



unesco



GAZETECİLİK, ~~'SAHTE HABER'~~ VE DEZENFORMASYON

Gazetecilik Eğitimi ve Alıştırmaları için El Kitabı

UNESCO Gazetecilik Eğitimi Serisi

Yayınlayan: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO),
7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, Fransa (2022).

© UNESCO 2022

ISBN: 978-92-3-000152-0



Bu yayın Atıf-AynıLisanslaPaylaş 3.0 IGO (CC BY-SA 3.0 IGO) lisansı altında Açık Erişim olarak yayınlanmıştır (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/deed.tr>). Bu yayının içeriğini kullananlar, UNESCO'nun Open Access Repository kullanım koşullarını kabul etmiş sayılırlar (<http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en>).

Bu yayının tümünde geçen isim ve sunulan materyal hiçbir şekilde UNESCO'nun ülke, bölge, şehir veya yönetimlerin yasal durumu, konumu ve sınırlarıyla ilgili görüşünü içermemektedir. Bu yayında geçen fikir ve görüşler yazarların kendisine aittir ve yazarların sorumluluğundadır; UNESCO'nun görüşlerini yansıtmamaktadır.

Orijinal başlık: Journalism, “Fake news” & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training. İlk olarak Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO), 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, Fransa, tarafından 2018'de basılmıştır.

Editörler: Cherilyn Ireton ve Julie Posetti

Katkı veren yazarlar: Julie Posetti, Cherilyn Ireton, Claire Wardle, Hossein Derakhshan, Alice Matthews, Magda Abu-Fadil, Tom Trewinnard, Fergus Bell, Alexios Mantzaris

Ek araştırma: Tom Law

Türkçe editor & yayına hazırlayan: Kansu Ekin Tanca, Teyit

Türkçe çeviri: Dr. Elif Kahraman & Verda Uyar

Grafik tasarım: Mr. Clinton

Kapak tasarımı: Mr. Clinton

İllüstrasyonlar: UNESCO, First Draft ve Poynter

Dizgi: UNESCO

Matbu: UNESCO

Fransa'da basılmıştır.

Cherilyn Ireton
ve Julie Posetti

Gazetecilik, ‘Sahte Haber’ ve Dezenformasyon

Gazetecilik Eğitimi ve Alıştırmaları için El Kitabı

İÇİNDEKİLER

Önsöz, Guy Berger 6

Giriş, Cherilyn Ireton ve Julie Posetti 13

Bu el kitabını müfredat olarak kullanmak, Julie Posetti 25

1. BÖLÜM: Gerçek, güven ve gazetecilik: Neden önemli? 31

Cherilyn Ireton

Özet	32
Genel çerçeve	34
Bölüm hedefleri	40
Öğrenme çıktıları	40
Bölüm formatı	40
Ödev önerileri	41
Okumalar	42

2. BÖLÜM: “Bilgi düzensizliği” üzerine düşünmek: Mezenformasyon, dezenformasyon ve malenformasyon 43

Claire Wardle ve Hossein Derakhshan

Özet	44
Genel çerçeve	44
Bölüm hedefleri	51
Öğrenme çıktıları	52
Bölüm formatı	52
Ödev önerileri	54
Kaynaklar	54
Okumalar	54

3. BÖLÜM: Haber endüstrisinin dönüşümü: Dijital teknoloji, sosyal platformlar ve yanlış bilgi ve dezenformasyonun yayılımı 57

Julie Posetti

Özet	58
Genel çerçeve	60
Bölüm hedefleri	68
Öğrenme çıktıları	68
Bölüm formatı	69
Ödev önerileri	70
Okumalar	71

4. BÖLÜM: Dezenformasyon ve yanlış bilgiyle mücadelede medya ve bilgi okuryazarlığı

73

Magda Abu-Fadil

Özet	74
Genel çerçeve	75
Bölüm hedefleri	79
Öğrenme çıktıları	80
Bölüm formatı	80
Ödev önerisi	83
Materyaller	83
Okumalar	83

5. BÖLÜM: Doğrulama 101

85

Alexios Mantzarlis

Özet	86
Genel çerçeve	86
Bölüm hedefleri	92
Öğrenme çıktıları	93
Bölüm formatı	93
Ödev önerisi	97
Okumalar	98

6. BÖLÜM: Sosyal medyada teyitçilik: Kaynakları ve görsel içerikleri incelemek

101

Tom Trewinnard ve Fergus Bell

Özet	102
Bölüm hedefleri	108
Öğrenme çıktıları	108
Bölüm formatı	109
Ödev önerisi	110
Materyaller	110
Okumalar	111

7. BÖLÜM: Çevrimiçi tacizle mücadele: Gazeteciler ve kaynakları hedef gösterildiğinde

115

Julie Posetti

Özet	116
Genel çerçeve	117
Bölüm hedefleri	123
Öğrenme çıktıları	123
Bölüm formatı	124
Ödev önerisi	126
Okumalar	126

Katkı sağlayanlar	128
Fotoğraf kaynakları	128

ÇEVİRİMİÇİ: El kitabına çevrimiçi erişim

Dipnotlara ve bağlantılara erişmek için: <http://en.unesco.org/fightfakenews>

UNESCO, gazetecilik eğitimini güçlendirmek için çalışıyor ve bu yayın da bu doğrultuda hazırlanmış önde gelen kaynaklardan en günceli.

Bu yayın, UNESCO'nun İletişimin Geliştirilmesi için Uluslararası Programı'nın (IPDC) odağında yer alan “Gazetecilik Eğitiminde Mükemmeliyet için Küresel Girişim”inin bir parçası. Bu girişim gazetecilik eğitimi, uygulaması ve araştırmalarını küresel bir bakış açısıyla ele almayı amaçlıyor ve uluslararası iyi gazetecilik pratiklerini aktarıyor.

Dolayısıyla bu el kitabı, küresel ölçekte toplumları ve özellikle de gazeteciliği etkileyen dezenformasyon sorununa çözüm sunan, uyarlamaya açık, uluslararası geçerliliği olan örnek bir müfredat oluşturmayı hedefliyor.

Bu el kitabı, “sahte haber” kavramının açık ve ortak bir anlama sahip olduğu yanılgısına düşmüyor.¹ Bunun sebebi ‘haber’in, kamu yararına olan doğrulanabilir bilgi anlamına gelmesi ve bu standartları yerine getirmeyen bilginin “haber” olarak nitelendirilmeye değer görülmemesi. Bu bağlamda “sahte haber” kavramı bir oksimoron örneği; çünkü doğrulanabilirlik ve kamu yararı eşiğini geçen bir bilginin de (örneğin gerçek haberler) güvenilirliğinin sarsılmasına yol açıyor.

Dilin şiddetle manipülasyona uğratıldığı ve yeni üslupların yer aldığı vakaları daha iyi anlayabilmek için bu yayın, bu tür dolandırıcılıkları oldukları şekilde görüyor - yani görsel capsler gibi eğlence amaçlı formatlar da dahil gitgide çeşitlenen dezenformasyon türleri içinde sahte bilginin kendine has bir kategorisi olarak.

Bu yayında dezenformasyon kavramı, doğru olmayan bilgileri kullanarak insanların kafasını karıştırmaya ve onları manipüle etmeye yönelik kasti (özellikle de örgütlü) girişimleri tanımlamak için kullanılıyor. Bu kavram genellikle benzer ve kesişen diğer iletişim stratejileriyle ve bilgisayar korsanlığı (hackleme) ve şantaj gibi taktiklerle birlikte geliyor. Mezenformasyon, yani yanlış bilgi, ise manipülasyon veya kötücül bir niyet olmadan yapılan ve yayılan yanıltıcı bilgiler olarak tanımlanıyor. Her ikisi de toplum için sorun teşkil ediyor, ancak dezenformasyon genellikle örgütlü olduğu, iyi kaynak sağlandığı ve otomatik teknolojilerle desteklendiği için özellikle daha tehlikeli.

Dezenformasyonu üretenlerin en büyük dayanağı, içeriği yayacağını ve dağıtacağını düşündükleri alıcıların savunmasız ve partizan olma potansiyelleri. Böylelikle, çeşitli nedenlerden dolayı bir bilgiyi paylaşma eğilimimizden istifade ederek bizleri kendi yaymak istedikleri mesajları iletenler haline getirmeyi hedefliyorlar. Bu anlamda ‘sahte haber’in önemli tehlikelerinden biri de genellikle bunun bedava gerçekleşiyor olması.

¹ Bkz. Tandoc E; Wei Lim, Z and Ling, R. (2018). “Defining ‘Fake News’: A typology of scholarly definitions” in *Digital Journalism* (Taylor and Francis) Volume 6, 2018 - Issue 2: ‘Trust, Credibility, Fake News’.

Bu da, kaliteli gazetecilik tüketicisi olmaya maddi gücü yetmeyen ya da bağımsız kamu medya kuruluşlarına erişimi olmayanların dezenformasyona ve yanlış bilgiye karşı daha savunmasız oldukları anlamına geliyor.

Dezenformasyonun ve yanlış bilginin büyük oranda sosyal ağlar ve sosyal mesajlaşma platformları üzerinden yayılması bu hizmetleri sağlayan şirketlerin regülasyon ve şirket içi kendi regülasyonlarının sınırı hakkındaki soruları da beraberinde getiriyor. İçerik yaratımındansa daha çok aracı platform gibi işlev gören şirketler telif hakkı meselelerinin dışında genellikle çok küçük ölçekli bir regülasyona tabi tutuluyorlardı. Yine de, bu şirketler üzerindeki artan baskılar ve aşırı regülasyonun 'ifade özgürlüğü' ihlali riski taşıması nedeniyle, -derme çatma da olsa- bu şirketlerin kendi regülasyonlarını yapmalarına yönelik önemli gelişmeler yaşandı.² 2018 yılında Birleşmiş Milletler Fikir ve İfade Özgürlüğü Özel Raportörü yıllık raporunda özellikle bu konuya odaklanarak internet şirketlerini, haber yayın organlarının kendi regülasyonlarından ders çıkarmaları ve BM'nin bildirme, bilgi edinme ve bilgiye erişme standartlarına uymaları konusunda teşvik etti.³ Hem hükümetler hem de şirketler tarafından hızlı bir şekilde evrilen bu tedbirler çerçevesinde özellikle gazetecilere ve haber medyasına önemli bir görev düşüyor ve bu yayın da işte tam da bu noktada devreye giriyor.

Farklılıkları ayırt etmek

Dezenformasyon ve mezenformasyon, yani yanlış bilgi, profesyonel standart ve etikle uyumlu giden (kaliteli) gazetecilikten farklı. Aynı zamanda bu iki kavram, kendi amacından şaşan zayıf gazetecilikten de farklı. Örneğin sorunlu bir gazetecilik pratiği, başarısız araştırma ve dikkatsiz doğrulama süreçlerinin bir sonucu olarak gelişen devamlı (ve düzeltilmeyen) hatalar içerir. Ayrıca buna, daha fazla etki için sansasyonel bir dil kullanmak ve tarafsızlığa mâl olacak şekilde gerçekleri aşırı partizanlıkla ayıklamak da dahil.

Ancak bu ideal gazeteciliğin gömülü bütün anlatıları ve bakış açılarını aştığı, standardın altındaki gazeteciliğin ise ideolojiden beslendiği anlamına gelmiyor. Tam aksine, aslında tüm gazetecilik pratikleri belirli bir anlatıyı içeriyor ama standardın altında kalan gazetecilikte sorun, bir anlatının oluşu değil profesyonelliğin zayıf olması. Bu sebeple başarısız gazetecilik dezenformasyon ya da yanlış bilgiyle eşdeğer değil.

Bununla beraber, düşük kaliteli gazetecilik bazen dezenformasyonun ve yanlış bilginin ortaya çıkmasına ya da gerçek haber ortamının içine sızmasına neden oluyor. Ancak başarısız gazeteciliğin nedenleri ve çözümleri dezenformasyon ve yanlış bilginin neden

2 Manjoo, F. (2018). What Stays on Facebook and What Goes? The Social Network Cannot Answer. *New York Times*, 19 Temmuz, 2018. <https://www.nytimes.com/2018/07/19/technology/facebook-misinformation.html> [Erişim Tarihi: 20/07/2018]; <https://www.rt.com/usa/432604-youtube-invests-reputable-news/> [Erişim Tarihi: 15/07/2018]; <https://youtube.googleblog.com/> [15/07/2018 tarihinde erişildi]; <https://sputniknews.com/asia/201807111066253096-whatsapp-seeks-help-fake-news/> [Erişim Tarihi: 15/07/2018].

3 Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression. UN Human Rights Council 6 April 2018. A/HRC/38/35. <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G18/096/72/PDF/G1809672.pdf?OpenElement> [Erişim Tarihi: 20/07/2018].

ve çözümlerinden farklı. Aynı zamanda, bilgi ortamının kirliliğine ve yanlış bilgilerin daha geniş bir alana yayılmasına alternatif ve hatta panzehir olarak güçlü bir etik gazeteciliğine ihtiyaç duyulduğu da açık.

Gazeteciler gitgide artan dezenformasyon ve yanlış bilgi yığınınına artık sadece seyirci kalmıyorlar. Kendilerini bu sürecin içerisinde buluyorlar.⁴ Bu şu anlama geliyor:

- ▶ Gazetecilik ‘kakafoni’nin altında boğulma riskiyle karşı karşıya;
- ▶ Gazeteciler, gazetecileri yanıltmaya ya da yoldan çıkarmaya çalışarak halkla ilişkiler etiğinin ötesine geçen aktörler tarafından manipüle edilme riskiyle karşı karşıya;⁵
- ▶ ‘Rahatsız edici gerçekler’ de dahil olmak üzere gerçekler için çalışan iletişimciler olarak gazeteciler, özellikle çalışmaları dezenformasyon yayanları ya da üretenleri ifşa etmeye yönelik olduğu zaman, kendilerini korkutmak ve itibarsızlaştırmak için ortaya atılan yalanların, söylentilerin ve uydurma bilgilerin hedefi haline gelebiliyorlar.⁶

Ayrıca her ne kadar sosyal medya dezenformasyonun asıl yayıldığı yer olsa da gazeteciler, özgün haber medyasına kısıtlamalar getirmek için “sahte haber”leri araştıran güçlü aktörlerin de var olduğunu hatırlamalıdır. Yeni ve katı yasalar, sanki sahte haberlerin salt yaratıcısı onlarmış gibi haber kurumlarını günah keçisi haline getiriyor. Ya da haber kurumlarını tüm iletişim platformlarını ve faaliyetlerini gelişigüzel bir şekilde kısıtlayan yeni kapsamlı düzenlemelere tabi tutuyor. Bu tür düzenlemeler aynı zamanda ifade özgürlüğü sınırlamalarının açıkça gerekli, orantılı ve meşru bir amaç için uygulanıyor olmasını gerektiren uluslararası ilkelerle de yeterince uyumlu değil. Bunun etkisi, her zaman kasti olmasa bile, gerçek haber medyasını, bilgiyi tamamen politik nedenlerle bastırma gücüyle bir “hakikat bakanlığına” tabi kılmaktır.

Dezenformasyonun ve yanlış bilginin bugünkü bağlamında nihai tehlike gazeteciliğin gerekçesiz bir biçimde düzenlenmesi değil, toplumun bir noktadan sonra tüm içerikleri, hatta gazeteciliğin kendisini inkar etmesi. Böylesi bir senaryoda, insanların sadece sosyal ağları tarafından öne çıkarılan, kendi hislerine karşılık gelen ama kafalarındakini göz ardı eden içerikleri güvenilir sayma olasılığı yüksek oluyor. Bunun sağlık, bilim, kültürlerarası etkileşim ve özgün uzmanlık alanlarına dair kamudaki inanışlara halihazırdaki negatif etkilerini görüyoruz.

Kamu üzerindeki bu etki özellikle seçimler ve temel bir insan hakkı olarak demokrasi fikri için kaygı verici. Dezenformasyonun amacı özellikle seçim döneminde illa halkı söz

4 Endişeye rağmen araştırmaya göre, bir ülkedeki haber merkezlerinin dezenformasyonla mücadele edecek yetiştirilmiş insan kaynağı, sistemi, bütçesi yoktu. Penplusbytes. 2018. Media Perspectives on Fake News in Ghana. <http://penplusbytes.org/publications/4535/> [Erişim Tarihi: 12/06/2018].

5 Butler, P. 2018. *How journalists can avoid being manipulated by trolls seeking to spread disinformation*. <http://ijnet.org/en/blog/how-journalists-can-avoid-being-manipulated-trolls-seeking-spread-disinformation>. Ayrıca bkz: El kitabının üçüncü bölümü.

6 Bkz: 7. Bölüm

konusu içeriğin doğruluğuna inandırmak olmasa da genel gündemi değiştirmek (insanları neyin önemli olduğunu konusunda etkileyebilmek) ve insanların oy verme eğilimlerinde rasyonel düşünce unsurlarını zayıflatmak.⁷ Benzer biçimde, göç, iklim değişikliği ve benzeri konular dezenformasyon ve yanlış bilgidir kaynaklı belirsizlikten oldukça etkilenebiliyorlar.

Bütün bu tehlikeler gazeteciliği ve gazetecilik eğitimini artan “sahte haber” olgusuyla yüzleşmekle zorunlu kılıyor. Öte yandan, haberciliğin değerini göstermek için de bir fırsat veriyor. Profesyonel gazetecilik pratiğinde, doğrulanmış bilgi sunmanın ve kamu yararı gözetmenin önemine dikkat çekiyor.⁸

Gazeteciliğin yapması gerekenler

Yeni haber medyasının mesleki standartları ve etik değerleri daha yakından takip etmesinin, doğruluğu teyit edilmemiş bilgilerin yayınlanmamasının ve bazılarını ilgilendirebilecek ancak kamu yararına olmayan bilgilerden uzaklaşmanın zamanı geldi.

Dolayısıyla bu yayın, tüm haber kurumlarının ve gazetecilerin siyasi eğilimleri ne olursa olsun, farkında olmadan ve eleştirel süzgeçten geçirmeden dezenformasyon ve yanlış bilgi yaymaktan kaçınmaları gerektiğini vurguluyor.

Bugün pek çok haber medyasında iç tarafta bir haberin teyidini sağlayan pozisyonların ortadan kaldırılmasıyla doğrulama süreçleri gazeteciler tarafından yapılan hataları ortaya çıkaran – her ne kadar o hatalar çoktan yayılmış olsa da - aktörler tarafından yürütülüyor.

Yeni ortaya çıkan bu durum halkı doğrulanabilir bilgiye teşvik ettiği için haber medyası tarafından da kabul görebilir. Gazeteciler, bağımsız teyitçilerin çalışmalarını daha geniş kitlelere taşımaları. Ancak gazeteciler, dış aktörler belirli bir haber kuruluşunda sistemik bir başarısızlık olduğunu tespit ettiğinde bunun en azından o kurumun profesyonel bir bilgi kaynağı olup olmadığı konusunda sorular doğurabileceğinin farkında olmalı. Medya, yayın sonrası dıştan gelen düzeltmelerin içerideki kalite kontrol süreçlerinin yerini tutmadığına dikkat etmeli. Gazeteciler ilk etapta daha iyisini ve “doğrusunu” yapmalı, aksi takdirde toplumun güvenilir bir medyaya sahip olma ihtimali ortadan kaybolur.

Özetle, dış gözlemcilerin düzeltme yaptığı bir oyunda gazeteciler aslında kazanan taraf değil. Şüpheli iddiaların doğrulanması görevini gazeteciler (iddianın medyada yer alıp almadığı veya doğrudan gazetecinin süzgecinden geçmeden sosyal medyada yer alıp almamasından bağımsız olarak) teyit kuruluşlarına bırakmamalı. Gazetecilerin

7 Lipson, D (2018) *Indonesia's 'buzzers' paid to spread propaganda as political elite wage war ahead of election*, ABC News: <https://www.abc.net.au/news/2018-08-13/indonesian-buzzers-paid-to-spread-propaganda-ahead-of-election/9928870> [Erişim Tarihi: 17/8/18]

8 Ayrıca bkz.: Nordic Council of Ministers. 2018. *Fighting Fakes - the Nordic Way*. Copenhagen: Nordic Council of Ministers. <http://www.nordicom.gu.se/en/latest/news/fighting-fakes-nordic-way> [Erişim Tarihi 12/06/2018].

yetkinlikleri, “o bunu, şu bunu söyledi” gazeteciliğinin ötesine geçerek haberleştirilen iddiaların doğruluğunu araştırma becerilerini de kapsamalı.

Gazetecilik aynı zamanda proaktif olarak yeni dezenformasyon vakalarını ve türlerini tespit edip ortaya çıkarmalı. Bu misyon özellikle haber medyası için büyük önem taşımakla beraber ‘sahte haber’e yönelik denetim yaklaşımlarına da yeni bir alternatif sunuyor. Tehlikeli ve zararı dokunabilecek bir konuya anında yanıt vererek, medya ve bilgi okuryazarlığı gibi medya tüketicisini neyin haber, neyin dezenformasyon neyin yanlış bilgi olduğu konusunda bilinçlendiren orta-vadeli stratejilere katkı sağlar ve bunları güçlendirir. Dezenformasyon hala sıcak haber değeri taşıyor; dolayısıyla güçlü bir şekilde ele alınırsa gazeteciliğin topluma verdiği hizmeti daha da pekiştirecektir.

Tüm bunlarla birlikte bu el kitabı aslında bir eylem çağrısı. Ayrıca bu el kitabı gazetecileri, genel olarak insanların neyin güvenilir olduğuna nasıl karar verdikleri ve bazılarının neden doğrulanmamış bilgileri paylaştıkları konusunda toplumsal diyaloga girmeleri konusunda da yüreklendiriyor. Haber medyasında olduğu gibi, gazetecilik bölümleri ve öğrencileri ile medya eğitmenleri ve öğrencilerinin kitleleriyle güçlü bir sivil katılıma girmeleri için büyük bir fırsat sunuyor. Örnek olarak, eğer sosyal mesajlaşma veya e-posta aracılığıyla yayılmış bir dezenformasyonun ortaya çıkarılması ve raporlanması hedefleniyorsa, “kitle kaynağı”na ihtiyaç duyulabilir.

UNESCO’nun görevleri

UNESCO’nun İletişimin Geliştirilmesi için Uluslararası Programı (IPDC) tarafından finanse edilen bu yeni kaynak, dezenformasyon meselesinin farklı dinamiklerine özgün ve bütünsel bir bakış açısıyla yaklaşıyor ve sunulan bilgi ve anlatımı desteklemek için pratik beceri geliştirmeye odaklanıyor.⁹ UNESCO’nun, ifade özgürlüğü alanında karşılaşılan sorunlarda devlet müdahalesinin getirdiği risklere alternatif olarak, gazetecilerin en yüksek performansa ve öz-düzenlemeye teşvik edilmesinin de bir adımı.

Bu yayın UNESCO’nun daha önceki “Sürdürülebilir Kalkınma için Gazetecilik Eğitimi: Yeni İzlemler” (2015)¹⁰ ve “Gazetecilik Eğitimi için Örnek Müfredat: Yeni İzlemlerin İncelemesi” (2013) başlıklı iki çalışmasını temel alıyor. Tüm bu yayınlar aynı zamanda UNESCO’nun 2007 yılında daha sonra 9 dilde yayımlanan “Gazetecilik Eğitiminde Örnek İzleme” seminerinin de devamı niteliğinde.

9 İletişimin Geliştirilmesi için Uluslararası Programı’nın (IPDC) 2017’deki 61. toplantısında “Gazetecilik Eğitiminde Mükemmeliyet için Küresel Girişimi”ne gazeteciliğin yeni temel konularına yönelik bir müfredat geliştirmesi için destek olmaya karar vermişti. Bu karara yönelik süreç IPDC bürosunun 2018’de gerçekleşen 62. toplantıda raporlandı ve daha sonra ek destek tahsis edildi.

10 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-Materyaller/publications/full-list/teaching-journalism-for-sustainable-development/> [Erişim Tarihi 12/06/2018].

UNESCO'nun gazetecilik eğitimi üzerine yayınları ve diğer yayınlar:

- ▶ Gazetecilerin güvenliğine dair örnek ders (*Model course on the safety of journalists*) (2017)¹¹
- ▶ Terörizm ve Medya: Gazeteciler için el kitabı (*Terrorism and the Media: a handbook for journalists*) (2017)¹²
- ▶ Afrika'da iklim değişikliği: Gazeteciler için rehber (*Climate Change in Africa: A Guidebook for Journalists*) (2013)¹³
- ▶ Araştırmacı Gazetecilik Küresel Vakalar Kitabı (*Global Casebook of Investigative Journalism*) (2012)¹⁴
- ▶ Öykü-temelli araştırma: Araştırmacı Gazetecilik El Kılavuzu (*Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists*) (2009)¹⁵
- ▶ Çatışma-duyarlı habercilik: En son gelişmeler; gazeteciler ve gazetecilik eğitmenleri için bir ders (*Conflict-sensitive reporting: state of the art; a course for journalists and journalism educators*) (2009)¹⁶

Bu yayınların her biri, dünya çapında birçok ülkede gazetecilik eğitimcilerinin ve eğitmenlerinin yanı sıra öğrencilerin ve aktif olarak çalışan gazetecilerin pratiklerini çeşitli şekillerde geliştirmelerine yardım ettiğini gösterdi. Bazı yerlerde, çok yıllık programlarını yeni bilgiler ve fikirler ışığında adapte etme esnekliği gösterdiler; diğer yerlerde mevcut derslere UNESCO'nun kaynaklarından öğeler eklemeli. Bu yeni yayının kalitesi ve bütünlüğünün okurlar için de aynı değeri yaratması bekleniyor.

UNESCO hükümetlerarası bir kuruluş olduğu için bilgi yarışında taraf tutmaz. Bilindiği üzere, dezenformasyon ile ilgili çeşitli argüman ve karşı-argümanlar bulunuyor. Bu el kitabı bu bilgi ışığında okunmalı ve okurlara çeşitli örnek vakalarla ilgili daha fazla kanıt arama konusunda ilham olmalı.

Öte yandan, görelilikten kaçınan bu el kitabı konuyla ilgili değerlendirme ve eylem temeli oluşturan aşağıdaki yetkinlikleri esas alıyor:

¹¹ <https://en.unesco.org/news/unesco-releases-model-course-safety-journalists> [Erişim Tarihi 12/06/2018].

¹² <https://en.unesco.org/news/terrorism-and-media-handbook-journalists> [Erişim Tarihi 12/06/2018].

¹³ <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-Materyaller/publications/full-list/climate-change-in-africa-a-guidebook-for-journalists/> [Erişim Tarihi 12/06/2018].

¹⁴ <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-Materyaller/publications/full-list/the-global-investigative-journalism-casebook/> [Erişim Tarihi 12/06/2018].

¹⁵ <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001930/193078e.pdf> [Erişim Tarihi 12/06/2018].

¹⁶ <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-Materyaller/publications/full-list/conflict-sensitive-reporting-state-of-the-art-a-course-for-journalists-and-journalism-educators/> [Erişim Tarihi 12/06/2018].

1. Şeffaf aktörler tarafından üretilen ve doğrulanabilir olan haberlerin demokrasi, kalkınma, bilim, sağlık ve insani ilerleme için gerekli olduğunu bilmek,
2. Dezenformasyonun bir ara konu olmadığını ve bununla mücadele etmenin haber medyası için büyük önem taşıdığını anlamak,
3. Kapsayıcı ve doğrulara dayanan gazeteciliğin sahte içeriğin yerine güvenilir bir alternatif olarak rekabet etmesi gerekiyorsa, profesyonel gazetecilik becerilerini geliştirmeye bağlı olmak.

Bu yayında kapsanan ve özellikle gazeteciler ve haber medyasını ilgilendiren diğer güçlü ve hayati okuryazarlıklar şunlardır:

1. Dezenformasyon konusunda sistematik bir izleme, araştırma ve raporlama yapılmasını sağlamak için haber odası sistemleri kurma konusunda bilgi ve beceri sahibi olmak,
2. Bilgi kirliliğiyle mücadelede medya kurumları, gazetecilik bölümleri, STK'lar, teyitçiler, topluluklar, internet şirketleri ve düzenleyiciler arasındaki işbirliği kurmanın değerini bilmek,
3. Gazeteciliğin dezenformasyon ve gazetecilere karşı dezenformasyon kampanyaları yürüten kötü niyetli aktörlerden neden korunması gerektiğiyle ilgili kamuoyunu bilgilendirme ihtiyacını görmek.

Genel olarak bu yayın toplumların, dezenformasyon sorunlarına yönelik geliştirilen toplumsal yaklaşımlar hakkında daha fazla bilgi sahibi olmalarına yardımcı olmalı; bunlara hükümetler, uluslararası kuruluşlar, insan hakları savunucuları, internet şirketleri ve medya ve bilgi okuryazarlığını destekleyen kişiler tarafından geliştirilen yaklaşımlar da dahil. El kitabı özellikle gazetecilerin kendilerinin ve onları eğiten ve yetiştiren insanların neler yapabileceğine vurgu yapıyor.

Bu el kitabının yalın aktarımıyla, gazeteciliğin topluma ve ayrıca Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'nın "bilgiye ve temel özgürlüklere kamusal erişim" hedefine sunabildiği önemli katkıyı güçlendireceğini umuyoruz. UNESCO adına editörlere ve katkıda bulunanlara bu yayındaki emekleri için teşekkürler. Bu yayını siz okuyucularımıza sunuyor ve görüşlerinizi bekliyoruz.

GUY BERGER

*İfade Özgürlüğü ve Medya Gelişimi Direktörü, UNESCO
IPDC Sekreteri*

Örnek teşkil edecek bir müfredat oluşturmak için bu el kitabı, gazetecilik eğitmenlerinin yanı sıra gazetecilik öğrencilerine ‘sahte haber’le ilintili konularda yardımcı ve yol gösterici bir çerçeve oluşturacak şekilde tasarlandı. Aktif olarak çalışmakta olan gazeteciler için de faydalı bir rehber olmasını umuyoruz.

Kitap, yanlış bilgi ve dezenformasyonla mücadele etmek için gazetecilik yöntem ve pratiklerinin güncellenmesine katkı veren önde gelen uluslararası gazetecilik eğitimcileri, araştırmacılar ve düşünürlerin çalışmalarını bir araya getiriyor. Dersler bağlamsal ve kuramsal, çevrimiçi doğrulama açısından da oldukça uygulama odaklı. Bütüncül bir ders olarak ya da her bir bölüm kendi özelinde mevcut öğretim modüllerini yenilemeye veya yeni eklemeler yapmaya yardımcı olabilir. Bu sebeple giriş bölümünün devamında bu el kitabının bir müfredat olarak nasıl kullanılabileceğine dair de öneriler yer alıyor.

‘Sahte haber’ kavramının kitabın başlığında ve derslerde kullanımı konusunda tartışmalar vardı. ‘Sahte haber’ kavramı günümüzde haber görünümüne girmiş ve haber olduğu düşüncesiyle yayılmış sahte ve yanıltıcı bilgileri tanımlamaktan çok daha fazlasını ifade ediyor. Bu kavram, gazeteciliği zayıflatmak ve itibarsızlaştırmak için kullanılan coşkulu bir silah haline geldi. Bu nedenle Wardle ve Derakhshan’ın² önerdiği yanlış bilgi, dezenformasyon ve “bilgi bozukluğu” terimleri kullanılıyor ancak kesin sınırlara da konmuyor.^{3 4}

İfade Özgürlüğü, ‘Sahte Haber,’ Dezenformasyon ve Propaganda hakkında Ortak Bildirgesi

Bu el kitabı, özellikle gazeteciliğin ve gazetecilerin hedef alındığı bir “dezenformasyon savaşı”nın küresel ölçekte artan bir endişe yarattığı sırada hazırlandı. 2017 yılının başlarında bu proje UNESCO tarafından devreye girerken Birleşmiş Milletler Fikir ve İfade Özgürlüğü Özel Raportörü, AGİT Medya Özgürlüğü Temsilcisi, Amerikan Devletleri Örgütü’nün İfade Özgürlüğü Özel Raportörü ve İfade Özgürlüğü ve Bilgiye Erişim’den sorumlu İnsan Hakları Afrika Komisyonu Özel Raportörü tarafından konuyla ilgili ortak bir bildirge yayınlandı. Bildirge dezenformasyon ve propagandaların yayılımına ve

1 ABC Avustralya’dan Alice Mathhews ve Etik Gazetecilik Ağı’ndan Tom Law bu giriş bölümüne araştırma, fikir ve kaynak anlamında katkı sağlamışlardır.

2 2. Bölüm

3 ‘Sahte haber’ kavramını eleştiren argüman Basson,A (2016) da dahil birçok yazar ve gazeteci tarafından dile getirildi. *If it’s fake, it’s not news*. <https://www.news24.com/Columnists/AdriaanBasson/lets-stop-talking-about-fake-news-20170706> [Erişim Tarihi 12/06/2018].

4 Wardle, C et al. (2018). “Information Disorder: the essential glossary”. Shorenstein Center, Harvard University. https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder_glossary.pdf?x25702 [Erişim Tarihi 21/07/2018].

haber medyasının “sahte haber” diyerek saldırıya uğramasına dikkat çekti. Raportörler ve temsilciler özellikle bu hususun gazetecilik ve gazeteciler üzerindeki etkisine de değindiler:

“Endişeliyiz çünkü kamu otoriteleri tarafından medya “onlar muhalefet” ya da “yalan söylüyorlar” diye kötüleniyor, yıldırılıyor ve tehdit ediliyor; gazetecilere karşı tehdit ve şiddet riskini artıran gizli siyasi gündem yaratılıyor; bir kamu gözlemcisi olarak gazeteciliğe duyulan toplumsal güven zedeleniyor ve kamunun zihninde bağımsız olarak doğrulanabilir bilgi içeren medya içerikleri ve dezenformasyon ayrımı bulanıklaştırılarak kamu yanlış yönlendiriliyor.”⁵

Dezenformasyon yeni teknolojilerle gelişen eski bir hikaye

Bilgiyi harekete geçirmek ve manipüle etmek aslında çağdaş gazeteciliğin, haberleri belirli bütünlük kurallarına göre bir biçim olarak tanımlayan standartları oturtmasından çok daha eskiye dayanıyor. Tarihteki en eski örneklerinden biri, eski Roma dönemine⁶, Antonius’un Kleopatra ile tanıştığı ve siyasi düşmanı Octavia’nın madeni paralar üzerine yazdığı “arkaik tweetler”⁷ şeklindeki kısa ve keskin sloganlarla başlattığı karalama kampanyasına dayanıyor. Bu karalama kampanyasının faili tarihteki ilk Roma İmparatoru oldu ve “sahte haber Octavia’nın sistemi hacklemesini sağladı.”⁸

Ancak 21. yüzyıla geldiğimizde bilgi daha önce hiç görülmemiş bir oranda silah haline geldi. Güçlü yeni teknolojiler içerik manipülasyonu ve üretimini kolaylaştırırken bir yandan da hükümetler, popülist politikacılar ve dürüst olmayan kurumsal şirketler tarafından örülen yanlış içerikler sosyal ağlar aracılığıyla çoğaldı ve eleştirel yaklaşmayan insanlar tarafından paylaşıldı. Bu tarz platformlar hesaplamalı propaganda⁹, “trolleme”¹⁰, “troll orduları”¹¹, “kukla ağlar”¹² ve “kimlik sahtekarları”¹³ için kullanışlı bir zemin haline geldi. Son noktayı da seçim dönemlerinde vurgun yapan “troll çiftlikleri”¹⁴ koydu.

5 UN/OSCE/OAS/ACHPR (2017). Joint Declaration on Freedom of Expression and “Fake News”, Disinformation, Propaganda: <https://www.osce.org/fom/302796?download=true> [Erişim Tarihi: 29/03/2017]. Ayrıca bkz.: Kaye, D (2017) Statement to the UN General Assembly on October 24th, 2017: <https://www.ohchr.org/en/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=22300&LangID=E> [Erişim Tarihi: 20/8/18].

6 Bkz. International Center for Journalists (ICFJ) tarafından yayınlanmış Kleopatra döneminden günümüze bilgi düzensizliği örneklerinin bir kronolojisi - Posetti, J & Matthews, A (2018): <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module> [Erişim Tarihi: 23/07/2018].

7 Kaminska, I. (2017). A lesson in fake news from the info-wars of ancient Rome. Financial Times. <https://www.ft.com/content/aaf2bbo8-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6> [Erişim Tarihi: 28/03/2018].

8 ibid

9 Bkz. : Oxford Internet Institute’s Computational Propaganda Project: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/> [Erişim Tarihi: 20/07/2018].

10 Bkz. bu riskleri açıklayan vaka çalışmaları için el kitabının 7. bölümü

11 Rappler.com (2018) Fake News in the Philippines: Dissecting the Propaganda Machine <https://www.rappler.com/newsbreak/rich-media/199895-fake-news-documentary-philippines-propaganda-machine> [Erişim Tarihi: 20/07/2018].

12 Gent, E. (2017). Sock puppet accounts unmasked by the way they write and post. <https://www.newscientist.com/article/2127107-sock-puppet-accounts-unmasked-by-the-way-they-write-and-post/> [Erişim Tarihi: 19/07/2018].

13 Le Roux, J. (2017). Hidden hand drives social media smears. <https://mg.co.za/article/2017-01-27-oo-hidden-hand-drives-social-media-smears> [Erişim Tarihi: 19/07/2018].

14 Silverman, C et al (2018) American Conservatives Played a Role in the Macedonian Fake News Boom of 2016 Buzzfeed <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/american-conservatives-fake-news-macedonia-paris-wade-libert> [Erişim Tarihi: 20/07/2018].

Zaman ve teknolojiler farklı olsa da, tarihe dönmek bize bu el kitabının ele almayı amaçladığı çağdaş olgu ‘bilgi bozukluğu’nun nedenleri ve sonuçları hakkında fikir verebilir. Bu krizin işlenmesi için gazeteciler, gazetecilik eğitmenleri ve eğitimcilerin (öğrencileriyle birlikte) dezenformasyon, propaganda, uydurma haberler ve hicivleri iletişim ekolojisinin tarihsel özellikleri olarak incelemeleri öneriliyor.¹⁵

Bu yüzden, dezenformasyonla mücadele eden gazetecilik stratejilerinin gelişimini, bilgi manipülasyonunun çok daha eski bir tarihi olduğu ancak profesyonel gazeteciliğin görece daha yeni bir kavram olduğu bilgisini göz ardı etmeden düşünmek gerekiyor.¹⁶ Çağdaş toplumda önemli bir normatif görev üstlenen gazeteciliğin zaman içerisinde geliştiği süreçte haber medyası, kendisini genellikle üretilmiş ve gizli saldırı dünyasından ayırarak sürdürebilmişti. Bunu doğruyu aktarmaya, doğrulama metodolojilerine ve kamu yararı etiğinin mesleki standartlarına uyarak koruyabildi. Gazeteciliğin kendisi de kendini ayırıştırarak çeşitli süreçlerden ve aşamalardan geçti. Günümüzde birçok farklı ‘gazetecilikler’ var ve çoğu, hepsi siyasi ve ticari çıkarlardan bağımsız olmayı amaçlayan etik odaklı, gerçeklere dayanan anlatıların olduğu ‘gazetecilikler’ ailesinin üyeleri olarak tanımlanabilirler. Ancak bu standartlar gelişmeden önce kitle dolaşımına açık bilginin bütünlüğüyle ilgili çok az kural bulunuyordu.

Gutenberg’in matbaasının 15. yüzyılın ortalarından itibaren yayılması şüphesiz ki profesyonel gazeteciliğin ortaya çıkışında büyük rol oynadı. Ancak, aynı teknoloji aynı zamanda propaganda ve uydurma içeriklerin de yayılmasını sağladı, bir kısmının faili için ise medyayı işaret etti.¹⁷ Diğerlerinin yanında yayıncılık özellikle kötü şöhretli *War of the Worlds* radyo dramasının 1938’de gösterdiği gibi propaganda, uydurma bilgiler ve kimlik sahtekarlığı kavramlarını çok daha farklı bir boyuta taşıdı.¹⁸ Uluslararası yayıncılık yükselirken bir yandan da bilgi profesyonel ve bağımsız habercilik parametrelerine uzak bir biçimde araçsallaştı. Yine de, salt uydurma hikayeler ve yanlış bilgiler farklı aktörlerin anlatılarında kuraldan çok bir istisna oldu.

Tarih boyunca ‘1 Nisan şakaları’na kanan insanları da düşünerek – bazen gazeteciler tarafından yapılan – bu şakalardan da bir şeyler öğrenebiliriz.¹⁹ Günümüzde bile, özellikle hesap verebilir gazetecilik²⁰ örneği olan hiciv haberciliği sosyal medya kullanıcıları

15 Posetti, J and Matthews, A (2018) A short guide to the history of ‘fake news’: A learning module for journalists and journalism educators ICFJ <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module> [Erişim Tarihi 23/07/2018].

16 Bkz. bu el kitabının 3. bölümü

17 Örnek olarak ilk geniş çaplı uydurma haberle ilgili ne dendiğine bakın – ‘The Great Moon Hoax’ of 1835. Daha ayrıntılı olarak: Thornton, B. (2000). *The Moon Hoax: Debates About Ethics in 1835 New York Newspapers*, Journal of Mass Media Ethics 15(2), syf. 89-100. http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327728JMME1502_3 [Erişim Tarihi 28/03/2018].

