyonlarca kişiye erişmesine olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda internet haberlerinin üretiminde en çok sosyal medya kullanıcıları rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra, profesyonel haberciler tarafından sağlanan içerikler ile internet haberciliği yapan internet siteleri de habercilik süreçlerine katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda internet haberlerine ilişkin kaynakların, farklı kişiler olabileceği görülmüştür.

- Yeni medya ortamlarında etik ihlal içeren haberler, çok sayıda yeni habercilik türünün kullanımından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda haberlerin üretim aşamasında; yurttaş haberciliği, veri haberciliği ve mobil video haberciliği ön plana çıkmaktadır. Haberlerin paylaşılmasında sosyal medya haberciliğinin kullanılması, etik ihlalleri arttırıcı bir unsurdur. Bunun nedeni ise sosyal medya platformlarını denetleyen kontrol mekanizmalarının olmamasıdır. Etik ihlal yapılan haberlerin doğrulama aşamasında ise sosyal medya haberciliği, veri haberciliği, mobil video haberciliği ve yurttaş haberciliği kullanılmaktadır. Bu bağlamda gelişen teknolojiler ile birlikte ortaya çıkan yeni habercilik türlerinin, habercilik süreçlerinin her aşamasında kullanıldığı belirlenmiştir.

Tüm bu değerlendirmeler sonucunda, bu çalışmanın gelişen teknolojilerin habercilik ile ilişkisi incelenerek geleceğe ışık tutması amaçlanmıştır. Hemen her gün aşama kaydeden teknolojilerin, ilerleyen süreçlerde de haberciliği dönüştürmeye devam etmesi beklenmektedir. Çalışmada elde edilen bulgular neticesinde, teknolojik gelişmeler ile yeni medya ortamlarında yayılan haberlerde karşılaşılan etik ihlaller arasında bir bağ olduğu görülmüştür. Bu bağlamda, yeni medya ortamlarında denetlenmeden haber paylaşımları yapıldığı sürece, çok sayıda yalan haberin okurlar ile buluşmaya devam edeceği düşünülmektedir. İletişim teknolojilerinin gelişimi, haberlerin doğruluk sorununa ilişkin büyük tehdit oluşturacak ve toplumların yanlış bilgilendirilmesine neden olacaktır.

Teknoloji devrimi ile birlikte habercilik alanında meydana gelen dönüşümler, etik ilkelerin göz ardı edilmesine ve okurların yanlış bilgilendirilmesine yol açmıştır. Habercilik pratikleri bağlamında, yeni medya platformları haberlerin üretilmesi ve paylaşılması aşamasında bireylere yeni seçenekler sunmaktadır. Dijital çağda habercilik alanında görülen yenilikler, etik ihlallerin ve bu bağlamda doğruluk sorunun artmasına neden olmaktadır. Bu noktadan hareketle oluşturulan varsayımların, çalışma sonucunda doğrulandığı görülmektedir. Yeni medya ile birlikte dönüşüme uğrayan habercilik, doğruluk sorunu ile karşı karşıyadır. Bu bağlamda, doğruluk sorunu ekseninde kurulan haber doğrulama platformlarının mücadeleye devam edeceği öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- Acıyan, E. P. (2018). *Kamusal Alanın Dönüşümü Bağlamında Dijital Platformlarda Kadın Hareketleri: Dijital Topuklar Ve Sharfliler Web Sitelerinin Ve Sosyal Medya Hesaplarının İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Aktaş, C. (2007). “Bir İletişim Aracı Olarak İnternetin Topluma Etkileri”. G. Erol (Ed.), *Medya Üzerine Çalışmalar*. Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 121-130.
- Alemdar, K. (1981). *Türkiye’de Çağdaş Haberleşmenin Tarihsel Kökenleri İletişim Sosyolojisinin Temelleri Üzerine Bir Deneme*. Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi, Ankara.
- Anadolu Ajansı. (2018). *Muhabir Habercinin Temel Kitabı*. H. Çetinkuş ve N. Keleş (Ed.) Anadolu Ajansı Yayınları, Ankara.
- Arık, E. (2013). “Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği Örneği”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 273-287.
- Aslan, K. (2010). *Türkiye’de SMS Haberciliği*. Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul.
- Aydoğan, A. ve Başaran, A. (2012). “Yeni Medyayı Alternatif Bağlamda Anlamak”. Ö. Özer ve E. Karakoç (Ed.), *Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik Türkiye’de Alternatif Gazetecilik Üzerine Değerlendirmeler*. Literatürk, Konya, 213-246.
- Aydoğan, F. (2010). “İkinci Medya Çağında Gözetim ile Kamusal Alan Paradoksunda İnternet”. F. Aydoğan ve A. Akyüz (Ed.), *İkinci Medya Çağında İnternet*. Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 3-17.
- Balcı, E. V. (2017). *Kültürel Farklılıklar Ekseninde İnternet ve Haber*. Literatürk, Konya.
- Basım, N. (2002). “Aaa, Bilgisayarlar Aralarında Konuşuyor”. S. Yedig ve H. Akman (Ed.), *İnternet Çağında Gazetecilik*. Metis Yayınları, İstanbul, 13-25.
- Başer, A. (2010). “Yeni İletişim Teknolojilerinin Evriminde Televizyonun Yeri”. F. Aydoğan ve A. Akyüz (Ed.), *İkinci Medya Çağında İnternet*. Alfa Yayınları, İstanbul, 36-60.
- Binark, M. (2007). “Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu”. M. Binark (Ed.), *Yeni Medya Çalışmaları*. Dipnot Yayınları, Ankara, 21-44.
- Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2013). *Ayin Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*. Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Pegem Akademi, Ankara.
- Cangöz, İ. (2015). *Değişen Anlam ve Değerleriyle Gazetecilik*. Sınırsız Basım Yayım, Ankara.