18 Schwartz, A.B. (2015). *The Infamous “War of The Worlds” Radio Broadcast Was a Magnificent Fluke*, The Smithsonian. <http://www.smithsonianmag.com/history/infamous-war-worlds-radio-broadcast-was-magnificent-fluke-180955180/#h2FAexeJmuCHJfSt.99> [Erişim Tarihi 28/03/2018].

19 Laskowski, A. (2009). *How a BU Prof April-Fooled the Country: When the joke was on the Associated Press*, BU Today. <https://www.bu.edu/today/2009/how-a-bu-prof-april-fooled-the-country/> [Erişim Tarihi 01/04/2018].

20 Baym, G (2006) *The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism* in Political Communication Taylor and Francis Volume 22, 2005 - Issue 3 syf 259-276 <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600591006492> [Erişim Tarihi: 20/07/2018].

tarafından yanlış anlaşılıp gerçekmiş gibi paylaşılabiliyor.^{21 22} Gazetecilik tarihinde tekrar karşımıza çıkan bir vaka da, naif internet kullanıcılarının tıklama ve paylaşımları üzerinden kâr elde etmeyi amaçlayan çok katmanlı geniş bir ağın parçası niteliğindeki, sözde mizah siteleri. Bunun sonucu yalnızca ‘taklit’ içeriğin ortaya çıkması şeklinde değil, aynı zamanda haberin güvenilirliğinin de sorgulanması şeklinde tezahür ediyor,²³ sırf bu sebeple gazeteciler öncelikle doğru habercilik yapmaya gayret etmeliler. Aynı sebepten ötürü, toplumlar kitlelerini medya ve bilgi okur yazarlığı²⁴ becerileri ile donatmalılar, ancak bu sayede toplumlar, dönüşen haber, reklam, eğlence ve sosyal medya mecralarındaki habercilik türleri ve akımlarına karşı açık ve eleştirel bir tutum geliştirebilirler.

Tarihin bize öğrettiği bir diğer husus ise, dezenformasyonun arkasındaki güçler her zaman gazetecileri veya daha geniş anlamda kitleyi yanlış bir iddianın doğruluğuna ikna etmeye çalışmıyor, daha çok profesyonel gazetecilerin ürettiği doğrulanabilir bilginin üzerinde kuşku yaratmayı amaçlıyor. Bu karışıklık, çoğu haber tüketicisinin kendi gerçeklerini seçmeyi veya yaratmayı kendine hak görme yönünde artan bir eğilimi olduğu anlamına geliyor, bu eğilim bazen bu şekilde kendilerini meşru eleştirden korumaya çalışan siyasetçiler tarafından da ileri bir seviyeye taşınabiliyor.

Hızlı bir şekilde 2018’e geliyoruz ve güçlü yeni teknolojik araçlar olduğunu görüyoruz. Bu teknolojilerin yanı sıra neyin doğru bir haber olup olmadığına karar veren kalite standartları kısıtlı olan sosyal medya ve mesajlaşma platformlarında, gerçek hesapları taklit ederek onlar gibi gözükmeyen çalışan taklit hesapların oluşturulması kolay oluyor. Ayrıca ses ve video mühendisliği, yasal haber kurgulama yöntemlerini aşarak bir kişiyi sanki bir yerde bir şey yapmış ya da bir şey söylemiş gibi göstermek için kullanılabiliyor ve özgün bir kayıtmış gibi dağıtılabiliyor²⁵ ve sosyal iletişim ağlarında viral olabiliyor.

Günümüzde sosyal medya kişisel konulardan siyasi konulara kadar birçok içerikle doluyor. Hükümetler veya siyasi ya da ticari aktörlerle ilişki içerisindeki halkla ilişkiler şirketleri tarafından açık veya gizli olarak üretilen pek çok içerik örneği mevcut. Bunun sonucunda, sayıları oldukça fazla olan *bloggerlar* (blog yazarları), Instagram ‘*influencer*’ları ve Youtube yıldızları kendilerine ödeme yapıldığını söylemeden çeşitli ürünleri ve siyasetçileri sosyal medya üzerinden tanıtıyor ve destekliyorlar. Bu gizli kapaklı ödemeler aynı zamanda çevrimiçi forumlarda (genellikle sahte kimliklere sahip) yorumculara da yapılarak itibar kaybettirmek, göz korkutmak veya destek vermek amacıyla da kullanılıyor.

21 Woolf, N. (2016) *As fake news takes over Facebook feeds, many are taking satire as fact*, The Guardian. <https://www.theguardian.com/media/2016/nov/17/facebook-fake-news-satire> [Erişim Tarihi 01/04/2018].

22 Abad-Santos, A. (2012). *The Onion Convinces Actual Chinese Communists that Kim Jong-Un is Actually the Sexiest Man Alive*, The Atlantic. <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/11/onion-convinces-actual-chinese-communists-kim-jong-un-actually-sexiest-man-alive/321126/> [Erişim Tarihi 28/03/2018].

23 Bu konuyla ilgili daha detaylı bilgi için bu el kitabının 3. bölümüne bakınız

24 Bkz. 4. bölüm

25 Solon, O (2017) *The future of fake news: Don't believe everything you see, hear or read* in The Guardian: <https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/26/fake-news-obama-video-trump-face2face-doctored-content> [Erişim Tarihi 20/07/2018].

Tüm bunların ortasında, gazetecilik sahip olduğu zemini kaybetmeye başlıyor ve sadece adil eleştirinin değil ama aynı zamanda varoluşsal saldırının da bir öznesi haline geliyor.

Şimdi karşı karşıya kaldığımız tehlike, ulusal ve uluslararası dezenformasyonun yandaş ‘haber’ kuruluşları ve sosyal medya aracılığıyla yayıldığı ‘silahlanma yarışının’ ortaya çıkışı. Bu da kimi zaman bu süreci başlatanlar da dahil tüm tarafların bilgi ortamını kirletiyor.²⁶ Dezenformasyon kampanyalarının ortaya çıktığı örneklerde bunun sonuçları en çok dahil olan aktörler için oluyor - hem yanlış bilgiyi üreten kurumlar hem de onların siyasi müşterileri için böyle (Bell-Pottinger^{27 28 29 30} ve Cambridge Analytica’nın^{31 32} son vakalarına bakılabilir).

Tüm bunların sonucunda, kutuplaşma bağlamında dijital olarak güçlenen dezenformasyon süreci gazeteciliğin rolünü gölgede bırakma riski yaratıyor. Dahası, kamu yararına paylaşılan doğrulanabilir bilgi temelli gazetecilik –kesin bir gelecek vaadi vermeyen yakın zamanlı tarihsel bir başarı- manipüle edilmekten kaçınmak için önlemler alınmadığı zaman gözden düşme tehdidiyle karşı karşıya kalıyor. Gazetecilik ‘dezenformasyon’ yaymak için bir araç haline geldiğinde halkın güvenini giderek daha da azaltıyor. Buna bağlı olarak gazetecilik içinde yer alan farklı anlatılar ve ‘dezenformasyon anlatıları arasında bir ayrım kalmadığı yönünde kötümser görüşlerin yayılmasına neden oluyor. Bu yüzden, tartışmalı içerik ve çeşitli biçimlerinin kullanımı hakkında başvurabileceğimiz ‘tarih’in kendisi bize öğretici bir yol sunabilir. Gazetecilerin devlet destekli ‘trol orduları’ tarafından taciz edilmesinden, seçimlerin manipüle edilmesine, halk sağlığına verdiği zarara ve iklim değişikliğinin risklerinin anlaşılmasına kadar uzanan pek çok örnek gösterebileceğimiz 21.yüzyılın ‘bilgi bozukluğu’nun çok yönlü evrimini gözlemlemek, daha önce örneği görülmemiş bir küresel tehdidin nedenlerini ve sonuçlarını anlamımıza yardımcı olabilir.

Dezenformasyon krizini aşmaya yardımcı bir el kitabı

Bir müfredat olarak bu el kitabı iki farklı kısımdan oluşuyor: ilk üç bölüm sorunu tanımlıyor ve bağlamsal bir zemine oturtuyor; sonraki dört bölüm ise ‘bilgi düzensizliği’ ve bunun sonuçlarına geliştirilen cevaplara odaklanıyor.

26 Winseck, D (2008). Information Operations ‘Blowback’: Communication, Propaganda and Surveillance in the Global War on Terrorism. *International Communication Gazette* 70 (6), 419-441

27 The African Network of Centers for Investigative Journalism, (2017). *The Guptas, Bell Pottinger and the fake news propaganda machine*, TimeLive. <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/> [Erişim Tarihi 29/03/2018].

28 Cameron, J. (2017) *Dummy’s guide: Bell Pottinger – Gupta London agency, creator of WMC*, BizNews <https://www.biznews.com/global-citizen/2017/08/07/dummys-guide-bell-pottinger-gupta-wmc> [Erişim Tarihi 29/03/2018] ve Segal, D. (2018) *How Bell Pottinger, P.R. Firm for Despots and Rogues, Met Its End in South Africa*. New York Times, 4 Feb 2018. <https://www.nytimes.com/2018/02/04/business/bell-pottinger-guptas-zuma-south-africa.html> [Erişim Tarihi 29/03/2018].

29 Haffajee, F. (2017). *Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me*. HuffPost South Africa. [çevrimiçi] Erişim Adresi::: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [Erişim Tarihi 06/04/2018].

30 Bkz 7. Bölüm

31 Lee, G. (2018). Q&A on Cambridge Analytica: The allegations so far, explained, FactCheck, Channel 4 News. <https://www.channel4.com/news/factcheck/cambridge-analytica-the-allegations-so-far> [Erişim Tarihi 29/03/2018].

32 Cassidy, J. (2018). *Cambridge Analytica Whistleblower claims that cheating swung the Brexit vote*, The New Yorker. <https://www.newyorker.com/news/our-columnists/a-cambridge-analytica-whistleblower-claims-that-cheating-swung-the-brexit-vote> [Erişim Tarihi 29/03/18].

Birinci bölüm, *Gerçek, güven ve gazetecilik: Neden önemli?*,³³ dezenformasyon ve yanlış bilginin neden önemli bir sorun olduğu, ne gibi sonuçlara yol açtığı ve gazeteciliğe duyulan güven krizini nasıl beslediği üzerine düşünmeye çağırıyor.

İkinci bölüm, “*Bilgi düzensizliği*” üzerine düşünmek: *Mezenformasyon, dezenformasyon ve malenformasyon*³⁴ sorununu detaylandırarak, sorunun boyutlarının anlaşılması için bir genel çerçeve çiziyor.

21.yüzyılda sosyal medya platformları habercilik alanına girip herkese bilgi paylaşımı yapabileceği bir alan ve araç sunmadan önce dünyanın birçok yerinde medyaya olan güven azalmaya başlamıştı.³⁵ Bunun çok katmanlı ve karmaşık sebepleri var. *Haber endüstrisinin dönüşümü: Dijital teknoloji, sosyal platformlar ve yanlış bilgi ve dezenformasyonun yayılımı* başlıklı 3. bölümde³⁶ ele alınacağı üzere 7/24 çevrimiçi dünyadaki haber içeriğine olan doyumsuz istek gazeteciliği askıya aldı. Şimdilerde ise çevrimiçi olarak büyük ölçekte yayılan sahte haberler gazeteciler, medya ve toplumun geneline etkileri düşünüldüğünde gazeteciliği yeni bir krize sürükledi.³⁷

O halde, eğitimciler, gazeteciler ve medya politika yapımcıları da dahil olmak üzere gazeteciliği destekleyen bütün aktörlerin buna yanıtı nasıl olmalı? İşte bu *Dezenformasyon ve yanlış bilgiyle mücadelede medya ve bilgi okuryazarlığı*³⁸ ismindeki 4.bölümün konusu.

Sonuç olarak profesyonel gazeteciliği diğerlerinden ayıran şey doğrulama disiplini³⁹ ve bu da *Doğrulama 101*⁴⁰ ve *Sosyal medyada teyitçilik: Kaynakları ve görsel içerikleri incelemek*⁴¹ başlıklı 5. ve 6. bölümlerde işleniyor. Her ikisi de dijital teknoloji ve sosyal medyanın ket vurduğu doğrulamaya ve kanıta dayalı gazeteciliğin yaşadığı sorunlarla ilgilenen uygulama bölümleri.

Sosyal ağ herkesi haber süreçlerinin bir parçası haline getirirken bir yandan da merkezi “eşik bekçileri”nin⁴² yok olmasına yol açtı. Gazetecilik aslında bunun sonuçlarının farkında ancak teknoloji kaynaklı her aksamada olduğu gibi bunun değerlendirilmesi, ölçülmesi ve çözüm üretilmesi zaman alabiliyor. Bu konuda araştırmaların yapılması ve somut iyi örneklerin ortaya çıkmasına kadar şüphesiz ki belli bir süre geçiyor.

33 Bkz. 1. Bölüm

34 Bkz. 2. Bölüm

35 Edelman. (2017). 2017 Edelman Trust Barometer- Global Results. Erişim Adresi: <https://www.edelman.com/global-results/> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

36 Bkz. 3. Bölüm

37 Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis. [çevrimiçi] The Guardian. Erişim Adresi: <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

38 Bkz. 4. Bölüm

39 Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect. New York: Crown Publishers.

40 Bkz. 5. Bölüm

41 Bkz. 6. Bölüm

42 Colón, A. (2017). You are the new gatekeeper of the news. [çevrimiçi] The Conversation. Erişim Adresi: <https://theconversation.com/you-are-the-new-gatekeeper-of-the-news-71862> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

Dezenformasyon gerçekten de siyasal olanı aşarak iklim değişikliğinden eğlence sektörüne kadar bütün bilgi alanlarına uzanan küresel ölçekli bir sorun. Ancak, günümüze dek belgelenmiş bütün vaka çalışmaları, erken müdahaleler ve ilk araştırma fonları küresel teknoloji devlerinin de merkezi olan ABD’de doğdu ve ABD Başkanı Donald Trump’ın medya kurumları ve gazetecileri ‘sahte haber’ yapmakla suçlaması bu alandaki hareketlenmeyi ve bu konulara ayrılan kaynakları artırdı.

Her geçen gün ise küresel çerçeve özellikle bu soruna karşı yasal mevzuat ve düzenlemeler yürürlüğe koymayı planlayan bağımsız devletler sayesinde gelişiyor. Teknoloji devleri de dezenformasyon ve yanlış bilgiyle kendi platformlarında mücadele etmek için gayret ediyor.

Bu yayının üzerine çalışıldığı süreçte Avrupa Komisyonu⁴³ dezenformasyon ve yanlış bilginin toplumun geneline zarar verdiği yönündeki endişeleri⁴⁴ neticesinde bir rapor hazırladı.⁴⁵ Bir yandan da Avustralya’dan Filipinler, Kanada, Fransa, Birleşik Krallık, Brezilya, Hindistan ve Endonezya’ya kadar birçok ülkeden siyasetçiler ve kamu politikalarından sorumlu kesimler bu soruna karşı ne yapılabileceğine dair yanıt aradı.⁴⁶ Dijital platformlardaki “sahte haber” ve nefret söylemi dahil “yasa dışı tüm içeriklerin” ihbarını takiben 24 saat içerisinde kaldırılmasını yasalaştırarak konuyla ilgili yeni yasal düzenleme getiren ilk ülke Almanya oldu.⁴⁷ Malezya hükümeti de 2018 yılının Nisan ayında Sahte Haberlere Karşı Yasa Tasarısı hazırladı ancak Ağustos ayında hükmü kaldırıldı.⁴⁸ Farklı hükümetlerin nasıl düzenlemeler yaptığını gösteren güncel bir derleme Poynter tarafından hazırlandı.⁴⁹

İfade özgürlüğü savunucuları yasaların, yeni teknolojilerle birlikte gelişen bilginin ve ifadenin demokratikleşmesi sürecini olumsuz etkileyeceği görüşünde. Örneğin bazı ülkelerde yasal düzenlemeler hükümet karşıtı ve muhalif medyayı susturmak için kullanılabiliyor.⁵⁰

43 European Commission (2018). Final report of the High-Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation. http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271 [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

44 European Commission (2017). Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation. [çevrimiçi] Erişim Adresi: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

45 Ansip, A. (2017). Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response. Erişim Adresi: https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism_en [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

46 Malloy, D. (2017). How the world's governments are fighting fake news. [çevrimiçi] ozy.com. Erişim Adresi: <http://www.ozy.com/politics-and-power/how-the-worlds-governments-are-fighting-fake-news/80671> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

47 Federal Ministry of Justice and Consumer Protection. (2017). Act to Improve Enforcement of the Law in Social Networks (Network Enforcement Act, netzdg). [çevrimiçi]. Erişim Adresi: http://www.bmjbv.de/DE/Themen/fokusthemen/netzdg/_documents/netzdg_englisch.html [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

48 Malaysia scraps ‘fake news’ law used to stifle free speech. The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2018/aug/17/malaysia-scraps-fake-news-law-used-to-stifle-free-speech> [Erişim Tarihi: 18/08/2018].

49 Funke, D. (2018). A guide to anti-misinformation actions around the world (Poynter). Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world> [Erişim Tarihi: 13/07/2018].

50 Nossel, S. (2017). FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth. [e-kitap] PEN America Erişim Adresi: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

İfade özgürlüğüne gönülden inanan ve kendilerini uzun yıllarca demokratikleşen toplumun önemli yapıtaşlarından biri olarak gören birçok gazeteci⁵¹ için ‘bilgi düzensizliği’ ile nasıl başa çıkılacağı epey karmaşık bir konu. Bir yandan da 7. bölüm yani *Çevrimiçi tacizle mücadele: Gazeteciler ve kaynakları hedef gösterildiğinde* bölümünde⁵² görüldüğü gibi gazetecilerin, özellikle kadınların, mesleklerini icra ederken sıklıkla çevrimiçi saldırılara ve dolayısıyla fiziksel ve psikolojik tehlikelere maruz kaldıkları düşünüldüğünde bu sorun onlar için kişisel bir mesele haline de gelmiş oluyor.

Dezenformasyon ve yanlış bilgi, gazetecilerin itibarına ve güvenliğine meydan okumaktan çok daha fazlasını yapıyor. Amaç ve etkililiğini sorguluyor ve kamusal söylemde gazeteciliğin anlamını giderek aşındırıyor. Standartların ve sosyal bağının iyileştirilmesi gelecekteki tüm gazetecilerin ve bir bütün olarak toplumun yararına olur. Bu el kitabı araştırmacıları, öğrencileri ve gazetecileri, gazeteciliğin yeni bağlamda açık toplumlara ve demokrasilere nasıl daha iyi hizmet edebileceğini düşünmeye ve tartışmaya çağırmalı çünkü:

“İşleyen bir basın ve demokrasi, gazetecilik hataları için eleştiri, şeffaflık ve sonuç gerektiriyor. Ayrıca kolektif olarak yalanları ve aldatmacaları ayırt edebilme yetimizi de gerektiriyor. Aksi takdirde ... gerçek bilgiler sahte olarak boyanacak ve üretilen (çöp) gerçek olarak sunulacak.” – Craig Silverman⁵³

Etik ve öz-denetim üzerine

Etik ve hesap verebilir bir gazetecilik için profesyonel standartların oluşturulması dezenformasyon ve yanlış bilgi karşısında önemli bir savunma sağlar. Gazetecilik yapan kişilere rehberlik eden normlar ve değerler yıllar içerisinde gazeteciliğe özgü bir misyon ve işleyiş usulünü aktarmak üzerinden şekillendi. Buna karşılık, doğrulanabilir bilgi ve kamu yararına bilgilendirme değerleri hep devam ettirildi. Bu unsurlar gazeteciliğe olan güvenilirliği destekler nitelikte durdu. Benzer bir şekilde aynı değerler bu el kitabının da temelini oluşturuyor.

Bu bağlamda London School of Economics’ten Profesör Charlie Beckett’in “sahte haber”lerin gazetecilik için oluşturduğu krizin olası etkisine dair şu sözlerini alıntılanak yerinde olacak:

“...sahte haber onlarca yıldır olan en iyi şey. Ana akım gazeteciliğe uzmanlık, etkileşim ve deneyime dayalı değerleri olduğunu gösterme fırsatı veriyor. Daha şeffaf ve alakalı olmak ve insanların hayatına değer katmak için bir uyandırma çağrısı. Teyitçilik ve efsane çürütme ve genel olarak sahte bilgiye karşı daha iyi bir alternatif sunan yeni bir iş modelinin gelişmesine yol açabilir.”⁵⁴

51 McNair, B. (2009). Journalism and Democracy. In: K. Wahl-Jorgensen and T. Hanitzsch, ed., *Handbook of Journalism Studies*, 6th ed. [çevrimiçi] New York: Routledge

52 Bkz. 7. bölüm

53 Silverman, C. (2018). I Helped Popularize The Term “Fake News” And Now I Cringe Every Time I Hear It. BuzzFeed. Erişim Adresi: <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/i-helped-popularize-the-term-fake-news-and-now-i-criinge> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

54 Beckett, C. (2017). ‘Fake news’: The best thing that’s happened to Journalism at Polis. <http://blogs.lse.ac.uk/polis/2017/03/11/fake-news-the-best-thing-thats-happened-to-journalism/> [Erişim Tarihi: 04/03/2018].

Gazeteciler “gerçeğin anlatıcıları” olmaya çalışırken her zaman “doğruyu” garanti edemeyebilirler. Bununla birlikte, gerçekleri aktarmaya çabalamak ve doğruları uygun bir şekilde yansıtan içerik üretmek gazeteciliğin temel ilkelerinden. Fakat Dijital Çağ’da bu etik gazetecilik nasıl olabiliyor?

Şeffaf bir işleyiş ve hesap verebilirliğe değer veren etik gazetecilik ‘bilgi düzensizliği’ çağında gerçeklerin ve doğruların savunulması savaşında önemli bir cephane. Haberciler bağımsız sesler olmalı. Bu, resmi ve ya gayriresmi olarak bazı özel çıkarlar adına hareket etmemeleri gerektiği anlamına gelir. Şeffaflık adına çıkar çatışması oluşturabilecek her şey açıklamaları anlamına gelir. Columbia Üniversitesi Tow Dijital Gazetecilik Merkezi’nden Profesör Emily Bell’in açıkladığı üzere gazeteciliğin temel mesleki değerleri şunlardır:

“Haberin doğru olduğundan emin olmak, doğru değilse bunun sorumluluğunu almak, hikayelerin ve bilgilerin kaynağı hakkında şeffaf olmak, hükümetlerin, baskı gruplarının, ticari çıkarların ve polisin korkutma, tehdit veya sansür girişimleri olduğunda bunlara karşı gelebilmek. Kaynakları tutuklama ve ifşaya karşı korumak. Yasayı çiğnemek için yeterince güçlü bir kamu yararı savunmanız olduğundan emin olmak ve hikayenizi ve kaynaklarınızı savunmak için hapse girmeye hazır olmak. Bir şeyi yayınlamanın ne zaman etik olmadığını bilmek. Özel hayatın gizliliği hakkı ile daha geniş kamu yararı hakkı arasındaki dengeyi kurabilmek.”⁵⁵

Değerleri hiçe sayabilen siyasetin, ‘bilgi düzensizliği’ krizinin, nefretin çevrimiçi tezahürünün, ‘içerik pazarlama’nın, reklamcılığın ve halkla ilişkilerin yaygınlaşmasının karşısında haber kurumlarının ve gazetecilerin sürdürülebilir bir model olarak – finansal ve güvenilirlik sorunlarıyla mücadele etmelerine rağmen – etik gazeteciliği önceleme gerekiyor. Demokrasilerin de gazeteciliği savunma konusunda üzerlerine düşen görevler var ve kamu yararı gerekçelendirmesi olan durumlarda gazeteciliği, gazetecileri ve kullandıkları kaynaklarını koruma görevleri var.

Kamu yararına bilgi toplamayı ve doğrulamayı desteklemek için tasarlanan etik ilkeler⁵⁶ gazeteciliği ve özellikle haberciliği diğer iletişim türlerinden ayıran özellik. İletişimin sadece demokratikleşmediği, aynı zamanda sürekli bir dezenformasyon, yanlış bilgi ve bilginin kötüye kullanılması olgularının da yaşandığı Dijital Çağ’da özellikle bunun önemi giderek artıyor. Bu bağlamda etik gazetecilik, insanlarla anlamlı ilişkiler kurmak için güven ve hesap verebilirliğe önem veren gazetecilik modellerinin oluşturulması için bir çerçeve olarak daha da önemli.

⁵⁵ Bell, E. (2015). *Hugh Cudlipp Lecture* (Full text), The Guardian <https://www.theguardian.com/media/2015/jan/28/emily-bells-2015-hugh-cudlipp-lecture-full-text> [Erişim Tarihi: 01/04/2018].

⁵⁶ See, for example, the Australian Media, Entertainment and Arts Alliance’s ‘Journalist Code of Ethics’. Erişim Adresi: <https://www.meaa.org/meaa-media/code-of-ethics/> [Erişim Tarihi: 04/03/2018].

Doğru, hesap verebilir ve bağımsız haberciliğe duyulan güven, okur, izleyici, dinleyici kitlesinin kazanılması ve gerçekler temelinde gerçekleşecek tartışmaların yapıldığı ortak kamusal alanın sağlanması için gerekli. Güvenilir içerikle etkileşime giren ve bunları paylaşan kitleler, dezenformasyon ve yanlış bilginin yayılımını durdurabilecek önemli panzehirler.

Bu temel değerleri değişen bir medya ortamına yerleştirmek ve uygulamak için haber odaları ve medya kuruluşları mesleki ahlak kuralları oluşturur ve benimser ve halkın sorumlu tutabilmesini sağlayan mekanizmaları yaratır– basın konseyleri, okur editörleri, yayın politikaları, iş ombudsmanlar gibi öz-denetim yapılarının örneklerinden-. Bu tür yapılar hataların profesyonel bir “akran-kontrolü” bağlamında farkına varılmasını sağlar, kamuoyunda hataların kabulünü ve düzeltmelerin yapılmasını kolaylaştırabilir ve kamu yararına yayınlama standardı ile ilgili mesleki normların uygulanmasına destek olur. Haber medyasının dış düzenlemesini tercih edenler tarafından genellikle ‘dışız kaplanlar’ olarak alay edilirken, bu yapılar dezenformasyon krizi bağlamında önemli bir amaca hizmet ediyorlar: mesleki hesap verebilirliği ve şeffaflığı güçlendirmeye destek oluyorlar ve böylece toplumun gazeteciliğe olan güvenini güçlendirebiliyorlar. Ayrıca, doğruluk ve güvenilirlik elde etmek için doğrulama disiplinini benimseyen gazeteciliğin dezenformasyon, propaganda, reklamcılık ve halkla ilişkilerden ayırt edici özelliklerini belirlemeye yardımcı oluyorlar.

‘Gazeteci’den gazeteciliğe

Gazetecilik etiğinin bir kariyer ya da meslek işi olarak sınırlandırıldığı günler tarih oldu. Bu artık yaygın olarak kabul edilmeye başlandı. Örneğin Birleşmiş Milletler Genel Sekreterliği’nin Gazetecilerin Güvenliği A/72/290 raporu⁵⁷ şöyle diyor:

“‘Gazeteci’ kavramı gazetecileri ve diğer medya çalışanlarını kapsıyor. Gazetecilik CCPR/C/GC belgesinin 44. paragrafında ‘profesyonel tam zamanlı muhabirler, analistler, blog yazarları, basılı yayın, internet veya başka biçimlerdeki yayıncılıklarla ilgilenenler gibi çok çeşitli aktörler tarafından paylaşılan bir işlev’ olarak tanımlanıyor.”⁵⁸

Aynı anlayışla UNESCO’nun Genel Konferansı “çevrimiçi ve çevrimdışı ortamlarda kayda değer miktarda gazetecilik üretimi yapan gazeteciler, medya çalışanları ve sosyal medya üreticileri” tanımını kabul ediyor (Karar 29, Kasım 2017).⁵⁹ BM’nin 2012 yılında Baş Yöneticisi tarafından onaylanan BM Gazetecilerin Güvenliği ve Cezasızlık Sorunu Eylem Planı’nda da bu ifadeler yer alıyor: “Gazetecilerin korunması resmi olarak gazeteci olarak

57 Erişim Adresi: <https://digitallibrary.un.org/record/1304392?ln=en> [Erişim Tarihi: on 16/06/2018].

58 Ayrıca UN belgelerine bkz.: A/HRC/20/17, paras. 3-5, A/HRC/20/22 and Corr.1, para. 26, A/HRC/24/23, para. 9, A/HRC/27/35, para. 9, A/69/268, para. 4, and A/HRC/16/44 and Corr.1, para. 47.

59 Records of the General Conference. 39th session. Paris, 30 October – 14 November 2017. <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [Erişim Tarihi: 02/07/2018].

tanınanlar ile sınırlı kalmamalı; medya çalışanları toplulukları, yurttaş gazetecileri ve yeni medyayı kitlelere ulaştırmak için kullanan diğer kişileri de içermeli.”⁶⁰

Bu bağlamda gazetecilik, kamu yararına paylaşılan doğrulanabilir bilgilerin etik standartları tarafından yönlendirilen bir faaliyet olarak görülebilir. Gazetecilik yaptığını iddia edenler, mesleki anlamda gazeteci olanlardan çok daha fazla sayıda olabilir ve gazeteci olarak çalışan veya gazeteci olarak tanımlananlar bazen, hatta sistematik olarak kamu yararı gözetilen doğru, adil, profesyonel ve bağımsız içerik üretiminde yetersiz kalıyor olabilir. Burada önemli olan resmi ya da iddia edilen gazetecilik statüsünden çok üretilen içeriğin niteliğidir.

Gazetecilik şahsi hak olan ifade özgürlüğü hakkına dayanırken, bir yandan da belirli standartlara bağlı kalarak kendini diğer şiiir, halkla ilişkiler, reklamcılık, dezenformasyon gibi ifade biçimlerinden ayırıştırır ve bu nedenle de özellikli bir tanımı vardır. Bu standartlar mesleki gazetecilik pratiği etiğine sıkı sıkıya bağlıdır.

Şeffaflık yeni tarafsızlık mı demek?

Tarafsızlık kavramı birçok şey ifade edebilir. Öznellikten uzaklık anlamında mesleki gazetecilikte tartışmalı bir tema. Tarafsızlık için gayret edilir ancak bunu başarmak nadiren mümkün olur ya da vahşilik veya insanlık dışı davranış karşısında her zaman tarafsızlık istenmiyor olabilir. Mesela adil ve bağımsız bir raporlama, savaş suçu işlendiği zaman suçu işleyenlere suçun kurbanı olan kişilerle – ki onların dediklerinin de sorgulanması gerekir - aynı manevi güveni vermeyecektir. Ama **açıklık, bağımsızlık, doğruluk, bağlamsallık, şeffaflık, gizli kaynakların korunması ve habercilik kavrayışı**⁶¹ güven ve güvenilirlik sağlar.

2009 yılında Harvard Üniversitesi’nde araştırmacı Dr. David Weinberger “şeffaflık yeni tarafsızlıktır”⁶² açıklamasında bulundu. Aynı yıl BBC Dış Haberler servisinden Richard Sambrook, ‘yeni medya çağı’nda güveni tarafsızlığın değil şeffaflığın sağladığını söyledi.

“...günümüzde haberler hala doğru ve adil olmalı ancak okurlar, dinleyiciler ve izleyiciler için haberlerin nasıl üretildiğini, bilgilerin nereden geldiğini ve nasıl işlendiğini görmek de önemli. Haberin ortaya çıkışı haberin kendisinin iletilmesi kadar önemli.”⁶³

60 UN Plan of Action on the Safety of Journalists and the Issue of Impunity. 1CI-12/CONF.202/6 https://en.unesco.org/sites/default/files/un-plan-on-safety-journalists_en.pdf [Erişim Tarihi: 03/11/2017].

61 Bkz. bir sonraki bölümdeki ‘temel ilkeler’

62 Weinberger, D. (2009). *Transparency is the new objectivity*. <http://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity/> [Erişim Tarihi: 28/03/2018].

63 Bunz, M. (2009). *How Social Networking is Changing Journalism*. <https://www.theguardian.com/media/pda/2009/sep/18/oxford-social-media-convention-2009-journalism-blogs> [Erişim Tarihi: 28/03/2018].

Farklılaşma noktaları

Yukarıda bahsedilen profesyonel gazetecilik pratiğinin temel bileşenleri sadece tek bir tür gazetecilik olduğu anlamına gelmiyor. Bütün bu hedeflerin her biri farklı bakış açısına sahip, açıklık, bağlam ve gerçeklik gibi farklı değerlere odaklanan çeşitli biçim ve anlatıları içeren pek çok gazetecilik türlerini de kapsamalı. Örneğin medya kuruluşları belirli bir haberi “bilgi işi”nden uzaklaşıp dezenformasyon ve yanlış bilgi alanlarını deşmeden farklı şekillerde (bazısı doğrudan haberi görmezden gelerek) ele alabilir (Bkz. sonraki bölüm *Bu el kitabını müfredat olarak kullanmak* ve 1, 2, 3. Bölümler). Bununla birlikte, bir içerik gazetecilik ilkelerinden ayrıldığında ve hala bir haber niteliği taşıdığını iddia ettiğinde artık bir gazetecilik değil bir dezenformasyon biçimi haline gelmiş olur.

Bu giriş bölümü “sahte haber” tartışmasının gündeme getirdiği pek çok sorunu vurgulayarak anlatım, analiz ve öğrenme modülleri için bir bağlam sunuyor.

BU EL KİTABINI MÜFREDAT OLARAK KULLANMAK

Julie Posetti

Bu ders keşifsel pedagoji modelini¹ benimsiyor, yani bu el kitabından faydalananlar kendi deneyimlerini sürece katma konusunda teşvik ediliyor. Dersler, uyulması gereken reçeteler olarak kurgulanmadı, daha ziyade belirli ulusal, kültürel ve kurumsal eğitim ve öğrenim bağlamlarına uyarlanabilirler ve uyarlanmalılar da. Küresel ölçekte uygulanabilir olması için çaba gösterilmiş olsa da bunun önünde her zaman belirli sınırlamalar bulunuyor. El kitabının yazarları da bu sebeple eğitimciler, eğitmenler ve katılımcılara kendi vaka çalışmalarını, örneklerini ve kaynaklarını, kendi bölgelerindeki deneyimleriyle de örtüştürerek kendi dillerinde sunmalarını öneriyor.

Bunları göz önünde bulundurarak bu el kitabını kullanmanın yolları:

- ▶ Gazetecilik, iletişim, dijital medya veya medya çalışmaları gibi alanların mevcut yüksek öğrenim programlarında/ana dalında verilen kapsamlı bir ders olabilir. Ayrıca medya ve iletişim konularıyla ilişkili bir siyaset ve sosyoloji alanı seçmelisi olarak da dahil edilebilir.
- ▶ Mevcut bir dersi/konuyu destekleyici (medya tarihi; medya etiği; haber doğrulama; medya eleştirisi; dijital medya; sosyal gazetecilik gibi) bir kaynak olarak kullanılabilir. Kitapta yer alan vaka çalışmaları, ders materyalleri ve okuma önerileri, hızla gelişen dezenformasyon kriziyle nasıl başa çıkarılacağına dair güncel bir içerik olarak mevcut derslere ve konulara dahil edilebilir.
- ▶ Haber merkezleri, endüstri kuruluşları veya medya geliştirme ajansları tarafından gazetecilere, insan hakları savunucularına ve gazetecilik alanında çalışan diğer kişilere kapsamlı bir ders içeriği olabilir.
- ▶ Bir eğitim kılavuzu olarak düşünülebilir: Gazetecilik eğitmenleri, daha niş bir gazeteci grubunu da dahil etmek için önerilen okumalar ve vaka çalışmaları listesine dayanarak bölümleri uygun gördüğü şekilde uyarlayabilirler.
- ▶ Bilgi paylaşımı olarak düşünülerek endüstrideki kurumları, medya ve medya geliştirme kuruluşları tarafından yayınlanacak bir dizi blog yazısı için ilham kaynağı olabilir.
- ▶ Gazetecilik yapanların entelektüel ve profesyonel gelişimi için bir okuma kaynağı olabilir. Örneğin incelenen tekniklerin çoğu haberleştirmelerde “özyönetimli

¹ Banda, F (Ed) 2015 Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi (UNESCO, Paris <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf>) [Erişim Tarihi: 28/03/2018].

öğrenme” yoluyla işlenebilir. Yer alan bazı vaka çalışmaları daha sofistike haberleştirmelere ilham olabilir, buna daha karmaşık bağlamsal dayanaklarının araştırılabileceği yerel hikaye fikirleri de dahil (örneğin yerel gazetecilerin kandığı uydurma bir haberin hikayesi, uydurma haberlerin küresel tarihi göz önünde bulundurularak haberleştirilebilir; dezenformasyon ve yanlış bilginin sosyal medya yoluyla viral yayımındaki son gelişmelere vurgu yapılabilir).

- Bu alandaki araştırmalar ve uygulamalar artarken, ilerleyecek okumalar, kaynaklar ve araçların derlemesini oluşturan temel referans noktası olabilir.

Temel ilkeler

Sürecin şeffaflığı ve etik standartların açıkça uygulanması sayesinde gazeteciliğin günümüzdeki ayırt edici rolü, açıklık getirme ve doğrulanabilir içeriğe duyulan güveni inşa etme kapasitesinde saklı. Etik ile ilgili farklı boyutlara değinen aşağıdaki yedi ilke derslerin uygulanışında temel alınmalı ve araştırmalara, tartışmalara ve değerlendirmelere rehberlik etmeli.²

- **Doğruluk:** Gazeteciler her zaman “gerçek” olanı temin edemeyebilir ancak doğru olmak ve gerçekleri derlemek gazeteciliğin koşulsuz temel ilkesidir.
- **Bağımsızlık:** Gazeteciler bağımsız sesler olmalıdır. Bu, resmi ve ya gayriresmi olarak bazı özel çıkarlar adına hareket etmemeleri gerektiği anlamına gelir. Şeffaflık adına çıkar çatışması oluşturabilecek her şeyi açıklamaları anlamına gelir.
- **Açıklık:** Bilgilerin, olayların, kaynakların ve hikayelerin tarafsızlıkla haberleştirilmesi, bilginin açık fikirle ve derinlikli bir şekilde ele alınması ve incelenmesiyle olur. Bağlamı vermek ve farklı bakış açılarına yer vermek habere güven duyulmasını sağlar.
- **Gizlilik:** Araştırmacı gazeteciliğin temel ilkelerinden biri de kaynakların gizliliğinin korunmasıdır (en istisnai durumlar hariç). Bu bilgi kaynaklarının (ifşacılar dahil) güvenliğini korumak ve bazı durumlarda bu kaynakların güvenliğini sağlamak için gereklidir.³
- **İnsancılık:** Gazetecilerin yayınladığı içerikler zarar verici olabilir (örneğin iyi bir araştırmacı gazetecilik çalışması sonucu bir siyasetçinin küçük

2 Not: Listelenen yedi ilkeden beşi Etik Gazetecilik Ağ'ının 'Gazeteciler için beş temel ilke'sinden alınmıştır' <http://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism> [Erişim Tarihi: 22/4/2018]. Ancak “açıklık”ın tarafsızlık yerine tercih edilmesinin sebebi ‘tarafsızlık’ın çoğunlukla ‘nesnellik’ ile karıştırılması ve genellikle tüm kaynakların ve olguların eşit ölçüde incelenmesi anlamına geldiği sanılması. Bu sebeple ‘nesnellik’ kavramı gazetecilikte tartışmalı bir kavramdır.

3 Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources in the Digital Age* (UNESCO) <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [Erişim Tarihi: 28/03/2018].

düşürülmesi). Yine de, gazeteciliğin başkalarının hayatlarına etkisi göz önünde bulundurulmalıdır. Kamu yararı buradaki temel yol gösterici ilkedir.⁴ İnsancılık aynı zamanda, sürekli bir sosyal-adalet odaklı gazetecilik açısıyla bakmak olmasa da, dezavantajlı grupların karşılaştıkları sorunların da ele alınması demek.

- **Hesap verilebilirlik:** Profesyonellik ve etik gazeteciliğin kesin bir ölçütüdür.⁵ Hataların derhal, açık ve içten bir şekilde düzeltilmesi, okurların endişelerinin dinlenmesi⁶ ve onlara yanıt verilmesidir. Bu tür uygulamalar, ihtiyari işleyen mesleki kurallara dayanarak gazeteciliği sorumlu tutan haber kuruluşlarının kılavuzlarında ve öz-denetim organlarında yer alabilir.
- **Şeffaflık:** Pratikte hesap verilebilirliği destekler ve gazeteciliğe duyulan güvenin gelişmesine ve sürdürülmesine yardımcı olur.⁷

Bu bağlamda, gazeteciliğin bağımsızlığının yanı sıra medyanın özgürlüğü ve çoğulculuğu da önem teşkil eden konulardır. Gazeteciliğin bir bütün olarak demokrasiye ve açık toplumların sürdürülebilirliğine bir katkısı olacaksa kurumların çoğulculuğunun yanında personel, kaynak ve araştırma materyallerinin çeşitliliği esastır. Topluluk radyosu ve sosyal medya gibi katılımcı medya alanları da az temsil edilen veya dezavantajlı grupların seslerinin haber üretiminde geri planda kalmamasını sağlamak için önemlidir. Çoğulculuk aynı zamanda dezenformasyon, propaganda ve mesleki standartların dışında kalan benzeri içerik türlerini belirlerken, etik gazetecilik pratiğinde pek çok anlatının geçerli olduğunu kavramaya yardımcı olur (Bkz. 1, 2, 3. Bölüm).

Üzerinde düşünülmesi gereken bazı sorular

Dezenformasyon, yanlış bilgi ve propagandanın viral olduğu ve etik gazetecilik pratiklerinin konuşulduğu her tartışmada, aşağıdaki sorulara yanıt aranıyor olması faydalı olur:

- Dijital Çağ'da gazetecilik tam olarak ne anlama geliyor? “(Bu soru, “Kime gazeteci denir?” sorusu yerine daha geniş bir çerçevede çağdaş gazetecilik nedir diye düşünmeye çağırır.)

4 Dijital çağda empati uygulayan yeni bir etik model için bkz: Shelton, A. G., Pearson, M. & Sugath, S. (2017) *Mindful Journalism and News Ethics in the Digital Era: A Buddhist Approach*. Routledge, London. <https://www.crcpress.com/Mindful-Journalism-and-News-Ethics-in-the-Digital-Era-A-Buddhist-Approach/Gunaratne-Pearson-Senarath/p/book/9781138306066> [Erişim Tarihi: 01/04/2018].

5 See: <http://ethicaljournalismnetwork.org/what-we-do/accountable-journalism> [Erişim Tarihi: 22/4/2018].

6 Locker, K. & Kang, A. (2018). *Focused listening can help address journalism's trust problem*, at American Press Institute. <https://www.americanpressinstitute.org/publications/focused-listening-trust/> [Erişim Tarihi: 28/03/2018].

7 Aronson-Rath, R. (2017). *Transparency is the antidote to fake news* on NiemanLab, December 2017 <http://www.niemanlab.org/2017/12/transparency-is-the-antidote-to-fake-news/> [Erişim Tarihi: 15/06/2018].

- ▶ Gazeteciliği çevrimiçi ve çevrimdışı genel içerik üretimi ve yayınından ayıran unsurlar nelerdir? (Örneğin reklam, pazarlama, halkla ilişkiler, dezenformasyon, yanlış bilgiden ayıran unsurlar.)
- ▶ Gazetecilik kimin yararına hizmet etmelidir?
- ▶ Gazeteciler ürettikleri ya da paylaştıkları içerikten sorumlu tutulmalı mıdır? Evet ise neden ve kim tarafından? Ya da neden tutulmamalıdır?
- ▶ Gazetecilerin kaynaklara, özneler ve medya tüketicisi kitlelere karşı hangi etik sorumlulukları vardır?
- ▶ ‘Bilgi düzensizliği’ bağlamında gazeteciler hangi yeni etik ikilemler üzerine düşünmelidir?

Değerlendirme kriterleri

Bu yayının asıl amacı gazetecilik öğrencileri, profesyonel gazeteciler ve gazetecilik pratikleriyle uğraşan kişilerin eleştirel düşünme kapasitelerini derinleştirmek ve onlar arasındaki dayanışmayı güçlendirmektir. Temel etik değerlere bağlılık, derinlemesine araştırma ve eleştirel analizin yanı sıra doğruluk ve doğrulama standartları önemli değerlendirme kriterleri arasında sayılmalıdır.

Kuramsal alıştırmalar için önerilen değerlendirme kriterleri:

- ▶ Doğruluk ve doğrulama (alıntılanan kaynaklar doğru bir şekilde aktarılmış mı, uygun doğrulama yöntemleri kullanılmış mı?)
- ▶ Araştırmanın gücü (argümanları ve bulguları destekleyici güçlü, uygun veriler/ kaynaklar bulunmuş mu?)
- ▶ Argümanların ve analizin kalitesi (yer verilen argümanlar ve analiz ne kadar özgün ve derinlikli)
- ▶ Yazılı ifade (imla, dilbilgisi, noktalama, biçim)
- ▶ Metin/rapor bölümün öğrenme çıktılarını ne kadar etkili bir şekilde karşılıyor?

Uygulama/gazetecilik alıştırmaları için önerilen değerlendirme kriterleri:

- ▶ Doğruluk ve doğrulama (alıntılanan kaynaklar doğru bir şekilde aktarılmış ve uygun şekilde tanımlanmış mı, uygun doğrulama metotları kullanılmış mı?)
- ▶ Araştırma gücü (argümanları ve bulguları destekleyici güçlü, uygun veriler/ kaynaklar bulunmuş mu?)

- ▶ Eleştirel analiz (medya tüketicisi için temel olan meseleler üzerinde yeterince düşünülmüş mü?)
- ▶ Özgünlük
- ▶ Anlatının gücü (hikayenin/içeriğin okur/izleyici/dinleyici üzerindeki etkisi nedir?)
- ▶ Üretim (güçlü ses/video kurgusu ve multimedya öğeleri kullanılmış mı?)
- ▶ Yazılı ifade (imla, dilbilgisi, noktalama, biçim)
- ▶ Mesleki değerlerde bahsedilen etik değerlere bağlılık

Bölümlerin işlenmesi ve yürütülmesi

Bu bölümler yüz yüze ya da çevrimiçi öğretime uygun olarak tasarlandı. Birçok dersin yürütülmesinde katılımcılar, çevrimiçi (Moodle gibi bir öğrenme platformu aracılığıyla veya Facebook gruplarını kullanarak) veya yüz yüze birlikte öğrenme ortamından yararlanabilirler.

Derslerin çoğu kuramsal kısmın öğrenilmesi (örneğin seminerler, okumalar ve ders odaklı sunumların kullanılması) ve uygulama araştırma (örneğin çalışma gruplarının doğrulama alıştırması yapması) şeklinde iki kısımdan oluşmaktadır. Genellikle dersler 60-90 dakikalık bir kuramsal altyapının anlatımı ve 90 dakika-2 saat arası alıştırma/atölye şeklinde ilerlemektedir. Bu oturumlar, ilgili kurumun öğretme/öğrenme kapsamına bağlı olarak genişletilebilir, daraltılabilir veya bölünüp farklı günlere yayılabilir. Her bölüm için bir ödev önerisi verilmiştir.

Mümkün olduğu müddetçe eğitmenlerin, endüstri çalışanları ve uzmanlarını etkileşimli derslere ve forumlara dahil etmeleri ve müfredata güncel vaka çalışmaları, konuları ve tartışmaları eklemeleri iyi olacaktır.

Ayrıca, dersi tasarlayanlar eğitmenleri derslere yerel/bölgesel, dilsel ve kültürel olarak ilgili materyalleri ve örnekleri dahil etmeleri konusunda teşvik etmektedir.

Materyaller ve kaynaklar

Eğitmenler ve katılımcıların internet bağlantısına erişimleri gerekecektir. Katılımcılar akademik veri tabanları veya Google Akademik'ten yararlanabilir.

Genel öğrenme çıktılarının pratik uygulamaları için kullanılabilecek birincil site: First Draft News.⁸

⁸ <https://firstdraftnews.com/> [Erişim Tarihi: 28/03/2018].

Lütfen dikkate alınız: Bu el kitabında verilen içerik ve kaynaklar editörler ve katkıda bulunan yazarlara uygun şekilde referans verilerek kullanılmalı.

Pedagojik yaklaşım

Bu özel örnek müfredat 2007 yılından başlayarak UNESCO tarafından geliştirilen çeşitli gazetecilik eğitim izlencelerini⁹ takip ediyor. Pedagojik yaklaşım ayrıca UNESCO'nun *Öğretmenler İçin Medya ve Bilgi Yazarlığı İzlencesi*¹⁰ ve *Gazetecilerin Güvenliği Modülünden*¹¹ de besleniyor. Bunlarla bağlantılı olarak eğitimciler aşağıdakileri uygulamak isteyebilir:

- ▶ Araştırmaya ve sorgulamaya dayalı öğrenme
- ▶ Problem temelli öğrenme
- ▶ Bilimsel sorgulamaya dayalı öğrenme
- ▶ Vaka çalışması
- ▶ İşbirliğine dayalı öğrenme
- ▶ Metin analizi
- ▶ Bağlamsal analiz
- ▶ Çeviriler
- ▶ Simülasyonlar
- ▶ Üretim

Ayrıca bu müfredatı izleyen öğretmenlerin gazetecilikteki “proje temelli öğrenme”¹² kavramını araştırmaları önerilir; proje temelli öğrenme, öğrenme çıktılarını, içerik üretimi sırasında uygulayarak ve test ederek kazandırma yaklaşımına denir. Öğrenciler aynı zamanda dezenformasyonla mücadele edebilecek hızlı, vurucu ve yaygın yöntemleri üretebilme potansiyellerini ve bu yöntemleri uygulamaya geçirmeye fırsatları olduğunu farkında olmalılar.¹³

9 UNESCO's Model Curricula for Journalism Education (2007). <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209E.pdf> [Erişim Tarihi: 28/03/2018]. Ayrıca bkz. UNESCO's Model Curricula For Journalism Education: a compendium of new syllabi (2013). [Erişim Tarihi: 28/03/2018; <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002211/221199E.pdf>; ve Teaching Journalism for Sustainable Development: new syllabi (2015). <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf> [Erişim Tarihi: 28/03/2018].

10 Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K. and Cheung, C. (2011). Media and Information Literacy Curriculum for Teachers. [e-kitap] Paris: UNESCO. <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf> [Erişim Tarihi: 28/03/2018].

11 UNESCO (2017) Model Course on Safety of Journalists: A guide for journalism teachers in the Arab States.: <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002482/248297e.pdf> [Erişim Tarihi: 28/03/2018].

12 Posetti, J & McHugh, S (2017) *Transforming legacy print journalism into a successful podcast format: An ethnographic study of The Age's Phoebe's Fall*. Peer reviewed conference paper presented at the International Association of Media and Communications Researchers Conference'ta sunulan araştırma makalesi, Cartagena, Colombia 18/07/2017

13 İlginç bir örnek: <https://www.facebook.com/hashtagoursa/videos/679504652440492/> [Erişim Tarihi: 15/06/2018].

GERÇEK, GÜVEN VE GAZETECİLİK: NEDEN ÖNEMLİ?

Cherilyn Ireton



1. BÖLÜM



Özet

Medyaya ve gazeteciliğe olan güven, dünyanın birçok yerinde sosyal medyanın ortaya çıkışından çok daha önce çatırdamaya başlamıştı.¹ Bu eğilim, yine birçok toplumda ortak görülen kurumlara duyulan güvendedeki düşüşten bağımsız değil. Ancak sanki gerçek bir habermiş gibi gözüken ve sosyal medyada yayılan yanlış bilgilerin ve dezenformasyonun, yani kasten üretilen yanlış bilginin, sayısının ve erişimin artış göstermesi, gazeteciliğin itibarını daha da zedeleyen kötü bir etki yarattı. Tüm bunlar gazetecileri, haber kuruluşlarını, vatandaşları ve açık toplumları etkiledi.²

Bilginin hızla yayıldığı ve herkese açık olduğu sosyal medya platformları ve internette herkes içerik yayınlayabiliyor. Bunun bir sonucu olarak da vatandaşlar neyin doğru neyin yanlış olduğunu ayırt ederken zorlanıyorlar. Sinizm ve güvensizlik hakim. Radikal görüşler, komplo teorileri ve popülizm yükselişyken zamanında kabul görmüş gerçekler ve kurumlardan kuşku duyulmaya başlanıyor. Böylesi bir dünyada da haber merkezleri, ürettiklerinin gerçeğin inşasını yaratabileceği önemli eşik bekçiliği³ (gatekeeper) rolünü üstlenmek ve sürdürebilmek için çaba sarf ediyorlar. Aynı zamanda aktif dezenformasyon ve bilginin kötüye kullanılmasını da içerebilen (mal-enformasyon) “stratejik iletişim” ve “bilgi operasyonu” gibi pazarlar da büyüyor ve giderek bilgi ekosisteminde önemli bir yere oturuyor.⁴

Bilgi düzensizliğinin toplumsal boyutları ve sonuçları anlaşılmaya başladıkça, sosyal medyanın mimarları bile konuyla ilgili endişelerini dile getirmeye başladılar. Facebook’un Etkileşim Yönetimi Ürün Yöneticisi Samidh Chakrabarti görüşlerini şöyle ifade etti: “Sosyal medyanın demokrasi üzerindeki etkisi hakkında temel bir gerçek varsa, bu da insanın niyetini - hem iyi hem de kötü - güçlendirmesi. En iyi ihtimalle, kendimizi ifade etmemize ve harekete geçmemize olanak tanır. En kötü ihtimalle de insanların yanlış bilgi yaymasına ve demokrasiyi aşındırmasına sebep olur.”⁵

Sorunun üstesinden gelmek için hem büyük hem de küçük ölçekli müdahalelerin gerektiği belirginleşti. Cezbedici gelen bir yöntem sorunu yasal düzenlemelerle çözmek, birçok ülke de bu yolu seçiyor;⁶ ancak ifade özgürlüğü savunucuları bunun, yeni teknolojilerin olanak sağladığı açıklık ve katılıma ket vurabileceği konusunda

1 Edelman. (2017). Edelman Trust Barometer - Global Results. [çevrimiçi]. Erişim Adresi: <https://www.edelman.com/global-results/> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

2 Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis. [çevrimiçi] the Guardian. Erişim Adresi: <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

3 Singer, J. (2013). User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society*, [çevrimiçi] 16(1), ss.55-73. Erişim Adresi: <https://pdfs.semanticscholar.org/0d59/6a002c26a74cd45e15fbc20e64173cf2f912.pdf> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

4 Bkz. Burada yer alan vakalar: Gu, L; Kropotov, V and Yarochkin, F. (nd). *The Fake News Machine How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public*. https://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandists-abuse-the-internet.pdf [16/06/2018 tarihinde erişildi]. Yayınlanan bir başka çalışma: Data & Society Research Institute, New York (2017) *Media Manipulation and Disinformation Online*, <https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online/> [Erişim Tarihi: 15/06/2018]

5 Chakrabarti, S. (2018). *Hard Questions: What Effect Does Social Media Have on Democracy?* Facebook Newsroom. [çevrimiçi] Newsroom. fb.com. Erişim Adresi: <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy/> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

6 Funke, D. (2018) *A guide to anti-misinformation actions around the world* Poynter <https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world> [Erişim Tarihi: 22/05/2018].

uyarıyor.⁷ Özellikle otoriter liderler iktidara gelirlerse, kendi performanslarıyla ilgili gelen eleştirel yorumlarda neyin “sahte” neyin doğru olduğuna karar verebilecekleri güçlü ve kullanmaya hazır yasal bir silah temin etmiş olacaklar.

Özellikle sivil toplum ve girişimler tarafından önerilen bir diğer yöntem de bireyleri güçlendirmek ve onlara eriştikleri bilgiyi algılayıp değerlendirebilecekleri araçları sağlamak. Güney Afrika’dan⁸ Meksika’ya⁹ bunun uygulandığı birçok örnek var. Teyitçilik yapan kuruluşlar da giderek artıyor (bu el kitabında bahsedildiği gibi).

Bu bağlamda, gazetecilerin ve gazetecilik öğrencilerinin bu tür girişimleri ve bunu destekleyici neler yapabileceklerini bilmeleri gerekiyor. İşte bu noktada da bu el kitabı devreye giriyor.

Dezenformasyon ve yanlış bilgi kendilerini uzun süredir demokratik ve açık toplumların önemli aktörlerinden biri olarak tanımlayan gazetecilerin sadece itibarlarını zedelemiyor. “Bilgi düzensizliği” gazetecilerin amaç ve etkinliklerinden de şüphe duyulmasına sebep oluyor. Gazeteciliğin bağımsızlığına ve yüksek mesleki standartlara olan gereksinimin önemini de vurguluyor. Tabii bu gazeteciliğin, baskın ideolojilerden ya da gazetecinin toplumsal cinsiyeti, etniği, anadili, sınıfsal kimliği kaynaklı yanlılıklarından bağımsız olduğu anlamına da gelmiyor. Ya da mülkiyet, iş modelleri, okur çıkarları veya öngörülebilir bürokratik ve halka ilişkiler kaynaklardan arta kalan haberler gibi gelenekselleşmiş bağlamın etkilerinden kaynaklanan sistemik meseleleri de görmezden gelmiyor. Bununla birlikte gazetecilik ve gazetecilerin kendi dünya görüşleri ve birikimleri hakkındaki öz yansımalarında yayın etiğinin yol gösterici olmasının önemini vurguluyor. Gazeteciliğin “yoktan var olan” değil, şeffaflık gözetilmesi gereken bir pratik olduğuna dikkat çekiyor; tabi eğer insanlar kapsanan konular ve yansıtılan bakış açıları ne olursa olsun gazeteciliğin doğrulanabilirlik standartlarına ve kamu yararına riayet ettiğine inanıyorsa.¹⁰

Bu derste eğitmenler, katılımcıları gazeteciliğin topluma ve demokrasiye nasıl hizmet ettiği; “bilgi düzensizliği”nin bunu nasıl etkilediği - ve demokrasileri ve açık toplumları nasıl etkileyebileceğini - ; gazeteciliğin nasıl daha iyisini yapabileceği ve bu süreçte kamu yararına doğrulanabilir bilgi üretiminde kendine özgü yöntemleri ve standartlarının olduğuna dair güveni nasıl tekrar inşa edebileceğini eleştirel bir bakış açısıyla düşünmeye teşvik etmeliler. Bu gazetecilik yapanlara karşı sorgusuz güvenden ziyade özelliklerinin,

7 Nossel, S. (2017). *Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [e-kitap] PEN America. Erişim Adresi: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

8 #KnowNews Güney Afrika Medya İzleme sivil toplum kuruluşu tarafından kullanıcıların gezinmekte oldukları sitenin güvenilir bilgi içerip içermediğini anlamalarına yardımcı olması için geliştirilen bir internet tarayıcısı uzantısıdır: <https://chrome.google.com/webstore/search/KnowNews> [Erişim Tarihi: 15/06/2018].

9 Bkz. <https://verificado.mx/> 2018 tarihli Meksika’daki seçimlerinde tartışmalı içeriklerin doğrulanması için işbirliği yapan 60 tane medya, sivil toplum kuruluşu ve üniversite işbirliğini temsil ediyor. [Erişim Tarihi: 15/06/2018]; <https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-19906-media-collaboration-and-citizen-input-fueled-verificado-2018-fact-checking-mexican-ele> [Erişim Tarihi: 04/07/2018].

10 Bkz. Rosen, J. (2010). The View from Nowhere: Questions and Answers. *PressThink*. <http://pressthink.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/> [Erişim Tarihi: 15/06/2018].

ayırt ediciliklerinin ve kamu yararındaki doğrulanmış bilgilerin süreç ve standartlarına uyma isteklerinin fark edilmesi ve gazetecilerin bu çabalarına göre değerlendirilmeleri. Bu sinizmin aksine şüphecilüğün değerinin anlaşılması ve toplumun, gazetecilik yapıyormuş tavrı takınan biriyle gerçekten gazetecilik yapma gayret içinde olanları (ve bunun gerektirdiği şeffaflık, öz-denetim, hesap verebilirlik, kaliteli itibar gibi özellikleri karşılayabilenleri) ayırt edebilmeleri demek. Gazeteciler ve gazetecilik öğrencileri için de bu değişen bilgi ekosisteminin ve bununla birlikte gelen zorluklara nasıl karşılık verileceğinin anlaşılması anlamına geliyor.



Genel çerçeve

‘Bilgi düzensizliği’nin gazeteciler ve onların hizmet ettiği toplumlar açısından nasıl sonuçlar doğurduğunu anlamak için katılımcıların, gazeteciliğin ve medyanın dijital teknolojiler ve internet bağlantılı kişisel aygıtların hızlı gelişimini takiben yaşadığı yapısal, kültürel ve normatif düzeyde gerçekleşen köklü değişikliklerine odaklanmaları gerekiyor. Bunlardan en önemlisi de gazetecilik ve sosyal medya etkileşimine duyulan güven sorunlarının arasındaki ilişki.¹¹

Gazeteciliğin bütün sıkıntılarını sosyal medyaya yıkmak yanlış olur. Güven doğrudan gazeteciliğin kapasitesiyle ilgili ve ayrıca hükümetlere, işletmelere ve kurumlara duyulan güvenin azalmasıyla da arasında ilişki var.¹²

Haberlerin toplanma ve dağıtılma şeklindeki yapısal değişiklikler ve haber kuruluşlarının başlıca iş modellerinin çöküşü, haber merkezlerindeki gazetecilik kapasitelerine odaklı haber endüstrisini aşındırdı ve gazeteciliğin derinliğini, özgürlüğünü ve kalitesini etkiledi.¹³ Kamu medya kuruluşlarına yönelik fonların azalması ve bu sektördeki artan devlet kontrolü de haberciliği zayıflattı.

Dijital dönüşüm, hikaye anlatıcılığı ve izleyicileri haber sürecine daha fazla katmaya yönelik yeni yöntemler getirse de bir yandan da zaten zayıflamış mevcut haber üreticilerine daha büyük zorluklar getirdi. Sadece dijitalde habercilik yapan kuruluşlar, gazeteciliğin yaşadığı bu bozulmayı durduracak gazeteci kitlesini henüz yaratamadılar.¹⁴

Demokratikleşmiş ve çoğulcu bilgi ekosistemlerinde dezenformasyon ve yanlış bilginin zararlı sonuçlarını önlemek sadece gazetecilik ile uğraşanlar için değil tüm toplum için bir mücadele gerektiriyor.¹⁵

¹¹ Bkz. 3. Bölüm

¹² op. cit. Edelman. (2017)

¹³ Bkz. 3. Bölüm

¹⁴ Greenspon, E. (2017). *The Shattered Mirror: News, Democracy and Trust in the Digital Age*. [e-kitap] Ottawa: Public Policy Forum, Canada. Erişim Adresi: <https://shatteredmirror.ca/download-report/> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

¹⁵ Ansip, A. (2017). *Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response*. <https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

Dijital çağ öncesi gazetecilik pratiği ve yöntemlerinde, haberin doğruluğu, kalitesi ve tarafsızlığından emin olmak için profesyonel standartlar ve merkezileştirilmiş bir kontrol mekanizması vardı. Saha muhabirlerinin içerikleri yayınlanmadan önce haber ekibi tarafından doğrulanıyordu. Bu “eşik bekçisi” modeli gazeteciliğe belli bir profesyonellik duygusu aşıladı.¹⁶

Kamu işleri ve toplulukların sorunlarının haberleştirilmesi, araştırmalar, yorumlar ve analizler aracılığıyla gazeteciler, siyasetçilere ve yetkililere hesap sormak için etkili araçlara sahiptiler. Vatandaşlara nasıl yönetildikleri ve idare edildikleri konusunda fikir sahibi olmalarına yardım ettiler. Elbette bazı medya kuruluşları gazeteciliğin bu ideallerine ve standartlarına uymadılar. Ancak genel anlamda iş modelleri belli bir anlatı ile seçilen ve sunulan gerçek haberlere dayanıyordu; siyasi, ticari veya eğlence amacıyla yaratılan uydurma gerçeklerden çok uzaktı.

Kültürel seviyede, diğer aktörlerin de haberlere sosyal medya kanallarından tanıklık etmeleri, kayda almaları, yorum ve paylaşım yapmaları konusunda güçlenmeleri, sadece bu merkezi modeli değil kamusal alandaki tartışmaları da değiştirdi.¹⁷ Artık sosyal medya platformları kamusal ve siyasal söylemlerin şekillendiği temel alanlardan. Bazıları bunun demokratik ve açık toplumları bir “demokrasi açığı”na sürüklediğini savunuyor.¹⁸

Haber üreticileri olmadıklarını söyleyen teknoloji şirketleri ve sosyal platformlar, gazetecilerin sorumlu tutulduğu normatif yükümlülüklerden kaçıyorlar.¹⁹ Bu aktörler her ne kadar haber üretimi için gazeteci istihdam etmeseler de oluşturma ve düzenleme yapabiliyor olmaları onları sadece “basit birer aracı” olmaktan uzaklaştırıyor.

Dezenformasyon, yanlış bilgi veya Oxford Hesaplamalı Bilimler Enstitüsü’nün değişiyse “çöp” (*junk*) haberler özellikle sosyal medya platformları ve arama motorları algoritmaları ile yayılıyor. Kullanıcının aile ve arkadaşlarının sosyal ağlarına sızarak dezenformasyon ve yanlış bilginin yapısını ve geçerliliğini sağlıyorlar.²⁰

Dolayısıyla bu platformlarda kasten yayılan yanlış yönlendirici içerikler, vatandaşların gerçeklik²¹ algısını etkiliyor ve güven, bilgilendirilmiş diyalog, ortak bir gerçeklik algısı, karşılıklı onay ve katılım gibi kavramların da altını oyuyor.²² Sosyal medyanın demokrasiyi etkilemekle suçlandığı diğer noktalar da:

16 Kovach, B. and Rosenstiel, T. (2010). *Blur: How To Know What's True In The Age of Information Overload*. 1st ed. New York: Bloomsbury, ss.171-184.

17 Nossel, S. (2017). *Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [e-kitap] PEN America. Erişim Adresi: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

18 Howard, P. (2017) a.g.e.

19 Howard, P. (2017) a.g.e. Bkz. 3. Bölüm

20 Pariser, E. (2011). *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. London, Viking/Penguin Press.

21 European Commission (2017). Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation. [çevrimiçi] Erişim Adresi: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [Erişim Tarihi: 13/06/2018].

22 Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). *Is Social Media A Threat To Democracy?* [e-kitap] Omidyar Group. Erişim Adresi: <https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf> [Erişim Tarihi: on 03/04/2018].

- ▶ Yankı odaları, kutuplaşma ve hiper-partizanlık yaratmak
- ▶ Popüler olanı meşrulaştırmak
- ▶ Popülist liderlerin, hükümetlerin ve yandaş aktörlerin manipülasyonuna olanak tanımak
- ▶ Kişisel veri alışverişine ve alttan yürüyen hedef-kitle mikro mesaj ve reklamcılığa teşvik etmek²³
- ▶ Kamusal alanı karışıklığa itmek²⁴

Böyle olmak zorunda değil. Sosyal medya insan hakları, kültürel çeşitlilik, bilim, bilgi ve rasyonel muhakemenin güçlendiği bir ortamda toplumsal tartışmaları, vatandaşlık değerlerini ve demokratik katılımı besleyen en büyük alan olabilir. Bu anlamda gazetecilik – ya da herhangi bir platform – karmaşık konularla ilgili toplumu, bilimsel gerçeklerden uzaklaşmadan ve onları yanlış yönlendirebilecek şekilde basitleştirmeden bilgilendirmeli. Özellikle ileri düzey tıbbi tedaviler (örneğin klonlama) ve yeni bilimsel gelişmeler (örneğin yapay zeka) söz konusu olduğunda gazetecileri zorlayanlar bunları doğrulamamak, sansasyondan kaçınmak, gelecekte beklenen etkileri haberleştirirken dikkatli olmak ve ölçülü bir şekilde farklı bulguları ve görüşleri aktarmak oluyor.

Bununla birlikte gazetecilerin dezenformasyon ve yanlış bilgiyle doğrudan başa çıkabilecekleri çeşitli yöntemler de var. Dezenformasyon kampanyalarını araştırarak ve açığa çıkararak manipülasyona karşı direnmek bunlardan biri. Ancak bunların, gazeteciliği genel anlamda iyileştirmeyi hedefleyen daha geniş kapsamlı çabalar ile desteklenmesi gerekiyor (aşağıya bakınız).

“Bilgi düzensizliği”ne toplumdan gelen tepkiler ve sosyal medya platformlarının getirdiği zorluklar farklı seviyelerde ilerliyor ve çeşitlilik gösteriyor. Bazıları çok hızlı olmak üzere çeşitli çözümler de geliştiriliyor. Çoğu, sosyal medya şirketleri ve Google’ın genel merkezlerinin yer aldığı ABD’den geliyor. Yanlış bilgiye karşı teknoloji bazlı gelişen girişimlerden bazıları:

- ▶ Şirketin (anlaşmazlık olsa da) arama sonuçları ve haber akışlarından sahte haber olarak işaretlediklerinin ayrıştırılması vaadi^{25 26 27}

23 Cadwalladr, C. and Graham-Harrison, E. (2018). How Cambridge Analytica turned Facebook ‘likes’ into a lucrative political tool. The Guardian. [çevrimiçi] Erişim Adresi: <https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/2017/facebook-cambridge-analytica-kogan-data-algorithm> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

24 Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017) a.g.e.

25 Ling, J. (2017). *Eric Schmidt Says Google News Will ‘Engineer’ Russian Propaganda Out of the Feed*. Motherboard Vice.com. [çevrimiçi] Erişim Adresi: https://motherboard.vice.com/en_us/article/pa39vv/eric-schmidt-says-google-news-will-delist-rt-sputnik-russia-fake-news?utm_campaign=buffer&utm_content=buffer41c8a&utm_medium=social&utm_source=facebook.com+Motherboard [Erişim Tarihi: on 03/04/2018]; <https://www.rt.com/news/411081-google-russia-answer-rt/>

26 Mosseri, A. (2018). *Helping ensure news on Facebook is from trusted sources*. Facebook. <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/trusted-sources/> [Erişim Tarihi: on 03/04/2018].

27 Stamos, A. (2018) *Authenticity matters: Why IRA has no place on Facebook*. Facebook. <https://newsroom.fb.com/news/2018/04/authenticity-matters/> [Erişim Tarihi: on 03/04/2018].

- ▶ Tıklama başına reklam geliri sağlayan dezenformasyon üreticilerinin gelir elde etmesinin önlenmesi²⁸
- ▶ Dijital içerik ve görsellerin doğrulanması için teknolojik çözüm önerilerinin sunulması²⁹
- ▶ Gazetecilik, teknoloji ve akademik araştırma eksenindeki destekleyici gazetecilik girişimlerinin fonlanması³⁰
- ▶ Tüketicilerin (ve algoritmaların) güvenilir haber sağlayıcılarından gelen bilgileri ayırtabilmeleri için teknik standartların ve güven göstergelerinin geliştirilmesi ve kullanılması³¹

2018'in başında bu kitabı yazmaya başladığımızda haber kuruluşları için en önemli teknik standart geliştirme girişimi, büyük arama motorları, sosyal medya platformları ve dünya çapında 70'in üzerinde medya şirketi ile çalışan *The Trust Project* birliğiydi. Kuruluş belirledikleri “güven damgası” ile halkın “doğru, hesap verilebilir ve etik bir şekilde üretilen” haberleri ayırt edebilmelerini hedefliyor. Güvenilir bir kaynak olarak tanımlanabilmeleri için haber sağlayıcıların uyması ve dijital ortamlarında açıkça göstermeleri gereken öncelikli sekiz teknik standart³² belirlediler. Bu göstergeler³³ şu şekilde:

- ▶ **En iyi uygulamalar:**
 - › Standartları neler?
 - › Haber mecrasını kim finanse ediyor?
 - › Mecranın misyonu nedir?
 - › Etik, çoğulcu sesler, doğruluk, düzeltme ve diğer standartlara olan bağlılık
- ▶ **Yazar/haberci uzmanlığı:** Bunu kim yaptı? Haberi yapan gazetecinin uzmanlığının ve üzerine çalıştığı diğer haberlerin ayrıntıları
- ▶ **İşin türü:** Bu nedir? Yorum, analiz ve reklam (sponsorlu/doğal) içeriklerinin diğer haber içeriklerinden ayrılması için işaretler
- ▶ **Alıntılar ve referanslar:** Kapsamlı araştırma ve derinlikli haberler için gerçeklerin ve savları destekleyen kaynakların erişilebilir olması

28 Love, J. & Cooke, C. (2017). *Google, Facebook move to restrict ads on fake news sites*. Reuters. [çevrimiçi] Erişim Adresi: <https://www.reuters.com/article/us-alphabet-advertising/google-facebook-move-to-restrict-ads-on-fake-news-sites-idUSKBN1392MM> [Erişim Tarihi: 15/06/2018].

29 Bkz. 6. Bölüm Bir örnek olarak: <http://www.truly.media/> [Erişim Tarihi: 15/06/2018].

30 Bkz. 5. Bölüm

31 The Trust Project (2017). *The Trust Project – News with Integrity*. [çevrimiçi] Erişim Adresi: <https://thetrustproject.org/?nr=o> [Erişim Tarihi: on 03/04/2018].

32 The Trust Project (2017). A.g.e.

33 The Trust Project (2017). A.g.e.

- ▶ **Yöntemler:** Yine derinlikli haberler için neden habercilerin neden bu meselenin üzerine gittiği ve sürecin nasıl işlediğine dair bilgi (bu aynı zamanda şeffaflığı gerektiriyor)
- ▶ **Yerel kaynaklardan mı besleniyor?** Hikayenin yerelden gelip gelmediğinin ve yerelle temas edip etmediğinin anlaşılması. Haber, olayın geçtiği yerde, yerel durum ve topluluklara dair derin birikime dayanarak mı yapıldı?
- ▶ **Farklı sesler:** Haber merkezinin farklı bakış açılarını bir araya getirme isteği ve çabası. (Okurlar/izleyiciler/dinleyiciler belli ses, etnisite veya siyasi görüşlere yer verilmediğinde bunun farkına varırlar)
- ▶ **Harekete geçirebilecek geribildirim:** Haber merkezinin halkı önceleme, habercilik süreçlerine dahil etme ve doğruluğu garantiye alma çabası. Okuyucu/izleyici/dinleyici katılmak ve hikayenin gidişatını değiştirmek ya da genişletmek istemektedir.

Gazetecilik işine olan güven, gazeteciler için mevcut kaynakların sayısı, çeşitliliği ve kalitesinin de artmasına neden olabilir ve bunun da akabinde topluma olumlu etkisi olur.

Hükümetler, sivil toplum ve eğitimcilerin bu duruma müdahalesi daha çok medya ve bilgi okuryazarlığı üzerine odaklanıyor; ilerleyen bölümlerde de³⁴ işlenecek.

Bu durum 2017 Dünya Editörler Forumu'nda da ele alındı ve forum başkanı Marcelo Rech tüm dünyada editörlerin benimsemesi gereken 5 ilke³⁵ önerdi:

- ▶ Aşırı bilginin hüküm sürdüğü bir dünyada, *güvenilebilirlik, bağımsızlık, doğruluk, mesleki etik, şeffaflık ve çoğulculuk* kamuyla kurulacak bir **güven ilişkisinin** temel **değerleridir**.
- ▶ Bir üst kademe gazetecilik, sosyal medyada dolaşımda olan içeriklerin ihtiyatlı ve gayretli bir soruşturma ve doğrulama yapılması nedeniyle diğerlerinden ayrılır. Sosyal medyayı hem teyitçilik yapılması gereken bir bilgi kaynağı hem de profesyonel içerik üretimi yapılabilecek bir platform olarak kabul eder.
- ▶ Bir üst kademede gazeteciliğin **misyonu** yüksek kalitede doğrulanmış bilgi sunarak **topluma hizmet etmek** ve haber kurumlarını güvenilir içerik üretmekle özdeşleştirmek.
- ▶ Bir üst kademe gazeteciliğin bir diğer **koşulu** da **temel gerçeklerin ötesine gitmesi** ve analizi, bağlamsal ve araştırmacı haberciliği, bilgilenmiş fikir paylaşımını ortaya çıkarması ve teşvik etmesi; böylece de haber hükmünden çıkıp, güçlendiren bilgiye dönüşmesi.

34 Bkz. 4. Bölüm

35 Ireton, C. (2016). *World Editors Forum asks editors to embrace 5 principles to build trust* <https://blog.wan-ifra.org/2016/06/14/world-editors-forum-asks-editors-to-embrace-5-principles-to-build-trust> [Erişim Tarihi: 15/06/2018].

- Bir üst kademe gazeteciliğin dayanağının güven ve **sosyal uyumluluk, meşru menfaat ve doğruculuk ilkeleri olması** gerekiyor.

Gazeteciler ve haber merkezleri için daha çok kalitenin artırılmasının üzerinde durulabilir. Bu aşağıda listelenenlerin geliştirilmesiyle olur:

- Hesap verebilir, etik gazetecilik pratikleri ve kanıta dayalı habercilik³⁶
- Teyitçilik ve dezenformasyonun ve yanlış bilgilerin ortaya çıkarılması³⁷
- Verilerin, kaynakların, dijital görsellerin³⁸ doğrulanması
- Gazetecilerin temas kurdukları topluluklarla etkileşimi ve haber gündeminin toplumun ihtiyaçlarıyla uyum içerisinde olduğundan emin olma³⁹

Bu son noktaya değinecek olursak, ana akım medya ve toplumun genel kesimi arasında bir kopukluk olduğuna yönelik kanıtlar Birleşik Krallık'ın AB üyeliğinden çıkmak için yaptığı Brexit referandumu ve ABD 2016 Başkanlık Seçimleri sırasında da gündeme gelmişti. Sosyal medya iletişimin gücü doğrudan etkileşimden geliyor. Eğitimi yürütecekler, medyanın insanlara nasıl daha iyi hizmet edebileceğini ve böylece de güven inşa ederek, ilişkilerini ve geniş topluluğu nasıl güçlendirebileceklerini aktarmalı.

Schudson'un Haberlerin Demokrasi için Yapabileceği Altı ya da Yedi Şey (*Six or Seven Things News Can do for Democracy*)⁴⁰ adlı makalesi tartışma için önemli bir çerçeve oluşturuyor:

1. Bilgi: Vatandaşlara, mantıklı siyasi seçimler yapabilmeleri için tarafsız ve bütünlüklü bilgi sunmak
2. Araştırma: Özellikle hükümetin gücü olmak üzere tüm güçlerin birleşmesini araştırmak
3. Analiz: Vatandaşların karmaşık konuları anlamalarına yardımcı olacak anlaşılır bir çerçeve çizmek
4. Sosyal empati: İnsanlara, farklı bakış açıları ve yaşayışları olan insanları anlamaları için toplumdaki diğer insanlardan ve onların dünyalarından da bahsetmek, özellikle de kendilerine nazaran daha az avantajlı olan insanlar hakkında bahsetmek

³⁶ Wales, J. (2017). *What do we mean by evidence-based journalism?* Wikitribune. <https://medium.com/wikitribune/what-do-we-mean-by-evidence-based-journalism-3fd7113102d3> [Erişim Tarihi: on 03/04/2018].

³⁷ Bkz. 5. Bölüm

³⁸ Bell, F. (2018). Veri gazeteciliği çağında doğrulama daha da karmaşık bir hal alıyor. Büyük veri yığınları içerisinde sadece yanlış bilginin değil kasten oluşturulmuş dezenformasyonun da yer alması muhtemel. Ayrıca bkz. 6. Bölüm

³⁹ Batsell, J. (2015). *Engaged journalism: connecting with digitally empowered news audiences*. New York. Columbia University Press.

⁴⁰ Schudson, M. (2008). *Why Democracies Need an Unlovable Press*. Polity. Chapter Two: Six or Seven Things News Can Do For Democracy. Erişim Adresi: https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMegcKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=oahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHcovBIUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false [Erişim Tarihi: on 03/04/2018].

5. Kamuya açık forum: Meselelere çoğulcu ve disiplinler arası bir yaklaşım geliştirerek vatandaşlar arasında diyalog kurmak için bir alan yaratmak ve farklı grupların bakış açılarını aktaran olma görevini üstlenmek
6. Harekete geçme: (İstenildiği yerde) siyasi programlar ve görüşler için savunuculuk yapmak ve doğrulama standartları ve kamu yararından emin olduktan sonra insanları bu programları desteklemeleri için harekete geçirmek.



Bölüm Hedefleri

- ▶ Katılımcıların gazetecilik ve sosyal medya hakkında eleştirel düşüncelerini sağlamak
- ▶ Katılımcıları kendilerini “bilgi düzensizliği” ekosistemi içerisinde nerede konumlandıklarını düşünmeye yönlendirmek
- ▶ Katılımcıların “bilgi düzensizliği”nin etkileri üzerinde düşüncelerini sağlamak



Öğrenme Çıktıları

Bu modülün sonunda katılımcılar:

1. Gazeteciliğin, geniş medya ortamında demokrasiye ve açık toplumlara nasıl daha iyi hizmet edebileceğine ve “bilgi düzensizliği”nin demokrasilere olası zararlarına dair derinlikli ve eleştirel bir bakış açısı kazanacak
2. Gazeteciliğe olan güveni etkileyen unsurların ve bu güvenin nasıl korunabileceği ya da tekrar inşa edilebileceğini anlayacak
3. Bir başkasına gazeteciliğin neden önemli olduğunu açıklayabilecek hale gelecek



Bölüm Formatı

Bu bölümde yer alan bilgiler 30 dakikalık bir dersin temelini oluşturabilir ve bunu takiben gazeteciliğin neden önemli olduğu ve topluma nasıl hizmet ettiğine dair yine 30 dakikalık bir yuvarlak masa tartışması ile desteklenebilir. 90 dakika sürecektir ve yapılandırılmış bir diyalog içinde yürüyen bir alıştırma da gazeteciliğe şüpheyle yaklaşanlara odaklanabilir ve onlara nasıl her bilginin eşit şekilde güvenilir olmadığı ve her bilginin eşit gibi gözüktüğü sosyal medya platformları içerisinde haberciliğin nasıl güven inşa edebileceğini anlatma yollarına değinebilir.