- Çoban, H. (1996). *Bilgi Toplumuna Planlı Geçiş Bilgi Toplumuna Geçmek İçin Stratejik Planlama ve Yönetim Bilgi Sistemi Uygulanması*. Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara.
- Dedeoğlu, G. (2016). *Teknoloji, İletişim, Yeni Medya ve Etik*. Sentez Yayıncılık, İstanbul.
- Demirtaş, O. (2017). *Türk Basının Alternatiflik Arayışı Alternatif Medya Olgusu*. Cinius Yayınları, İstanbul.
- Duran, R. (2005). “Dünya’da ve Türkiye’de Medya Etiği”. S. Alankuş (Ed.), *Medya, Etik ve Hukuk*. IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, 109-130.
- Eldeniz, L. (2010). “İkinci Medya Çağında Etkileşimin Rolü ve Web 2.0”. F. Aydoğan ve A. Akyüz (Ed.), *İkinci Medya Çağında İnternet*. Alfa Yayınları, İstanbul, 18-35.
- Engin, E. (2015). “Sivil Toplum Kuruluşlarında Sosyal Medya Kullanımı”. R. N. Tanrıbilir (Ed.), *Yeni Medya ve İletişimsel Yaklaşımlar*. Kriter Yayınevi, Ankara, 41-71.
- Fuchs, C. (2017). “Google Kapitalizmi”. F. Aydoğan (Ed.), *Yeni Medya Kuramcılarında Yeni Medya Kuramları*. Der Yayınları, İstanbul, 71-83.
- Gelişken, U. (2016). *A’dan Z’ye Yeni Nesil Tekniklerle Web Tasarımı ve Web Programlama Profesyonel Olmak İsteyenler İçin*. Level Kitap, Kocaeli.
- Geray, H. (2002). *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Gezgin, S. (2002). “Geleneksel Basın ve İnternet Gazeteciliği”. S. Yedig ve H. Akman (Ed.), *İnternet Çağında Gazetecilik*. Metis Yayınları, İstanbul, 29-36.
- Güngör, N. (2016). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*. Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Hargreaves, I. (2006). *Gazetecilik*. (Çev. Y. Özkan). Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- İçel, K. (1998). *Kitle Haberleşme Hukuku*. Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- İlkiz, F. (2005). “Gazetecinin Haber Kaynağını Açıklamama Hakkı”. S. Alankuş (Ed.), *Medya, Etik ve Hukuk*. IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, 131-150.
- İnce, M. (2018). *Haber Edinme Aracı Olarak İnternet ve İnternet Haberciliği*. Eğitim Yayınevi, Konya.
- İrvan, S. (2005). “Medya ve Etik”. S. Alankuş (Ed.), *Medya, Etik ve Hukuk*. IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, 61-107.
- Jenkins, H. (2017). “Medya Yöndeşmesinin Kültürel Mantığı”. F. Aydoğan (Ed.), *Yeni Medya Kuramcılarında Yeni Medya Kuramları*. Der Yayınları, İstanbul, 33-45.
- Kalsın, B. (2017). “Robot Gazeteciliğinin Yükselişi: Haber Odalarının Yeni Çalışanları”. B. Kalsın (Ed.), *Tüm Boyutlarıyla İnternet Haberciliği*. Gece Kitaplığı, Ankara, 21-48.
- Karaduman, M. (2002). *Değişen İletişim Ortamı, Yeni Medya ve İnternet Gazeteciliği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,

İzmir.

- Karaduman, M. (2005). "İnternet ve Gazetecilik". S. Alankuş (Ed.), *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*. IPS Vakfı Yayınları, İstanbul, 141-154.
- Keyes, R. (2017). *Hakikat Sonrası Çağ*. (Çev. D. Özçetin). Deli Dolu Yayıncılık, Ankara.
- Kırık, A. M. ve Yiğit, C. (2017). "Değişen Habercilik Pratikleri Çerçevesinde Sosyal Medyada Yurttaş Gazeteciliği". B. Kalsın (Ed.), *Tüm Boyutlarıyla İnternet Haberciliği*. Gece Kitaplığı, Ankara, 103-132.
- Koloğlu, O. (2015). *Osmanlı'dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi*. Pozitif Yayınları, İstanbul.
- Köksal, A. T., Oktay, D., ve Eser, S. (1999). *Kim Korkar Bilgisayardan? İnternet*. Pusula Yayıncılık, İstanbul.
- Kutlu Özkan, T. (2018). *Yeni İletişim Teknolojileri Bağlamında Yeni Gazeteci Kimliği*. Gece Akademi, Ankara.
- Mutlu, G. (2015). "Yeni Medya ve Ağ Analizi". R. N. Tanrıbilir (Ed.), *Yeni Medya ve İletişimsel Yaklaşımlar*. Kriter Yayınevi, Ankara, 123-134.
- Narin, B. (2017). *G@zetecilik 2.0 İnternet Gazeteciliğinde Hipermetinsellik*. Gece Kitaplığı, Ankara.
- Odabaşı, F. (2002). *İnternet ve Çocuk*. Kapital Medya A.Ş., İstanbul.
- Okkay, İ. (2017). "Geleneksel Habercilikten İnternet Haberciliğine Geçiş Sürecinde Ortaya Çıkan Etik Sorunlar". B. Kalsın (Ed.), *Tüm Boyutlarıyla İnternet Haberciliği*. Gece Kitaplığı Yayınları, Konya, 177- 204.
- Özdilek, A. O. (2002). *İnternet ve Hukuk*. Papatya Yayıncılık, İstanbul.
- Özer, Ö. (2012). "Yurttaş Gazeteciliği: Eskişehir Örneğinde Bir Araştırma". Ö. Özer ve E. Karakoç (Ed.), *Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik Türkiye'de Alternatif Gazetecilik Üzerine Değerlendirmeler*. Literatürk, Konya, 23-42.
- Özgen, M. (2002). *Gazetecinin Etik Kimliği*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Öztürk, E. (2015). "E-Paylaşım". R. N. Tanrıbilir (Ed.), *Yeni Medya ve İletişimsel Yaklaşımlar*. Kriter Yayınevi, Ankara, 19-40.
- Poster, M. (2017). "Postmodern Gerçeklikler". F. Aydoğan (Ed.), *Yeni Medya Kuramcılarından Yeni Medya Kuramları*. Der Yayınları, İstanbul, 111-130.
- Schneider, W. ve Raue, P. J. (2002). *Gazetecinin El Kitabı*. (Çev. I. Aygün). İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Tanrıbilir, R. N. (2015). "Yeni Medya Sürecinde Sosyal Medya ve Geleneksel Medya Etkileşimi". R. N. Tanrıbilir (Ed.), *Yeni Medya ve İletişimsel Yaklaşımlar*. Kriter Yayınevi, Ankara, 175-218.
- Taşkıran, İ. (2017). *Sosyal Medyada Haber Var Gazetecilik ile Sosyal Medya İlişkisi*. Der

Kitabevi Yayınevi, İstanbul.