Öğrenme Çıktılarını Birleştiren Plan

A. Kuramsal

Bölüm planı	Süre	Öğrenme çıktıları
Gerçek ve güven üzerine ders ve interaktif tartışma	30 dk	1, 2
Gazeteciliğin neden önemli olduğu ve topluma nasıl hizmet ettiğine dair yuvarlak masa tartışması	30 dk	1, 2, 3

B. Uygulama

Bölüm planı	Süre	Öğrenme çıktıları
Uygulamalı alıştırma	90 dk	3

Ödev önerileri

Bu ödev üç aşamadan oluşuyor ve katılımcıların ikili ya da küçük gruplar halinde çalışmaları öngörülüyor:

- İki kişi ya da küçük gruplar halinde çalışan katılımcılardan bir haber tüketicisiyle röportaj yapmaları ve onlara yerel ya da ulusal haber kanalları içerisinde güvenilir gördükleri kaynakları sormaları istenir. Daha sonra katılımcılar Schudson'un modelini ("Haberlerin Demokrasi için Yapabileceği Altı ya da Yedi Şey") bir çerçeve olarak kullanarak bu kaynaklardan seçtikleri bir yayını ya da tematik haberi, gazetecilik pratiğiyle topluma nasıl hizmet ettiği açısından incelerler. İçerik analiz teknikleri bu noktada kullanışlı bir yöntem olabilir. İkinci adım ise bu içeriğin, Trust Project'in belirlediği sekiz güven göstergesinden hangisini barındırdığının tespit edilmesi olabilir. Daha sonra bu araştırmadan edinilen bulgular yazı, kısa video ya da ses kaydı formatında, haberciliğin neden önemli olduğunu tartışan bir editoryal yorum ya da haber şeklinde sunulabilir.



Okumalar

Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). *Is Social Media A Threat To Democracy?*

[e-kitap] Omidyar Group. Erişim Adresi:: <https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf>

Edelman. (2017). *2017 Edelman TRUST BAROMETER - Global Results*. [çevrimiçi] Erişim Adresi:: <https://www.edelman.com/global-results/>

Howard, P. (2017) *Is social media killing democracy?* Oxford. Erişim Adresi:: <https://www.oii.ox.ac.uk/videos/is-social-media-killing-democracy-computational-propaganda-algorithms-automation-and-public-life/>

Nossel, S. (2017). *FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [e-kitap] PEN America. Erişim Adresi:: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf

Schudson, M. (2008). *Why Democracies Need an Unlovable Press*. Polity. Chapter 5: Six or Seven Things News can do for Democracies, Erişim Adresi:: https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMgeckKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+-seven+ways&hl=en&sa=X&ved=oahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHcovBIUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false

Viner, K. (2017). *A mission for journalism in a time of crisis*. [çevrimiçi] the Guardian. Erişim Adresi:: <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis>

“BİLGİ DÜZENSİZLİĞİ” ÜZERİNE DÜŞÜNMEK: MEZENFORMASYON, DEZENFORMASYON VE MALENFORMASYON

Claire Wardle ve Hossein Derakhshan

Fake News; L
die Fake New
(Pluraletan
Bedeutung
manipula

2. BÖLÜM



Özet

“Sahte haber” ve hatta “sahte medya” kavramlarının uzlaşmaya varılamadığı farklı kullanımları var. Google Trendler haritası özellikle bu kavramların daha çok 2016 yılının ikinci yarısından itibaren internet kullanıcıları tarafından aratıldığını gösteriyor.¹ Bu bölümde katılımcılar, a) sahte haber kavramının neden bilgi kirliliğinin boyutunu açıklamada yetersiz kaldığını ve b) bu kavramın nasıl bu kadar sorunlu hale geldiğini ve artık neden kullanmamamız gerektiğini öğrenecekler.

Maalesef bu kavram, özellikle gücü elinde tutan insanların sevmedikleri haberciliklerin altını kazımak amacıyla, siyasileştirilmeye ve haber endüstrisine karşı bir silah olarak kullanılmaya kendiliğinden müsait. Bu sebeple de yanlış bilgi ve dezenformasyon kavramları kullanılabilir. Bu bölüm var olan farklı türleri ve bu türlerin “bilgi düzensizliği” spektrumunda nereye denk geldiklerini inceliyor.

Hiciv, parodi, tık tuzağı ve yanlış yönlendiren başlıklar, görseller ve istatistikler, bağlamdan koparılıp paylaşılan özgün içerikler, taktik içerikler (bir gazetecinin isminin veya medya kurumunun logosunun, o kişi veya kurumla hiçbir ilgili olmayan kişiler tarafından kullanılması), manipüle edilmiş ya da uydurma içerikler de bunlara dahil. Buradan yola çıkarak aslında “sahte haber” kavramının tek başına açıklamakta yetersiz kalacağı kadar karmaşık bir krizin yaşandığı anlaşılıyor.

Sosyal medya akışını kirleten bilgi türlerine çözüm üretmek ve geleneksel medya ortamlarına sızmasını önlemek istiyorsak sorunu çok daha dikkatli şekilde düşünmeye başlamamız gerekiyor. Aynı zamanda bu tarz içerikleri üreten insanları ve onları neyin motive ettiğini de düşünmeliyiz. Ne tarz içerikler üretiyorlar ve bu içerikler, kitlesi tarafından nasıl karşılanıyor? Aynı kitleyi bu tarz içerikleri paylaşmaya ne motive ediyor? Konuya birçok farklı yaklaşım biçimi olsa da tartışmaların çoğu konunun karmaşıklığını kavrayamıyor. Bu bölümün sonunda katılımcıların, ‘bilgi düzensizliği’ ile ilgili tartışmalarda terminoloji ve tanımları kullanabilmeleri bekleniyor.



Genel çerçeve

Bu el kitabı, genel olarak özgün gazeteciliğin beslediği doğrulanabilir ve kamu yararı gözetilen bilgiye karşıt olarak “dezenformasyon” ve “yanlış bilgi” kavramlarını kullanıyor. Bu bölümün odağı dezenformasyonun ayırıcı özellikleri.

“Sahte haber” üzerine söylemler genellikle mezenformasyon yani yanlış bilgi ve dezenformasyon kavramlarını bir araya getirir. Ancak mezenformasyonu “bilginin doğru olmadığı ancak paylaşılan kişinin bunun doğru olduğunu düşündüğü bilgi” olarak ayırmak

¹ Sahte haberler kavramının Google Trendler haritası <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=fake%20news> [Erişim Tarihi: 06/04/2018].

yardımcı olabilir. Dezenformasyon da yanlış bilgi ve bunu paylaşan kişi de bilginin yanlış olduğundan haberdar. Yani burada özellikle, kasıtlı olarak söylenen bir yalan söz konusu ve sürekli kötücül aktörler tarafından yanlış bilgiye maruz kalmış insanlara işaret ediyor.²

Üçüncü kategori de mal-enformasyon, yani gerçeğe dayanan ancak bir kişiye, kuruma ya da ülkeye zarar vermek amacıyla kullanılan bilgi olarak tanımlanabilir. Örneğin, bir kişinin cinsel yöneliminin kamu yararına olduğu kanıtlanmadan açığa çıkarılması. Doğru ve yanlış bilgiyi birbirinden ayırmak önemli, bunun kadar doğru olmasına rağmen (ve belirli ölçüde doğruluk barındırmasına rağmen) kamu yararı gözetmeden sadece zarar vermek amacıyla bazı şahıslar tarafından dolaşıma sokulan bilginin de ayırt edilmesi önemli. Malenformasyon, yani kişinin gizliliğini ihlal eden ve kamu yararına olmadığı halde kamuyla paylaşılan bilgi, gazeteciliğin standartlarına ve etik anlayışına ters düşer.

Farklı tanımlara rağmen hepsinin bilgi ekosistemine ve topluma zararı benzer olabilir (örneğin demokratik süreçlerin bütünlüğünün bozulması, aşılama oranlarının azalması gibi). Ayrıca bazı örnekler bu üç kavramı bir arada barındırabilir ve belirli aktörlerin kapsamlı bilgi stratejileri dahilinde tek bir kavramın, genellikle diğerleriyle birlikte yer aldığı örnekler de var (örneğin başka platformlarda ya da sırayla). Yine de farklı sebepleri, teknikleri ve çözümleri bulunduğundan bu kavramsal farklılıkları akılda tutmak iyi olur.



Şekil 1: Bilgi Düzensizliği

2017 Fransa Cumhurbaşkanlığı Seçimleri boyunca, bu üç “bilgi düzensizliği” türünde de örnek bulunmuştu.

² Tanımlamalara ilişkin daha fazla bilgi için Karlova ve Fisher’in çalışmaları incelenebilir (2012).

1. Dezenformasyona, yani kasten yayılan yanlış bilgiye örnekler:

Örneğin Fransa'daki seçim kampanyaları sürecinde Belçika gazetesi "Le Soir"³ taklit edilerek cumhurbaşkanı adayı Emmanuel Macron'un Suudi Arabistan tarafından fonlandığına yönelik sahte bir makale yazılmıştı. Aynı şekilde Macron'un Bahamalar'da offshore hesapları olduğunu iddia eden sahte belgeler de dolaşıma sokulmuştu.⁴ Son olarak, kısmen ağ oluşturan insanların, yani "Twitter ordularının," eş zamanlı olarak cumhurbaşkanı adayının özel hayatına dair yanlış bilgiler içeren tweetler ve etiketler paylaşmaları örnek olarak verilebilir.

2. Mezenformasyona, yani yanlış bilgiye örnekler:

20 Nisan 2017'de Paris Champs Elysee'de gerçekleşen terör saldırısı, neredeyse tüm son dakika haberinde olduğu gibi birçok yanlış bilginin⁵ yayılmasını tetikledi. Farkında olmadan bazı sosyal medya kullanıcıları birtakım söylentileri paylaşmaya başladılar; örneğin bunlardan biri, ikinci bir polisin de öldüğüne yönelik bir söylentiydi. Bu tarz içerikleri paylaşan kullanıcıların genellikle çok az bir kısmı bunu bilerek zarar verme amacıyla yapıyor. Aksine yardımcı olduklarını sanıyorlar ve olayın sicağıyla paylaştıkları bilgiyi araştırıp doğrulamıyorlar.

3. Malenformasyona örnekler:

Malenformasyona bir örnek, 7 Mayıs'ta cumhurbaşkanlığı seçimlerinin ikinci turundan önce Emmanuel Macron'un e-posta yazışmalarının sızdırılması olabilir. E-postalarda yer alan içerikler doğruydu. Ancak, seçim kampanya yasağının gelmesine dakikalar kala özel bilgilerin kamusal alana sızdırılması Macron'un seçim kampanyasına maksimum zararın verilmesi amacıyla yapıldığını gösteriyor.

Propaganda, dezenformasyon ile eş anlamlı değil ancak dezenformasyon propagandanın yararına olabilir. Propaganda, genelde dezenformasyondan daha açık bir biçimde manipülasyon yapıyor çünkü çoğunlukla bilgilendirici değil duygulara yönelik mesajlar içeriyor.⁶

Bu bölüm yanlış bilgiye ve özellikle de dezenformasyona odaklanıyor ve daha farklı diğer türlerden de örneklerle yer veriliyor.

3 CrossCheck, 2017. *Was Macron's campaign for French Presidency financed by Saudi Arabia?*: Available at <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/macrons-campaign-french-presidency-financed-saudi-arabia/> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

4 CrossCheck, 2017. *Did Emmanuel Macron Open an Offshore Account?* CrossCheck, Available at <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/emmanuel-macron-open-offshore-account/> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

5 One example was the rumour that Muslims in the UK celebrated the attack. This was debunked by the CrossCheck project: CrossCheck, (April 22, 2017) *Did London Muslims 'celebrate' a terrorist attack on the Champs-Elysees?* CrossCheck, Available at <https://crosscheck.firstdraftnews.com/checked-french/london-muslims-celebrate-terrorist-attack-champs-elysees/> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

6 Neale, S. (1977). Propaganda. Screen 18-3, ss 9-40

Dezenformasyon, mezenformasyon ve malenformasyon kategorileri farklı amaçları bulunan özgün haber anlatılarından ayrı tutulmalı. Örneğin bir gazeteci “Bernie Madoff tarafında olmasa da bu yeni dolandırıcılık iddiaları küçük yatırımcıları vurdu” yazabilir. Başka bir gazeteci ise bunu “Yeni dolandırıcılık iddiaları küçük yatırımcıları vurdu, Bernie Madoff tarafını değil” şeklinde kaleme alabilir. Bu ikinci ifade yeni vakanın görece önemini daha az vurgulamış oluyor. Vurgunun farklı noktalara yapılması illa yanlış bilgiyi ya da dezenformasyonu beslemiyor olabilir. Aynı durumun iki farklı meşru şekilde yorumlanması olabilir bu.

Burada bahsedilmek istenen haberlerde olduğu gibi dezenformasyon, mezenformasyon ve malenformasyonda da anlatının olabileceği. Yani anlatı haberin içeriğinde belirgin olarak sunulan gerçeklerde (ya da toksik iletişimde uydurma ya da bağlamından koparılmış içeriklerde) gömülüdür. Dezenformasyon ya da dezenformasyona benzer örnek teşkil etmeyen gerçek bir suç haberinde, failin ya da kurbanın ırkına ya da milliyetine yönelik bir bilginin yer alması gerekli görülebilir. Örneğin iddiada bahsedilen failin göçmen bir erkek, kurbanın ise o ülkenin vatandaşı bir kadın olduğunu düşünelim. Her ne kadar doğrudan dikkate alınması gereken bir bilgi olmasa da bir araştırmacı gazetecilik faaliyeti olarak, daha çok da ideoloji, bakış açısı ve anlatının vurgusu ve nedenselliğinden kaynaklı bir haberci, bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde bu bilgilere haberinde yer verebilir. Bu sebeple “teyitçilik” anlamın nasıl kurulduğu ve doğruların ve doğru olmayanların hangi amaçlarla kullanıldığını irdeleyen “anlatıyı çözümleme” yöntemi ile desteklenebilir. Gazetecilikte çeşitli anlatı türleri var ve bunlar gazeteciliğin, diğer iletişim türlerindeki anlatılardan ayrı olmadığı anlamına gelmiyor. Örneğin aşağıda yedi farklı türden bahsediliyor:

1. Hiciv ve Parodi

Dezenformasyon ve yanlış bilgi türlerinde hicive yer vermek şaşırtıcı gelebilir. Hiciv ve parodi aslında birer sanat olarak görülebilir. Ancak, insanların haberleri ve bilgileri giderek daha çok sosyal medya akışlarından aldıkları bir dünyada bir sitenin hiciv olup olmadığı ilk etapta anlaşılamayabiliyor.⁷ Mesela Pakistan *Today*’de yer alan *Khabaristan Times* isimli hiciv köşesine 2017 yılında engel gelmiş ve yayın hayatı son bulmuştu.⁸

7 Pakistan Today (2018). *Anthropologists make contact with remote cut-off tribe still thanking Raheel Sharif*. [çevrimiçi] p.Khabaristan Today. Erişim Adresi: <https://www.pakistantoday.com.pk/2017/01/11/anthropologists-make-contact-with-remote-cut-off-tribe-still-thanking-raheel-sharif/> [Erişim Tarihi: 06/04/2018].

8 Bu kitabın editörlerinden Julie Posetti’nin Alice Mathews ile birlikte yazdığı kaynak danışılacaklar arasında gösterilebilir

2. Hatalı Bağlantı

Başlık, görsel ya da açıklama yazılarının, içerikle örtüşmemesi hatalı bağlantıya örnek olarak gösterilebilir. Bunun en yaygın pratiği tık tuzağı olarak yazılan başlıklar. İnsanların dikkatini çekebilme rekabeti içerisinde editörler haber başlıklarını, okurların haberi okuduktan hemen sonra aldatılmış hissedecek olmalarına rağmen yine de tıklamalarını sağlayacak şekilde yazmaya başladılar. Bunun *The Political Insider* sitesinde ürkütücü bir örneği var.⁹ Bir diğer örnek de özellikle Facebook gibi sitelerde belirli bir izlenim vermek için içeriğin örtüşmediği görsel ve açıklama metinlerinin kullanılması. İnsanlar sosyal medya hesaplarında içeriğe tıklamadan sadece bu görsel ve başlıklar arasında gezindiklerinde (ki genellikle böyle oluyor) yanlış yönlendiren görseller ve yazılar kandırabiliyor.

3. Yanıltıcı İçerik

Olayları ya da kişileri olduğundan farklı göstermek için bilgiyi yanlış yönlendirici bir şekilde kullanmak, yani görsellerin kırıldığı, alıntının çekildiği ya da belirli verilerin seçilip kullanıldığı içerikler bunlara örnek gösterilebilir. Buna çerçeve kuramı (*Framing Theory*)¹⁰ deniyor. Rappler.com'da buna bazı örnekler var.¹¹ Yanlış yönlendiren bilginin yayılımında görseller, genellikle beynimiz onlara karşı daha az eleştirel yaklaştığı için, büyük rol oynuyor.¹² Sponsorlu içerik olduğu yeterli ölçüde belirtilmeyen ve editöryel içerikleri taklit eden reklamlar da bu kategoriye düşüyor.¹³

4. Yanlış Bağlam

“Sahte haber” kavramının yetersiz kalmasının sebeplerinden biri genellikle içeriği doğru olan içeriklerin orijinal bağlamları dışında yeniden paylaşılabiliyor olması. Örneğin, 2007 yılında Vietnam'da çekilmiş bir görsel 7 yıl sonra Nepal'de gerçekleşen bir depremin sonrasına aitmiş gibi paylaşıldı.¹⁴

5. Taklit

Gazeticilerin isimleri ya da medya kuruluşlarının logoları, onlara ait olmayan içeriklerde yer alabiliyor. Örneğin 2017 Kenya seçimleri öncesinde BBC Afrika onlara ait olmayan ama BBC damgasının ve spotunun yerleştirildiği bir videonun WhatsApp'ta dolaşımında

9 The Political Insider (2015). *First time voter waited 92 years to meet Trump... what happened next is AMAZING!* [çevrimiçi] Erişim Adresi: <https://thepoliticalinsider.com/first-time-voter-waited-92-years-to-meet-trump-what-happened-next-is-amazing/> [Erişim Tarihi: 06/04/2018].

10 Entman, R., Matthes, J. and Pellicano, L. (2009). Nature, sources, and effects of news framing. In: K. Wahl-Jorgensen and T. Hanitzsch (Contributor), ed., *Handbook of Journalism studies*. [çevrimiçi] New York: Routledge, ss.196-211. Erişim Adresi: <https://centreforjournalism.co.uk/sites/default/files/richardpendry/Handbook%20of%20Journalism%20Studies.pdf> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

11 Punongbayan, J. (2017). *Has change really come? Misleading graphs and how to spot them*. Rappler.com. [çevrimiçi] Erişim Adresi: <https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot> [Erişim Tarihi: 06/04/2018].

12 Bkz. Bu bölümdeki okumalarda yer alan Hannah Guy'in makalesi

13 Bkz. 3. Bölüm

14 Pham, N. (2018). *Haunting 'Nepal quake victims photo' from Vietnam*. BBC. [çevrimiçi] Erişim Adresi: <http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-32579598> <https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot> [Erişim Tarihi: 06/04/2018].

olduğunu farketti.¹⁵ Bu yüzden sosyal medya kanallarından bir video yayınlayarak, herkesi uydurma videoya kanmamaları konusunda uyardılar.

6. Manipülasyon

Özgün bir içeriğin kandırma amacıyla manipüle edilmesine manipülasyon deniyor. Örneğin HuffPost editörü Ferial Haffajee’nin işadamı Johan Rupert’in kucağına oturduğu bir görsel paylaşılarak kişisel ilişkileri olduğu iddia edilmişti.¹⁶

7. Uydurma

Uydurma içerikler metin formatında olabilir, örneğin Papa’nın başkan olarak Donald Trump’ı uygun gördüğünü söyleyen bir yazı yayınlayan, tamamen uydurma haberlerden oluşan WTOE5 isimli sitenin yaptığı gibi. Ya da görsel olabilir, Hillary Clinton’a SMS¹⁷ ile de oy gönderilebileceğini söyleyerek yanlış yönlendiren görseller gibi. Bu tarz içerikler başkanlık yarışı öncesi sosyal ağlar aracılığıyla azınlıkları hedef aldı.

İnsanlar ve özellikle de gazeteciler ‘bilgi düzensizliği’ içerisindeki farklı öğeyi iyi incelemeli: özne, mesaj ve yorumlayıcı. Bu matris içerisinde her öğeye sorulması gereken belli sorular var. Uydurma mesajı yaratan bir kimse, o mesajı pratikte üretenden ve dolaşıma sokan kişiden farklı olabilir. Bu kişilerin kimler olduğunu ve hangi motivasyonla hareket ettiklerini anlamak gerekiyor. Bu kişiler tarafından yayılan farklı mesaj türlerinin bilinmesi de mesajların ne büyüklükte olduğunu ve nasıl müdahale edebileceğimizi anlayabilmemize yardımcı olabilir (Günümüze kadar temel tartışma uydurma haber siteleri ekseninde dönse de aslında görsel içerikler de aynı oranda yayılıyor ve aslında bunları tespit etmek ve çürütmek daha zor olabiliyor).

Son olarak, ‘bilgi düzensizliği’nin üç farklı aşamasını göz önünde bulundurmak gerekiyor: yaratma, üretme ve dağıtma aşaması (Şekil 2). Bu üç aşamayı, listelenen diğer unsurlardan ayrı tutmak gerekiyor çünkü genellikle içeriğin arkasındaki beyin, onu üreten ve dağıtanlardan farklı oluyor.

¹⁵ BBC (2017). *Kenya election: Fake CNN and BBC news reports circulate*. [çevrimiçi] Erişim Adresi: <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-40762796> [Erişim Tarihi: 06/04/2018].

¹⁶ Haffajee, F. (2017). *Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me*. HuffPost South Africa. [çevrimiçi] Erişim Adresi: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [Erişim Tarihi: 06/04/2018].

¹⁷ Haltiwanger, J. (2016). *Trump Trolls Tell Hillary Clinton Supporters They Can Vote Via Text*. Elite Daily. Available at <https://www.elitedaily.com/news/politics/trump-trolls-hillary-clinton-voting-text-message/1680338> [Erişim Tarihi: on 23/03/2018].

Özne	Aktör türü: Resmi / Resmi olmayan Organizasyon düzeyi: Yok / Gevşek / Sıkı / Bağlantılara sahip Motivasyonu: Maddi / Siyasi / Sosyal / Psikolojik Otomasyon düzeyi: İnsan gücü / Cyborg (yarı insan-yarı robot) / Bot Hedeflenen kitle: Üyeler / Sosyal gruplar / Tüm toplum Zarar verme amacı: Var / Yok Yanlış yönlendirme amacı: Var / Yok
Mesaj	Süre: Uzun süreli / Kısa süreli / Etkinlik bazlı Doğruluk: Yanlış yönlendiren / Manipüle edilmiş / Uydurma Yasalara uygunluk: Yasal / Yasal değil Taklidin türü: Yok / Kurumsal / Bireysel Mesajın hedefi: Birey / Kurum / Sosyal grup / Tüm toplum
Yorumlayıcı	Mesajın okuması: Hegemonya / Muhalefet / Müzakere Aksiyon alındı: Yok sayıldı / Destek paylaşımı yapıldı / Eleştirel paylaşım yapıldı

Şekil 2: ‘Bilgi düzensizliği’nin üç unsuru

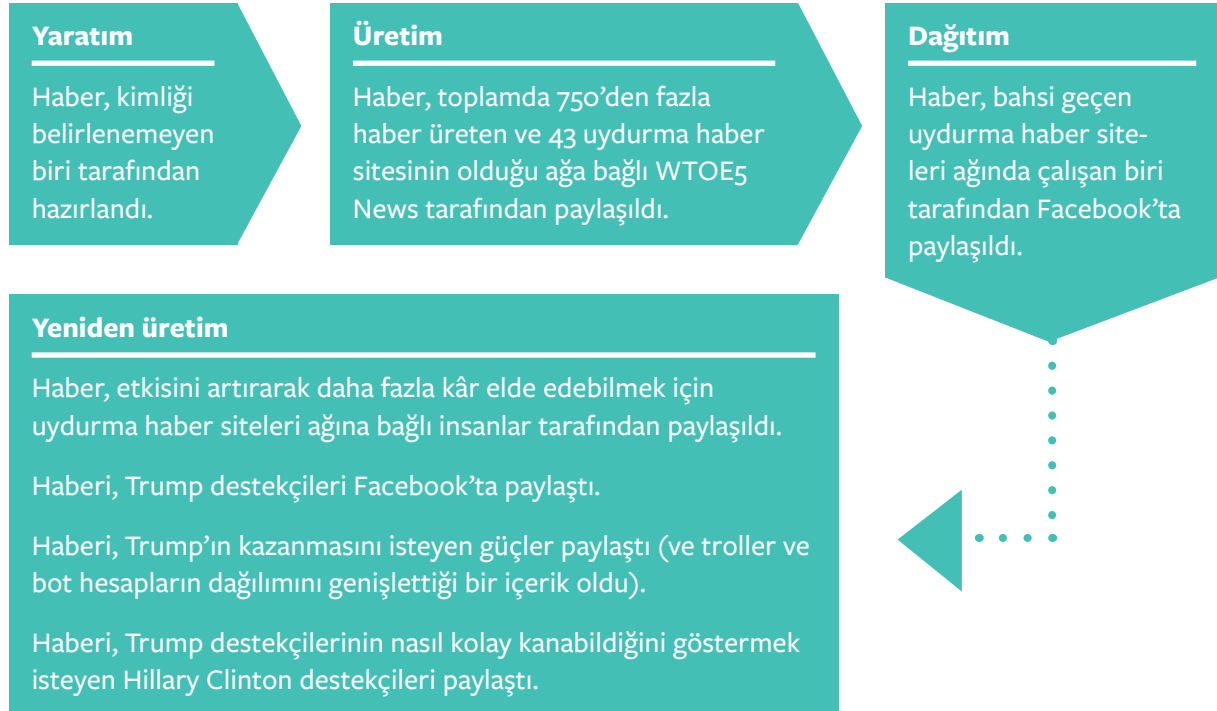
Örneğin, devlet destekli bir dezenformasyon kampanyasını “yaratan” üst aklın motivasyonu, kampanyaya göre belirli gönderiler çıkaran düşük ücretli “*troll* grupları”nın motivasyonlarından çok farklı. Ve mesaj bir kere dağıtıldıktan sonra sonsuz sayıda yeniden üretilebilir ve yeniden dağıtılabılır, hepsinin farklı motivasyonları olan birçok farklı aktör tarafından. Örneğin farklı gruplar tarafından paylaşılan bir sosyal medya gönderisi, (yeterli inceleme yapılmadan) ana akım medya tarafından alınıp farklı bir biçimde yeniden diğer gruplara aktarılabilir. Sadece “bilgi düzensizliği” kavramını iyice anlarsak bu noktaları kavrayabiliriz.¹⁸

¹⁸ Editör notu: Bir diğer grafik aşağıda sunulmuştur:

	Aktörler: Hükümetler, siyasi partiler, psikolojik operasyonlar, girişimciler, halkla ilişkiler firmaları, bireyler, medya	Yazılım olanağı
İçeriğin üretimi Örneğin haberler, yorumlar, “beğeni”ler, videolar, “ <i>meme</i> ” (<i>caps</i>)ler	Genellikle gizli, çalıntı ya da sahte kimlikle	İnteraktif arayüzler
İçeriğin dolaşımı Örneğin paylaşarak ya da bağlantı sağlayarak	Botlardan destek alarak	Botlar
İçerik “düzenlemesi” Değiştirmek, düzenlemek	<i>Hack</i> lemek ve oyun yoluyla	Algoritmalar

Tablo: Toksiklik çerçevesi – bilginin doğruluğu nasıl yozlaşıyor

Papa’nın başkan adayı Donald Trump’ı desteklediği viral haberi yayınlayan site örneği en ünlülerinden biri.¹⁹ Bu örnek “bilgi bozukluğu”nun farklı aşamaları hakkında düşünmek için yararlı bir vaka çalışması (Bkz. Şekil 3).



Şekil 3: “Bilgi düzensizliği”nin aşamaları



Bölüm Hedefleri

- ▶ Geniş dezenformasyon ve yanlış bilgi yelpazesi göz önünde tutularak internette daha bilinçli bir bilgi tüketicisi olmak
- ▶ Bu tür bilgileri yaratan (anonim veya sahte kimlikli) kişiler, hangi formatları kullandıkları, bu içeriklerin nasıl yorumlandığı ve yayıldığı hakkında eleştirel düşünmek
- ▶ “Bilgi bozukluğu”nun karmaşıklığını anlamak, özellikle de bu tür bilgileri yaratanlar, kullandıkları formatlar, ve insanların bu mesajları paylaşma yolları arasında ayırım yapma ihtiyacını anlamak
- ▶ Dezenformasyon ve yanlış bilgiyle mücadelede yaşanan zorlukları dikkate almak
- ▶ “Bilgi bozukluğu”nun demokrasileri ve açık toplumları nasıl etkilediğinin altını çizmek – önceki bölümün konusu.

¹⁹ WTOE 5News (2016). *Pope Francis shocks world, endorses Donald Trump for President, releases statement*. [çevrimiçi] Erişim Adresi: <https://web.archive.org/web/20161115024211/http://wtos5news.com/us-election/pope-francis-shocks-world-endorses-donald-trump-for-president-releases-statement/> [Erişim Tarihi: 06/04/2018].



Öğrenme Çıktıları

Bu dersin sonunda katılımcılar:

1. Bu konunun siyasetçiler, haber medyası ve akademisyenler tarafından nasıl tartışıldığı ve nasıl şekillendiğini anlar
2. Zarar ve yanlışlığın “bilgi bozukluğu” üzerine düşünmenin yollarından biri olduğunu anlar
3. Yanlış bilgi ve dezenformasyon türlerini anlar ve bunları farklı örneklerle uygular
4. Bir dezenformasyon örneğine eleştirel gözle bakar, bunu kimin yarattığı, ürettiği, vermek istediği mesajın ne olduğu ve bunun tüketiciler tarafından nasıl algılanmış olabileceğini ayrı ayrı inceler
5. Başkalarına bu konu hakkında dikkatlice düşünmenin neden önemli olduğunu açıklar



Bölüm Formatı

Kuramsal Ders & Uygulamalı Atölye:

Bu bölümde yer alan sunumlar²⁰ daha uzun soluklu interaktif çalışmaları desteklemek amaçlı tasarlandı.

Yine de bu müfredatın amacına uygun olarak yukarıdaki metin, kuramsal dersin temelini oluşturabilir. Sunumdaki uygulamalı alıştırma 90 dakika olacak şekilde düzenlendi. Eğitimciler tartışma soruları ve alışırmalardan faydalanarak sunumlar üzerinden gitmeli.

1. Alıştırma: Aşağıda yanlış bilginin yedi farklı türünü açıklayan Şekil 4'ü inceleyiniz. İkili ya da küçük gruplar halinde katılımcılar, her kategori için bir örnek bulur.

²⁰ Sunumlar buradan indirilebilir: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf



Şekil 4: “Bilgi düzensizliği”nin yedi türü - firstdraftnews.org. Çeviri: Teyit.org

2. Alıştırma: Yanlış bilgi, dezenformasyon ve malenformasyon arasındaki farkları açıklayan venn diyagramı (Şekil1) incelenir. Buna katılıyor musunuz? Eksik olan nedir? Değiştirmek istediğiniz bir yer var mı?

Öğrenme Çıktılarını Birleştiren Plan

A. Kuramsal

Anlatım	Süre	Öğrenme Çıktıları
Sunum ve sınıf içi tartışmalar: Yakın zamandaki dezenformasyon ve yanlış bilgi örneklerinin tartışılması	90 dk.	1

B. Uygulama

Anlatım	Süre	Öğrenme Çıktıları
1. Araştırma: Farklı dezenformasyon ve yanlış bilgi tiplerini açıklayan Şekil 4’ü inceleyerek ikili ya da küçük gruplar halinde yer alan kategorilere örnekler bulunur.	45 dk.	2

2. Araştırma: Yanlış bilgi ve dezenformasyon ve malenformasyon arasındaki farkları açıklayan Venn diyagramı (Şekil) incelenir. Buna katılıyor musunuz? Eksik olan nedir? Değiştirmek istediğiniz bir yer var mı?	45 dk.	3
--	--------	---



Ödev önerileri

Bir sosyal medya şirketinin kullanıcılarını, sitesinde bilgi tüketirken neye dikkat etmeleri gerektiği konusunda uyaran ve anasayfasında kullanabileceği açıklayıcı bir video için hikaye panosu²¹ çıkarın. Katılımcılar, doğruluğundan emin olunmayan içerikleri “beğenme”nin, “paylaşma”nın ve bu içeriklere yorum yapmanın nelere sebep olabildiğini açıklamak için bölüm içerisinde öğrendikleri dezenformasyon ve yanlış bilgi örneklerini kullanabilir. Hikaye panosu oluşturmaya yardımcı bir araç: <http://www.storyboardthat.com/>



Kaynaklar

Sunum dosyaları: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf



Okumalar

Berger, G. 2017. Fake news and the future of professional and ethical journalism. Presentation at conference organized by the Joint Extremism/Digital Europe Working Group Conference of the European Parliament on 6 September 2017 https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf

Busby, M. I. Khan & E. Watling (2017) *Types of Misinformation During the UK Election*, First Draft News, Erişim Adresi: <https://firstdraftnews.com/misinfo-types-uk-election/>

Guy, H. (2017) *Why we need to understand misinformation through visuals*, First Draft News, Erişim Adresi: <https://firstdraftnews.com/understanding-visual-misinfo/>

Karlova, N.A. and Fisher, K.E. (2012) “Plz RT”: A Social Diffusion Model of Misinformation and Disinformation for Understanding Human Information Behaviour. Proceedings of the ISIC2012 (Tokyo). Erişim Adresi: https://www.hastac.org/sites/default/files/documents/karlova_12_isic_misdismodel.pdf

²¹ Not: Hikaye panosu (storyboard); reklam, film, belgesel yapımı ve gazetecilikte kullanılan, metin, video veya ses içeriğinin akışının kare kare resimsel temsilini sunan yaratıcı planlama sürecidir.

Silverman, C. (2017) *This is How your Hyperpartisan Political News Get Made*, BuzzFeed News, Erişim Adresi:: <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-the-hyperpartisan-sausage-is-made?>

Wardle, C. & H. Derakhshan (2017) *Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making*. Council of Europe.
Erişim Adresi:: <https://firstdraftnews.com/resource/coe-report/>

Wardle, C. & H. Derakhshan (2017) *One year on, we’re still not recognizing the complexity of information disorder online*, First Draft News,
Erişim Adresi:: https://firstdraftnews.org/coe_infodisorder/

Zuckerman, E. (2017) *Stop Saying Fake News, It’s Not Helping*, My Heart’s in Accra, Erişim Adresi:: <http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>

HABER ENDÜSTRİSİNİN DÖNÜŞÜMÜ: DİJİTAL TEKNOLOJİ, SOSYAL PLATFORMLAR VE YANLIŞ BİLGİ VE DEZENFORMASYONUN YAYILIMI

Julie Posetti



3. BÖLÜM



Özet

Dijital çağ aynı zamanda ‘gazeteciliğin altın çağı’ olarak tanımlanıyor.¹ Gerçekten de dijital çağ, araştırmacı gazeteciye yardımcı gizli verilere ulaşımı kolaylaştırarak² sınır-aşırı iş birlikli haberciliği ve tek bir tıklama ile çeşitli kaynaklardan bilgi alımını elverişli hale getirdi. Haber endüstrisine eşi benzeri görülmemiş boyutlarda yapısal değişiklikler ve yeni sorunları da beraberinde getirdi. Gazetecilik bir nevi “ateş altında”³ ve aynı zamanda bilgi düzensizliğini besleyen baskı fırtınasıyla boğuşuyor.⁴ Bunlar arasında:

- ▶ Hesaplamalı propagandanın⁵ ve güvensizliğin silahlanışının⁶ artışı
- ▶ Reklamcılığın bozulması ve haberciliğin geleneksel iş modellerinin çöküşü, kitlesel işsizlik
- ▶ Gazeteciliği destekleyecek dijital reklamların basılı reklamların yerine geçmede yetersiz kalması (Google ve Facebook mevcut olarak dijital reklam gelirlerinin en büyük paydaşı)⁷
- ▶ Dijital yakınsamanın içerik görevlendirmesini, üretimi, yayınlamayı ve dağıtımını dönüştürmesi, zaman sınırı baskısını artırması ve iş kaybına yol açması
- ▶ Gazetecilerin (özellikle kadınların), onların kaynaklarının ve takipçilerinin⁸ çevrimiçi tacizlere maruz kalması
- ▶ Sosyal medya platformlarının kitleleri içerik bulma ve dağıtımında ön plana koymaları⁹ ve onları haber üretim süreçlerine dahil etmeleri (her ne kadar birçok yararı olsa da aynı zamanda haber medyasının bekçilik gücünü ve doğrulama standartlarını¹⁰ istikrarsızlaştırıyor)

1 Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources in the Digital Age* UNESCO, Paris. p 104 <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [Erişim Tarihi: 01/04/2018]. (Citing ICIJ Director, Gerard Ryle)

2 Obermayer, B. & Obermaier, F. (2016). *The Panama Papers: Breaking the story of how the rich and powerful hide their money*, One World, London

3 UNESCO (2018). *World Trends in Freedom of Expression and Media Development 2017/2018*. UNESCO, Paris. <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002597/259756e.pdf> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

4 Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). *Council of Europe*, Op Cit. Not: 2018 tarihli Uluslararası Gazetecilik Festivali’nden bir açık oturuma ait video kaydı isteyenler için bu bölüm içerisinde kaynak olarak verildi. <https://www.journalismfestival.com/programme/2018/journalisms-perfect-storm-confronting-rising-global-threats-from-fake-news-to-censorship-surveillance-and-the-killing-of-journalists-with-impunity>

5 Clarke, R. & Gyemisi, B. (2017). *Digging up facts about fake news: The Computational Propaganda Project*. OECD. <http://www.oecd.org/governance/digging-up-facts-about-fake-news-the-computational-propaganda-project.htm> [Erişim Tarihi: 01/04/2018].

6 UNESCO (2017). *States and journalists can take steps to counter ‘fake news’*. UNESCO, Paris. <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

7 Kollwe, J. (2017). *Google and Facebook bring in one-fifth of global ad revenue* The Guardian, May 2nd 2017. <https://www.theguardian.com/media/2017/may/02/google-and-facebook-bring-in-one-fifth-of-global-ad-revenue> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

8 Bkz. 7. Bölüm

9 Nielsen, R.K. & Schroeder, C. K. (2014). *The Relative Importance of Social Media for Accessing, Finding and Engaging With News in Digital Journalism*, 2(4) <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2013.872420> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

10 Posetti, J. & Silverman, C. (2014). *When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification* in Posetti (Ed) *Trends in Newsrooms 2014* (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

- ▶ Seyircilerin talep üzerine üretilen haberlere olan beklentileri ve gerçek zamanlı sosyal medya etkileşimi haber profesyonellerinin üzerindeki baskıyı arttırarak bitmek bilmeyen bir haber döngüsü içerisinde habercilerin kaynaklarını sınırlandırıyor
- ▶ Paylaşım yapmanın önündeki engeller geleneksel bekçileri aşarak giderek herkesin ve her kuruluşun içerik üretmesinin önünü açtıkça, haber üreticileri seyircilerini tutmakta zorlanıyor – eleştirel haberciliği önemsizleştirmek isteyen güçlü politikacılar da dahil¹¹
- ▶ Sadece dijital içerik üretimi yapan yeni medya start-up'larının kısıtlı etki ve kârıyla, gazetelerin yıkımının yarattığı boşluğu doldurmaya çalışması
- ▶ Gazeteciliğe ve ana akım medya kuruluşlarına olan güvenin aşınması ve bunun seyirci, izleyici kitlesini öteye göndererek bilgi düzensizliğinin yayılımını hızlandırması

Sonuç olarak olgu, eğlence, reklam, uydurma ve kurgu arasındaki fark giderek bulanıklaşıyor. Bir dezenformasyon ya da yanlış bilgi paylaşıldığı zaman genellikle birebir iletişime dayalı sosyal haber paylaşım sistemleri içerisinde genellikle viral içerik haline geliyor ve her ne kadar gazeteciler ya da doğruluk kontrolü yapan kişiler içeriği yanlışlarsa da içeriğin geri alınması güçleşiyor.

Bu modül katılımcıları dijital çağın ticari haber kuruluşlarının iş modellerini nasıl yıktığı ve aynı zamanda sosyal medya öncülüğündeki dijital dönüşüm ile birlikte dezenformasyon ve yanlış bilgilerin yayılımının nasıl meşrulaştığı ve ivme kazandığı konularında bilgilendirecektir.¹² Aynı zamanda katılımcıların bu bilgi düzensizliğine medya tarafından geliştirilen cevapları eleştirel olarak analiz etmelerine yardımcı olacaktır. Ek olarak, sorunları yönetme açısından mevcut doğru uygulamalar ve örnekler de masaya yatırılacaktır.

¹¹ Cadwalladr, C. (2017). *Trump, Assange, Bannon, Farage... bound together in an unholy alliance*, The Guardian, 28 Ekim, 2017. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/oct/28/trump-assange-bannon-farage-bound-together-in-unholy-alliance> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

¹² Posetti, J. & Silverman, C. (2014). *A.ge*



Haber endüstrisini etkileyen ‘bilgi düzensizliği’nin yapısal nedenleri

i) Geleneksel iş modellerinin çöküşü

Geleneksel reklam gelirlerinin hızlı düşüşü – ticari gazeteciliğe iki yüz yıldır fon sağlayan sistem – ve dijital reklamcılığın yeterli kârı sağlayamaması gazeteciliği sürdürülebilir kılmak için yeni iş modellerinin geliştirilmesi gayretini arttırdı. Ancak haber endüstrisinin çöküşü giderek, gazetelerin sayıca azalmasıyla birlikte dijital çağ haber merkezlerinde ciddi yapısal değişiklikleri ve kitlesel işten çıkarmaları hızlandırdı. Medya tüketicisi davranışlarının değişimi, sosyal medyanın yükselişi ve uygun fiyatlı, uygulama özellikli akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla tüketiciler giderek geleneksel haber tüketimlerinden uzaklaşarak akranlar arası bilgi alışverişine dayanan modele kaydı.

Bu sonuçlar arasında ‘bilgi düzensizliği’ ile ilgili olanlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- ▶ Haber merkezlerinin kaynaklarının (personel ve bütçe) tükenmesi, bilgi kaynaklarının ve bilgilerin daha az incelenmesine ve daha az saha haberciliği yapılmasına yol açabiliyor
- ▶ Bir yandan haber akışlarının ve sosyal medya kanallarının içeriklerle beslenmesine yönelik talep devam ederken, haberi yetiştirme zamanı baskısının artması ve kalite kontrol süreçlerinin azalması ve iş kaybı
- ▶ Denetim ve denge için daha az zaman ve kaynakların bulunması (habercinin teyidinin yapılması ve içerik düzenlemeleri de dahil)
- ▶ İyi tanımlanmamış ancak kazançlı “doğal reklamcılığa”¹³ ve “tık tuzağı” güden başlıklara olan aşırı bağlılık, insanların güvenini daha da aşındırma tehlikesi taşıyabiliyor.

ii) Haberciliğin ve hikaye anlatıcılığının dijital dönüşümü

2000’li yıllar Dijital Çağ’ın haber yaratma, dağıtım ve tüketim kalıplarını ve süreçlerini bozmasıyla medya dünyasını derinden sarstı.¹⁴ Daha önceden örneği görülmemiş olanaklar ve zorluklar sundu. Haber endüstrisinin dijital dönüşümü ve gazeteciliğin yeniden biçimlendirilmesi artık değişen tüketici davranışları (örneğin akranlar arası paylaşım, talep odaklı erişim) ve teknolojilere (sosyal medya platformlarının yükselişi,

13 ‘Doğal reklamcılık’ medya endüstrisinde haberciliği taklit eden ücretli içerikleri ifade etmek için kullanılan bir terimdir. İçeriğin çok açık bir biçimde “ücretli” olması etik bir uygulama olarak kabul edilse de okuyucuları caydırma korkusu çoğu zaman içeriğin şeffaf olmamasına neden olabiliyor.

14 Nielsen, R. K. (2012). *The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments* (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_o.pdf [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

sanal gerçekliğin gelişi, yapay zeka ve akıllı telefonlara ulaşılabilirliğinin artışı)¹⁵ bağlı olarak devamlı gelişen bir süreç olarak algılanıyor. Bu sebeple dijital kapasite geliştirmeye olan ihtiyaç giderek artıyor.

‘Bilgi düzensizliği’nin etkileri aşağıdakiler olabilir:

- ▶ Medya yakınsaması: Günümüzde gazeteciler eşzamanlı olarak birden fazla platforma içerik üretmekle görevli (çevrimiçinden basılı yayınlara) ve bu da “proaktif” habercilik için ayrılabilen zamanı da daha kısıtlı hale getiriyor; buna karşıt olarak da yeterli araştırılma olmadan oluşturulan halka ilişkiler içerikleri örnek verilebilir.
- ▶ Gazeteciler artık daha çok, başka biri tarafından değil, kendi içeriklerini kendilerinin incelemeleri ve düzenlemeleri için yönlendiriliyorlar.¹⁶
- ▶ Dijitalde son yayın tarihleri her zaman *şimdi* oluyor ve bu da hata yapma riskini artırabiliyor.
- ▶ Sosyal medya öncelikli yayıncılık olağan ve bu muhabirlerin gerçek zamanlı hikayelerini kendi sosyal medya hesaplarından ya da talebini karşılamak amaçlı yayıncı kuruluş hesabından paylaşımları şeklinde oluyor. “Canlı tweet”, “Facebook canlı yayını” ve editöryel gözetim içermeyen “önce yayınla, sonra düzelt” mantığındaki diğer canlı yayın benzeri pratikler bunlara örnek gösterilebilir.
- ▶ Derinlikli ve yüksek kaliteli gazetecilik için daha önemli ölçütler olan “dikkat verilen süre” ya da “geçirilen süre” gibi veriler yerine bir makaleye gelen ‘tık’ sayıları ve siteye gelen toplam tekil ziyaretçi sayısı gibi veri analizlerine daha fazla istinat edilmesi, dijital reklamcılığın giderek daha pahalı hale gelmesini meşrulaştırıyor olabilir.
- ▶ Tık tuzağı (okurların yanlış beyanlar altında belirli bağlantılara tıklamaları için yanıltıcı başlıkların kullanılması) site içi trafiği artırmak için tasarlanmış olsa da profesyonel gazeteciliğe olan güvenin aşınmasıyla ilişkilendirilebilir.
- ▶ Kalite ve doğruluk pahasına viralliliğin peşinde olmak. Bu “makine öğrenimi” tarafından giderek kötüleşme riski olan bir sorun.
- ▶ Medya geliştirme projeleri kapsamında ve haber kuruluşları bünyesinde teyitçi birimlerin ortaya çıkması

15 Dijital medya eğilimlerinin daha detaylı küresel analiz için bkz. Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ) *Digital News Report*. The 2018 baskısı: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/overview-key-findings-2018/>

16 Bkz. Australian Community Media (ACM) case study: Robin, M. (2014). *Who needs subs? Fairfax turns to reporter-only model* Crikey. <https://www.crikey.com.au/2014/10/16/who-needs-subs-fairfax-turns-to-reporter-only-model/> [Erişim Tarihi: 29/03/2018]. (Not: Bu yöntem artık Fairfax Medya’nın yerel, kırsal ve toplum yayınlarında sabitlenmiş durumda).

iii) Virallik: Yeni haber ekosistemi içerisinde dezenformasyon nasıl hızla yayılıyor?

a) Okur kitlesinin yükselişi

Dijital çağ, yayıncılığın önündeki engelleri kaldırdı¹⁷ ve üretim araçlarını önceleri sadece okur kitlesi olarak bilinen¹⁸ insanlara da vererek onları da haberler de dahil olmak üzere içerik üreticisi, yani bir nevi “üretici-kullanıcı”¹⁹ yaptı. Sosyal medya erişimlerini genişletene kadar e-posta ve sohbet odaları aracılığıyla kendilerine yeni seyirci kitleleri buldular.

b) Sosyal medyanın gelişi

Birçok ülkede 2000’lerin sonuna doğru Twitter ve Facebook sosyal medyanın öncüleri olarak Youtube’a katıldı ve gazetecilerin pratiklerini, mesleki kimliklerini (özellikle doğrulama, etkileşim ve sosyal platformlarda kamusal ve özel alanların çatışması anlamında²⁰) ve içeriklerin dağıtımını etkiledi. Bireyler güvene dayalı ağlar kurmaya başladıkça akranlar arası içerik paylaşımı (özellikle Facebook’ta) geleneksel içerik dağıtım yöntemlerine meydan okudu.

Kullanıcılar haber servislerinden, gazetecilerden ve diğer güvenilir bilgi sağlayıcılardan gelenler de dahil olmak üzere kendi içerik akışlarını, bir aracı olmadan oluşturmaya başladılar. Bu “güven ağları” (kullanıcılar ve akranlar) aracılığıyla yapılan içerik dağıtımının bir sonucu olarak haber kılığındaki doğru olmayan, yanlış, kötücül ve propaganda içeren içerikler daha fazla erişim almaya başladı. Araştırmacılar duygulara hitap eden bir içerikle bir arkadaş ya da akraba tarafından paylaşılan içeriklerin sosyal medyada yeniden paylaşılma ihtimalinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaştılar.²¹

Gazeteciler ve haber kuruluşları her ne kadar haber toplama, okur etkileşimi ve içerik dağıtımını amacıyla kendilerini de bu platforma soksalar da (kitlenin aktif olduğu yerlerde hazır bulunmaları gerekiyordu) ‘filtre balonları’²² ya da ‘yankı odaları’²³ (sanıldığı kadar anlaşılması zor ya da kapalı olmasalar da) ortaya çıktı. Bunlar, birçok kullanıcının alternatif görüşlere ve teyit edilmiş bilgilere erişimini azalttı. Bu gelişme ‘bilgi düzensizliği’ ile ilgili ortaya çıkan riskleri daha da arttırdı.

17 Gillmor, D. (2004). *We, the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People* (O’Reilly). <http://www.authorama.com/we-the-media-8.html> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

18 Rosen, J. (2006). *The People Formerly Known as the Audience*, PressThink blog (June 27th, 2006). http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

19 Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. Peter Lang, New York. See also: Bruns A (2006) Collaborative Online News Production. Peter Lang, New York.

20 Posetti, J. (2009). *Transforming Journalism...140 Characters at a Time* Rhodes Journalism Review 29, September 2009. http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [Erişim Tarihi: at 29/03/2018].

21 Bakir, V. & McStay, A. (2017) *Fake News and the Economy of Emotions* Digital Journalism (Taylor and Francis) July, 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

22 Not: Filtre balonları algoritmanın bireylere kişiselleştirilmiş içerik sunmasıyla oluşan ve aynı fikirdeki insanları bir araya getiren alanlar olarak tanımlanır. Pariser, E. (2012). *The Filter Bubble*. Penguin and Random House, New York

23 ‘Yankı odaları’ doğrulama (teyit) yanlışlığı sosyal medya platformlarında aynı fikirdeki insanlar üzerindeki etkisini tanımlar. 5. Bölümde bu konuyla ilgili daha ayrıntılı bilgi bulunuyor.

Kitle ağına dayalı haberciliğin faydaları arasında, kitle kaynaklarından yararlanabilme, kolektif doğrulama²⁴ (dezenformasyonun ve yanlış bilgilerin ortaya çıkarılıp doğrulanması ve kötü amaçlı aktörlerin tespiti için önemli) ve sadık bir kitle oluşturma (gazeteci ile haber tüketicisi arasındaki doğrudan etkileşimi destekler)²⁵ sıralanabilir. Ayrıca okurlara, habercilerin hatalı olduğu durumlarda içeriği düzeltmek ve katkıda bulunmak için bir cevap yetkisi tanır. Ağ bağlantılı kamusal alan aynı zamanda gazetecilerin ve okurların da bilgiye erişime ve açık toplumlara zarar verebilecek keyfi kısıtlamalar ve sansürden (basın danışmanları gibi) kaçınmasına yardımcı olur.

Gazetecilerin okurlar ve bilgi kaynakları ile sosyal medya kanalları aracılığıyla iletişime geçmesinin, öz denetimi sağlayan hesap verilebilirliğin kayda değer yeni bir özelliği olduğu söylenebilir. Bu etkileşimler gazetecilerin çalışmalarına yöneltilen geçerli eleştirilere alenen ve hızlı bir şekilde yanıt vermelerine, hatalarını hemen düzeltmelerine, “sürecin de bir içeriğini yaratarak”²⁶ pratiklerini şeffaflaştırmalarına olanak tanır.

Bunun olumsuz tarafları şunlar olabilir:

- ▶ Dezenformasyon ve yanlış bilgilerin ‘güven ağları’nca²⁷ paylaşılması ve duygusal tepkilere neden olması (doğrulama (teyit) yanlışlığının da etkisiyle) viral olma ihtimallerinin artması (Bkz. 5. Bölüm)
- ▶ Hükümetlerin ve diğer aktörlerin haber medyasının soruşturma ve doğrulamasından kaçınmak için doğrudan okur kitesine gitmesi. Seçim sonuçlarını ve kamu politikalarını etkilemek isteyenlerin sosyal medyanın gücünü manipüle ettiğine dair kanıtlar bulunuyor²⁸
- ▶ Sansasyonel bilginin paylaşılma ihtimali daha yüksek²⁹
- ▶ Bir dezenformasyon ya da yanlış bilgi viral olduktan sonra geri almanın da

24 Garcia de Torres, E. (2017). *The Social Reporter in Action: An Analysis of the Practice and Discourse of Andy Carvin in Journalism Practice*, 11(2-3). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/2017512786.2016.1245110> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

25 Posetti, J. (2010). *Aussie #Spill Breaks Down Barriers Between Journalists, Audience* PBS Mediashift, 24 Mayıs, 2010. <http://mediashift.org/2010/05/aussie-spill-breaks-down-wall-between-journalists-audience144/> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

26 Posetti, J. (2013). *The ‘Twitterisation’ of investigative journalism* in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), *Journalism Research and Investigation in a Digital World* (ss. 88-100): Oxford University Press. Available at <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers>

27 ‘Güven ağları’ güvene dayalı ilişkiler aracılığıyla (örneğin aile ve arkadaş grupları) bir aracı olmadan çevrimiçi bilgi paylaşan insanlar ağı. Araştırmacılar bu tür “güven ağları”ndan elde edilen bilgilerin doğru olup olmadığına bakılmaksızın paylaşılma olasılıklarının daha yüksek olduğunu gösteriyor.

28 Freedom House (2017). *Freedom of the Net 2017: Manipulating Social Media to Undermine Democracy* Freedom House. <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2017> [Erişim Tarihi: 29/03/2018]. Ayrıca bkz. Cadwalladr, C. (2018). *I made Steve Bannon’s Psychological Warfare Tool: Meet the data war whistleblower*, The Guardian/Observer <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/2017/data-war-whistleblower-christopher-wylie-faceook-nix-bannon-trump> [Erişim Tarihi: 31/03/2018].

29 Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). *Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter* in *Journalism Studies* (Taylor and Francis) March, 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

doğrulamanın da zorluğu – her ne kadar içerik çürütülse de ve bunu yanlışlayan üzerine bir içerik hazırlansa da kurgu içeriğin, kötücül bir capsin ya da teyit edilmemiş propaganda içeren videonun etkisini kırmada yetersiz kalabiliyor

- ▶ Bir içeriğin sosyal medyadan anında paylaşılmasına yönelik talep, sahte kaynaklarca üretilen dezenformasyonun ya da yanlış bilgilerin dikkatsizlik sonucu paylaşılmasına yol açabilir³⁰
- ▶ Geniş toplumda medya ve bilgi okuryazarlığının ve doğrulama becerilerinin düşük düzeyde olması. Bunun bir sonucu olarak genel sosyal medya kullanıcılarının bir içeriği paylaşmadan önce içeriğin doğru olup olmadığını tartabilecekleri yeterli donanıma sahip olmamaları
- ▶ Devletlerin meşru olmayan sansürlerle ifade özgürlüğünü kısıtlamaları ve yukarıda sıralanan sorunlara cevaben engelleme getirme olasılıkları
- ▶ Teorik olarak yanlışlıkları besleyen ve kullanıcıların kaliteli, teyit edilmiş içeriklere rastlamalarını azaltan filtre balonlarının gelişimi
- ▶ Düşük kalitedeki habercilik pratiklerinin, okur kitlesinin bu mesleğe olan saygısını iyice köreltmesi ve eleştirel düşünmeyi susturmak isteyenlere haber medyasına saldırmak için meşru bir zemin oluşturması
- ▶ Okur kitlesinin neyin doğru haber, neyin haber görünümünde bir dezenformasyon olduğunun ayırımını yapamaması olasılığı³¹
- ▶ Haber merkezlerinin dezenformasyonla başa çıkmada yetersiz kalması ve editöryel sosyal medya ekiplerinin sorunla daha iyi başa çıkabilmeleri için stratejilerini güncellemeleri ve geliştirmeleri gerekliliği³²

c) Platformların ortaya çıkışı

The Guardian'ın şef editörlerinden Katherine Viner “Facebook editörler yerine algoritmaları getirerek tarihteki en zengin ve en güçlü yayıncı haline gelmiştir” diyor.³³ Sosyal medya platformları “yeni eşik bekçileri”³⁴ oldular, -doğrulama ve düzeltme de dahil olmak üzere- geleneksel yayıncılık gözetimleri sorumluluklarını kabul etmeye tam yanaşmasalar da ve medya özgürlüğünü zedeleyen bir biçimde kimi zaman bazı

30 Posetti, J. (2009). *Rules of Engagement For Journalists on Twitter* PBS Mediashift, June 19th 2009. <http://mediashift.org/2009/06/rules-of-engagement-for-journalists-on-twitter170/> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

31 Nielsen, R. K. & Graves, L. (2017). “News you don’t believe”: Audience Perspectives on Fake News Reuters Institute for the Study of Journalism Factsheet (RISJ, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

32 Elizabeth, J. (2017) *After a Decade, It’s Time to Reinvent Social Media in Newsrooms*, American Press Institute <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/reinventing-social-media/single-page/> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

33 Viner, K. (2017). *A mission for journalism in a time of crisis* The Guardian, 17 Kasım,, 2017. <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

34 Bell, E. & Owen, T. (2017). *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism* Tow Center for Digital Journalism. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

içerikleri sansürlemeye yönelik kararlar alsalar da.³⁵ Bu platformlar her ne kadar dezenformasyon ve yanlış bilgi sorunlarına hızlı çözümler getirmeye gayret etseler de a) küresel ölçekte bir cevap vermedeki yetersizlikleri ve b) sosyal ve demokratik etkilere yönelik yayıncı-usulü sorumluluk almaları bu platformların ‘bilgi düzensizliği’ ve çevrimi taciz alanları olarak kullanılması riskini arttırıyor.³⁶

Facebook algoritmasının haber dağıtımı ve dezenformasyonun yayılmasındaki rolü özellikle 2016’dan³⁷ sonra gelişmekte olan ülkelerde, birçok açık sosyal medya platformunu etkileyen hesaplamalı propaganda olgusu bağlamında göze çarpmaya başladı.³⁸ Ancak özellikle ilk müdahaleler ve haber kuruluşları ve gazetecilik bölümleri akademisyenleriyle güvenilir içeriğin ayrıştırılması ve yanlış ya da yanıltıcı içeriklerin işaretlenmesi de dahil olmak üzere bu krizle başa çıkmak için yapılan işbirliklerinin sonucunda Facebook bu görevinden özellikle 2018 Ocak ayı itibariyle uzaklaştı.³⁹ Daha açıktan kapalıya doğru kayan sosyal medya takipçi etkileşimi sistemleri, haberin yayılımı ve gazeteciliğin kalitesinin daha sürdürülebilir olması çabalarını da takip edecek gibi duruyor. Filtre balonlarının yaratılmasının ve dezenformasyonun hızla yayılmasının olası riskleri de bulunuyor.⁴⁰ Bunlar arasında Google gibi arama motoru algoritmalarının, şirketin 2018 yılında itiraf ettiği gibi doğruluk yanlılığını pekiştirmesi sıralanabilir. Bu el kitabını yazdığımız süre zarfında, Google bu problemle başa çıkmaya çalıştığını açıkladı ve şöyle dedi: “Genellikle yayıncılar tarafından ortaya atılan farklı bakış açıları mevcut ve biz kullanıcılar için farklı kaynaklardan elde edilen bütün bu bakış açılarının görünür ve erişilebilir olmasını sağlamak istiyoruz.”⁴¹

‘Bilgi düzensizliği’nin gazetecilik ve haber endüstrisi açısından sonuçları:

- ▶ Yanlış, uydurma ya da yanıltıcı bilgi paylaşan haber kurumlarına, gazeteciliğe, gazetecilere olan güvenin azalması
- ▶ Kaliteli haberciliğin dezenformasyonla ve açıkça belirtilmeyen ücretli doğal reklamcılıkla karıştırılması ve bunun genel güvensizliği arttırması

35 Hindustan Times (2016). Facebook Says Will Learn From Mistake Over Vietnam Photo. <http://www.hindustantimes.com/world-news/facebook-says-will-learn-from-mistake-over-vietnam-photo/story-kwmb3jX6lKgmwalGZeKlyN.html> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

36 Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment*, The Conversation, 29 Haziran, 2017. <https://theconversation.com/fighting-back-against-prolific-online-harassment-in-the-philippines-80271> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

37 Finkel, Casey & Mazur (2018). A.g.e.

38 Grimme, C., Preuss, M., Adam, L., & Trautmann, H. (2017). *Social Bots: Human-Like by Means of Human Control?*. Big Data 5(4) <http://comprop.oii.ox.ac.uk/publishing/academic-articles/social-bots-human-like-by-means-of-human-control/> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

39 Wang, S., Schmidt, C. & Hazard, O. L. (2018). *Publishers claim they're taking Facebook's newsfeed changes in their stride - is the bloodletting still to come?* NiemanLab. <http://www.niemanlab.org/2018/01/publishers-claim-theyre-taking-facebooks-news-feed-changes-in-stride-is-the-bloodletting-still-to-come/> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

40 Alaphillippe, A. (2018). *Facebook's Newsfeed Changes Are Probably Going to be Great for Fake News*, The Next Web. <https://thenextweb.com/contributors/2018/01/2018/facebook-news-feed-changes-probably-going-great-fake-news/> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

41 Hao, K. (2018). *Google is finally admitting it has a filter bubble problem*, Quartz. <https://qz.com/1194566/google-is-finally-admitting-it-has-a-filter-bubble-problem/> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

- ▶ Gazetecilik iş modeli üzerindeki baskı – bir kriz ya da felaket anında okur kitlesi artık kendine kamu yararı gözeten güvenilir, teyit edilmiş bilgi sağlanacağını düşünerek, haber medyasına yönelmeyebilir. Bu tarz bir güven kurumlara olan sadakati de zedeler – ki bu aslında sürdürülebilir iş modelleri yaratmak için önemli bir unsur.
- ▶ Hesap verebilirlik aktörleri olarak (örneğin araştırmacı gazetecilik ile) gazetecilerin rolünün zayıflaması ve bunun geniş topluma olan tezahürü
- ▶ Basın ve ifade özgürlüğünü zedeleyen bir biçimde internetin kapatılması ve platformların engellenmesi ve sansür gibi (kimi zaman ‘sahte haber’lerle mücadele etmede gerekli bir yöntem olarak görülse de) yasaklamalar
- ▶ Gazetecilerin (özellikle kadınların) kötücül bir şekilde dezenformasyon yayanlar tarafından hedef gösterilmesi ve çevrimiçi tacize maruz kalmaları, bunun yanı sıra dezenformasyon ve yanlış bilgi yaymaya zorlanmaları⁴²

Yeni geliştirilmekte olan bir endüstri pratiği: Haber kurumları “sahte haberler”i nasıl işliyor ve ‘bilgi düzensizliği’yle nasıl mücadele ediyor?

Yukarıda listelenen sorunlar ve riskler profesyonel bir farkındalık, etik değerlere olan bağlılık, yüksek standart habercilik ve hem bilgi hem de kaynakların doğrulanması (kolektif doğrulama yöntemleri de dahil), aktif çürütme ve soruna dair yaratıcı habercilik yapmayı gerektiriyor.

Haber kuruluşlarının ve habercilerin dezenformasyonu ele aldıkları, okurları medya okuryazarlığıyla tanıştırdıkları ve dezenformasyonla mücadele ettikleri birtakım örnekler:

- ▶ *The Guardian*’ın Instagram hikayeler özelliğini kullanarak dezenformasyonun yayılımına karşı çıktığı, hazırlanan kısa videolar ile genç izleyici etkileşimini hedeflediği örnek <https://www.instagram.com/p/BRd25kQBb5N/> (Ayrıca bkz. *The Guardian*’ın “Sahte Haberler” interaktif testi: <https://www.theguardian.com/theguardian/2016/dec/28/can-you-spot-the-real-fake-news-story-quiz>)
- ▶ *Rappler*’ın araştırmacı gazetecilik ve büyük veri analizi kullanarak propaganda amaçlı “çorap kukla” ağlarının Filipinler demokrasisine etkisini gösterdiği örnek <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet>
- ▶ *The New York Times*’ın vaka çalışması yaklaşımı ile sorunu güçlü bir açıklayıcı habercilik anlayışıyla sunduğu örnek <https://www.nytimes.com/2016/11/20/business/media/how-fake-news-spreads.html>

42 Daha detaylı analiz için bkz. 7. Bölüm

- ▶ *Columbia Journalism Review*'da yayınlanan sorunun bir pratik analizi https://www.cjr.org/analysis/how_fake_news_sites_frequently_trick_big-time_journalists.php
- ▶ *Guardian Australia*'nın haberciler için hazırladığı iklim değişikliği inkarcılığına meydan okuma kılavuzu <https://www.theguardian.com/environment/planet-oz/2016/nov/08/tough-choices-for-the-media-when-climate-science-deniers-are-elected>
- ▶ Gazeteciler ve akademisyenlerin işbirliğiyle 2017 Japonya ulusal seçimleri öncesi aynı yıl Fransa'da ortaya çıkmış CrossCheck seçim-izleme prensiplerini benimseyen bir ortak doğrulama girişimi. <http://www.niemanlab.org/2017/10/a-snap-election-and-global-worries-over-fake-news-spur-fact-checking-collaborations-in-japan/>
- ▶ Amerika'dan Electionland gazetecilik eğitmenleri ve öğrencilerini de içeren işbirliğine bir örnek teşkil ediyor. <https://projects.propublica.org/electionland/>⁴³
- ▶ Cambridge Analytica skandalı üzerine yapılan küresel ölçekteki araştırmacı habercilik (*The Observer & The Guardian*, Channel 4 News ve *The New York Times* gibi) ve *Vox Medya*'nın bilgiyi yücelten bir şekilde bu karmaşık konuyu okurlarına açıklama biçimi a. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/21/2017141428/cambridge-analytica-trump-russia-mueller> b. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/2017151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram>
- ▶ *The Quint*'in kitle gücünden yararlanarak dezenformasyonun Hindistan'da WhatsApp üzerinden yayılımını önlemeye çalışması ve doğrulanmış içeriği yine aynı uygulama üzerinden yaratıcı bir şekilde sunmaları <https://www.thequint.com/neon/satire/whatsapp-indian-elections-and-fake-propaganda-satire>⁴⁴

Eğitmenler kendi bölgelerinden ve dillerinden de örnekler ekleyebilirler.

Profesör Charlie Beckett'in "sahte haberler" karşısında etik gazeteciliği teşvik etmek için geliştirdiği stratejiler de önemli. Beckett'e göre gazeteciler:

43 Editör notu: CrossCheck ve Electionland seçim dönemlerinde dezenformasyonla başa çıkmak için gelişmekte olan ortaklığa dayalı geçici çözüm örneklerindendir. Bir anda ortaya çıkan bu tarz ortaklıklar özellikle yerleşik doğrulama kurumlarının yetersiz ya da eksik kaldığı durumlarda onlardan arda kalan boşlukları doldurabilecek çok değerli bir fenomendir.

44 Not: Sohbet uygulamalarının dezenformasyonların yayılmasıyla ilgilenen araştırmalar için bkz.: Bradshaw, S & Howard, P. (2018). *Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*. Working Paper 2018.1. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf> [Erişim Tarihi: 20/8/18].

- ▶ Birleştirmeli – her platformda mevcut ve erişilebilir olmalı⁴⁵
- ▶ Yaratmalı – her yerde olursa olsun kullanıcıların iyi bir içerik bulmalarına yardımcı olmalı
- ▶ İlişkilendirilebilir olmalı – kullanıcıların dilini kullanmalı ve yaratıcı bir şekilde ‘dinlemeli’
- ▶ Uzman olmalı – değer, içgörü, deneyim, bağlam katmalı
- ▶ Doğru olmalı– teyitçilik, denge, doğruluk
- ▶ İnsan olmalı – empati, çeşitlilik, yapıcılık
- ▶ şeffaf olmalı – kaynak göstermeli, hesap verebilir olmalı, eleştiriye açık olmalı⁴⁶



Bölüm Hedefleri

- ▶ Katılımcılar arasında bir yandan haber endüstrisini zayıflatan yapısal nedenler diğer yandan dezenformasyon ve yanlış bilgilendirme konusunda anlayış üretmek
- ▶ Katılımcıların haber endüstrisinin bilgi bozukluğu olgusuna verdiği tepkileri eleştirel bir şekilde analiz etmelerini sağlamak
- ▶ Platformların dezenformasyon krizinin gelişmesi ve sürdürölmesindeki rolünü anlamak ve eleştirmek
- ▶ Krize etkili bir şekilde yanıt veren gazeteciler ve haber kuruluşları arasındaki iyi uygulama örneklerini öğrenmek



Öğrenme Çıktıları

Bu bölümün sonunda katılımcılardan aşağıdaki kazanımlar beklenir:

1. Haber medyası tarafından yanlış bilgilerin haberleştirilmesi ve dağıtımının yapısal sebeplerini ve geniş çaplı sonuçlarını değerlendirmek
2. Teknolojinin ve yeni bekçilerin (örn. platformlar) haber olarak sunulan dezenformasyon ve yanlış bilgilerin viral dağıtımını sağlamadaki rolünü anlamak ve eleştirmek
3. Dezenformasyonu yakalamak ve bunlarla mücadele etmek için haber endüstrisinde ortaya çıkan en iyi uygulamaları belirlemek

⁴⁵ Not: Editörler, tüm gazetecilerin tek tek tüm platformlarda bulunmasının mümkün olmadığını kabul ediyor. Bununla birlikte, haber merkezlerinin şu anda yüksek profilli Twitter, Facebook ve Instagram’a ek olarak gelişmekte olan ve daha az etkili platformlara gazetecileri ataması yararlı olabilir.

⁴⁶ Beckett, C. (2017). A.g.e.



Bölüm formatı

Bu modül yüz yüze ya da çevrimiçi olacak şekilde tasarlanmıştır. Kuramsal ve Uygulama olacak şekilde iki bölüme ayrılması hedeflenir.

Öğrenme Çıktılarını Birleştiren Plan

A.Kuramsal

Bölüm planı	Süre	Öğrenme çıktıları
İnteraktif ders ve soru cevap oturumu, geleneksel olarak ya da uzaktan katılımı kolaylaştıran bir <i>webinar</i> aracılığıyla. Ders içeriği yukarıda verilen kurama ve örneklerle dayandırılabilir. Ancak eğitmenlerin bölümün sunumuna kültürel / yerel vaka çalışmalarını dahil etmeleri önerilir. Öğrenme çıktılarına özellikle gazeteciler, editörler, platform temsilcilerinin davet edildiği, bir eğitmen moderatörlüğünde ve dersi takip edenlerin de soru-cevap şeklindeki aktif katılımıyla düzenlenecek bir uzman tartışma paneli ile daha iyi ulaşılabilir.	60 - 90 dk.	1, 2, 3

B. Uygulama

Bölüm planı	Süre	Öğrenme Çıktıları
Geleneksel olarak bir sınıf ortamında veya Moodle gibi bir e-öğrenme platformunda, Facebook grupları veya uzaktan çevrimiçi katılım sağlayan diğer hizmetler aracılığıyla kolaylaştırılabilir bir atölye çalışmasının düzenlenmesi. Bu atölye/eğitim çalışması aşağıdaki formatta ilerleyebilir. Gruplar 3-5 katılımcıdan oluşur. Her grup için: i. Bir haber kuruluşunun dezenformasyon/yanlış bilgiyi haberleştirdiği ya da fark etmeden yaygınlaştırdığı bir vaka çalışması verilir ii. Bilginin kaynağı ve hatalı haberciliğin bağlamı araştırılır (örneğin bu bir son dakika haberi miydi?); olayın olası sebepleri tartışılır (haber kuruluşunun küçülmesi, sosyal medya platformlarının rolü gibi yapısal unsurlara odaklanılır); bu dezenformasyona yönelik deneyim aktarımı yapılır iii. Gazetecilerin ya da haber kurumunun bu yanlış bilginin yayılımını engellemek için daha iyi yapabilecekleri üç şeyin sıralandığı ve yayının olası sonuçlarının analiz edildiği 250 kelimelik bir özet yazmaları istenir. Google Docs ya da benzeri ortak metin düzenleme araçları kullanılarak eğitmenin değerlendirmesi için teslim edilir.	90 - 120 dk.	1, 2, 3, 4

Ödev önerileri

Vaka çalışması raporu (2000 kelimelik). Bir haber kuruluşunun bir dezenformasyon örneğinin yayılımını ya da araştırmasını yaptığı üç vaka çalışması belirlenir (katılımcının kendi ülke/bölgesinden de bir örnek içerecek şekilde). Her örnek dezenformasyon/yanlış bilginin yayılmasının ardındaki nedenler ve sonuçlar açısından değerlendirilir ve her vakadan bir ders çıkarılır (Not: Katılımcılar bu bölümdeki çalışmada verilenleri kullanmamalı ve güncel örnekler seçmelidir).



- Bakir, V. & McStay, A. (2017). *Fake News and the Economy of Emotions in Digital Journalism* (Taylor and Francis). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [Erişim Tarihi 29/03/2018].
- Bell, E. & Owen, T. (2017). *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism* Tow Center for Digital Journalism, March 29th, 2017. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [Erişim Tarihi 29/03/2018].
- Ireton, C. (Ed) (2016). *Trends in Newsrooms 2016* (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2016.pdf [Erişim Tarihi 29/03/2018].
- Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). *Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter in Journalism Studies* (Taylor and Francis). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [Erişim Tarihi 29/03/2018].
- Nielsen, R. K. (2012). *The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments* (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_o.pdf [Erişim Tarihi 29/03/2018].
- McChesney, W. & Picard, V. (Eds) (2011). *Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights: The Collapse of Journalism and What Can Be Done to Fix it*. The New Press, New York.
- Mitchell, A., Holcomb, J. & Weisel, R. (2016). *State of the News Media* Pew Research Centre. <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2016/06/30143308/state-of-the-news-media-report-2016-final.pdf> [Erişim Tarihi 29/03/2018].
- Posetti, J. (2009). *Transforming Journalism...140 Characters at a Time* Rhodes Journalism Review 29, http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [Erişim Tarihi 29/03/2018].
- Posetti, J. (2013). *The 'Twitterisation' of investigative journalism* in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), *Journalism Research and Investigation in a Digital World* (ss. 88-100): Oxford University Press, Melbourne. <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhpapers> [Erişim Tarihi 20/03/2018].

- Posetti, J. & Silverman, C. (2014). *When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification* in Posetti (Ed) *Trends in Newsrooms 2014* (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [Erişim Tarihi 29/03/2018].
- Posetti, J. (Ed) (2015). *Trends in Newsrooms 2015* (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2015.pdf, (See also *Trends in Newsrooms 2014*) [Erişim Tarihi 29/03/2018].
- RISJ (2018). *Digital News Report 2018* (University of Oxford). <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475> [Erişim Tarihi 29/06/2018].
- Silverman, C. (2015). *Lies, Damn Lies and Viral Content*. Tow Center for Digital Journalism. http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf [Erişim Tarihi 29/03/2018].
- Society of Climate Change Reporters (2016). *Climate Change: A Guide to Information and Disinformation* <http://www.sej.org/initiatives/climate-change/overview> [Erişim Tarihi 29/03/2018].
- UNESCO (2017). *States and journalists can take steps to counter 'fake news'*. <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-new> [Erişim Tarihi 29/03/2018].

DEZENFORMASYON VE YANLIŞ BİLGİYLE MÜCADELEDE MEDYA VE BİLGİ OKURYAZARLIĞI

Magda Abu-Fadil

4. BÖLÜM



Özet

Bu bölümde öğrenciler haberleri, açık ve subliminal mesajlardaki “bilgi düzensizliği”ni tespit etmede bir araç olarak kullanmaları için Medya ve Bilgi Okuryazarlığı¹ (MBO) kavramıyla buluşturuluyor. MBO, UNESCO tarafından kullanılan, kabaca bilgiye, özellikle de medyaya ilişkin becerilerin birbirleriyle ilişkili olduğunu vurgulayan kapsayıcı bir kavram. Bunlar insan hakları okuryazarlığı (özellikle her bireyin bilgiyi ve düşünceyi araştırma, tüketme ve bildirme hakkı olan ifade özgürlüğü hakkı); haber okuryazarlığı (gazetecilik standartları ve etik kuralları ile ilgili okuryazarlıklar da dahil); reklam okuryazarlığı; bilgisayar okuryazarlığı; ‘dikkat ekonomisi’ni anlamak; kültürlerarası okuryazarlık; mahremiyet okuryazarlığı vb. unsurları kapsar. İletişimin, bireysel kimlik ve toplumsal gelişmelerle nasıl etkileşime girdiğini anlamayı da içerir. MBO gitgide temel bir yaşam becerisi haline geliyor, çünkü, bireyin kimliğini neyin şekillendirdiği, bilgi sisinin nasıl yönlendirilebileceği ve sisin içerisine gizlenmiş mayınlardan nasıl korunulacağını bilmek için gerekiyor. MBO, bilgiyi tüketimi, üretimi, keşfi, değerlendirmesi, paylaşılması ve bilgi toplumunda kendimizi ve başkalarını anlamlandırmamız için bilgi veriyor.

Haber okuryazarlığı, bir tür olarak haberlerin dilini ve standartlarını anlamayı ve bu özelliklerin nasıl kötüye kullanıldığını saptamayı sağlayan daha kendine özgü bir yetidir. Bu her ne kadar önemli olsa da, habermiş gibi gözüken dezenformasyona karşı tam bir direnç üretebilmek pek mümkün değildir. Çünkü insanlar sadece beyinleriyle değil, kalpleriyle de iletişime geçerler. Bu yüzden, MBO aynı zamanda insanların haberdeki içeriklere nasıl tepki gösterdikleri konusunda farkındalıklarını arttırmaya odaklanmalı ve türün özelliklerinden bile bağımsız olarak bilgiyi doğru kabul edip etmeme eğilimlerini de kapsamalı.

Bu nedenle MBO temelde, bireylere kendi kimlikleri hakkında – kim oldukları, kime dönüştükleri, bunun haber ve diğer iletişim türleriyle etkileşimlerini nasıl etkilediğine dair bir içgörü sağlamalı. Bu bölüm katılımcıların gazeteciliği, gazetecilik gibi görünen bilgilerden ayırt etmeleri ve saptamalarını sağlamayı amaçlıyor. Bu tarz bir güçlendirme bireylerin, kendi kimliklerinin efendileri olmalarını ve habermiş gibi maskelenen dezenformasyonla manipüle edildiklerinde bunu fark ederek direnç gösterebilmelerini sağlıyor.

Katılımcılar analiz, yorumlama, değerlendirme, öz-düzenleme, çıkarım ve açıklamanın olduğu eleştirel düşünme becerileri çerçevesindeki “Bir Amaca Yönelik Yansıtıcı Muhakeme”² yi nasıl geliştirip kullanacaklarını öğrenecekler.

Katılımcılar basılı haber, radyo ve televizyon yayını, çevrimiçi ve sosyal medyadaki haberlerin analizini yapar; mesajları bileşenlerine ayırarak yapı söküm kuramına göre yorumlar ve kaynaklarını ve güvenilirliklerini (veya güvenilirlik konusundaki eksiklikleri) öğrenecekler.

¹ <https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy> [Erişim Tarihi: 16/06/2018].

² Facione, P. (2010, güncellenmiş). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*. [çevrimiçi] Insight Assessment. Erişim Adresi: <https://www.insightassessment.com/> [Erişim Tarihi: 01/02/2018].

Katılımcılar gerçek haber üretmenin çok zor olmadığını; ancak çeşit çeşit olmalarına rağmen, hepsinin genellikle hataları azaltmaya yardımcı olan ve uydurmalardan kesinlikle kaçınan profesyonel yöntem ve etik ilkelerine sadık anlatıların içine yerleştirilmiş olduğunu öğrenecekler. Gazeteciler, çeşitli aktörlerin dillendirdiği yalanları haberleştirmeli ve bunlara dikkat çekmeli. Ayrıca asla iddiaları gerçek olarak kabul etmemeli ve durumun aslı hakkında okuru bilgilendirmek için yeteri kadar yetkisi yoksa bunu paylaşmamalı.

Bu bölümde öğrenciler “gazeteci üslubu”nun, eksik, yanıltıcı ya da uydurma detaylarla³ görünüşte güvenilir ve inandırıcı haber metinleri üretmek için çok hızlı ve kolayca kullanılabildiğini de öğrenecekler.

Bu bölümdeki eğitim materyalleri, yanlış bilgi ve dezenformasyonla mücadelede MBO’nun önemi hakkında farkındalık yaratmak üzerine. Buna, uydurma “haberler”i saptamak için eleştirel düşünme becerilerini kullanmak da dahil. Aynı zamanda katılımcıların, gündelik hayatlarında kendi MBO’larını kullanmalarının önemine değiniyor. Katılımcılar böylece, MBO’nun gerek kendi gerek de başkalarının insan haklarını güçlendirdiğini ve gerçek dışı bilgileri⁴ öne çıkarmayı ve yaymayı engellemenin önemini fark etmelerine yardımcı oluyor.

Ders, bilgisayar ve internet bağlantısı olan bir öğrenim ortamında işlenir. Katılımcılar dersin uygulama bölümleri süresince kendi telefonlarının çevrimiçi mesajlaşma uygulamalarını kullanabilirler. Kampüs dışı çevrimiçi kaynaklara erişim için internet, (bu bölümün üniversitede işlenmesi halinde) kütüphaneye ve kampüs içi kullanılabilen diğer bilgi kaynaklarına erişmek için ise kampüs intraneti gerekiyor.