- Tavşancıl, E. ve Aslan, E. (2001). *Sözel, Yazılı ve Diğer Materyaller İçin İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri*. Epsilon, İstanbul.
- Telci, A. B. (2017). “İnternet Haberciliğinde Kadına ve Çocuklara Yönelik Şiddet Haberlerinde Etik Sorunlar: Yanlış Fotoğraf Kullanımı”. B. Kalsın (Ed.), *Tüm Boyutlarıyla İnternet Haberciliği*. Gece Kitaplığı Yayınları, Ankara, 160-176.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojiler ve Demokrasi*. Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Tokgöz, O. (2013). *Temel Gazetecilik*. İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Toruk, İ. (2008). *Gutenberg'den Dijital Çağa Gazetecilik*. Literatürk, İstanbul.
- Uzun, R. (2016). *İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar*. Dipnot Yayınları, Ankara.
- Ünal, R. (2012). *Mobil Video Haber Servisleri*. Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul.
- Ünal, R. (2019). “Dijital Habercilik Döneminde Yurttaşın İçerik Üretimine Katılımı: Kavramlar, Tartışmalar, Olanaklar ve Sınırlılıklar”. Z. Özdemir ve A. Çetinkaya (Ed.), *Dijital Çağda Habercilik Kuram ve Uygulamada Yeni Yönelimler*. Der Yayınları, İstanbul, 61-82.
- White, A. (2016). “Etik Gazetecilik: Avrupa'da Sorumlu Habercilik İçin Bir Esin Kaynağı”. O. Andreotti (Ed.), *Tehlike Altında Gazetecilik Tehditler, Mücadele Alanları, Yaklaşımlar Kamusal Tartışmalara Elverişli Bir Ortamı Savunmak*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 233-271.
- Widmann, J. (2002). “Almanya'dan Bir Örnek: Netzeitung”. S. Yedig ve H. Akman (Ed.), *İnternet Çağında Gazetecilik*. Metis Yayınları, İstanbul, 87-94.
- Yengin, D. (2014). *Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum*. Derin Yayınları, İstanbul.
- Yurttaş, Ö. ve Şişman, B. (2015). “Mobil Pazarlamada Lokasyon Bazlı Uygulamaların Mekansal Tercihlerindeki Rolü: Foursquare Örneği”. N. Tanrıbilir (Ed.), *Yeni Medya ve İletişimsel Yaklaşımlar*. Kriter Yayınevi, Ankara, 155-174.
- Yüksel, E. ve Gürçan, H. İ. (2005). *Haber Toplama ve Yazma*. Tablet Kitabevi, Konya.

İnternet Kaynakları

- Açık Veri & Veri Gazeteciliği Derneği, “Açık Veri, Açık Devlet Nedir?”.
<https://www.avvg.org.tr/yazilar/164-acik-veri--acik-devlet-nedir.html>, (erişim tarihi: 13.05.2019).
- Baran, A., “Sanayi Sonrası Enformasyon Üzerine Tartışmalar”.
http://turkoloji.cu.edu.tr/GENEL/baran_enformasyon.pdf, (erişim tarihi: 20.05.2019).

BBC News Türkçe., <https://www.youtube.com/watch?v=XFGpNBhuNeE>, (erişim tarihi: 20.05.2019).

Biçen, H., “Web Araçları ve Uzaktan Eğitim”.

http://docs.neu.edu.tr/staff/huseyin.bicen/CEIT357-4.HAFTA_7.pdf, (erişim tarihi: 01.02.2019).

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu., “4.5G Nedir?”. <https://www.btk.gov.tr/4-5g-nedir>, (erişim tarihi: 24.04.2019).

Birsen, H., “Değişim Aracı Olarak Yeni Medya”. B. İspir, H. Birsen, F. M. Binark, F. Z. Özata, G. Bayraktutan, M. C. Öztürk, M. Ayman (Ed.). *Dijital İletişim ve Yeni Medya* Anadolu Üniversitesi, Eskişehir: 26-49.

https://www.academia.edu/7425978/D%C4%B0J%C4%B0TAL_%C4%B0LET%C4%B0%C5%9E%C4%B0M_VE_YEN%C4%B0_MEDYA, (erişim tarihi: 11.04.2019).

Cambridge Dictionary., “Drone”.

<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/drone>, (erişim tarihi: 13.05.2019).

Collins Dictionary., “Fake News”.

<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news>, (erişim tarihi: 19.05.2019).

Çalışır, E., “Web 1.0 -> Web 2.0 -> Web 3.0 -> Web 4.0 “Nedir Bu Web?”.

<https://esmacalisir.com/2018/01/09/web-1-0-web-2-0-web-3-0-web-4-0-nedir-bu-web/>, (erişim tarihi: 01.02.2019).

Dağ, P., <http://www.verigazeteciligi.com/>, (erişim tarihi: 27.01.2019).

Dağışan, Ş., “WhatsApp İbar Hattı”. <http://www.senerdagasan.com/whatsapp-ihbar-hatti/>, (erişim tarihi: 03.03.2019).

Değirmencioğlu, G., “Dijitalleşme Çağında Habercilik Pratiklerinin Değişimi ve Yeni Habercilik Türleri”. <http://www.uhedergisi.com/dergi//dijitallesme-caginda-habercilik-pratiklerinin-degisimi-ve-yeni-habercilik-turleri201702.pdf>, (erişim tarihi: 04.02.2019).

Doğruluk Payı., <https://www.dogrulukpayi.com>, (erişim tarihi, 04.04.2019).

Duman, K. ve Özdoyran, G., “Dijital Emek ve Kullanıcı İçeriğinin Metalaşması: Katılımcı Sözlük Yazarları Üzerine İnceleme”. <https://dergipark.org.tr/download/article-file/516416>, (erişim tarihi: 01.02.2019).