Genel çerçeve

2016 ve 2017 yıllarında ABD, Fransa, Kenya ve Almanya seçimlerinde ortaya çıkan ve habermiş gibi gizlenen dezenformasyon, -belki de en büyük sonuca sahip olabilmesine rağmen- toplumlara karşı yapılan büyük pek çok mücadelenin, yani buzdağının sadece görünen kısmı. 2017’de Meksika’da kurtarma ekibi, deprem sonrası enkaz altında kalan bir kız öğrenciyi, #FridaSofia’yı ararken, dünyadaki televizyon istasyonları ve sosyal medya kullanıcıları gerçek zamanlı bir mucizeyi takip etmiş ama sonunda aslında öyle bir kızın var olmadığını⁵ bulmuşlardı mesela. Bu hikaye yanlıştı fakat muhtemelen kasıtlı olarak yapılan sahte bir vaka değildi. Ayrıca gazetecilik, hem yanılsamalardan hem de taklitten uzak durmalı. Haberlerdeki her hata dezenformasyon bağlamında “sahte haber” olmayabilir, fakat her ikisi de toplumun dünyayı anlayabilmesinde sorun teşkil eder.

3 “Gazetecilik üslubu”nun örnekleri için: Fluent in Journalese by Philip B. Corbett. 17 Mart 2015 <https://afterdeadline.blogs.nytimes.com/2015/03/2017/fluent-in-journalese/>; My ‘shameful secret’: I’ve learnt to love clichéd journalese by Rob Hutton. 05 Eylül 2013. <https://www.telegraph.co.uk/culture/10288967/My-shameful-secret-Ive-learnt-to-love-cliched-journalese.html> [both Erişim Tarihi: 22/04/2018].

4 MBO’nun gazetecilik eğitimiyle birleşmesiyle ilgili çalışma örneği için Van der Linde, F. 2010. The necessity of a media literacy module within journalism or media studies curricula. Global Media Journal, African Edition. Vol 4, no.2 <http://globalmedia.journals.ac.za/pub/article/view/7>

5 Campoy, A. (2017). A schoolgirl trapped in Mexico’s earthquake rubble won the world’s hearts – except she did not exist. Quartz. Erişim Adresi: <https://qz.com/1084105/a-schoolgirl-trapped-in-mexicos-earthquake-rubble-won-the-worlds-hearts-except-she-didnt-exist/> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

Haber tüketicileri, genelde ileri seviye medya ve bilgi okuryazarlığına ve aynı zamanda da belli bir derecede felsefi kavrayışa ihtiyaç duyar. Örneğin kullanıcılar, güvenilir haberlerin bütün “gerçeği” yansıtmadığını (çünkü gerçeğe, sadece zaman içerisinde insanların birbirleriyle ve gerçeklikle etkileşimleri sırasında yaklaşılabılır) kavramalı. Katılımcılar ve özellikle gazetecilik öğrencileri, gazeteciliğin yanlış olanı ne olursa olsun sürdürmemeleri gerektiğini anlamalı. Kasırga sonrasında insanların havuzlarında veya arka bahçelerinde balina ve köpekbalığı görüntülerinin ya da doğal afetlerin başka ihtimal dışı sonuçlarının medyaya yansması şu soruyu sormayı gerektiriyor: *Gerçekten mi?* Doğrulanmış gerçekler için ima edilen saygıyı hiçe sayan haberler, baştan savma haberciliğin ve yetersiz yayıncılık süreçlerinin sonucu olabilir; fakat aynı zamanda kasıtlı olarak aldatıcı ve sonuç olarak da tamamen uydurma olabilir. MBO bu farkı yakalamak ve bu tür vakaların, profesyonel ve etik habercilikle kıyaslanabilmesi için vardır.

Önümüzde uzun bir yol var. Uydurma istatistikler, popülist söylemler ve gazetecilik standartlarını karşılamayan yanıltıcı medya raporlarının pekiştirdiği basmakalıp yargılara dayandırılarak artan nefret söylemleri, yabancı düşmanlığı ve mültecilere veya “diğer” din, etnik köken ve farklı ten renklerinden insanları hedef alan saldırılar MBO’nun karşılaşmak durumunda kaldığı zehirli karışıma dahil. Bu durum, Yapay Zeka (YZ) kullanan bilgisayar programlarının, herhangi bir gerçekliği olmayan⁶ sahte video ve/veya ses kayıtlarındaki insan simülasyonlarını yaratmak için kullanılmasıyla hızlıca daha karmaşık bir hale geliyor.

Gazetecilik öğrencileri ve gazetecilere, en basit söyleşiden geleneksel ve dijital multimedya da en geniş alana kadar yayılmış, duydukları ve gördükleri her haber hakkında eleştirel düşünmeleri için yol göstermenin gerekliliği konusunda giriş yapılmalı.

Wardle ve Derakhshan’ın (2017)⁷ tanımladığı dezenformasyon ve yanlış bilgi türlerine ek olarak, Brüksel merkezli, kâr gütmeyen bir kuruluş olan Avrupa İzleyici Çıkarları Derneği [European Association for Viewers’ Interests (EAVI)], ‘Vatandaşlık için Medya Okuryazarlığı’ programı bağlamında “Sahte Haberlerin Ötesinde: Yanıltıcı Haberlerin On Türü”⁸ [Beyond Fake News: Ten Types of Misleading News] isimli kullanışlı bir infografik üretti. Bu infografik gazetecilik öğrencileri ve gazeteciler için değerli bir kaynak.

Dr. Peter A. Facione’un güncellenmiş araştırma makalesi “*Eleştirel Düşünme: Nedir ve Neden Önemlidir*”⁹ [Critical Thinking: What It Is and Why It Counts] öğrencileri “akıl yürütülen, karar verilen ve etkin bireysel ve grup düşünme süreçleri”ne aşina etmek için iyi bir başlangıçtır. “Gerçek ötesi”, “sahte haberler” ve “alternatif gerçekler” çağında en amacına uygunu bu. Bu yaklaşımda eleştirel düşünce şunları içerir:

6 Edmund, C. (2017). *This AI can create a video of Barack Obama saying anything*. [çevrimiçi] World Economic Forum. Erişim Adresi: <https://www.weforum.org/agenda/2017/07/obama-speech-simulation-washington-university?>

7 Bknz. İkinci Bölüm

8 EAVI. (2018). EAVI.eu. [çevrimiçi] Erişim Adresi: <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info>

9 Facione, P. (2010, güncellenmiş). Age. *Critical Thinking*.

- ▶ Çok çeşitli konular hakkında meraklı olma
- ▶ İyi bilgi sahibi olma ve bunu sürdürmek için ilgili olma
- ▶ Eleştirel düşünmeyi harekete geçirmek için çıkan fırsatlara karşı tetikte olma
- ▶ Mantıklı soruşturma süreçlerine güvenme
- ▶ Kişinin kendi akıl yürütme yeteneklerine dair özgüvene sahip olma
- ▶ Çeşitli dünya görüşlerine karşı açık fikirli olma
- ▶ Alternatifler ve fikirler konusunda esnek olma
- ▶ Başka kişilerin fikirlerini anlama
- ▶ Akıl yürütmeyi takdir etmede sağduyulu olma
- ▶ Kişinin kendi yanlılığı, önyargıları, kalıp yargıları veya benmerkezci yatkınlıklarını fark etme ve bunlarla dürüst bir şekilde yüzleşme
- ▶ Yargıları erteleme, oluşturma ve değiştirmede ihtiyatlı olma
- ▶ Açık neticenin değişimi gerektirdiği yerlerde fikirlerini gözden geçirme konusunda istekli olma

Çeşitli çalışmalara göre, dünyanın birçok yerinde gençlerin mobil cihazlarla ilişkisi¹⁰, bu kişilerin haberlerin çoğunu bu cihazlardaki mesajlaşma uygulamaları, sosyal medya ve zaman zaman geleneksel medyanın internet siteleri ve blogları^{11 12 13} aracılığıyla aldıkları anlamına geliyor. Bunların birçoğunda, dezenformasyon nedir şöyle dursun, saygın gazetecilik ve amatör röportaj nedir sorularını ortaya çıkaracak ya çok az şey var ya da hiçbir şey yok.

Bir diğer sorun, platformların haberleri nasıl ele aldığı. Şu ana kadarki en büyük sosyal platform Facebook için Frederic Filloux şöyle diyor,¹⁴: “...gazetecilik ilk günden beri karın ağrısı. Şimdi, sahte haberler ve kötü halkla ilişkiler uygulamalarının çözülemez sorunlarıyla birlikte çamura batmış durumda ve haberlerin fişini yavaş yavaş çekeceği kesin.” Bunun nasıl gerçekleşeceği zamanla görülecek. Bazı haber kuruluşları fişleri çekildiğinde, Facebook’un son gelişmelerden haberdar olmak için sosyal medya platformuna bel bağlayan kullanıcıları¹⁵ çeken bir kanal olmasından dolayı okurların kandırılacağını

10 Children’s use of mobile phones. (2015). [e-kitap] Tokyo: Mobile Society Research Institute, NTT Dotcom. Erişim Adresi: https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/03/GSMA_Childrens_use_of_mobile_phones_2014.pdf

11 Digital News Report (2017). Reuters Institute for the Study of Journalism’s (RISJ, Oxford) https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_o.pdf

12 Shearer, E. & Gottfried, J. (2017). News Use Across Social Media Platforms. [e-kitap] Washington DC: Pew Research Centre. Erişim Adresi: <http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/>

13 Youth, Internet, and Technology in Lebanon: A Snapshot (2017) Social Media Exchange. Erişim Adresi: <https://smex.org/youth-internet-and-technology-in-lebanon-a-snapshot/>

14 Filloux, F. (2018). The Monday Note, 14 Ocak 2018. Erişim Adresi: <https://mondaynote.com/facebook-is-done-with-quality-journalism-deal-with-it-afc2475f1f84>

15 Bknz. Üçüncü Bölüm

söyleyerek, beklentilerinin boşa çıktığına tanık olabilir. Fakat MBO taraftarları, bu tarz bir adımın genç haber tüketicilerini, dünyada neler olup bittiğini arama yolunda ufuklarını genişletmeye yönlendirebileceğini ve bilgi kirliliğiyle dolu sosyal medyaya ve “her zaman açık olan” cihazlarıyla zahmetsizce tükettiklerine tamamen bel bağlamamaya yönelteceğini umuyor. Aynı zamanda, Facebook’un kendi haber üretimine başlayabilme ve var olan medya aktörleriyle¹⁶ yarışabilme olasılığı da konuşuluyor.

MBO ile katılımcılar, güvenilir haberlerin bile her zaman kurgulandığını ve gerçekleri anlamlandıran ve daha geniş varsayımların, ideolojilerin ve kimliklerin olduğu geniş anlatıların çerçevesinde tüketildiğini fark edecekler. Bu, bir taraftan belirgin gerçeği yakalamak ve yorumlamakla ilgili çeşitli gazetecilik girişimlerinin, diğer taraftansa doğrulanabilirliğin profesyonel standartlarını ihlal ederek haber formatını istismar eden yanıltıcı örneklerin arasındaki farkı saptama becerisini gerektiriyor.

MBO aynı zamanda, çok dilliliğin de hedefe erişmede çok önemli bir unsur olduğunu, kalıp yargılarla mücadele eden ve kültürler arası iletişimi destekleyen bir araç da olabilir. Birçok aktör MBO çabasına katkı sağlıyor ve UNESCO’nun internet sitesinde¹⁷ iyi kaynaklar var. Fakat uygulamada, müfredat yoluyla dezenformasyon ve yanlış bilgiyi¹⁸ gidermek için hala çok şey yapılması gerekiyor.

Bu bölümde etkiye ulaşmak için, videonun aynı anda ve her yerde var olmasından aşağıdaki şekillerde faydalanılabilir:

- ▶ MBO “eğitlence”sinin bir çeşidi olan kısa ve manşetli videoları¹⁹ kullanarak sahte mesajlar yayınlamak ve bu şekilde katılımcılarla yakın ilişkiler kurarak,
- ▶ Yanıltıcı materyaller içeren kendi örneklerini bulmaları için öğrencilere meydan okuyarak,
- ▶ Öğrencileri, haber olarak sunulanlar da dahil olmak üzere, içeriğin en ufak ayrıntısını bile büyük bir kuşku ile ele almaya alıştırmak.

Eğitimciler aynı zamanda katılımcıların, bilgilerin birçoğu için yüzeysel olarak “Google” araması yapma eğilimlerini değiştirmelerini sağlamalı ve gelişmiş arama özellikleri, birden çok bilgi kaynağının çapraz kontrolünün yapılması ve okuryazarlığın inşasında

16 Is Facebook’s Campbell Brown a Force to Be Reckoned With? Or Is She Fake News?
<https://www.nytimes.com/2018/04/21/technology/facebook-campbell-brown-news.html>

17 Bknz. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/> [Erişim Tarihi: 22/04/2018].

18 Abu-Fadil, M. (2007). *Media Literacy: A Tool to Combat Stereotypes and Promote Intercultural Understanding*.
Erişim Adresi: <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001611/161157e.pdf> [Erişim Tarihi: 01/04/2018].

19 Vice Media’nın ABD okullarındaki silahlı saldırılar bağlamında haber ve medya okuryazarlığının önemini göstermek için etkili bir biçimde kullanılan bir video örneği: “Hilekarlar, kitlesel silahlı saldırıların kurbanlarının “kriz aktörleri” olduklarını söylüyorlar”, [Hoaxers say victims of mass shootings are “crisis actors”]. Vice Select Facebook sayfası. <https://www.facebook.com/vicenews/videos/842904982564160/> [Erişim Tarihi: 01/04/2018].

bilgiyi arayıp değerlendirmeye²⁰ ilgili okuryazarlıkların inşasında kütüphanelerin ve kütüphanecilerin değerini anlamaları da dahil olmak üzere daha derinlemesine çevrimiçi aramalar yapmaları konusunda katılımcıları yönlendirmeli. E-kütüphaneler, gazetecilik öğrencilerinin ve gazetecilerin, bilgiyi eleştirel bir şekilde irdeleme ve doğrulama yolundaki süreç ve uygulamalarla ilgili bilgi birikimlerini derinleştirmek için başvurdukları akademik ve diğer kaynaklara erişimlerini bir hayli kolaylaştırıyor. Diğer kaynaklar da, sahte haber mücadelesine giren katılımcıların bilgi/öğrenme sürecini destekleyerek, sürecin olumsuz etkilerine karşı onları koruyor ve gazeteciliğin bir parçası olarak²¹ sahte haberlerin çürütülmesi için çalışmalarını sağlıyor.

Dezenformasyon ve yanlış bilgiye maruz kalan ve paylaşan sosyal medya kullanıcılarıyla gerçekleşen sivil katılım da gazeteciler ve gazetecilik öğrencileri için gelecek vaat eden bir yöntemdir. Çünkü, bu yöntemle, gazeteciler ve gazetecilik öğrencileri gerek kendileri gerek de camiaları için sahtelikleri bulma, izini sürme ve etkili bir şekilde çürütmeyi öğrenmektedirler. Eğitimciler bu bölüm için bu doğrultuda kullanılabilecek alıştırma düşünebilirler.

Lübnan'daki Notre Dame Üniversitesi, kıdemli medya eğitimcisi ve araştırmacısı Rouba El Helou'nun sözleri, bu bölümün bağlamını anlamaya olanak sağlıyor. "İnsanları, çeşitli mesajları çözümlemek için gerekli becerilerle donatmak, medya eğitimcileri ve gazetecilerin de dahil olması istenilen ve devamlılık gösteren bir mücadele. Medya okuryazarlığı, insanların haber kaynaklarına güvenmeleri ile haberleri sorgulamak için duyulması gereken şüphe arasındaki dengeyi bulmalarına yardım ediyor".



Bölüm Hedefleri

Bu bölümün hedefleri aşağıdaki gibidir:

- ▶ Gazeteciliği (ve çeşitli gazetecilik biçimlerini) anlamak için gereken okuryazarlıkları²² ve bunu kapsayan becerileri²³ edinmenin önemini altını çizmek ve aynı zamanda medyadaki sahte haberleri ve kusurlu gazeteciliği saptamak.
- ▶ Katılımcıları geniş medya yelpazesinde haber tüketiminin ayrıntılarına inmeyi ve dezenformasyon üretmenin ne kadar kolay olduğunu görmeyi sağlayacak becerilerle donatmak.

20 15 resources for teaching media literacy. ASCD. Available at <http://inservice.ascd.org/15-resources-for-teaching-media-literacy/>. [Erişim Tarihi: 03/04/2018].

21 Örneğin Ithaca College medya okuryazarlığı girişimi Project Look 'ın [Gözünü Dört Aç Projesi] medya okuryazarlığı rehberi, müfredatlar ve indirilebilir broşürleri var. www.projectlooksharp.org. [Erişim Tarihi: 23/03/2018].

22 Medya ve bilgi okuryazarlıklarıyla ilgili bilgi için bakınız UNESCO'nun MBO Kavramları <http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/foreword/unifying-notions-of-media-and-information-literacy/> [Erişim Tarihi: 22/4/2018].

23 Facione (2010)'un tanımladığı eleştirel düşünme becerilerine ek olarak, katılımcılar şüpheli olmaları, her şeyi sorgulamaları, varsayımda bulunmamaları ve kaynakların doğruluğunu kontrol etmeleri hususlarında cesaretlendirilmeli.

- ▶ Katılımcılara, tükettikleri her bilgiye karşı sağlıklı bir şüphecilik geliştirmeyi ve kendi bağlamları içerisinde yer alan rapor, gönderi, yayın, fotoğraf, video, ses içerikleri, infografikler ve istatistiklerin doğruluğunun nasıl değerlendirileceğini öğretmek.



Öğrenme Çıktıları

Bu bölümün sonunda, öğrenciler aşağıdakileri yapabilecekler:

1. Gerçeği kurgudan; aynı zamanda da gerçek gazetecilik içerisinde yer alabilen ve olanak dahilindeki çeşitli anlatı ve hikayelerin geçerliğini ayıracabilecekler.
2. Hikayelerin nasıl seçildiğini, içeriği kimin ürettiğini, gerçekliğin hakiki temsilinin görüntüsünün hangi yöntemler kullanılarak üretildiğini, dilin nasıl kullanıldığını, neyin vurgulandığını, neyin dışarıda bırakıldığını, kimin ne dediğini, kişinin ne kadar önemli ve/veya güvenilir olduğunu, kişinin gündeminin ne olabileceğini, bir haberin nasıl bir etkisinin olduğu/olmakta olduğu/olacağı ve başkalarının aynı haberi nasıl görüp tüketceklerini anlayabilecekler.
3. Kendi MBO seviyeleri, bunun bireyler olarak kim oldukları ile ilgisini ve bilgi ve iletişimle ilişkilerinin nasıl bir etkileşime girdiği hakkında fikir sahibi olabilecekler.



Bölüm formatı

Bu bölüm, her biri 90 dakikalık iki oturumdan oluşmaktadır. İlk oturum kuramsal, ikinci oturum ise uygulamalıdır.

Buradaki metodoloji, MBO'nun ne anlama geldiği ve geleneksel ve sosyal medya aracılığıyla viral olan dezenformasyon, yanlış bilgi ve diğer çarpıtmalar çağında MBO'nun öneminin tartışılmasına dayanır. Bu ders için gerekli materyallere internet aracılığıyla ulaşılabilir ve araştırma ve uygulama alıştırmaları için internette birçok yararlı kaynak bulunabilir.

Yararlı internet sitelerinden bazıları:

- ▶ UNESCO <http://en.unesco.org/> ve buradaki medya okuryazarlığı sitesi <https://en.unesco.org/themes/media-literacy>
- ▶ United Nations Alliance of Civilisations [Birleşmiş Milletler Medeniyetler İttifakı] <https://www.unaoc.org/>
- ▶ Öğretmenler için medya ve bilgi okuryazarlığı müfredatı <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-Materyaller/publications/full-list/media-and-information-literacy-curriculum-for-teachers/>

- ▶ MBO'nun 5 kanunu <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/>
- ▶ Common Sense Education [Sağduyu Eğitimi] <https://www.commonsense.org/education/top-picks/media-news-and-information-literacy-resources-for-students>
- ▶ EAVI Media and Literacy for Citizenship [Vatandaşlar için Medya ve Okuryazarlık] <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>
- ▶ The News Literacy Project [Haber Okuryazarlığı Projesi] <http://www.thenewsliteracyproject.org/>, Stony Brook Üniversitesi'nin Haber Okuryazarlığı Merkezi <http://www.centerfornewsliteracy.org/>
- ▶ Mind over Media <http://propaganda.mediaeducationlab.com/>
- ▶ The Digital Resource Center [Dijital Kaynak Merkezi] (Center for News Literacy) [Haber Okuryazarlığı Merkezi] <http://drc.centerfornewsliteracy.org/>
- ▶ The Center for Media and Information Literacy, University of Rhode Island [Rhode Island Üniversitesi Medya ve Bilgi Okuryazarlığı Merkezi] <https://centermil.org/resources/>

Eğitimciler kendi ülkeleri ve bölgelerinden farklı dillerde kaynak ekleyebilirler.

Sınıfta bilgisayar bulunmalı ve eğitimci ve öğrencilerin medya vaka çalışmalarının yanı sıra medya ve bilgi okuryazarlığıyla ilgilenen kuruluşların internet sitelerini incelemek için internet erişimi olmalıdır.

Öğrenme Çıktılarını Birleştiren Plan

A. Kuramsal

Eğitimci MBO ve MBO'nun, haber gibi gözüken dezenformasyon ve yanlış bilgiyle ilişkisi üzerine materyaller ve vaka çalışmaları sunar.

Bölüm Planı	Süre	Öğrenme Çıktıları
MBO ve eleştirel düşünce dahil araçlar açıklanır ve üzerine tartışılır	45 dk.	1 + 3
Çeşitli medya formatlarında yerelle bağlantısı olan, seçilmiş örnekler incelenir ve tartışılır	45 dk.	1 + 2

B. Uygulama:

Öğrenme materyalleri ve araçlarıyla ilgili aktiviteler.

Bölüm Planı	Süre	Öğrenme Çıktıları
Uygulama aktiviteleri	90 dk.	1 + 3
1.Aktivite: <i>Gazeteciliği anlamak</i> Yerel bir gazeteden bir ön sayfa haberi seçilir. Her öğrenci aynı hikayeyi üç farklı basın kuruluşunda yer aldığı şekliyle araştırır ve inceler. Öğrencilerden eleştirel düşünce tekniklerini uygulamaları istenerek bir tartışma ortamı yaratılır. Haberlerin kurgulanması, seçilmesi ve derlenmesi ile birlikte hikayenin altında yatan anlatıyı da ortaya çıkarırlar. Bunları ortaya çıkarırken haber standartlarının uygulanmış olmasına dikkat edilir (kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden unsurları; doğrudan alıntı kullanımı; uzman ve güvenilir kaynaklara dayandırılması, destekleyici görüntüler, “haber niteliği gösteren” diğer işaretlerle birlikte “gazeteci üslubu”na özgü kalıplaşmış terminoloji).	45 dk.	
2.Aktivite: <i>Dezenformasyonu habermiş gibi sunma</i> Katılımcılara sahte haber örneği gösterilir ve neyin “işe yaradığı” neyin “oyunu bozduğu” tartışılır. Sonra öğrencilerden, bir önceki alıştırmada okudukları haber metinlerini, yakın bir gelecekte kurgulanmış, ilk bakışta haber görünümünde olan sahte bir hikaye yaratarak manipüle etmeleri istenir (Buna alternatif olarak, öğrencilerin kendi dezenformasyonlarını yaratmak için kendi konularını seçmeleri istenebilir). Yukarıdaki etkinlik bittikten sonra öğrenciler, haber metnini özgün yapan şeyin ne olduğunu incelemek için gruplara ayrılır. Burada, bir değerlendirme sınavı yapılabilir; ancak aynı zamanda, haberin bir kısmının tahrif edildiğini gösteren işaretlerin belirlenmesi de gerekir. Öğrenciler yeniden gruplara ayrılır ve onlardan bütün gruba aktarılacak kısa sunumlarla içgörülerini paylaşmalarını istenir.	45 dk.	1 + 3



Ödev Önerileri

Herkes kendi sosyal medya akışında, bilimsel veya tıbbi haber metinlerine bakar (örneğin, moda diyetler, salgın hastalık, küresel ısınmanın topluma etkisi, elektrikli arabaların benzinle çalışan araçlara kıyasla verimliliği gibi). Bu konulardaki haberlere/bakış açılarına karşı kendi araştırmalarını, (etkin olduğu durumlarda) doğrulama yanlılıklarını ve duygusal tepkilerini incelerler ve haber metinlerinin, haberlerin temel etik prensipleriyle birlikte, araştırma, değerlendirme, dijital güvenlik, haklar ve kimlik gibi MBO konularıyla olan ilişkisini görürler.

Araştırmaları sonucunda, haber metnini kim üretti, muhabir veya yazar kişi yayınlanan şeyi nereden biliyor, haberin yayılmasının ona faydası olacak mı gibi bilgileri elde ederler; verileri, istatistikleri ve infografikleri iki kez kontrol ederler. Eğer mümkün ise, öğrenciler verileri doğrulamak için üniversitelerinin kütüphanelerini/e-kütüphanelerini de kullanırlar. Bulgularını, üzerine çalışılan içeriğin güçlü ve zayıf yönlerini, eksiklik ve kusurlarını inceleyerek, 1500 kelimelik medya eleştirisi olarak yazarlar.



Materyaller

Sunum, resim ve video içeren makaleler aşağıda listelenmektedir. Eğitimciler, kendi sunum dosyalarını hazırlayabilir ve sunumlara kendi ülke ve şartlarıyla ilgili fotoğraflar ve video ekleyebilirler.



Okumalar

Abu-Fadil, M. & Grizzle, A. (2016). *Opportunities for Media and Information Literacy in the Middle East and North Africa*. Erişim Adresi: <https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/MIL-Mena-2016-english.pdf> [Erişim Tarihi 05/01/2018].

A lexicon for the digital age. (2017). The Unesco Courier, [çevrimiçi] (Temmuz-Eylül 2017). Erişim Adresi: <https://en.unesco.org/courier/2017-july-september/lexicon-digital-age> [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Facione, P. (2010). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*. [çevrimiçi] Insight Assessment. Erişim Adresi: <https://www.insightassessment.com/> [Erişim Tarihi 05/01/2018].

Gray, J., Bounegru, L. & Venturini, T. (2017). *What does fake news tell us about life in the digital age? Not what you might expect*. NiemanLab. [çevrimiçi] Erişim Adresi: <http://www.niemanlab.org/2017/04/what-does-fake-news-tell-us-about-life-in-the-digital-age-not-what-you-might-expect/> [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Stephens, B. (2017). *The Dying Art of Disagreement*. The New York Times. [evrimii] Erişim Adresi: <https://www.nytimes.com/2017/09/24/opinion/dying-art-of-disagreement.html> [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Ek Okumalar

Lytvynenko, J. (2018). *Here's How A Canadian Imam Got Caught Up In Fake News About Houston*. BuzzFeed. [evrimii] Erişim Adresi: https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/toronto-imam-caught-up-in-fake-news?bftw&utm_term=.ha3w9B5rr#.acEgmYE66 [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Mulrooney Eldred, S. (2017). *In an era of fake news, students must act like journalists: schools rarely require news literacy, but it's more important than ever*. Science News. [evrimii] Erişim Adresi: <https://www.sciencenewsforstudents.org/article/era-fake-news-students-must-act-journalists> [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Rusbridger, A., Neilsen, R. and Skjeseth, H. (2017). *We asked people from all over the world how journalists should cover powerful people who lie. Here is what they said*. Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/we-asked-people-all-over-world-how-journalists-should-cover-powerful-people-who-lie> [Erişim Tarihi 12/06/2018]

Vesey-Byrne, J. (2017). *Bikini designer exposes why you shouldn't trust everything you see on Instagram*. The Independent. [evrimii] Erişim Adresi: <https://www.indy100.com/article/bikini-designer-instagram-before-after-karina-irby-7934006?amp> [Erişim Tarihi 06/04/2018].

DOĞRULAMA 101

Alexios Mantzarlis



5. BÖLÜM



Özet

Politikacılardan pazarlamacılara, savunma gruplarından markalara kadar — başkalarını ikna etmeye uğraşan herkesin gerçekleri saptırma, abartma ya da gizleme dürtüsü oluyor. Bu bölüm etik norm ve standartlar doğrultusunda katılımcıları, doğrulanabilir iddiaları saptayabilecekleri ve kanıtları eleştirel bir biçimde değerlendirebilecekleri bir metodolojiyle donatmayı amaçlıyor.



Genel çerçeve

Hesap verilebilir gazeteciliğinin bir türü olarak doğrulamanın tarihi ve anlambilimi

New York’tan ABD Senatörü Hindistan ABD Büyükelçisi ve Birleşmiş Milletler ABD Büyükelçisi Daniel Patrick Moynihan’ın (1927-2003) meşhur sözü şöyle: “Herkesin kendi fikri vardır, kendine ait gerçekleri değil.”

“Doğrulama” terimi gazetecilikte iki farklı anlama gelebiliyor. Geleneksel olarak doğrulama yapanlar, yani teyitçiler, haber merkezleri tarafından yazım hatalarını düzeltmek ve muhabirlerin makalelerinde öne sürdükleri gerçekçi iddiaları doğrulamak için işe alınıyordu. Bu doğrulama türü haberciliğin güvenilirliğini değerlendiriyor, verileri iki kez kontrol ediyor ve yayınlanmadan önce haber merkezinin içeriğinin her açıdan kalite kontrolünü yapıyor. Bu uygulamanın modern gazetecilikteki başlangıcı – en azından Batı’da – 1920’lerdeki *TIME* gibi ABD’deki önemli haftalık haber dergilerine dayandırılıyor.²

21. yüzyılın başlarından itibaren dünya üzerindeki haber kuruluşlarının birçoğunun ekonomik daralmayı deneyimlemesi³, doğrulama birimlerinin küçülmesi, redaktör masalarıyla birleşmesi veya tamamen ortadan kaldırılması anlamına geldi. Günümüzde, Amerika Birleşik Devletleri’ndeki *The New Yorker* veya Almanya’daki *Der Spiegel* gibi iddialı haftalık dergiler özellikle editoryal teyitçileri hala işe alıyor.⁴

Bu bölümün üzerinde duracağı doğrulama türü bir şey yayınlanmadan önce değil, bir iddianın kamuoyunu ilgilendirmesinden sonra yapılıyor. Bu şekilde “ardıl” doğrulama, politikacı ve kamuya mal olmuş diğer isimlerin sözlerinin doğruluğu konusunda hesap verebilir olmasını amaçlıyor. Bu doğrultuda çalışan teyitçiler, kamuoyuna aktarılan iddiaların doğrulanması ya da yanlışlanması için birincil ve güvenilir kaynaklara başvuruyorlar.

1 Moynihan, D. ve Weisman, S. (2010). *Daniel Patrick Moynihan*. New York: PublicAffairs.

2 Striber, B. (2016). *Who decides what’s true in politics? A history of the rise of political fact-checking*. [çevrimiçi] Poynter. Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking> [Erişim Tarihi: 28/03/2018].

3 Bknz. 3. Bölüm

4 Bloyd-Peshkin, S. ve Sivek, S. (2017). *Magazines find there’s little time to fact-check online*. [çevrimiçi] Columbia Journalism Review. Erişim Adresi: <https://www.cjr.org/b-roll/magazine-fact-checking-online.php> [Erişim Tarihi: 28/03/2018].

“Ardıl” doğrulama, öncelikle (ama sadece değil) siyasi reklamlara, kampanya konuşmalarına ve siyasi parti manifestolarına ağırlık verir. Bu şekilde, siyasi doğrulama yapan öncül projelere örnek olarak, 2003’te faaliyete başlayan Pennsylvania Üniversitesi Annenberg Kamu Politikaları Merkezi’nin Factcheck.org projesi ve 2005’te faaliyete başlayan Channel 4’un Fact Check’i gösterilebilir.

Doğrulamanın önemi son on yılda arttı ve dünya genelinde yayıldı.

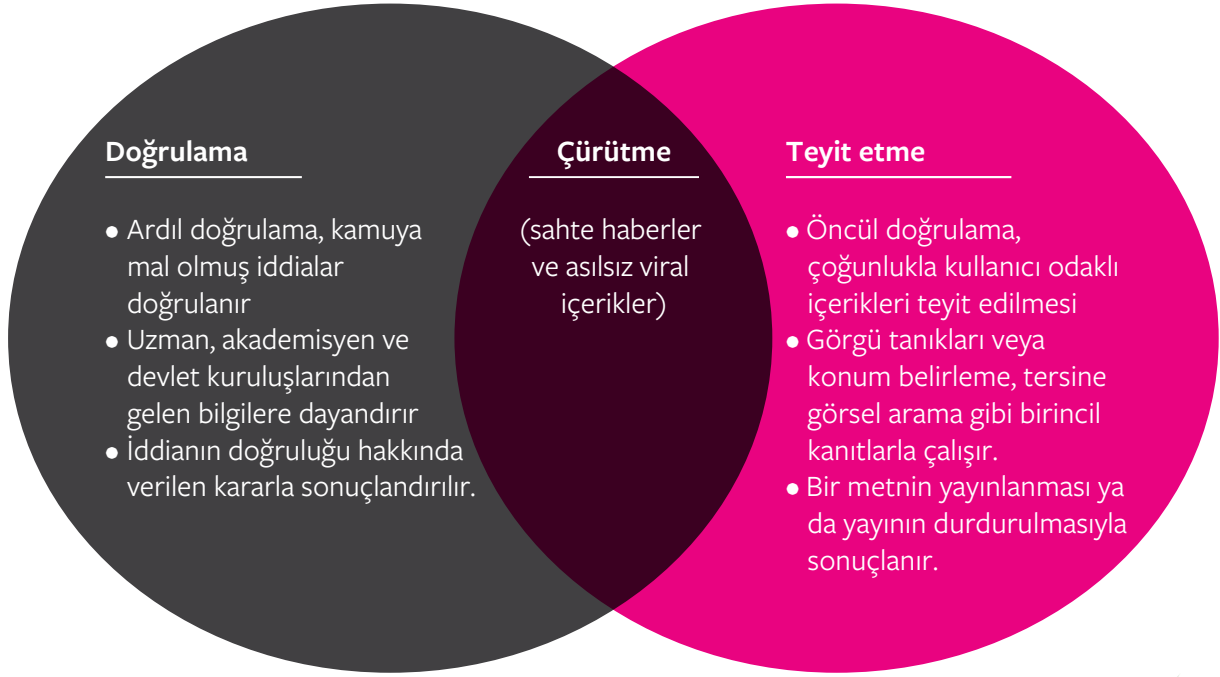
Bu gazetecilik pratiğinin gelişmesi için iki an özellikle önemli. İlk dalga, 2009 ulusal habercilik kategorisinde Pulitzer Ödülü’nün, Florida’daki St. Petersburg Times’ın (artık Tampa Bay Times) sadece bir yıldan biraz fazla bir zaman önce faaliyete geçirdiği doğrulama projesi PolitiFact’e verilmesiyle başladı. PolitiFact’ın buluşu, doğrulamalara ölçeklendirme ve açıklık getirerek, iddiaları “Gerçek Ölçer”e (Truth-O-Meter) koyup değerlendirmektir (Eleştirmenlere göre, derecelendirme sürece nesnellik getirmişti). Bu yapılandırılmış yaklaşım okurlara, siyasi doğrulamanın ne olduğunu- ve doğrulamanın bir gazetecilik aracı olarak rolünün, kamuya mal olmuş kişileri sözlerine karşı sorumlu kılmak olduğunu açıklığa kavuşturdu ve bu süreçte dünya çapında onlarca projeye ilham verdi.⁵

Doğrulama projelerinin ikinci dalgası, “sahte haber” [“fake news”] küresel dalgasını takiben ortaya çıktı. Şimdilerde tercih edilen ve yanlış kullanılan bu terim, aslında sosyal medya algoritmalarını kendi çıkarları için kullanarak muazzam bir kitleye ulaşan, tamamen uydurulmuş sansasyonel haberleri tanımlıyor. Çevrimiçi bilgi altyapısının, özellikle dezenformasyon ve yanlış bilgiye karşı savunmasız olduğunun 2016 yılı boyunca belirginleşmesiyle, birçok grup dikkatini doğrulamaya çevirdi.

Çoğunlukla bu ikinci dalga kamu iddialarının doğrulanması kadar, viral sahte içeriklerin çürütülmesine de odaklandı. Çürütme doğrulamanın bir alt kümesidir ve teyit etmeye (özellikle kullanıcı odaklı içeriklerin doğrulanması [user-generated content UGC] – bakınız aşağıdaki Venn şeması) benzer bazı becerileri gerektiriyor. Bu bölüm aşağıda açıklanan doğrulamaya değiniyor. Bir sonraki bölüm ise, dijital içerik ve kaynakların doğrulanmasını ele alıyor.⁶

5 Mantzarlis, A. (2017). *In its first decade, PolitiFact helped define political fact-checking far beyond Washington, D.C.* [çevrimiçi] Poynter. Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/its-first-decade-politifact-helped-define-political-fact-checking-far-beyond-washington-dc> [Erişim Tarihi: 28/03/2018].

6 Bknz. Altıncı Bölüm



INTERNATIONAL
FACT-CHECKING
NETWORK @ Poynter.

5. Şekil: Doğrulama ve Teyit etme arasındaki fark

Dünyadaki doğrulama kuruluşlarına örnekler

Duke Reporters' Lab'e göre, Aralık 2017'de 51 ülkede 137 aktif doğrulama projesi vardı⁷.

Doğrulamanın en büyük pazarı Amerika Birleşik Devletleri olsa da, bu alandaki en derinlikli ve yaratıcı işlerin bazıları dünyanın geri kalanında yapılıyor. Eğitimciler, Africa Check (Güney Afrika, Senegal, Nijerya ve Kenya), Chequeado (Arjantin), Les Décodeurs (Fransa), Faktisk (Norveç) ve Full Fact (Birleşik Krallık) gibi projeleri yakından inceleyebilirler.

Belirli ülke ve bölgeler üzerine yoğunlaşmak isteyen eğitimciler için aşağıdaki kaynaklar faydalı olabilir:

- ▶ **Brezilya:** Kate Steiker-Ginzberg'ün Poynter için yazdığı "Fact-checking booms in Brazil" (Brezilya'daki doğrulama geliyor) isimli makale, Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/fact-checking-booms-brazil>
- ▶ **Avrupa:** Lucas Graves ve Federica Cherubini'nin Oxford Üniversitesi Reuters Enstitüsü için hazırladıkları "The Rise of Fact-Checking Sites in Europe" (Avrupa'daki Doğrulama Sitelerinin Yükselişi) isimli raporu, Erişim Adresi: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe#overlay-context=>

⁷ Stencel, M. (2017). *Fact-checking booms as numbers grow by 20 percent*. [çevrimiçi] Duke Reporters Lab. Erişim Adresi: <https://reporterslab.org/big-year-fact-checking-not-new-u-s-fact-checkers/> [Erişim Tarihi: 28/03/2018].

- ▶ **Japonya:** Masato Kajimoto'nun Poynter için yazdığı "A new fact-checking coalition is launching in Japan" (Japonya'da yeni bir doğrulama koalisyonu başlıyor) isimli makale, Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/new-fact-checking-coalition-launching-japan>
- ▶ **Güney Kore:** Boyoung Lim'in Poynter için yazdığı "What's behind South Korea's fact-checking boom? Tense politics and the decline of investigative journalism" (Güney Kore'deki doğrulama girişimlerinin artmasının arkasında ne var? Gergin siyasi ortam ve araştırmacı gazeteciliğin gerileyişi) isimli makale, Erişim Adresi: <http://www.poynter.org/2017/whats-behind-south-koreas-fact-checking-boom-tense-politics-and-the-decline-of-investigative-journalism/463655/>
- ▶ **Latin Amerika:** Ivan Echt'in Poynter için yazdığı "Lack of access to information is driving Latin America's fact-checking boom" (Bilgiye erişememe Latin Amerika'daki doğrulama girişimlerini harekete geçiriyor) isimli makale, Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/lack-access-information-driving-latin-americas-fact-checking-boom>
- ▶ **Amerika Birleşik Devletleri:** Lucas Graves'in kitabı ya da Brad Scriber'in Poynter için hazırladığı kitap incelemesi olan "Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism" (Neyin Doğru Olduğuna Karar Vermek: Siyasi Doğrulamanın Amerikan Gazeteciliğinde Yükselişi) Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking>

Doğrulamanın metodolojisi ve etiği

Doğrulama büyütüldüğü kadar zor değil. Doğrulama, temel bir soruyla başlayan titiz bir analiz: "Bunu nasıl, nereden biliyoruz?" Ayrıca doğrulama, imla hatalarını bulmak da değil. Ne bütün gerçeklerin olduğu sözlük benzeri bir rehber var, ne de belgeleri inceleyen ve bir şeyin yanlışlıkla gerçek olduğu söylendiğinde bunu bildiren basit bir yazılım var.

Genel olarak, doğrulama üç aşamadan oluşur:

1. **Doğrulanabilir iddiaları bulma** – yasal kayıtlar, medya kuruluşları ve sosyal medyayı tarayarak doğrulanabilir iddiaları bulma. Bu süreç, kamuoyuna mal olmuş hangi önemli iddianın (a) doğrulanabileceği ve (b) doğrulanması gerektiği ile ilgili kararı içerir.
2. **Gerçekleri bulma** – eldeki iddiaya göre en iyi kanıt arayarak gerçekleri bulma.
3. **İçeriği düzeltme** – iddianın geçtiği içeriği, kanıtların ışığında, genellikle doğruluk derecelendirmesinde konumlandırarak düzeltme.

Güvenilir doğrulama kuruluşları, süreçteki metodolojilerini açıkça aktarırlar. Eğitimciler öğrencileriyle aşağıdakilerden bir veya birkaçına bakmak isteyebilirler:

1. Africa Check'in "How We Work" (Nasıl Çalışıyoruz) sayfası (Erişim Adresi: <https://africacheck.org/about-us/how-we-work/>) ve Materials (Materyaller) kısmındaki infografik
2. Chequeado'nun "Metodo" sayfası (İspanyolca Erişim Adresi: <http://chequeado.com/metodo/>)
3. Pagella Politica'nın "Metodologia" ve "Come funzioniamo" sayfaları (İtalyanca Erişim Adresi: <https://pagellapolitica.it/progetto/index>)
4. PolitiFact'in "The Principles of PolitiFact" (PolitiFact'in İlkeleri) sayfası (Erişim Adresi: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2013/nov/01/principles-politifact-punditfact-and-truth-o-meter/>)

Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (The International Fact-Checking Network – IFCN)⁸ aynı zamanda dikkatli teyitçilere günlük işlerinde rehberlik etmek için ilkeler kılavuzu oluşturdu.

Doğrulama kuruluşları, Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı'nın ilkeler kılavuzu onaylı imzacısı olabilmek için başvururlar. İmzacı olabilmek için belirtilen standartların etkin bir şekilde uygulandığını ölçen bağımsız bir değerlendirme yapılır. Eğitimciler, bu ilkeleri yakından öğrenebilir, kendi ülkelerindeki hangi doğrulama kuruluşlarının değerlendirildiğini görebilir⁹ ve öğrencilerin bütün bunların neticesinde teyitçilere güvenip güvenmeyeceklerini tartışabilirler. [Türkiye'de Teyit (teyit.org) ve Doğruluk Payı IFCN imzacısıdır. (e.n.)]

Bu ilkeler okurların iyi doğrulama girişimlerini kötülerinden ayırt etmelerine yardımcı olmak için geliştirildi. Kendini doğrulama girişimiymiş gibi gösteren yanlış bilgiler için eğitimciler aşağıdaki iki makalede yer alan örnekleri paylaşabilirler:

- ▶ *These fake fact-checkers are peddling lies about genocide and censorship in Turkey* (Sahte teyitçiler Türkiye'de soykırım ve sansür hakkında yalan bilgi yayıyorlar). (Poynter) <https://www.poynter.org/news/these-fake-fact-checkers-are-peddling-lies-about-genocide-and-censorship-turkey>
- ▶ *In the post-truth era Sweden's far-right fake fact checker was inevitable.* (Gerçek ötesi çağda, İsveç'in aşırı sağ sahte teyitçisi olması kaçınılmazdı). (The Guardian) <https://www.theguardian.com/media/2017/jan/19/in-the-post-truth-era-swedens-far-right-fake-fact-checker-was-inevitable>

⁸ Bu bölümün yazarı Alexios Mantzarlis Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı'na önderlik etmektedir.

⁹ Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/international/fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>. [Erişim Tarihi: 28/03/2018].

Gerçeklere engel olan ne?

Doğrulamanın uygulama kısmına geçmeden önce, öğrencilerin doğrulama ve kendilerinin kısıtlılıklarının farkında olmaları gerekiyor.

Bazı yorumcular “hakikat ötesi” ya da “gerçeklik sonrası” çağa girdiğimizi söylüyor. Bu terimler 2016 yılında bütün dünyadaki manşetlerde yer aldı. Ayrıca bu terimler Oxford İngilizce Sözlüğü (Oxford English Dictionary) ve Alman Dili Topluluğu (Society for the German Language) tarafından “Yılın Kelimesi” seçildi. “Gerçek ötesiciler”e göre siyaset ve medyanın bir hayli kutuplaşması ve kabile kültürü haline gelmesiyle, vatandaşların katılmadıkları her doğruyu hemen reddediyorlar.

Bu, insanların özellikle güvenilir saydıkları yetkililere atf yapılarak düzeltildiklerinde, (ortalama olarak) daha doğru bilgilendiklerini ortaya koyan pek çok araştırmayla bağdaşmıyor. Eğitimciler aşağıdaki çalışmaları öğrencileriyle okuyup tartışabilirler:

- ▶ Swire, B., Berinsky, A. J., Lewandowsky, S. ve Ecker, U. K. H. (2017). *Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon* (Siyasi yanlış bilgiyi işleme: Trump’ı anlama). (1 Mart 2017). Erişim Adresi: <http://rsos.royalsocietypublishing.org/content/4/3/160802> [Erişim Tarihi 28/03/2018].
- ▶ Nyhan, B. ve Zeitzoff, T. (2018). *Fighting the Past: Perceptions of Control, Historical Misperceptions, and Corrective Information in the Israeli-Palestinian Conflict* (Geçmişle Mücadele Etmek: İsrail-Filistin Çatışmasında Denetim Algıları, Tarihi Yanılsamalar ve Düzeltilmesi Gereken Bilgiler). Erişim Adresi: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/pops.12449/abstract>. [Erişim Tarihi 28/03/2018].
- ▶ Wood, T. ve Porter, E. (2016). *The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes’ Steadfast Factual Adherence* (Tanımlanması Zor Geri Tepme Etkisi: Kitlel Davranışların Sabit ve Gerçekçi Bağlılığı). (5 Ağustos 2016). Erişim Adresi: <https://ssrn.com/abstract=2819073>. [Erişim Tarihi 28/03/2018].

Ayrıca gerçeklerin dünyanın mükemmel bir tasviri olduğu ve insanların önceki inanç ve kişisel tercihlerine bakmaksızın, yeni gerçekleri hemen kabul eden, tamamen akli başında varlıklar olduklarını öne sürmek anlamsız bir şekilde kaçmak olur. Her birimizin yeni gerçek bilgiyi özümsememizi engelleyecek bilişsel ve diğer yanlılıkları – özellikle de zihinsel kısayolları- var. Bunun başkalarının değil, hepimizin başına gelen bir şey olduğunun altını çizmek çok önemli.

Eğitimciler bu yanlılıkların bazılarını sınıfta tartışmalı.

Teyit / doğrulama yanlılığı [*Encyclopaedia Britannica*'dan alınmıştır (Britannica Ansiklopedisi) — <https://www.britannica.com/topic/confirmation-bias> [Erişim Tarihi 28/03/2018]: Kişinin bilgiyi, var olan inançlarıyla örtüşen şekilde arayarak veya yorumlayarak işleme eğilimi. Karar vermede kullanılan bu yanlı yaklaşım büyük oranda istemeden gerçekleşir ve çoğunlukla aykırı bilgilerin göz ardı edilmesiyle sonuçlanır. Var olan inançlar, kişinin söz konusu durumdaki beklentileri ve belirli bir sonuç hakkındaki tahminleriyle ilgili olabilir. İnsanlar konunun çok önemli olduğu veya kendisiyle ilgili olduğu durumlarda kendi inançlarını destekleyecek bilgiyi işlemeye özellikle yatkınlara.

Güdülenmiş muhakeme [*Discover Magazine*'den alınmıştır — <http://blogs.discovermagazine.com/intersection/2011/05/05/what-is-motivated-reasoning-how-does-it-work-dan-kahan-answers/#.WfHrL4ZrzBI> [Erişim Tarihi 28/03/2018]. Güdülenmiş muhakeme bireylerin, bilgiyi işlerken fark etmeden bir çıkar veya amaçla örtüşen sonuçlara vardırımları eğilimini anlatır. Tipik bir örnek düşünün. 1950'lerde psikologlar, ABD'nin en iyi iki üniversitesinde okuyan [Ivy League Colleges] öğrencilerin oluşturduğu deneklerden, kendi üniversite takımları arasında yapılan futbol maçı sırasında tartışmalı anlarda düdük çalan bir bant kaydı izlemelerini istedi. Her iki okuldan öğrenciler de rakiplerinin lehinde olanlara kıyasla, kendi okullarının lehine işleyen hakem düdüklerini haklı görmeye daha yatkındırlar. Araştırmacılar, öğrencilerin kendi kurumlarına karşı sadakatlerini tasdik eden duygusal desteğin bant kaydında gördüklerini şekillendirdikleri sonucuna ulaştı.

Bulunabilirlik kısayolu [*Oxford University Press A Dictionary of Psychology* (Oxford Üniversitesi Yayınevi Psikoloji Sözlüğü) — <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199534067.001.0001/acref-9780199534067-e-830> [Erişim Tarihi 28/03/2018]. Bir olayın sıklığı veya gerçekleşme olasılığı hakkında bilgi veren bilişsel kısayollar, akla kolayca getirilen olayların sayısı ile değerlendiriliyor. Bu insanların, doğru olmayan iddiaları, sırf kolayca hatırlayabildikleri için doğru olarak değerlendirmelerine neden olur. Vanderbilt Üniversitesi'nde Lisa Fazio tarafından yürütülen bir deneyde, “sarı [bir çeşit Hintli elbisesi] İskoç eteğidir” iddiasını altı kez tekrarlamaları istenen kişilerin, aynı cümleyi sadece bir kez tekrarlayan kişilere kıyasla alenen yanlış olduğu belli olan bu ifadeye daha fazla inandıklarını ortaya çıktı. Gazetecilik yanlışların üzerini eleştirel bir bakış açısı olmadan örtterek kendisini, yanlışların ilercisi haline getirebilir. Örneğin, Barack Obama'nın doğum yeri hakkındaki komploların medyada yer alması, eski ABD başkanının gerçekten Hawaii'de doğmadığına yönelik inancın yayılmasında bir rol oynamış olabilir.

Doğrulamanın kendisinin kusurlu bir araç olduğunu unutmamak gerekiyor. Herhangi bir şey % 100 doğru olabilir fakat yine de önemli bir bağlamı eksik bırakabilir.¹⁰ Gerçek bulgular, aynı temel gerçeklere farklı seviyede önem veren, geniş anlatı yapılarının

¹⁰ Bknz. Yanofsky, D.(2013). *The chart Tim Cook doesn't want you to see*. Available at <https://qz.com/122921/the-chart-tim-cook-doesnt-want-you-to-see/>. [Erişim Tarihi: 28/03/2018].

içerisinde anlamlı bir şekilde sürekli olarak kurgulanır, dizilir ve yeniden dizilir. Üstelik gerçeklik, doğruların derlenmesinden daha fazlasıdır. Dahası doğrulama, mantıklı bir tartışmayı temellendirmek adına alternatif yorumları devre dışı bırakmak için kullanılan bir araç ya da anlatıyı ve bireysel yatkınlıkları etkileyen gerçeklerin sağlama alınması demek değil.



Bölüm Hedefleri

- ▶ Dünyadaki doğrulama girişimlerindeki yeni ve iyi uygulamalarından haberdar olmak.
- ▶ Gerçeklik algısını engelleyebilecek bilişsel yanlılıklar hakkında farkındalık yaratmak.
- ▶ Eleştirel düşünme becerilerini geliştirmek.



Öğrenme Çıktıları

1. Gazeteciliğin özel bir türü olarak doğrulamanın ortaya çıkışını ve doğrulamanın etiği ve metodolojisini anlamak.
2. Bir kanıtın niteliğini değerlendirirken sorulması gereken soruları anlamak.
3. Doğrulanabilir iddiaları görüş ve mübalağalardan ayırma becerisini geliştirmek.
4. Gerçeklik algısını engelleyebilecek bilişsel yanlılıkların temel anlamda kavramsallaştırılmasını yapmak.



Bölüm formatı

Bu dersin kuramsal kısmı aşağıdakileri irdeler:

1. Tarih ve anlambilim
2. Metodoloji ve etik
3. Gerçeklerin önüne çıkan engeller

Uygulama kısmı ise iki etkinliğe ayrılıyor:

1. Doğrulanabilir iddiaları bulma
2. Doğruları bulma.

Ödev, içeriği düzeltmeye odaklanıyor.

Öğrenme Çıktılarını Birleştiren Plan

A. Kuramsal

Bölüm Planı	Süre	Öğrenme Çıktıları
1. Tarih ve anlambilim	20 dk.	1
2. Metodoloji ve etik	20 dk.	1
3. Gerçeklerin önüne çıkan engeller	20 dk.	4

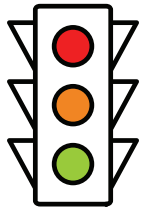
B. Uygulama

Bölüm Planı	Süre	Öğrenme Çıktıları
1. Etkinlik: Doğrulanabilir iddiaları bulma	30 dk.	3
2 Etkinlik: Doğruları bulma	1 saat	2

i) Doğrulanabilir iddiaları bulma

Doğrulama, doğruluğu nesnel bir şekilde kanıtlanabilen en az bir gerçek bulgu veya veri içeren iddiaların üzerine eğilir. Doğrulama fikir, tahmin, mübalağa, hiciv ve şakaların doğruluklarını değerlendirmez.

1. Etkinlik: Öğrencilerden aşağıda bulunan ve kamuya mal olmuş dört kişinin konuşmalarından alınmış alıntıları okumalarını isteyin. Öğrencilerin doğrulanabilir ifadeleri bir renk (YEŞİL) ile, doğrulanamayan fikirleri başka bir renk (KIRMIZI) ile ve ikisinin arasında kalan kısımları üçüncü bir renk (SARI) ile işaretlemelerini isteyin. Öğrenciler işaretledikleri alıntıları teslim ettikten sonra, her birinin üzerinden geçin ve neyin “doğrulanabilir” iddia olduğunu tartışın.



REHBER

Kırmızı – doğrulanamayan ifadeler

Sarı – ikisinin arasında kalan ifadeler

Yeşil - doğrulanabilir ifadeler

Michelle Bachelet – Şili'nin Eski Başkanı

Bu yönde önemli ilerlemeler kaydetmiş olsak da, deniz ekosistemini tehdit eden başka bir unsura – yani plastiklere – değinmemiz gerektiğinin farkındayız. Her yıl, 8 milyon ton plastik okyanusa gidiyor, yüzlerce yıl orada kalıyor ve bunun çok olumsuz etkisi oluyor. Bu sorunla baş edebilmek için, Birleşmiş Milletler Çevre Programı'nın Temiz Denizler Kampanyası'na katılıyoruz. Bu sırada, yerel düzeyde, 12 ay içerisinde kıyı şehirlerde plastik

poşet kullanımını yasaklayacak olan kanun taslağını sunacağız. Bu kanun sayesinde vatandaşlar okyanusların korunması için katkı sağlayabilecek. Böylelikle, bu tür bir kanunu Amerika'da uygulayacak olan ilk ülke olacağız, ve diğer ülkelere de bu sorumluluğu üstlenmeleri için çağrıda bulunuyoruz. Ayrıca, ozon tabakasının iyileşmesini sağlayan Ozon Tabakasını İncelten Maddelere ilişkin Montreal Protokolü'nün kabulünün üzerinden 30 yıl geçti. Bu otuzuncu yıldönümünde, ülkemizin küresel ısınmayı 0.5 °C önlemeyi amaçlayan Montreal Protokolü'nün 2016 Kigali Değişikliğini kabul ettiğini duyurmak isterim. Böylelikle Şili yeni anlaşmayı kabul eden ilk ülkelerden biri oldu. Fakat hepsi bu değil. Patagonya'da park ağlarının oluşturulmasıyla, biyoçeşitlilik açısından zengin ve halkın kullanımı için devlet tarafından korunacak 4.5 milyon hektar yeşil alan kattık.

Jacob Zuma, Güney Afrika'nın Eski Başkanı

Küresel ekonominin mevcut yapısı, küresel kuzey ve küresel güney arasındaki ayrımı derinleştirmeye devam ediyor. Bazıları küreselleşmenin tadını çıkarırken, dünya halklarının büyük bir çoğunluğu hala, yaşam koşullarının gelişebilme umudu olmadan umutsuz bir fakirlik ve açlıkla birlikte yaşıyor. Gelişmiş ülkelerde bile, zengin ile fakir arasındaki uçurum geniş ve bu durum ciddi bir endişeyi beraberinde getiriyor. Eğer 2030 Gündem'inin hedeflerine ve amaçlarına ulaşmayı umuyorsak, küresel ekonominin bu değişmemiş yapısının yarattığı zorluklara ve engellere değinecek dünya liderlerinin siyasi istek ve bağlılığına ihtiyacımız var. Bu eşitsiz ve adaletsiz ekonomik güç ilişkileri kendini Afrika'da açıkça gösteriyor. Örneğin, kıtamız doğal olarak mineral kaynaklara sahip, fakat kıtada hala en az gelişmiş ülkeler en yüksek sayıda.

Sigmar Gabriel, Almanya'nın Eski Dışişleri Bakanı

Birleşmiş Milletler'e talimatını yerine getirecek araçlar sağlamak zorundayız. Fakat şimdilerde veriler farklı bir resim çiziyor.

Bugün Dünya Gıda Programı (WFP), dünyadaki açlık kriziyle mücadele etmek için gerekli olan fonun yüzde 50'sinden azını alıyor. Dünya Kalkınma Programı (WDP), katkılarının 2011'de yüzde 50'sini, bugün ise sadece yüzde 15'ini gönüllü ve serbest ödeme olarak alıyor. Durum diğer BM yardım programlarında da daha iyi değil.

Birleşmiş Milletlerde sorumlu mevkilerde bulunanların, etkili bir yardım organize etmek yerine gerekli fon bulabilmek için dilenen mektupları dağıtmaya daha fazla zaman harcamaları olabilecek şey değildir. Buradaki durumu değiştirmemiz lazım. Birleşmiş Milletler'e uygun fonu ve aynı zamanda da daha fazla özgürlük sağlamak zorundayız. Karşılığında ise, fonların nasıl kullanıldığı ile ilgili daha fazla verime ve şeffaflığa ihtiyacımız var.

Almanya hiç olmazsa Birleşmiş Milletler için finansal desteğini sürdürme niyetinde.

Tahakkuk edilmiş katkıların en büyük dördüncü tedarikçisi ve bunun da ötesinde örnek olarak dünyadaki en büyük insani yardım bağışçısı olarak önemli girdileri oluşturmaya devam etmek istiyoruz

Mark Zuckerberg, Facebook'un CEO'su

Facebook idealist ve iyimser bir şirket. Hayatımızın büyük bir kısmında, insanlar arası bağlantı kurmanın getirdiği bütün iyi şeylere odaklandık. Facebook büyüdükçe her yerden insanlar, sevdikleri kişilerle iletişimde kalmak, seslerinin duyulmasını sağlamak ve topluluk ve işletme kurmak için bu yeni ve güçlü araca sahip oldular. Kısa bir süre önce, #metoo [ben de] ve March for Our Lives [Hayatlarımız için Yürüyüş] hareketlerinin en azından bir kısmının Facebook'ta düzenlenmiş olduğunu gördük. Harvey Kasırgası'ndan sonra insanlar 20 milyon dolardan fazla yardım topladılar. Ayrıca, halihazırda 70 milyondan fazla küçük işletme büyümek ve istihdam yaratmak için Facebook'u kullanıyor.

ii) Doğruları bulma

2. Etkinlik: Sınıfı gruplara ayırın. Her bir gruptan doğrulaması için yukarıda verilen listeden (ya da kendi listenizden) “yeşil” renkte bir iddia seçmesini isteyin.

Gruplardan bulgularını destekleyen veya çürüten kanıtlara bakmalarını isteyin. Öğrencileri önce buldukları kaynakları aşağıdaki parametrelere göre değerlendirmeleri konusunda yüreklendirin.

Yakınlık: Kanıtlar olaylara ne kadar yakın? *Örneğin, güncel işsizlik istatistiklerini ele alan bir haber kuruluşu, genellikle istihdam rakamlarını gerçekten ölçen ulusal bir istatistik kuruluşuna kıyasla verilerin daha uzağında kalır ve bu nedenle buradaki kanıt değeri de daha düşük olur.*

Uzmanlık: Hangi deliller kanıtı üretenin niteliğini belirler? *Örneğin, kitabın yazarının söz konusu alanda doktora derecesinin olması ve alanında çok atıf alması.*

Özen: Kanıt nasıl toplanmış? *Örneğin, kadına karşı şiddet ile ilgili veriler genellikle anket aracılığıyla elde edilir.¹¹ Kadınların soruları cevaplandırma konusunda istekleri ve cinsel istismarın kavramsallaştırılmasının ülkeden ülkeye değişiklik gösterdiği göz önünde bulundurulduğunda, genellemeler hükümsüz kalabilir ve uluslararası karşılaştırmalar zor hale gelebilir. Bu örnek, kadına karşı şiddetin önemini azaltmak için değil, ortaya konan belirli iddiaları desteklerken özen göstermek gerektiğini söylemek için.*

Şeffaflık: Kanıt hakkında ne biliyoruz? *Örneğin, bilimsel bir çalışmanın sonuçlarını dayandırdığı bütün verileri başka araştırmacıların incelemeleri için çevrimiçi yayınlaması.*

¹¹ Bknz. BM Toplumsal Cinsiyet İstatistikleri göstergesi (48) <https://genderstats.un.org/#/downloads>

Güvenilirlik: Bir başarı geçmişi var mı? Örneğin, Uluslararası Şeffaflık Örgütü (Transparency International) 20 yıldan fazla süredir Yolsuzluk Algısı Endeksi'ni (Corruption Perceptions Index) yayınlıyor. Dolayısıyla uzmanların, sınırlılıkları saptamaları için uzun bir zamanları vardı.¹²

Çıkar çatışması: Kanıt aynı zamanda kaynağın şahsi ya da özel çıkarına hizmet ediyor mu? Örneğin, makarnanın sözde sağlığa yararları hakkındaki bir çalışmanın büyük bir makarna üreticisi tarafından kısmen yürütülmesi ve fonlanması.¹³

Eğitmciler aşağıdaki tablonun çıktısını alıp, öğrencilerin her bir kaynağı değerlendirmeleri için dağıtabilirler.

	Zayıf	Orta	Güçlü
Yakınlık			
Uzmanlık			
Özen			
Şeffaflık			
Güvenilirlik			
Çıkar Çatışması			

Ödev Önerileri

İçeriği düzeltme

Katılımcılar, ders süresince inceledikleri kanıtı kullanarak, seçtikleri iddianın doğruluğuyla ilgili sonuca varacakları bir analiz, yani doğrulama raporu (yaklaşık 1200 kelime) yazarlar.

Teyit edilmiş iddiayı sınıflandırmak için kendi derecelendirme sistemlerini geliştirirler. Örneğin, PolitiFact aşağıdaki derecelendirme sistemini kullanıyor:

Doğru – İfade doğru ve önemli bir bilgi eksikliği yok.

Çoğunlukla Doğru – İfade doğru fakat netleştirmek veya ek bilgi eklemek gerekiyor.

Kısmen Doğru – İfade kısmen doğru fakat önemli ayrıntılara yer vermiyor veya bazı noktaları bağlamından koparıyor.

¹² Hough, D. (2016) *Here's this year's (flawed) Corruption Perception Index. Those flaws are useful.* The Washington Post. Erişim Adresi: https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/01/27/how-do-you-measure-corruption-transparency-international-does-its-best-and-thats-useful/?utm_term=.7ff90ea2890f [Erişim Tarihi: 23/03/2018].

¹³ Bu gerçek bir örnek. Daha fazlası için: <http://www.healthnewsreview.org/2016/07/study-really-find-pasta-opposite-fattening/>. [Erişim Tarihi: 23/03/2018].

Çoğunlukla Yanlış – İfadede doğru sayılabilecek noktalar var fakat farklı bir algı yaratabilecek şekilde kritik bilgileri atlıyor.

Yanlış – İfade doğru değil.

Yalancı Yalancı Sana Kimse İnanmaz – İfade doğru değil ve gülünç iddialarda bulunuyor.

Derecelendirme ölçekleri, PolitiFact’ın kullandıkları gibi doğrusal olmak zorunda değil; burada derecelendirme ‘Doğru’dan ‘Yalancı Yalancı Sana Kimse İnanmaz’a kadar iniyor. Örneğin, Meksika’daki El Sabueso¹⁴ ortada bir şekilde kanıt olmayan iddialar için “Doğrulanabilir değil” kalıbını veya gerçekliğin belirli bir metodolojiye bağlı olduğu iddialar için “Tartışmaya açık” kalıbını kullanıyor. Öğrencileri, doğru olan ifadeye verebileceğimiz çeşitli kalıplar konusunda yaratıcı olmaları için teşvik edin.

Eğitmenler, mevcut zaman ve kaynaklara bağlı olarak öğrencilerden metnin ötesine geçen bir doğrulama yöntemi yaratmalarını isteyebilirler. ‘Meme’ler, kısa videolar, GIFler, Snapchat – bunların hepsi yanlışlarla mücadele edebilmek için iyi birer araç olabilirler. Aslında, bir çalışmaya göre, komik bir video şeklinde sunulan aynı konudaki doğrulama, makaleye kıyasla daha etkili olabiliyor.¹⁵

Eğitmenler yaratıcı formatlardaki örnekler için Poynter’in aşağıdaki makalelerine bakabilirler:

Mantzaris, A. (2016). *Fact-checkers experiment with Snapchat, GIFs and other stuff millennials*. Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/fact-checkers-experiment-snapchat-gifs-and-other-stuff-millennials> [Erişim Tarihi 28/03/2018].

Mantzaris, A. (2016). *How (and why) to turn a fact check into a GIF*. [Erişim Tarihi 28/03/2018. Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/how-and-why-turn-fact-check-gif> [Erişim Tarihi 28/03/2018].

14 AnimalPolitico (2015). Erişim Adresi: <http://www.animalpolitico.com/blogueros-blog-invitado/2015/01/28/el-sabueso-un-proyecto-para-vigilar-el-discurso-publico/> [Erişim Tarihi: 06/04/2018].

15 Young, D., Jamieson, K., Poulsen, S. and Goldring, A. (2017). *Fact-Checking Effectiveness as a Function of Format and Tone: Evaluating FactCheck.org and FlackCheck.org*. Journalism & Mass Communication Quarterly, 95(1), ss.49-75



Okumalar

Buradaki okumalara ek olarak, Poynter'in doğrulama kategorisine bakılabilir. Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/channels/fact-checking>. Bu bölüm haftada birkaç kez güncellenmektedir. Aşağıda buradan erişilmiş bazı güncel ve yararlı kaynaklar yer alıyor.

Poynter (2018). *How to fact-check a politician's claim in 10 steps*. Erişim Adresi: <https://factcheckingday.com/articles/5/how-to-fact-check-a-politicians-claim-in-10-steps>. [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Van Ess, H. (2017). *The ultimate guide to bust fake tweeters: A video toolkit in 10 steps*. Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/ultimate-guide-bust-fake-tweeters-video-toolkit-10-steps>. [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2015). *5 things to keep in mind when fact-checking claim about science*. Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/5-things-keep-mind-when-fact-checking-claims-about-science>. [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2016). *5 tips for fact-checking claims about health*. Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-claims-about-health>. [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2015). *5 tips for fact-checking datasets*. Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-datasets>. [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2015). *5 studies about fact-checking you may have missed last month* (Poynter). Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/5-studies-about-fact-checking-you-may-have-missed-last-month>. [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2017). *Repetition boosts lies — but it could help fact-checkers too*. Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/repetition-boosts-lies-could-help-fact-checkers-too>. [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2017). *French and American voters seem to respond to fact-checking in a similar way*. Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/french-and-american-voters-seem-respond-similar-way-fact-checking>. [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Funke, D. (2017). *Where there's a rumour, there's an audience. This study sheds light on why some take off*. Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/where-theres-rumor-theres-audience-study-sheds-light-why-some-take>. [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Funke, D. (2017). *Want to be a better online sleuth? Learn to read webpages like a fact-checker*. Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/want-be-better-online-sleuth-learn-read-webpages-fact-checker>. [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Funke, D. (2017). *These two studies found that correcting misperceptions works. But it's not magic.* Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/these-two-studies-found-correcting-misperceptions-works-its-not-magic>. [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2017). *What does the "Death of Expertise" mean for fact-checkers?* Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/what-does-death-expertise-mean-fact-checkers>. [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2017). *Journalism can't afford for corrections to be the next victim of the fake news frenzy.* Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/journalism-cant-afford-corrections-be-next-victim-fake-news-frenzy>. [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2016). *Should journalists outsource fact-checking to academics?* Erişim Adresi: <https://www.poynter.org/news/should-journalists-outsource-fact-checking-academics>. [Erişim Tarihi 06/04/2018].

Kitaplar

Ball, J. (2017). *Post-Truth: How Bullshit Conquered the World.* London: Biteback Publishing.

Gladstone, B. (2017). *The Trouble with Reality: a Ruminaton on Moral Panic in Our Time.* New York: Workman Pu.

Graves, L. (2016). *Deciding What's True: the Rise of Political Fact-Checking Movement in American Journalism.* New York: Columbia University Press.

Çevrimiçi kaynaklar

The International Fact-Checking Day (Uluslararası Doğrulama Günü) rol yapma kart oyununun ders planına (14-16 yaş arası öğrenciler için tasarlanmış) şu bağlantı adresinden ulaşılabilir: <http://factcheckingday.com/lesson-plan>. İnternet sitesinde aynı zamanda ipucu kağıtları, üniversite öğrencileri için çevrimiçi dersin bağlantı adresi ve gerçekler ve doğrulama ile ilgili okumalar listesi var.

SOSYAL MEDYADA TEYİTÇİLİK: KAYNAKLARI VE GÖRSEL İÇERİKLERİ İNCELEMEK

Tom Trewinnard ve Fergus Bell



6. BÖLÜM

Bu bölüm katılımcıların, çevrimiçi dijital bilginin orijinal kaynağını tespit etmeleri ve bunu teyit etmelerine yardımcı olmak için tasarlandı. Bu bölüm kaynakların, fotoğraf ve videoların ve özellikle de sosyal medya aracılığıyla paylaşılan Kullanıcı Odaklı İçerik'in (User Generated Content – UGC) orijinal olup olmadığını saptamakta kullanılan farklı stratejilere yer veriyor.

Bu bölümün sonunda katılımcılar Facebook, Twitter, Instagram ve YouTube¹ gibi platformlarda çoğunlukla son dakika haberleri sırasında paylaşılan farklı türdeki yanlış ve yanıltıcı içerikleri öğrenecekler. Bu tarz içerikler, itibar zedelemek için, aslında güvenilir sayılabilecek haber kuruluşları tarafından düzenli aralıklarla toplanıyor ve yayınlanıyor. Ayrıca gazeteciler farkında olmadan sosyal ağlarda yeniden yayıyor ve iddiaları kuvvetlendiriyor. Bu gazeteciler bazen kamu tartışmalarını etkileyebilmek² ve muhabirlerin güvenilirliklerini, itibarı yüksek kaynaklara dayandırarak avantaj sağlamak³ amacıyla kötü niyetli aktörler tarafından hedef gösterilir.

Katılımcılardan önce sezgilerini gerçek dünya senaryoları ve örnekleriyle sınamaları, sonra içeriği doğrulamak için temel araştırma teknikleri ve stratejilerini uygulamaları istenir, bunlara aşağıdaki maddeler de dahildir:

- ▶ Kullanıcı Odaklı İçerik'in⁴ gazetecilik amacıyla kullanılmasına yön veren etik ilkeler doğrultusunda orijinal kaynakları tespit etme ve atıfta bulunma
- ▶ Sahte hesapları veya botları^{5 6} tespit etme ve engelleme
- ▶ Görsel içeriğin, doğru bir şekilde orijinal kaynağa atfedildiğini teyit etme
- ▶ İçeriğin kaydedilme ve yüklenme zamanını teyit etme
- ▶ Fotoğrafların ve videoların konumlarını belirleme

Orijinal içeriğin saptanabilmesi ve doğrulanabilmesi, gazetecilerin Kullanıcı Odaklı İçerik'i yayınlama iznini etik ve yasal gereklilikler çerçevesinde almalarını sağlar.

1 Alejandro, J. (2010). *Journalism In The Age Of Social Media*. Reuters Institute Fellowship. Erişim Adresi: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Journalism%20in%20the%20Age%20of%20Social%20Media.pdf> [Erişim Tarihi: 22/04/2018].]

2 Paulussen, S. ve Harder, R. (2014). *Social Media References in Newspapers*. Journalism Practice, 8(5), ss.542-551.

3 Yedinci Bölüm bu konuyla ilgili detaylı bir tartışmaya ve değerlendirmeye yer veriyor.

4 Bknz. Online News Association'ın Kullanıcı Odaklı İçerik Etiği Rehberi: <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [Erişim Tarihi: 18/4/2018].]

5 Woolley, S.C. ve Howard, P.N. (2017). *Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary*. Samuel Woolley ve Philip N. Howard, Eds. Working Paper 2017.11. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda. [comprop.oii.ox.ac.uk. Available at http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf](http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf) [Erişim Tarihi: 22/04/2018].]

6 Joseph, R. (2018). Guide. *How to verify a Twitter account*. Africa Check. Available at <https://africacheck.org/factsheets/guide-verify-twitter-account/>. [Erişim Tarihi: 6/04/2018].]



Genel çerçeve

*Gazeteciliğin Unsurları (The Elements of Journalism)*⁷ kitabının yazarları Bill Kovach ve Tom Rosenstiel şöyle diyor: “En nihayetinde, doğrulama disiplini, gazeteciliği eğlence, propaganda, kurgu veya sanattan ayıran şeydir...Tek başına gazetecilik ilk başta bütünüyle neler olup bittiğini anlamaya odaklanır...”. Buradan yola çıkarak, bu bölüm günümüzdeki “doğrulama disiplini”ni incelemektedir.

Sosyal medya gazetecilik pratiğini değiştirdi. Gerçek zamanlı okur/izleyici etkileşimi, kitle kaynak kullanılan içeriklerin artmasına yol açtı ve hatta doğrulama gibi habercilik işleri artık kitle desteğiyle yapılabilir.⁸ Gazetecilik esas itibarıyla bir doğrulama disiplini olarak kalsa da⁹, içeriği ve kaynakları doğrulayan yöntemler, hızlı değişen dijital teknolojilerin, çevrimiçi davranışların ve haber derleme pratiklerinin etkileri üzerine eğilen sürekli güncelleme gerektirir. Örneğin Arap Baharı süresince ‘açık doğrulama’ kavramı – yani kamusal, işbirlikçi ve gerçek zamanlı doğrulama süreci- ortaya çıkmaya başladı. Fakat bu süreç hala tartışmalı çünkü halka açık forumlarda adım adım bilgi doğrulama girişimleri sırasında yanlış bilginin viral olma riski taşıyor (Örneğin bir muhabirin doğrulanmamış bir bilgiyi, kitle kaynak ile doğrulamak amacıyla paylaşması).¹⁰

Günümüzde görgü tanıklarının hesapları ve görsel içerikler bir gazetecinin veya haber yayıncısının etkisi yüksek bir hikaye anlatabilmesi için başvurduğu en önemli ve en inandırıcı araçlar arasında. Son dakika haberlerinde hız, sosyal medyadaki bilgi doğrulamak için önemli bir unsur.¹¹

Gazeteciler önemli olan kaynak, bilgi ve görüntülere ulaşmak için çok fazla bilginin arasında yönlerini bulmalı. Sosyal platformlara yüklenen görsel içeriklerin (fotoğraf, video ve GIFler) sayılarındaki hızlı artışa üç temel unsur neden oluyor:

- ▶ Dünya genelinde kamerası olan akıllı ve temel fonksiyonlu telefonların yaygınlaşması¹²
- ▶ Ucuz (ve bazı yerlerde ücretsiz) mobil veriye erişimin artması
- ▶ Herhangi birinin içerik yayınlayıp kitle yaratabileceği küresel sosyal ağların ve sosyal mesajlaşma platformlarının artması

7 Kovach, B., ve Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. New York: Crown Publishers.

8 Carvin, A. (2012). *Distant witness: Social Media's Journalism Revolution*. New York, NY: CUNY Journalism Press.

9 Kovach, B. ve Rosenstiel, T. (2014). A.g.e.

10 Posetti, J. ve Silverman, S. (2014). *When Good People Share Bad Things: The basics of social media verification* at Mediashift 24 Temmuz 2014. Erişim Adresi: <http://mediashift.org/2014/07/goodwhen-good-people-share-bad-things-the-basics-of-social-media-verification/> [Erişim Tarihi: 22/04/2018].

11 Brandtzaeg, P., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L. ve Følstad, A. (2015). *Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media*. Journalism Practice, 10(3), ss.323-342.

12 Bknz. Mary Meeker'in İnternet Trendleri Raporu (Internet Trends Report) nun 5. Slaytı: <https://www.slideshare.net/kleinerperkins/internet-trends-v1>. [Erişim Tarihi: 22/04/2018].

Birçok son dakika haberinde, olaydan – protesto, tren kazası, kasırga veya terör saldırısı olsun- ortaya çıkan ilk haber, fotoğraf ve video görüntülerinin akıllı telefonu olan bir görgü tanığı, olay sırasında orada olan biri veya olayı uzaktan izleyen üçüncü kişi tarafından yayınlanması olası. Bu içeriği doğrulama teknikleri, haber merkezlerinin kaynakları, normları, standartları ve gazetecilerin kendi pratiklerine bağlı olarak çeşitlilik gösterir. Bu bölüm öğrencilere en iyi uygulama yöntemlerinden bazılarını, çevrimiçi araç ve kaynaklarla tanıştıracak. Fakat teknoloji ile birlikte araçların da hızlı bir şekilde geliştiği göz önünde tutulmalı.¹³

Herhangi bir doğrulamayla ilgili Kovach ve Rosenstiel'in (2014)¹⁴ öne sürdüğü birtakım genel öneriler şunlar:

- ▶ Şüpheli bir yaklaşımla düzeltin
- ▶ Doğruluk kontrolü listesi tutun
- ▶ Hiçbir varsayımda bulunmayın – “doğruluk” ile ilişkilendirilen işaretlerin kötüye kullanılmasından dolayı yanlış yönlendirilmeyin¹⁵
- ▶ Anonim/şimsiz kaynaklara dikkat edin

Bilgi veya görüntülerin ana kaynağını tespit edip paylaşılan kaynağa ve içeriğe kontrol sistemi işlettiğinizde, kontroller size gerekli çıktıları vermeli ve kendinizi bunları kaynak olarak teyit ederken bulmalısınız.¹⁶

Bu kontroller bir gazetecinin, fiziksel olarak olay yerinde bulunuyormuş ve görgü tanıklarıyla birebir konuşuyormuş gibi bir yol izler. Kişinin bizzat kendisiyle görüşme yapabilen bir gazeteci, doğrulamaya dayanarak, görgü tanığının açıklamasını irdeler, önemli detayları izler ve güvenilirliğiyle ilgili bir sonuca varır. İçgüdü de davranışsal ipuçlarının gözlemlenmesiyle birlikte kısmen yönlendirilebilir. Bir kaynağı dijital olarak doğrulama süreci, kişiyle doğrudan veya gerçek zamanlı olarak konuşmak mümkün değilse bile sonuca ulaşmayı sağlamalı.¹⁷

Birçok büyük haber merkezi bir içeriği mümkün olduğunca hızlı bulabilmek için çalışan¹⁸ ve aynı zamanda da yayınlamadan önce içeriği doğrulayan ve basım ve yayın izinlerini alan ekip, pahalı teknoloji veya hizmet sağlayan ajanslarla çalışır. Çoğu küçük haber merkezleri

13 Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Göker, A. ve Martin, C. (2014). *Identifying and Verifying News through Social Media*. Digital Journalism, 2(3), ss.406-418.

14 Kovach ve Rosenstiel (2014). A.g.e.

15 Zimmer, B (2010). “Truthiness”, The New York Times. <https://www.nytimes.com/2010/10/2017/magazine/2017FOB-onlanguage-t.html> [Erişim Tarihi: 15/04/2018].

16 Bell, F. (2015). *Verification: Source vs Content* [çevrimiçi] Medium. Erişim Adresi: <https://medium.com/1st-draft/verficiation-source-vs-content-b67d6eed3ado> [Erişim Tarihi: 22/04/2018].

17 Kovach ve Rosenstiel (2014). A.g.e.

18 Diakopoulos N., De Choudhury M. ve Naaman M. (2012). *Finding and assessing social media information sources in the context of journalism* Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, ss. 2451-2460. Erişim Adresi: <http://www.nickdiakopoulos.com/wp-content/uploads/2011/07/SRSR-diakopoulos.pdf> [Erişim Tarihi: 22/04/2018].

ve pek çok bireysel gazeteci ise aynı kaynaklara sahip değil¹⁹ ve güvenilirliği belirlemelerini sağlayan kendi geliştirdikleri sistematik yöntemleriyle çalışıyor.²⁰

Neden kaynağın ve görsel bir içeriğin doğrulanması çok önemli? Basitçe söylemek gerekirse, bu iyi gazeteciliğin göstergesi. Günümüz dijital dünyasında, inandırıcı ve sahteliğini tespit etmesi zor içerikler oluşturup paylaşmak kötü niyetli aktörler için anlaşılabilir bir şey. Profesyonel gazeteciler ve haber merkezleri, pek çok kez yanıltıcı bilgi, fotoğraf, video veya sahte kişilerden gelen bilgileri paylaşarak veya yeniden haberleştirerek itibarlarını zedeledi. Bazense, hiciv içeriğini yanlış yorumlayarak gerçekmiş gibi paylaştılar.²¹

Sorun çevrimiçi ortamda bulunan, her biri bağlamlarından koparılabilen ve gelecekte yaşanacak olaylar için yeniden dolaşıma sokulabilen görsel içeriklerin miktarıyla iyice büyüyor. Dünya genelinde her gün, sahte haber üretenlerin politikacıları ve profesyonel gazetecileri kandırması buna bir örnek.