Gazetecilik Meslek İlkeleri., <http://medyaetikkurulu.org/wordpress/index.php/gazetecilik->

- meslek-ilkeleri/, (erişim tarihi: 11.03.2019).
- Habertürk., “Trump’ın Fake News Sözü Sözlüğe Girdi”.
<https://www.haberturk.com/trump-in-fake-news-sozu-sozluge-girdi-1697364>,
 (erişim tarihi: 19.05.2019).
- Hamm, A., “Keeping an Eagle Eye on Drone Journalism”.
<https://medium.com/journalism-trends-technologies/keeping-an-eagle-eye-on-drone-journalism-cc907afbde30>, (erişim tarihi: 13.02.2019).
- HD Tekno Haber, “Whatsapp Haberciliği Artık Herkes Muhabir”.
<http://www.hdteknohaber.com/whatsapp-haberciligi-artik-herkes-muhabir/>, (erişim tarihi: 03.03.2019)
- İnanç, V., “Web 3.0 Nedir”. <http://www.volkaninanc.com/web-3-0-nedir/>, (erişim tarihi: 01.02.2019).
- İnsanlar Neden Yalan Haber Paylaşır?., <https://www.youtube.com/watch?v=oll16yt5oG8>,
 (erişim tarihi: 20.05.2019).
- İrvan, S., “Veri Gazeteciliği”. <https://suleymanirvan.blogspot.com/2017/08/veri-gazeteciligi.html>, (erişim tarihi: 7.02.2019).
- İrvan, S., “Yurttaş Gazeteciliği Nedir, Ne Değildir?”.
<https://suleymanirvan.blogspot.com/2017/08/yurttas-gazeteciligi-nedir-ne-degidir.html>, (erişim tarihi: 28.02.2019).
- İş Kanunu., “5953 Sayılı Basın İş Kanunu”. <http://iskanunu.com/portal/wp-content/uploads/2012/03/5953-sayili-basin-is-kanunu.pdf>, (erişim tarihi: 11.11.2018).
- Journo., “Post Truth Nedir”. <https://journos.com.tr/post-truth-nedir>, (erişim tarihi: 19.05.2019).
- Journo., “Post Truth 2016’nın Kelimesi Seçildi”. <https://journos.com.tr/2016nin-kelimesi-seccildi-post-truth>, (erişim tarihi: 19.05.2019).
- Kabakçı, E., “Transistör İcadı ve Silikon Vadisinin Temelleri”.
<https://ataforum.net/transistor-icadi/>, (erişim tarihi: 24.05.2019).
- Karaman, M. ve Önder, M., “Yurttaş Gazeteciliğinin Ana Akım Medyaya Etkisi Whatsapp İhbar Hatları Örneği”.
https://www.researchgate.net/publication/318816078_YURTTAS_GAZETECILIGININ_ANA_AKIM_MEDYAYA_ETKISI_WHATSAPP_IHBAR_HATLARI_ORNEGI_THE_IMPACT_OF_CITIZEN_JOURNALISM_ON_THE_MAINSTREAM_MEDIA_THE_CASE_OF_WHATSAPP_NOTIFICATION_LINES,

(erişim tarihi: 03.03.2019).

Kavaklı, N., “Dronelerin Gazetecilikte Kullanımı: Drone Haberciliğinin Olanakları, Zorlukları ve Sınırları”.

https://www.academia.edu/35829030/Drone_lar%C4%B1n_Gazetecilikte_Kullan%C4%B1m%C4%B1_Drone_Habercili%C4%9Finin_Olanaklar%C4%B1_Zorluklar%C4%B1_ve_S%C4%B1n%C4%B1rlar%C4%B1, (erişim tarihi: 13.02.2019).

Kelimeler., <https://kelimeler.net/>, (erişim tarihi: 15.05.2019).

Kızılhan, T., “Kitap İncelemesi: The Network Society”.

<https://dergipark.org.tr/download/issue-file/6288>, (erişim tarihi: 24.05.2019).

Kişisel Verilerin Korunması Platformu., “Kişisel Veri”.

<https://www.kisiselverilerinkorunmasi.org/kisisel-veri-nedir-ne-demektir/>, (erişim tarihi: 15.05.2019).

MEGEP Gazetecilik.,

http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Bas%C4%B1nda%20Meslek%20Eti%C4%9Fi.pdf, (erişim tarihi: 11.03.2019).

Mutlusen, A.. “Açık veri nedir? Veriye nasıl ulaşılır?”.

<https://www.newslabturkey.org/acik-veri-nedir-veriye-nasil-ulasilir/>, (erişim tarihi: 13.02.2019).

Narin, B., “Robot Gazetecilik Yayılıyor İnsan Gazetecilerin Sonu mu?”.

<https://journos.com.tr/robot-gazetecilik-yayiliyor-insan-gazetecilerin-sonu-mu>, (erişim tarihi: 27.02.2019).

Röportörün El Kitabı., “Gazeteci Kimdir”.

http://www.roportaj.com.tr/roportorun_el_kitabi/goster/id/53/gazeteci-kimdir, (erişim tarihi: 20.11.2018).

Saklıca, E., “Gelecek robot spikerlerin mi?”. <https://www.newslabturkey.org/metinden-sese-gelecek-robot-spikerlerin-mi/>, (erişim tarihi: 13.02.2019).

Shift Delete., “Milyonlarca Transistörün İnanılmaz Gücü”.

<https://shiftdelete.net/milyonlarca-transistorun-inanilmaz-gucu-64913>, (erişim tarihi: 24.05.2019).

Şener, O., “The Guardian Veri Ekibi’nden Veri Gazeteciliği Tavsiyeleri”.

<https://www.newslabturkey.org/the-guardian-veri-ekibinden-veri-gazeteciligi-tavsiyeleri/>, (erişim tarihi: 12.03.2019).

Taş, O. ve Taş, T., “Post-Hakikat Çağında Sosyal Medyada Yalan Haber ve Suriyeli Mülteciler Sorunu”. <http://iletisimdergisi.gsu.edu.tr/download/article-file/605971>,

(erişim tarihi: 22.05.2019).

Teyit.org., <https://teyit.org/>.

Toprak Hattı., “Transistor Nasıl Bulundu ve İlk Transistor Nasıl Görünüyor?”.

<http://www.toprakhatti.com/transistor-nasil-bulundu-ve-ilk-transistor-nasil-gorunuyordu/>, (erişim tarihi: 24.05.2019).

Türk Dil Kurumu., <http://www.tdk.gov.tr>, (erişim tarihi: 22.04.2019).

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, “Türkiye Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi”.

<https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/turkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html>, (erişim tarihi: 17.11.2018).

Uluslararası Kontrol Ağı, “Poynter About”.

<https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more>, (erişim tarihi: 21.03.2019).

Veri Gazeteciliği., <http://www.verigazeteciligi.com/hakkinda/>, (erişim tarihi: 08.02.2019).

Wikipedia, “WhatsApp”.

<http://www.wikizero.net/index.php?q=aHR0cHM6Ly90ci53aWtpcGVkaWEub3JnL3dpa2kvV2hhdHNBcHA>, (erişim tarihi: 03.03.2019).

Weghe, T. V., “Gazetelerin Yapay Zekayla İlgili Bilmeleri Gereken 10 Şey”. haber-merkezlerinin-yapay-zekayla-ilgili-farkinda-olmalari-gereken-10-sey/, (erişim tarihi: 13.02.2019).

Wikizero., “WikiLeaks”.

<http://www.wikizero.biz/index.php?q=aHR0cHM6Ly90ci53aWtpcGVkaWEub3JnL3dpa2kvV2lraUxlyWtz>, (erişim tarihi: 13.05.2019).

Yanık, A., “Yeni Medya Nedir, Ne Değildir?”.

https://www.researchgate.net/publication/308721951_YENI_MEDYA_NEDIR_NE_DEGILDIR_WHAT_IS_NEW_MEDIA_OR_NOT, (erişim tarihi: 23.05.2019).

Yeni İş Fikirleri., “5G Teknolojisi Nedir? Özellikleri Nelerdir?”.

<http://www.yeniisfikirleri.net/5g-teknolojisi-nedir-ozellikleri-nelerdir/>, (erişim tarihi: 24.04.2019).

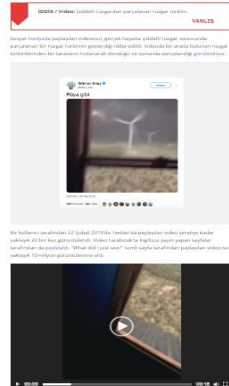
Yılmaz, M. B., “Gazetecilikte Üçüncü Göz: Dronelar”.

<https://www.newslabturkey.org/drone-gazeteciligi/>, (erişim tarihi: 13.02.2019).

EK 1- 1 MART 2019 “PARÇALANAN RÜZGAR TÜRBİNİNİ GÖSTEREN VİDEO GÖRSEL EFEKTLERLE HAZIRLANMIŞ” BAŞLIKLILIK HABER

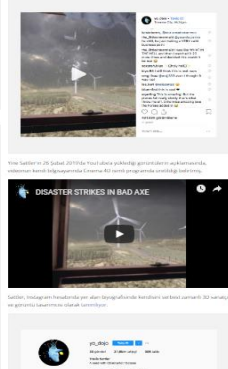
Parçalanmış rüzgar türbinini gösteren video görsel efektlerle hazırlanmış

ALT OKUMA ARABASI 10.03.2019 10.34.02



Video Trakle turlerinden izlenim yitirilmiş

Alt Okuma Aracısı 10.03.2019 10.34.02



Sanatçıların birer parçaya dönüştürdükleri rüzgar türbininin parçaları, 2019'da kurulan rüzgar türbinleri bir videoya dönüştürüldü. 2019'da kurulan rüzgar türbinleri bir videoya dönüştürüldü.



EK 2- 5 MART 2019 “MISIR’DA İDAM EDİLMEYEN ÖNCE EŞİ VE ÇOCUĞUNU GÖRMEK İSTEYEN KİŞİYE AİT VIDEO İDDİASI” BAŞLIKLILIK HABER

Mısır'da idam edilmeden önce eşi ve çocuğunu görmek isteyen kişiye ait video iddiası

ALT OKUMA ARABASI 10.03.2019 10.34.02



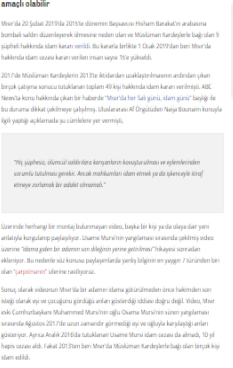
Video Usame Mursi'nin yargılanması sırasında çekilmiş

Alt Okuma Aracısı 10.03.2019 10.34.02



Videonun paylaşılma sebebi Mısır'daki idamlara dikkat çekmek amaçlı olabilir

Alt Okuma Aracısı 10.03.2019 10.34.02



EK 3- 5 MART 2019 “FOTOĞRAFIN ARKASINDA ‘CHP’NİN VATANSEVERLİĞİNE ALDANMA’ YAZAN KAMYONU GÖSTERDİĞİ İDDİASI” BAŞLIKLILIK HABER

Fotoğrafın arkasında 'CHP'nin vatanseverliğine aldanma' yazan kamyonu gösterdiği iddiası

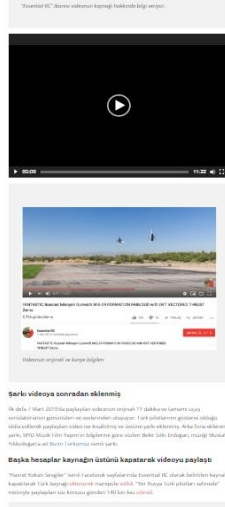
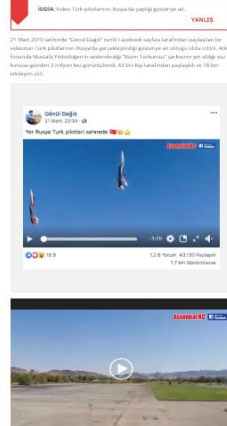
ALT OKUMA ARABASI 10.03.2019 10.34.02



EK 28- 28 MART 2019 “VİDEONUN RUSYA’DAKİ TÜRK PİLOTLARIN ŞOVUNU GÖSTERDİĞİ İDDİASI” BAŞLIKLILIKLI HABER

Videonun Rusya'daki Türk pilotların şovunu gösterdiği iddiası

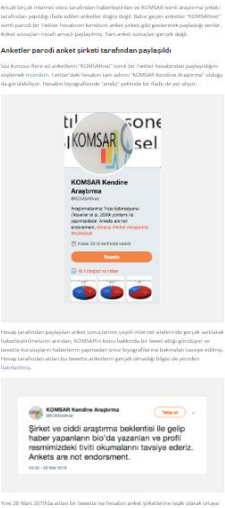
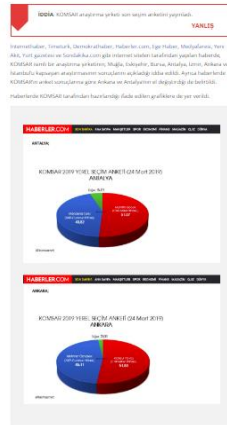
KANAL DİN TANCA W 26/03/2019 W 15:07



EK 29- 28 MART 2019 “KOMSA ARAŞTIRMA ŞİRKETİ GERÇEKTE YOK ANKETLER İSE PARODİ AMAÇLI” BAŞLIKLILIKLI HABER

KOMSA araştırma şirketi gerçekte yok anketler ise parodi amaçlı

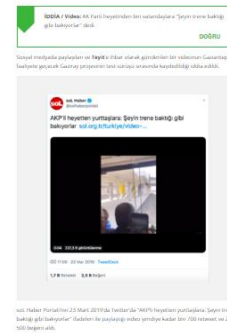
ALİ OSMAN ARARBAZ W 28/03/2019 W 17:04



EK 30- 26 MART 2019 “AK PARTİ HEYETİNDEN BİRİNİN VATANDAŞLARA ‘ŞEYİN TRENE BAKTIĞI GİBİ BAKIYORLAR’ DEDİĞİ İDDİASI” BAŞLIKLILIKLI HABER

AK Parti heyetinden birinin vatandaşlara ‘Şeyin trene baktığı gibi bakıyorlar’ dediği iddiası

ALİCAN AKARERLER W 26/03/2019 W 16:19



EK 31- 26 MART 2019 “SEÇİM BROŞÜRÜNDE ‘SİZ MAHALLEYİ BANA VERİN BENDE SİZE VEREYİM’ YAZDIĞI İDDİASI” BAŞLIKLI HABER

Seçim broşüründe 'siz mahalleyi bana verin bende size vereyim' yazdığı iddiası

01705MAW-674607-W 25/05/2016 W 19:20

İDİCA: Seçim kampanyasında "söz mahalleleri" buna var in İsmide söz veriyormuşuz.

[illegible][illegible]

Broşürdeki ifade montajlanmıştır

Dizaynı Muratpaşa Mahallesi muhtar adayı Mehmet Yiğit ve ailesi ile birlikte ziyafetle paylaştı.
Birazdan orijinaline ulaşmak mümkün. Birazdan siz kartınızı fidanların yanına
Birazdan siz de fidanları dağın eteklerine dikin. Fidanların büyümesini bekleyin.



They're Ming Yi's plants.

Beyit, Enayem Mutalappe Mahallin mahaller adayı Miss Yigite duraladı. Yigit, adı komadan
Beyirdeki Gökmen muntazı oluyorsa ve kızı fakinde sınırları var, doğrusunda
İzmirdeki bir yerde etti.

ERGURUM MİNE YİĞİT MURATPAŞA YEREL SEÇİMLER 2019

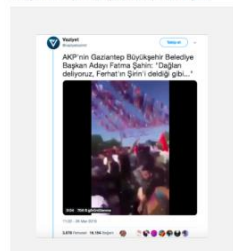
**EK 32- 27 MART 2019 “FATMA ŞAHİN’İN ‘FERHAT’IN ŞİRİN’İ DELDİĞİ’
DEDİĞİ İDDİASI” BAŞLIKLİ HABER**

Fatma Şahin'in 'Ferhat'ın Şirin'i deldiği' dediği iddiası

ALI OSMAN ARABICI W 27/03/2019 W 10:33

İÇİSİ / Video: Fatma Şahin, "En büyük sorun dediği" dedi.

Yazıyı tamiri hesap tarafından 26 Mart 2017'de Twitter'da paylaşarak istenilen yardımlara kadar /24 ben giriyordum. Sonunda sadece 17 tane kişi ben yardım etmişim.

[illegible][illegible]

Bu süreçten ardından Şahin detayları ederak, "Mezmun'un taşıdığı 'şey' şeklinde bir benzerimle daha buluyoruz. Bu benzerimde de 'şeyli' kelimesi not olarak dışlanabilir. Son olarak Şahin şarkısını, "Beyazı Laylayı Erdoğlan dagaş şahin-sevper" şeklinde not ediyor. Bu Şahin'in ve arkadaşlarının 'sevper' kelimesini tanımlar olarak eklemesi mümkün.

**EK 33- 28 MART 2019 “SİRBİSTAN’IN DUKAT KÖYÜNDEKİ OKULUN TEK BİR
ÖĞRENCİ İÇİN YENİDEN AÇILDIĞI İDDİASI” BAŞLIKLI HABER**

Sırbistan'ın Dukat köyündeki okulun tek bir öğrenci için yeniden açıldığı iddiası

KANSU EXIN TANCA W 28/03/2019 W 10:40

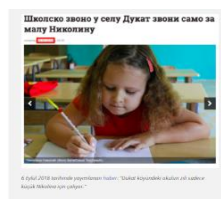
İDDİA: 1. stajyeri Serbesti'nin Dukat kıyafetleri ile öğrencisi olan okula gönderiyor.

21 Mart 2019 tarihinde "Gözetmenlik" merkezi tarafından sayıları her altı ayda yapılan ve **teyis.org.tr** adresine atılarak gönderilen her hafta yayınları Serbestin'deki tek gözetmenlik olan ünlü gözetmenliği okulla **okullar**. Sizi korumak için her ay **teyis.org.tr** adresine atılarak gönderilen her hafta yayınları Serbestin'deki tek gözetmenlik olan ünlü gözetmenliği okulla **okullar**. Sizi korumak için her ay **teyis.org.tr** adresine atılarak gönderilen her hafta yayınları Serbestin'deki tek gözetmenlik olan ünlü gözetmenliği okulla **okullar**.



Fotoğrafın Serbestlerin Dükakı'ndaki okulu gösterdiği iddianın doğru, Gazi'nin Han

Puğat'taki okul vadi vil aradan sonra yeniden açıldı

[illegible]

Öğretmeni her gün başka bir beldeden Nikolina için geliyor



Amorpha (*Therm. latro*) *mass. latro*

Haşer siteleri de bu habere var varmıştı

Haber siteleri ile bu haberlere yer vermiştik



Serbestan'da yalnızca bir öğrencisi olan tek okul Dukat'taki köy okulu değil



EK 49- 1 MART 2019 “SÖZLÜK: YANLIŞ BİLGİNİN EN YAYGIN 7 TÜRÜ” BAŞLIKLIL HABER

Sözlük: Yanlış bilginin en yaygın 7 türü

15/03/2019 K 15:43



Bu haberde anlatılanlar, bir haber ya da başka bir haberin yanlış olduğunu gösteren bir haberdir. Yanlış bilginin en yaygın 7 türü şunlardır: 1. Yanlış Bilgi (False Information), 2. Yanlış Bilgi (False Information), 3. Yanlış Bilgi (False Information), 4. Yanlış Bilgi (False Information), 5. Yanlış Bilgi (False Information), 6. Yanlış Bilgi (False Information), 7. Yanlış Bilgi (False Information).

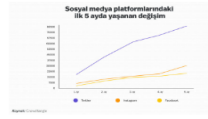


EK 50- 8 MART 2019 “BİR DENEYİM ALANI OLARAK INSTAGRAM: NASIL BAŞLADIK NEYİ HEDEFLİYORUZ?” BAŞLIKLIL HABER

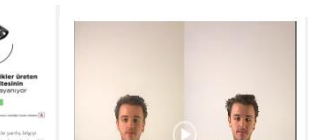
Bir deneyim alanı olarak Instagram: Nasıl başladık neyi hedefliyoruz?

08/03/2019 K 10:03

Bu haberde anlatılanlar, bir haber ya da başka bir haberin yanlış olduğunu gösteren bir haberdir. Yanlış bilginin en yaygın 7 türü şunlardır: 1. Yanlış Bilgi (False Information), 2. Yanlış Bilgi (False Information), 3. Yanlış Bilgi (False Information), 4. Yanlış Bilgi (False Information), 5. Yanlış Bilgi (False Information), 6. Yanlış Bilgi (False Information), 7. Yanlış Bilgi (False Information).



Bu haberde anlatılanlar, bir haber ya da başka bir haberin yanlış olduğunu gösteren bir haberdir. Yanlış bilginin en yaygın 7 türü şunlardır: 1. Yanlış Bilgi (False Information), 2. Yanlış Bilgi (False Information), 3. Yanlış Bilgi (False Information), 4. Yanlış Bilgi (False Information), 5. Yanlış Bilgi (False Information), 6. Yanlış Bilgi (False Information), 7. Yanlış Bilgi (False Information).



EK 51- 29 MART 2019 “ANKARA’NIN YENİLİKÇİ KURUMLARI YANLIŞ BİLGİYE KARŞI YENİ FİKİRLER ÜRETİYOR” BAŞLIKLIL HABER

Ankara'nın yenilikçi kurumları yanlış bilgiye karşı yeni fikirler üretiyor

29/03/2019 K 15:55

Bu haberde anlatılanlar, bir haber ya da başka bir haberin yanlış olduğunu gösteren bir haberdir. Yanlış bilginin en yaygın 7 türü şunlardır: 1. Yanlış Bilgi (False Information), 2. Yanlış Bilgi (False Information), 3. Yanlış Bilgi (False Information), 4. Yanlış Bilgi (False Information), 5. Yanlış Bilgi (False Information), 6. Yanlış Bilgi (False Information), 7. Yanlış Bilgi (False Information).

Bu haberde anlatılanlar, bir haber ya da başka bir haberin yanlış olduğunu gösteren bir haberdir. Yanlış bilginin en yaygın 7 türü şunlardır: 1. Yanlış Bilgi (False Information), 2. Yanlış Bilgi (False Information), 3. Yanlış Bilgi (False Information), 4. Yanlış Bilgi (False Information), 5. Yanlış Bilgi (False Information), 6. Yanlış Bilgi (False Information), 7. Yanlış Bilgi (False Information).



EK 58- 20 MART 2019 “WHATSAPP SAHTE HABERLERE KARŞI ‘GÖRSEL ARAMA’ ÖZELLİĞİNİ DENİYOR” BAŞLIKLI HABER

WhatsApp sahte haberlere karşı ‘görsel arama’ özelliğini deniyor

20/03/2019 18:41

WhatsApp, sahte haberler ile mücadele için yeni özellikler ekledi. Bu özellikler, kullanıcıların sahte haberleri daha kolay bulmalarına yardımcı olacak. WhatsApp, sahte haberleri daha kolay bulmalarına yardımcı olacak. WhatsApp, sahte haberleri daha kolay bulmalarına yardımcı olacak.



WhatsApp, sahte haberler ile mücadele için yeni özellikler ekledi. Bu özellikler, kullanıcıların sahte haberleri daha kolay bulmalarına yardımcı olacak. WhatsApp, sahte haberleri daha kolay bulmalarına yardımcı olacak.

EK 59- 27 MART 2019 “İNSANLAR NEDEN SAHTE HABERLER PAYLAŞIYOR?” BAŞLIKLI HABER

İnsanlar neden sahte haberler paylaşıyor?

27/03/2019 18:12

İnsanlar neden sahte haberler paylaşıyor? Bu soruya cevap vermek için birçok faktör var. İnsanlar, sahte haberleri paylaştıkları için birçok farklı sebeple hareket ediyorlar. İnsanlar, sahte haberleri paylaştıkları için birçok farklı sebeple hareket ediyorlar.



İnsanlar neden sahte haberler paylaşıyor? Bu soruya cevap vermek için birçok faktör var. İnsanlar, sahte haberleri paylaştıkları için birçok farklı sebeple hareket ediyorlar. İnsanlar, sahte haberleri paylaştıkları için birçok farklı sebeple hareket ediyorlar.

İnsanlar neden sahte haberler paylaşıyor? Bu soruya cevap vermek için birçok faktör var. İnsanlar, sahte haberleri paylaştıkları için birçok farklı sebeple hareket ediyorlar. İnsanlar, sahte haberleri paylaştıkları için birçok farklı sebeple hareket ediyorlar.

EK 60- 30 MART 2019 “DİJİTAL HABER MEDYASINDA ETİK TARTIŞMALAR: YURTTAŞ MEDYASI VE ALTERNATİF GERÇEKLİKLER” BAŞLIKLI HABER

Dijital haber medyasında etik tartışmalar: Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler

30/03/2019 18:12

Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler. Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler.

Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler. Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler.

Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler. Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler.

Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler. Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler.

Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler. Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler.

Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler. Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler.

Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler. Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler.

Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler. Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler.

Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler. Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler.

Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler. Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler.

Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler. Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler.

Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler. Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler.

Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler. Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler.

Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler. Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler.

Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler. Dijital haber medyasında etik tartışmalar. Yurttaş medyası ve alternatif gerçeklikler.

EK 61- 28 MART 2019 “İSTANBUL VE ANKARA İÇİN SORUYORUZ: BELEDİYE SEÇİMLERİNDE KİM, NE VAAT EDİYOR?” BAŞLIKLİ TEST

Hangi şehir için hangi vaatler ortaya atıldı, hangisi kim tarafından söylendi biliyor musunuz?

Yeni



İstanbul ve Ankara İçin Soruyoruz: Belediye Seçimlerinde Kim, Ne Vaat Ediyor?

Hangi şehir için hangi vaatler ortaya atıldı, hangisi kim tarafından söylendi biliyor musunuz?

[Başla](#)

POLİTİO 6.000 kişi katıldı

Hangi şehir için hangi vaatler ortaya atıldı, hangisi kim tarafından söylendi biliyor musunuz?

Yeni



Hangi partinin hem Ankara hem de İstanbul belediye başkanı adayları, seçilirse o şehrin halkına musluktan içilebilir su sağlayacağını vaat etti?

[AK Parti](#)

[CHP](#)

Tebrikler!



4/6 doğru cevap

Süre: 1 dk 57 sn 799 ms

Belediye seçimlerine çok az bir zaman kalmışken, adayların vaatlerine bir kez daha göz atmak isteyeniz dogrulukpayi.com adresini ziyaret edebilirsiniz.

Paylaş: [f](#) [t](#)

EK 62- 8 MART 2019 “DÜNYA KADINLAR GÜNÜ” BAŞLIKLI HABER

[illegible]

EK 63- 5 MART 2019 “ANKARA’NIN SULARI” BAŞLIKLI HABER

[illegible]

EK 64- 8 MART 2019 “ÇANKAYA VE NİLÜFER EN GERİ KALMIŞ İLÇELER Mİ?”
BAŞLIKLİ HABER

[illegible]

İlçe (Ankara)	m ² Başına Ortalama Konut Fiyatları (TL)
Çankaya	2.571
Gölbaşı	2.426
Yenimahalle	2.128
Etimesgut	2.107
Pursaklar	1.732
Keçiören	1.551
Altındağ	1.428
Kahramankazan	1.418
Mamak	1.382
Sincan	1.372
Beypazarı	1.370
Polatlı	1.269
Kızılcahamam	1.259
Cubuk	1.204
Elmadagı	1.141
Akyurt	1.025

İlçe (Bursa)	m ² Başına Ortalama Konut Fiyatları (TL)
Niğlier	2.383
Mudanya	2.369
Yıldırım	2.024
Osmangazi	1.975
İnegöl	1.707
Gemlik	1.596

Konuşarak, hem İN'Y'nin yayınlamış olduğu İrani Gelirler için Raportaj'ınla beraber hem de Zinnet İrfan'dan paylaşılan İrfan m2 bagnes orlaması konulu yayınları, bir düzlemde Diyar Bakım Mevlat Çavuşoğlu'nun dola ettiğini gördüm. Bu gözetiyor. Baktı, geçen İrfan yayınlamış bir kurtuluş İrfan: dedi ki, günümüzde Ankara'da diğer İrfan'dan bir dala almak için Çankaya'da 3 dala salmış da çekiyor.

**EK 65- 21 MART 2019 “İNŞAAT SEKTÖRÜ VERİLERİ ALARM DURUMDA”
BAŞLIKLI HABER**

[illegible]

EK 66- 22 MART 2019 “ANKARA’DA MİLLİ MAÇ OYNANMIYOR MU?”
BAŞLIKLI HABER

[illegible]

EK 73- 18 MART 2019 “İSTANBUL ATÖLYESİ” BAŞLIKLI HABER

İstanbul Atölyesi

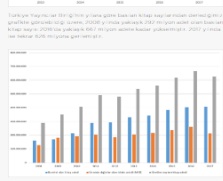
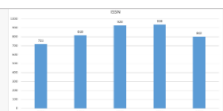
Bu yarışmalarımızda ilk, 06 Nisan 2019 Cumartesi günü, 13.00-17.00 saatleri arasında İstanbul'da gerçekleştirildi. Takım Meydanında bulunan The Marmara Hotel'in toplantı salonunda gerçekleştirildi. Yarışmamız, 20 kişi

Çalışma tamamen ücretsizdir ancak katılıma gelirken b1g sayar gelmek.

Atölye bayramlarımız kapanmıştır.

EK 74- 20 MART 2019 “KİTAP VE KÜTÜPHANE BÜLTENİ” BAŞLIKLI HABER

Kitap ve Kütüphane Bülteni

[illegible]

Tarih	Kişi başına düşen kitap adedi
2008	4
2009	4,8
2010	5,5
2011	6.6



EK 75- 25 MART 2019 “DOĞRULUK PAYI ANKARA’DA!” BAŞLIKLI HABER

Doğruluk Payı Ankara'da!

Doğruluk Payı ekibi olarak 4 yıl aşkın doğruluk kontrolü (fact-checking) deneyimimizi siz takipçilerimiz ile paylaşmaya devam ediyoruz!

Son yıllarda tüm dünyada giderek popülerleşen idd'a kontrolü yöntemi; daha genç kitlelere tanıtılmak, metodolojisi ise sizlere aktarılmak. Doğruluk Payı'nın görsel olarak; gençleşmek amacıyla y farklı altyazı serisi yapıyoruz. Bu altyazılarda hem Doğruluk Payı ekibini tanıyacak, neki içteki hazzadığını göreceksiniz ve deneyimleyecek, doğruluk kontrolü (fact-checking) metodu ile tanışacak, hem de ekibe katılmak için bir şans yakalayacaksınız.

Bu çalışmanın müddet bir tane, 13 Nisan 2019 Cumartesi günü, 15:00-17:00 saatleri arasında Ankara'da gerçekleştirilecek Esat'la bulunan İtalya Hotel ☞ Toplantı salonunda gerçekleştirilecek olan çalışmamız, 20 kişi ile sınırlıdır.

Çalışma tamamen ücretsizdir ancak aldiyeye gelirken bilgisayar getirmek zorunludur.

Atölye başvuru alanımız kapanmıştır.

Öncelikle aldığınız çalışmalarınızdan birinin gerçekleştiği izimden fotoğrafları iletiriz. İhtiyacınız olanları aldığınızda, aldığınızla ilgili her türlü sorunuz için batuhan@cocnukbeyi.com'a mail atabilirsiniz.

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Selin MADEN
Doğum Yeri - Tarihi	Avcılar-21.04.1994
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Yıldırım Beyazıt Anadolu Lisesi, Edirne, 2012
Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Antalya, 2016
Yabancı Dil / Diller	İngilizce
BİLİMSEL FAALİYETLER	
6. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu, 2019, “Haberciliğin Bugünü ve Geleceği: Mobil Habercilik, Gazetecilikte Neleri Değiştiriyor?”, *Arş. Gör. Selin MADEN, **Doç. Dr. Murad KARADUMAN	
İŞ DENEYİMİ	
Stajlar	
Çalıştığı Kurum	Üsküdar Üniversitesi, Yeni Medya ve Gazetecilik Bölümü, Araştırma Görevlisi
E-Posta	madenselin@hotmail.com