Fakat anlatacak bir hikayesi veya paylaşacak bir içeriği olan her kaynağın güvenilirliğini değerlendirecek birçok yöntem var. Önemli soruların bazıları doğrudan sorulabilir. Bazıları ise araştırma ile elde edilen kanıt kullanılarak cevaplanabilir. Doğrulama araçları kaynağın nereden aktarıldığını saptamak için kullanılabilir. Fakat aynı zamanda, kaynağın belirli bir yerde ve belirli bir zamanda bulunabildiğini gösteren ipuçları için sosyal medya geçmişini incelenebilir. Başka kullanıcılarla etkileşiminin geçmişini incelemek ve paylaşımda bağlantısı verilmiş içeriği kontrol etmek şahsi doğrulama sürecine de destek olur ve botlar tarafından paylaşılan bilgiyi ortadan kaldırma konusunda da yardım eder.

Şüpheli düzenleme çok önemli, fakat olaylara yakalanan ve hikayelerini paylaşan bireylerin büyük çoğunluğunun aldatma amacı olmuyor, sadece deneyimlerini paylaşıyorlar. Eğer yanlış bilgi ortaya çıkarsa, kötücül olmayabilir. Bunun sebebi belki de, bireyin basit bir şekilde olayları doğru hatırlayamaması veya belki de hikayeyi abartmayı seçmesidir. Bu gibi bir durum aynı zamanda fiziksel ve şahsi görüşme imkanı olduğunda da gerçekleşebilir; travma geçiren görgü tanıkları veya kurbanların açıklamalarının oldukça farklı olduğu olay veya kaza yerinden alınan çelişkili rapor ve ifadelerde görülebilmesi gibi.

19 Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Goker, A.S. ve Martin, C. (2014). *Identifying and verifying news through social media: Developing a user-centred tool for professional journalists*. Digital Journalism, 2(3), ss. 406-418. Erişim Adresi: [http://openaccess.city.ac.uk/3071/1/IDENTIFYING AND VERIFYING NEWS THROUGH SOCIAL MEDIA.pdf](http://openaccess.city.ac.uk/3071/1/IDENTIFYING_AND_VERIFYING_NEWS_THROUGH_SOCIAL_MEDIA.pdf) [Erişim Tarihi: 22/04/2018].]

20 Brandtzaeg, P. B., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L., ve Følstad, A. (2016). *Emerging journalistic verification practices concerning social media*. Journalism Practice, 10(3), 323-342.

21 Deutsche Welle (2018) *Germany's Bild falls for hoax and unleashes fake news debate* (22/02/2018) Erişim Adresi: <http://www.dw.com/en/germanys-bild-falls-for-hoax-unleashes-debate-on-fake-news/a-42704014> [Erişim Tarihi: 22/04/2018].]

Görsel içeriğin kaynağının tam olarak doğru olduğunu öğrenmek mümkün olmasa da, aşağıdaki sorularla basit bir doğrulama süreci işletilebilir ve ipuçları yakalanabilir:

- ▶ İçerik orijinal mi ya da geçmişte paylaşılan, haberden alınmış ve yanlış yönlendirecek şekilde mi kurgulanmış?
- ▶ İçerik herhangi bir şekilde dijital olarak manipüle edilmiş mi?²²
- ▶ Var olan üst veriyi kullanarak fotoğraf/videonun ne zaman ve nerede çekildiğini teyit edebilir miyiz?
- ▶ İçerikteki görsel ipuçlarını kullanarak fotoğraf/videonun ne zaman ve nerede çekildiğini teyit edebilir miyiz?

İpuçlarını etkili bir şekilde tespit etmek için, farklı türdeki yanlış ve yanıltıcı görsel içeriklerini de anlamalıyız:

- ▶ **Yanlış zaman/yanlış yer:** Yanıltıcı görsellerin en yaygın türü, eski görsellerin yeni iddialarla yeniden paylaşılması. Bu gibi durumlardaki virallik, çoğunlukla, kolaylıkla çürütülebilecek fakat kolayca geri çekilemeyecek içeriklerin kazara paylaşılmasıyla oluşur²³
- ▶ **Manipüle edilmiş/tahrif edilmiş içerik:** Fotoğraf veya video düzenleme yazılımıyla dijital olarak manipüle edilmiş içerik.
- ▶ **Yanıltıcı içerik:** Yanıltma niyetiyle oluşturulmuş veya paylaşılmış orijinal içerik²⁴

Bu bölümde öğrenciler kaynak ve içeriği doğrulamayı öğrenmek ve uygulamak için temel araç ve tekniklerle (eğitmen notları ve ileri okumaların yer aldığı sunum dosyaları) tanıştırılıyor. Örneğin:²⁵

Facebook hesabı analizi: Intel Techniques²⁶ adresinde yer alan çevrimiçi araç kullanılır. Kaynağın Facebook adresi incelenerek o kaynak hakkında daha fazla bilgi edinilebilir.

Twitter hesabı analizi: Africa Check'te yer alan bu rehber sayesinde kaynağın sosyal geçmişi incelenebilir ve o kaynak hakkında daha fazla bilgi edinilebilir. Böylece, tweet atanın bir bot olup olmadığı da ortaya çıkar.²⁷

22 ABD'nin Florida eyaletindeki Parkland bölgesinde bir okulda yaşanan silahlı saldırıdan kurtulan öğrenciler, silah denetimini destekleyen ulusal çapta başarılı bir gösteri yaptılar. Fakat taraflı sosyal medya kanallarında görüntüler manipüle edilerek yayıldı. https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/here-are-the-hoaxes-and-conspiracies-still-going-around?utm_term=.euy6NPayy#.jhe2YV44. [Erişim Tarihi: 22/04/2018].]

23 Hindistan'daki Bengaluru Uluslararası Havaalanı'ndaki selin kanıtı olduğu iddia edilen bu video aslında Meksika Havalimanı'ndaki selin videosuydu. <https://www.thequint.com/news/webqoof/fake-video-claiming-bengaluru-airport-was-flooded-is-from-mexico> [Erişim Tarihi: 22/04/2018].]

24 Yapay zeka ve gelişmiş video kurgulama araçları, aynı Barack Obama olduğu iddia edilen bu kamera görüntüsündeki gibi, sahte videoları ayırt etmeyi zorlaştırıyor: <https://www.youtube.com/watch?v=AmUC4m6w1wo> [Erişim Tarihi: 03/04/2018].]

25 Yeni araçların gelişmeye devam ettiği ve eğitimcilerin öğrencilerle birlikte bu teknolojileri ve teknikleri keşfedip deneyeceklerini unutmayın.

26 Erişim Adresi: <https://inteltechniques.com/osint/facebook.html>. [Erişim Tarihi: 03/04/2018].]

27 Joseph (2018). A.g.e.

Tersine Görsel Arama: Google Reverse Image Search²⁸, TinEye²⁹ veya RevEye³⁰ kullanarak bir görüntünün yeni bir iddiayı veya olayı desteklemek için yeniden dolaşıma sokulup sokulmadığı görülebilir. Tersine görsel arama bir veya daha fazla (milyarlarca görüntüye sahip) görüntü veri tabanının, aratılan görüntünün önceki sürümlerinin olup olmadığını gösterir. Eğer tersine görsel arama, iddiada geçen olayın öncesinde çekilen bir görüntüyü gösterirse bu, önemli bir ipucu ve görüntünün geçmişte yaşanan bir olaydan alınarak yeniden dolaşıma girmiş olması olası. Eğer tersine görsel araması herhangi bir sonuç vermiyorsa, bu görüntünün yine de orijinal olduğu anlamına gelmez ve ayrıca doğrulama yapılması gerekir.

YouTube Data Viewer: Herkese açık bir “tersine video araması” yok. Fakat Amnesty’nin YouTube Data Viewer’ı³¹, InVID³² ve NewsCheck³³ YouTube videolarından çekilen küçük resimleri bulabiliyor. Bu küçük resimlerle yapılan tersine görsel araması videonun önceki sürümlerinin yüklenip yüklenmediğini de buluyor. (Bu araçlar aynı zamanda yüklenme tarihini de gösteriyor).

EXIF Viewer: EXIF dijital ve telefon kameralarının fotoğraf çekerken oluşturdukları pek çok veri noktasını içeren ve görsel içeriğe bağlı üst veri (meta data). EXIF, kesin zaman ve tarih, konum üst verisi, cihaz verisi ve ışık ayarı bilgilerini gösterebilir. Böylece EXIF üst verisi doğrulama sürecine çok destek olur, fakat en büyük sorun sosyal ağların, üst veriyi görsel içerikten çekip alması. Bu Twitter veya Facebookta paylaşılan görsellerin EXIF verisini tutmadığı anlamına geliyor. Fakat eğer görseli yükleyen kişi ile irtibata geçilip orijinal görüntü dosyasına erişilebilirse, EXIF verisi içeriği doğrulamak için kullanılabilir. EXIF verisinin değiştirilebileceği ve o zaman daha ileri doğrulama yapılması gerektiği unutulmamalı.

Katılımcılar daha gelişmiş tekniklere, ileri okumalar ve vaka çalışmaları için ek kaynaklarla birlikte genel bir giriş yapacaklar. Bu teknikler şöyle:

- **Konum belirleme:** Konum belirleme (geolocation) bir videonun veya görüntünün *nerede* çekildiğini saptama süreci. Eğer yeterli üst veri varsa, kolayca bulunabilir: Mobil telefonlardan alınan EXIF verisi çoğu zaman koordinatları gösterir ve sosyal içeriklerin konumu bazen (örneğin Instagram, Facebook ve Twitter’da) giriliyor (fakat bu tarz üst verinin değiştirilebildiği ve dolayısıyla yanlış yönlendirebileceğini unutmamalı). Çoğunlukla, konum

28 Google Tersine Görsel Arama Nasıl Yapılır: <https://support.google.com/websearch/answer/1325808?hl=en> [Erişim Tarihi: 22/04/2018].

29 Bknz. <https://www.tineye.com/> [Erişim Tarihi: 22/04/2018].

30 <http://squabble.blogspot.co.uk/2009/12/chromeeye-tineye-extension-for-google.html> [Erişim Tarihi: 22/04/2018].

31 How to use Amnesty’s YouTube Data Viewer: https://firstdraftnews.org/curriculum_resource/youtube-data-viewer/ [Erişim Tarihi: 22/04/2018].

32 InVID video doğrulama aracına şu bağlantıdan ulaşılabilir <http://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/>. [Erişim Tarihi: 22/04/2018].

33 About NewsCheck: <https://firstdraftnews.org/launching-new-chrome-extension-newscheck/> [Erişim Tarihi: 22/04/2018].

belirleme, görselin özellikleri ve sembol yapılarının, içeriğin uydu görüntüsü, sokak görünümü haritası ve (Twitter, Instagram, Facebook ve YouTube'da paylaşılmış diğer görsel içerikler gibi) diğer kaynaklardan edinilen görsellerle çapraz karşılaştırma yapılarak teyit edilmesiyle olur.

- ▶ **Hava durumu teyit etme:** WolframAlpha³⁴ gibi araçlar geçmiş hava durumu verisini verir ve hava durumunun görsel içerikte görülüp görülmeyeceğini tarihi kayıtlarla doğrulayarak teyit etmemizi sağlar. (Örneğin, meteoroloji gözlemlerinde yağmur yokken videoda yağmur mu yağıyor?)
- ▶ **Gölge analizi:** Fotoğraf veya videoda araştırmalarında bir adım da gölgenin görsel içindeki tutarlılığını incelemek. (Örneğin gölgeler olması beklenen yerlerde mi ve var olan gölge görseldeki ışık kaynaklarıyla tutarlı mı?)
- ▶ **Adli görüntü analizi:** Bazı araçlar manipülasyon olduğu belli olan görüntülerin üst verisindeki tutarsızlıkları saptayabilir. Bu tekniklerin geçerliliği, bağlama ve uygulamaya bağlı. Fakat Forensically³⁵, Photo Forensics³⁶ ve IziTru³⁷ gibi bazı araçlar klon tespiti ve yararlı içgörü veren hata seviyesi analizleri yapabilir.



Bölüm Hedefleri

- ▶ Çağdaş gazeteciliğin sosyal ağlar ve sosyal ağlara güvenle özdeşleştirilen risk ve tehlikelerle birlikte paylaşılan Kullanıcı Odaklı İçerik (UGC) farkındalığını artırmak.
- ▶ Bir haberde, birincil kaynaktan elde edilen bilginin ve bilgiye erişimin korunmasının önemi ve bunu uygulama konusunda derinlemesine bilgi sahibi olmak.
- ▶ Kullanıcı Odaklı İçerik'i doğrulama ve farklı türdeki sahte ve yanıltıcı içerikten ayrı tutma konusundaki bilgiyi artırmak.
- ▶ Görüntüleri ve videoları teyit etmek ve yanlış görsel içeriği çürütmek için kullanılan başlıca yöntemler hakkındaki bilinci artırmak.

34 WolframAlpha araçlarına erişim <https://www.wolframalpha.com/examples/science-and-technology/weather-and-meteorology/> [Erişim Tarihi: 22/04/2018].

35 Wagner, J. (2015). *Forensically, Photo Forensics for the Web*. [Blog] 29a.ch. Erişim Adresi: <https://29a.ch/2015/08/16/forensically-photo-forensics-for-the-web> [Erişim Tarihi: 22/04/2018].

36 Fotoforensics araçlarına erişim: <http://fotoforensics.com/> [Erişim Tarihi: 22/04/2018].

37 IziTru araçlarına erişim: <https://www.izitru.com/> [Erişim Tarihi: 22/04/2018].



Öğrenme Çıktıları

1. Çağdaş gazetecilikte Kullanıcı Odaklı İçerik'in (UGC) rolünü derinlemesine anlamak.
2. Dijital içeriği teyit etme ihtiyacını anlamak.
3. Orijinal bir kaynağı teyit edecek araçların nasıl kullanılacağı konusunda bilgi ve teknik anlayışa sahip olmak.
4. Fotoğraf ve video içeriklerinde başlıca doğrulama adımlarını yürütme becerisi kazanmak.
5. Teyit etme süreçlerinde kullanılabilen ileri düzey teknikler ve üst veriyi bilmek.
6. Kullanıcı Odaklı ve diğer çevrimiçi içeriklerin kullanımı için izin almak gerektiğini ve bunun nasıl yapılacağını bilmek.



Bölüm formatı

Bu bölüm 60 dakikalık kuramsal ders ve üç kısımdan oluşan 120 dakikalık Uygulama gösterim olarak hazırlandı. Fakat konunun uygulamaya yönelik olması, gösterimleri tamamlamak için uygulama araştırmalarının da olduğu daha uzun etkileşimli bir atölye formatı için de uygun.

Kuramsal: Yukarıdaki notlardan hareketle, dijital çağdaki gazetecilik yönteminin ayrılmaz ama gelişmekte olan bir parçası olarak teyitçiliği ele alan bir ders tasarlanır.

Uygulama: 120 dakikalık uygulamalı oturum etkileşimli gösterim ve atölye için uygun. Bu oturum üç ayrı kısma bölünebilir.

Eğitimciler yukarıdaki notları kullanmalı ve aşağıdaki bağlantılardan indirilebilen sunum dosyalarına göz atmalı. Sunumlara iliştilirilmiş ek eğitimci notlarının da olduğunu unutmayın:

- i. Kaynağın tespiti ve teyidi.** Kaynakların sosyal tarihini kontrol etme: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf
- ii. Başlıca görüntü doğrulaması.** Yanlış görüntülerin en yaygın türleri ve başlıca doğrulama adımları: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf
- iii. İleri doğrulama.** Üst veri analizi ve konum belirlemenin (geolocation) de olduğu içerik analizi yaklaşımları: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf

Öğrenme Çıktılarını Birleştiren Plan

A. Kuramsal

Bölüm Planı	Süre	Öğrenme Çıktıları
Ders: Teyitçiliğin geçmişi, kuramı ve metodolojinin değerlendirilmesi	1 saat	1, 2, 6

B. Uygulama

Bölüm Planı	Süre	Öğrenme Çıktıları
i) Kaynağı doğrulama – sosyal (Ağıştırma)	30 dk.	2, 3
ii) Tersine Görsel Arama (Gösterme ve Ağıştırma)	15 dk.	2, 3, 4
ii) Video analizi (Gösterme)	30 dk.	2, 3, 4
iii) Farklı üst veri türlerine (metadata) giriş (Gösterme)	15 dk.	2, 5
iii) Konum belirleme (Gösterme ve Ağıştırma)	20 dk.	2, 4, 5
iii) Hava durumu, gölgeler ve adli görüntü analizi (Gösterme)	10 dk.	2, 4, 5



Ödev önerisi

- Katılımcılar ilk sunum dosyasında yer alan ve 8. sunum sayfasındaki hazır şablonu kullanarak kaynak doğrulamak için akış çıkarırlar. Katılımcılar ya gerçek birini ya da çalıştıkları yeri ya da aşına oldukları bir haber kuruluşunu kullanırlar.
- Ünlü biriyle bağlantılı bir sosyal medya hesabı seçilir. Katılımcılardan doğrulama araçları kullanarak bu hesabın gerçek bir hesap olup olmadığını saptamaları ve gerçek hesap olmayan fakat bağlantılı diğer hesapları da tespit etmeleri istenir.
- Sınıfla birlikte bir görüntü dosyası seçilir ve herkesle paylaşılır. Katılımcılardan belirli bazı bilgilere erişmek için seçilen dosyayı “online EXIF viewer”da incelemeleri ve orijinal kaynağı göstermesi için Tersine Görsel Arama (Reverse Image Search) yaparak aramaları istenir.



Materyaller

Sunum dosyaları

1. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf
2. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf
3. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf



Okumalar

Kaynak doğrulama

- Ayala Iacucci, A. (2014). *Case Study 3.1: Monitoring and Verifying During the Ukrainian Parliamentary Election, Verification Handbook*. European Journalism Centre. Erişim Adresi: <http://verificationhandbook.com/book/chapter3.1.php>. [Erişim Tarihi 04/04/2018].
- Bell, F. (2015). *Verification: Source vs. Content*, First Draft News. Erişim Adresi: <https://medium.com/1st-draft/verification-source-vs-content-b67d6eed3ado>. [Erişim Tarihi 04/04/2018].
- Carvin, A. (2013), *Distant Witness*, CUNY Journalism Press. Erişim Adresi: <http://press.journalism.cuny.edu/book/distant-witness-social-media-the-arab-spring-and-a-journalism-revolution/>. [Erişim Tarihi 04/04/2018].
- Toler, A. (2017). *Advanced guide on verifying video content*. Erişim Adresi: <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/>. [Erişim Tarihi 04/04/2018].
- Trewinnard, T. (2016). *Source verification: Beware the bots*, First Draft News. Erişim Adresi: <https://firstdraftnews.com/source-verification-beware-the-bots/>. [Erişim Tarihi 04/04/2018].

Video

- Real or Fake: How to verify what you see on the internet*. (2015). France24. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=Q8su4chuU3M&feature=youtu> [Erişim Tarihi 04/04/2018].
- Knight, W. (2018). *The Defense Department has produced the first tools for catching deepfakes*, MIT Technology Review. <https://www.technologyreview.com/s/611726/the-defense-department-has-produced-the-first-tools-for-catching-deepfakes/> [Erişim Tarihi 23/08/2018].

Görgü Tanığı Medyası

- Brown, P. (2015). *A global study of eyewitness media in online newspaper sites*. Eyewitness Media Hub. Erişim Adresi: <http://eyewitnessmediahub.com/uploads/browser/files/Final%20Press%20Study%20-%20eyewitness%20media%20hub.pdf>. [Erişim Tarihi 04/04/2018].
- Hermida, A. (2013). #JOURNALISM. *Digital Journalism*, 1(3), ss.295-313.
- Koettl, C. (2016, January 27). *Citizen Media Research and Verification: An Analytical Framework for Human Rights Practitioners*. Centre of Governance and Human Rights, University of Cambridge. Erişim Adresi: <https://www.repository.cam.ac.uk/handle/201810/253508>. [Erişim Tarihi 04/04/2018].
- Kuczerawy, A. (2016, December 16). *Pants on fire: content verification tools and other ways to deal with the fake news problem*. Erişim Adresi: <https://revealproject.eu/pants-on-fire-content-verification-tools-and-other-ways-to-deal-with-the-fake-news-problem/> [Erişim Tarihi 22/01/2018].
- Novak, M. (n.d.). *69 Viral Images From 2016 That Were Totally Fake*. Erişim Adresi: <https://gizmodo.com/69-viral-images-from-2016-that-were-totally-fake-1789400518>. [Erişim Tarihi 12/11/2017].
- Online News Association: UGC Ethics Guide <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [Erişim Tarihi 18/4/2018].
- Pierre-Louis, K. (2017). *You're probably terrible at spotting faked photos*. Erişim Adresi: <https://www.popsci.com/fake-news-manipulated-photo>. [Erişim Tarihi 12/11/2017].
- Rohde, D. (2013). *Pictures That Change History: Why the World Needs Photojournalists*. The Atlantic. Erişim Adresi: <https://www.theatlantic.com/international/archive/2013/12/pictures-that-change-history-why-the-world-needs-photojournalists/282498/>. [Erişim Tarihi 03/04/2018].
- Shapiro, I., Brin, C., Bédard-Brûlé, I. ve Mychajlowcz, K. (2013) *Verification as a Strategic Ritual: How journalists retrospectively describe processes for ensuring accuracy*, published in *Journalism Practice*, 7(6).
- Smidt, J. L., Lewis, C. ve Schmidt, R. (2017). *Here's A Running List Of Misinformation About Hurricane Irma*. Erişim Adresi: <https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/irma-misinfo/>. [Erişim Tarihi 23/10/2017].
- Wardle, C. (2015). *7/7: Comparing the use of eyewitness media 10 years on*. Erişim Adresi: <https://firstdraftnews.com:443/77-comparing-the-use-of-eyewitness-media-10-years-on/>. [Erişim Tarihi 12/11/2017].

Wardle, C., Dubberley, S., ve Brown, P. (2017). *Amateur Footage: A Global Study of User-Generated Content in TV and Online News Output*. Erişim Adresi: <http://usergeneratednews.towcenter.org/how-when-and-why-ugc-is-integrated-into-news-output/>. [Erişim Tarihi 23/10/2017].

Zdanowicz, C. (2014). “Miracle on the Hudson” Twitpic changed his life. Erişim Adresi: <http://www.cnn.com/2014/01/15/tech/hudson-landing-twitpic-krums/index.html>. [Erişim Tarihi 12/11/2017].

Tersine Görsel Arama

First Draft News. *Visual Verification Guide - Photos* -. Erişim Adresi: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_photos.pdf?x47084. [Erişim Tarihi 06/11/2017].

First Draft News. *Visual Verification Guide - Video* -. Erişim Adresi: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_videos.pdf?x47084. [Erişim Tarihi 06/11/2017].

Suibhne, E. (2015). *Baltimore “looting” tweets show importance of quick and easy image checks*. Erişim Adresi: <https://medium.com/1st-draft/baltimore-looting-tweets-show-importance-of-quick-and-easy-image-checks-a713bbcc275e>. [Erişim Tarihi 06/11/2017].

Seitz, J. (2015). *Manual Reverse Image Search With Google and TinEye*. Erişim Adresi: <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2015/05/08/manual-reverse-image-search-with-google-and-tineye/>. [Erişim Tarihi 06/11/2017].

YouTube Data Viewer

First Draft News. (t.y.). *Using YouTube Data Viewer to check the upload time of a video* -. Erişim Adresi: <https://firstdraftnews.com:443/resource/using-youtube-data-viewer-to-check-the-upload-time-of-a-video/>. [Erişim Tarihi 13/11/2017].

Toler, A. (2017). *Advanced Guide on Verifying Video Content*. Erişim Adresi: <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/>. [Erişim Tarihi 13/11/2017].

Üst veri (Metadata) Analizi

Honan, M. (2012). *How Trusting in Vice Led to John McAfee’s Downfall*. Erişim Adresi: <https://www.wired.com/2012/12/how-vice-got-john-mcafee-caught/>. [Erişim Tarihi 03/04/2018].

Storyful. (2014). *Verifying images: why seeing is not always believing*. Erişim Adresi: <https://storyful.com/blog/2014/01/23/verifying-images-why-seeing-is-not-always-believing/>. [Erişim Tarihi 13/11/2017].

Wen, T. (2017). *The hidden signs that can reveal a fake photo*. Erişim Adresi: <http://www.bbc.com/future/story/20170629-the-hidden-signs-that-can-reveal-if-a-photo-is-fake>. [Erişim Tarihi 12/11/2017].

İçerik Analizi

Ess, H. van. (2017). *Inside the trenches of an information war*. Medium. Erişim Adresi: <https://medium.com/@henkvaness/how-to-date-a-mysterious-missile-launcher-78352ca8c3c3>. [Erişim Tarihi 03/04/2018].

Farid, H. (2012a). *Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies - Blog - A Pointless Shadow Analysis*. Erişim Adresi: <http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/4/a-pointless-shadow-analysis.html>. [Erişim Tarihi 03/04/2018].

Farid, H. (2012b). *Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies - Blog - The JFK Zapruder Film*. Erişim Adresi: <http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/11/the-jfk-zapruder-film.html>. [Erişim Tarihi 03/04/2018].

Farid, H. (n.d.-c). *Photo Forensics: In the Shadows - Still searching - Fotomuseum Winterthur*. Erişim Adresi: http://www.fotomuseum.ch/en/explore/still-searching/articles/26425_photo_forensics_in_the_shadows. [Erişim Tarihi 03/04/2018].

First Draft News. (2016). *Watch Eliot Higgins demonstrate advanced verification techniques at #FDLive*. Erişim Adresi: <https://firstdraftnews.com:443/watch-eliot-higgins-discuss-advanced-verification-and-geolocation-techniques-at-fdlive/>. [Erişim Tarihi 03/04/2018].

Higgins, E. (2015, 24 Temmuz). *Searching the Earth: Essential geolocation tools for verification*. Erişim Adresi: <https://medium.com/1st-draft/searching-the-earth-essential-geolocation-tools-for-verification-89d960bb8fba>. [Erişim Tarihi 03/04/2018].

Çevrimiçi kaynaklar

First Draft Interactive: Geolocation Challenge. Erişim Adresi: <https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-geolocation-challenge/>. [Erişim Tarihi 03/04/2018].

First Draft Interactive: Observation Challenge. Erişim Adresi: <https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-observation-challenge/>. [Erişim Tarihi 03/04/2018].

First Draft Online Verification Course. Erişim Adresi: <https://firstdraftnews.org/learn/>. [Erişim Tarihi 03/04/2018].

ÇEVİRİMİÇİ TACİZLE MÜCADELE: GAZETECİLER VE KAYNAKLARI HEDEF GÖSTERİLDİĞİNDE

Julie Posetti



7. BÖLÜM



Özet

Güvenilir gazeteciliği ve doğru bilgiyi baltalayan dezenformasyon ve yanlış bilgi¹ sorunu sosyal medya çağında hızla büyüdü. Bu durum, bilgiyi doğrulamak, paylaşmak ve yorumlamak için koşturan gazetecilerin ve diğer çevrimiçi yayıncıların, kaynaklarıyla birlikte kasıtlı olarak hedef gösterilmeleriyle sonuçlanabilir. Birbirleriyle bağlantılı bu riskler, gazetecilerin ve kaynaklarının emniyetiyle birlikte gazeteciliğe duyulan güveni de sarsabilir.

Bazı durumlarda gazeteciler, “suni kitle/kamuoyu oluşturma”² ve “trolleme”³ davranışlarıyla hedef gösteriliyorlar. Bu davranışlar, gazetecilerin ve olası kaynakların dikkatini dağıtmak ve onları yanlış yönlendirmek adına bilgi paylaşmak üzerine kurulmuş, “yanlış yönlendirme, yanlış bilgilendirme, şaşırtma veya tehlikeye atma” amacı taşıyan kasti teşebbüsler. Bundan farklı olarak gazeteciler, doğru olmayan bilgileri paylaşımları için özellikle kandırılabilir; bu da olayların yanlış yorumlanmasını besliyor ya da olayların sahte olduğu açığa çıktığında gazetecinin (ve bağlı olduğu haber kuruluşunun) güvenilirliğini azaltıyor. Diğer durumlarda ise, gazeteciler, kaynaklarının ifşa edilmesi, risklerin önünü açarak gizliliklerinin ihlal edilmesi ya da yayınlanmamış verilerine ulaşılması için tasarlanan dijital tehditlerle karşı karşıya geliyor.

Aynı zamanda, hükümetlerin eleştirel yorumlarını dindirmek ve ifade özgürlüğünü bastırmak için seferber ettikleri “dijital nefret ekipleri” de var.⁴ Ayrıca (bazen sorunlu bir şekilde “trolleme”⁵ olarak adlandırılan) çevrimiçi taciz ve şiddet sorunu var ki, bu sorunu çok büyük oranda kadınlar yaşıyor ve doğası gereği de çoğunlukla kadın düşmanlığı sergiliyor. Bu durum gazetecileri, kaynakları ve yorumcuları çevrimiçi taciz sağanağına, tutumlarıyla ilgili yanlış iddialara, yanlış kimlik beyanına ya da onları aşağılamak ve özgüvenlerini baltalamak, itibarlarını sarsmak, dikkatlerini dağıtmak ve en nihayetinde habercilik şevklerini kırmayı amaçlayan zarar vereceğine yönelik tehditlere maruz bırakıyor.⁶ Bu sırada birçok yerde, eleştirel haberciliği baskılamayı amaçlayan fiziksel dünyadaki taciz şimdilerde daha da körüklenen çevrimiçi kışkırtma ve sindirme tehlikesinin de üzerine eklenmesiyle devam ediyor.

Gazeteciler dezenformasyon kampanyalarının doğrudan kurbanı olabiliyor, fakat aynı

1 Tanımlar için bkz. Wardle, C. ve Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking* (Council of Europe). <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

2 “Suni kitle/kamuoyu oluşturma” (astroturfing) olarak Türkçe’ye çevrilen terimin İngilizce’si “astroturfing” evin dışına serilen ve doğal çim izlenimini yaratan yapay çim markasından geliyor. Dezenformasyon bağlamında ise, sahte bilgiyi yaymak, bir kişi, fikir veya siyasi amacı desteklemek için sahte popüler içeriğin özellikle “kanıtı” formatında izleyicileri ve gazetecileri yanlış yönlendirmek. Bknz. Technopedia’nın tanımlaması: <https://www.techopedia.com/definition/13920/astroturfing> [Erişim Tarihi: 20/03/2018].

3 Coco, G. (2012). *Why Does Nobody Know What Trolling Means? A quick reference guide for the media* at Vice.com. https://www.vice.com/en_au/article/ppqk78/what-trolling-means-definition-UK-newspapers [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

4 Riley M, Etter, L ve Pradhan, B (2018) *A Global Guide To State-Sponsored Trolling*, Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [Erişim Tarihi: 21/07/2018].

5 Not: “Trolleme” kibarca sataşma, kandırma ve kasıtlı aldatmaya teşvik etme gibi davranışlara işaret eden internette uygulanan bir davranış. Fakat, çevrimiçi taciz davranışlarının hepsini kapsayan bir kavram olarak hızla yayılıyor. Çeşitli sayıda etkinliği bir araya getiren ve çevrimiçi tacizin ciddiyetinin göz ardı edilemediği için ise tartışmalı bir kavram olarak görülebilir.

6 Bknz. <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/twitter-maggie-haberman-new-york-times-quits-social-media-jack-dorsey-a8459121.html>

zamanda bunu geri püskürtüyorlar. Dijital savunmayı güçlendirmenin yanı sıra birçoğu erken davranarak bu saldırıları, saldıranlarla birlikte açığa çıkarıyor. Medya ve Bilgi Okuryazarlığı girişimlerinin bu alanda yer alan STK'larla yakın ilişki kurmalarıyla birlikte, haber medyası da gazeteciliğin neden el üstünde tutulmaya ve korunmaya değer olduğu konusunda halkı eğitmeye çalışıyor.



Genel çerçeve

Sorunları açıklığa kavuşturma

i) *Trollemeyi” ve “Suni Kitle” yi Saptama ve Bununla Mücadele Etme*

Bu olgu, halkın organik tepkisini taklit etmek için düzenlenen sosyal medya kampanyaları ile birlikte gazetecileri ve kitleleri aldatmak için tasarlanmış karakter ve olay üretimini içeriyor. Sahtesinin yapıldığı, kasıtlı bir şekilde yanlış yönlendirmek için yanlış yağmuruna tutulduğu veya gazetecilerin ve diğer çevrimiçi yorumcuların çalışmalarıyla birlikte sahte bilgi paylaşımlarına neden olan güvenilirliklerini baltalayan içerikten, son dakika haberlerini ve meşru görgü tanığı beyanlarını ayırmak zor olabiliyor.

Bu tür davranışın örnekleri şöyledir:

- ▶ Dağıtım sürecinde gazeteciler de dahil olmak üzere bireylerin itibarlarına ve/ya da güvenilirliklerine zarar verebilen içerikleri paylaşımları için uydurma felaket kurbanları ve sözde terör saldırısında yaralanan kişilerin olduğunun iddia edilmesi (bknz. Manchester bombalamaları örneği⁸).
- ▶ “Şam’daki eşcinsel kız”⁹ gibi kurgu karakterler tarafından üretilen ve haber değeri varmışçasına hazırlanan içeriğin yayınlanması. 2011 yılında tüm dünyada medya Suriyeli bir lezbiyen olduğu söylenen blog yazarının tutuklanması ile ilgili haberi haykırdı. Haber yazarının ABD’li bir öğrenci olduğu ortaya çıktı. Gazeteci Jess Hill Avustralya Yayın Kuruluşu’nun PM programı tarafından bu olayı haberleştirmesi için görevlendirilmişti. Hill geleneksel doğrulama değerlerinin ve yöntemlerinin, programının sahteliğini güçlendirmesini önlediğini söylüyor. “Tutuklanmasını tek bir basit nedenden dolayı haberleştirmedik: Bu kişi ile gerçek anlamda karşılaşmış kimseyi bulamadık. Ne bir akraba, ne de bir arkadaş. Tanıdık birilerini bulmak için iki günümüzü harcadık, Suriyeli kaynaklarımızdan kızla iletişime geçen herhangi birilerini bildirmelerini istedik, fakat hepsi çıkmaz yola girdi. Bizim bu kızla gerçek anlamda tanışmış kimseyi bulamamamız en büyük ipucunu vermişti ve böylece olayı haberleştirmedik. Bu hikayeyi aktarmak için acele eden haber

7 “Suni kitle/kamuoyu oluşturma” teriminin öğretilmesi için faydalı bir bağlantı: <https://youtu.be/Fmh4RdlwswE>

8 Manchester bombalaması örneği, <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/26/the-story-behind-the-fake-manchester-attack-victims> [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

9 Young, K. (2017). *How to Hoax Yourself: The Case of the Gay Girl in Damascus*, November 9th, 2017, in The New Yorker. <https://www.newyorker.com/books/page-turner/how-to-hoax-yourself-gay-girl-in-damascus> [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

ajansları kaynağa ulaşılmasını gerektiren o temel görevi yerine getirmediler. Bir blog yazısına dayalı haber aktardılar.”¹⁰

Diğer yaklaşımlarda, gazetecilerin habercilik çabalarını engellemek için verimsiz cümleleri sarf etmek ve en nihayetinde gerçeği arayanda soğutma etkisi yaratarak araştırmayı yönünden saptırmak ya da gazetecilerin dikkatini dağıtmak var.

Bu tarz yanlış yönlendirme örnekleri şöyledir:

- ▶ Donald Trump’ın Ocak 2017’deki göreve başlama törenindeki kalabalığın büyüklüğü hakkındaki iddiaların, “alternatif gerçekler” olarak yeniden kurgulanması girişimi.¹¹
- ▶ Yaşadığımız çağda savaş zamanı propagandası. Örneğin, Taliban’ın savaşın yanlış ve yanıltıcı detaylarını Afganistan’daki gazetecilere *tweet* atması.¹²
- ▶ Gazetecilere verilen kamu yararı ve değeri olan bazı bilgileri içeren, fakat dezenformasyonla karışarak bozulan veri setleri.

Son zamanlarda, hesaplamalı propaganda¹³ “suni kamuoyu oluşturma” ve “trolleme” ile ilgilenen gazeteciler için riski arttırdı. Bu organik bir hareketmiş gibi gözükmesi için tasarlanmış ve hedeflenmiş yanlış bilgiyi ve propaganda mesajlarını yaymak için botların kullanımını içerir.¹⁴ Aynı zamanda Yapay Zeka teknolojisi, gazeteciler ve özellikle kadın muhabirler gibi hedeflerin itibarını zedelemek için “deepfake”¹⁵ videoları ve diğer tür içerikleri oluşturmak için sonuna kadar kullanılıyor.

Bu uygulamaların örnekleri şöyledir:

- ▶ Bağımsız haber sitesi Rappler.com ve onun çoğunlukla kadın çalışanları, çevrimiçi taciz kampanyasında hedef gösterildiler. “Filipinler’de, paralı troller, yanıltıcı muhakeme, mantıksal gidişte atlamalar, iyiyi zehirleme – bunlar sadece anahtar konular hakkında kamuoyunu değiştirmeye yarayan bazı propaganda teknikleri.”¹⁶ (Bknz. Aşağıda yer alan daha kapsamlı tartışma)

10 Posetti, J. (2013). A.g.e.

11 NBC News (2017) Video: <https://www.nbcnews.com/meet-the-press/video/conway-press-secretary-gave-alternative-facts-860142147643> [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

12 Cunningham, E (2011). *In shift, Taliban embrace new media*, GlobalPost. <https://www.pri.org/stories/2011-05-21/shift-taliban-embrace-new-media> [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

13 Woolley, S. ve Howard, P. (2017). *Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary*, Working Paper No. 2017.11 (Oxford University). <http://compprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf> [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

14 Not: 2017 Birleşik Krallık genel seçimleri süresince bot kampanyaları hakkında yayınlanan sığ raporlar bu konulardaki haberciliğin zorluğunu gösteriyor. C.f. Dias, N. (2017). *Reporting on a new age of digital astroturfing*, First Draft News. <https://firstdraftnews.com/digital-astroturfing/> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

15 Yapay zeka sahteciliğı, yani deepfake, “derin öğrenme” “sahte” kelimelerinin birleşiminden türetilmiştir. Bazen pornografik doğası olan ve hemen hemen tespit edilemeyecek kadar başarılı olan sahte içeriklerin üretilmesi Yapay Zeka teknolojileriyle olur. Gazeteciler de dahil olmak üzere kişilerin itibarlarını düşüren siber saldırılarda kullanılır. Bknz. Cuthbertson, A. (2018) *What is ‘deepfake’ porn? AI brings face-swapping to disturbing new level in Newsweek* <http://www.newsweek.com/what-deepfake-porn-ai-brings-face-swapping-disturbing-new-level-801328> [Erişim Tarihi: 17/06/2018].

16 Ressa, M. (2016). *Propaganda War: Weaponising the Internet*, Rappler. <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet> [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

- ▶ Güney Afrika’da kilit devlet girişimlerini ve politikacıları ele geçirmekle suçlanan zengin bir aile Birleşik Krallık halkla ilişkiler firması Bell Pottinger’i özenle hazırlanmış bir propaganda kampanyası düzenlemesi için tuttu. Bu kampanya mesajlarını, internet sitelerini, medyayı ve gazetecileri, iş insanları ve politikacıları hedefleyen, onları küçük düşürmek ve araştırmalarını sistematik bir siyasal yolsuzluğa çevirmek için kötü ve düşmanca mesajlar ve tahrif edilmiş görüntüler kullanan paralı bir Twitter ordusunun olduğu dezenformasyon krallığıyla yaydı.¹⁷ Bu zaman içerisinde, önde gelen editörlerden Ferial Haffajee, kendisi ile ilgili olarak #prestitute [ç.n. prostitute kelimesi İngilizce “press” (basın) ve “prostitute” (fahişe) kelimelerinin birleşiminden oluşturulmuştur] etiketinin yayılmasının yanı sıra kişiliğiyle ilgili yanlış izlenim oluşturmak üzere manipüle edilmiş görüntüsünü içeren çevrimiçi taciz kampanyasının da hedefi oldu.¹⁸
- ▶ Gazeteci Rana Ayyub’un vaka çalışmasında Ayyub’un eleştirel haberciliğini engellemeye çalışan yanlış bilgilerin kitlelere yayılması sonrasında Birleşmiş Milletler sözcüsü beş kişinin, Hindistan hükümetinin koruma sağlaması için çağrı yapması yer alıyor. Bağımsız gazeteci, sosyal medyada kendisi hakkındaki doğrudan tecavüz ve ölüm tehditlerinin dışında pornografik filmleri olduğu iddia edilen “deepfake” videolarla birlikte (yapay zeka sahteciliğiyle yapılan videolar) dezenformasyonun olumsuz sonuçlarına maruz kaldı.¹⁹
- ▶ Fin gazeteci Jessikka Aro’nun vaka çalışması “Dijital Güvenlik Tehditleri ve Savunma Stratejileri” başlığı altında bu bölümün ii kısmında tartışılmaktadır.

Bu el kitabı içerisinde yer alan diğer bölümler özel olarak teknik doğrulama yöntemlerini ele alıyor. Fakat katılımcıların bazı çevrimiçi aktörlerin gazetecileri, bir taciz biçimi olarak dezenformasyon ve yanlış bilginin oluşturulması, yayılması ve hedef gösterilmesi için kötücül motivasyonlarla kullandığını saptamasına da imkan tanımak önemli.

Bilgi doğrulamanın teknik yöntemlerine eklenecek eleştirel sorular:

1. Bu gönderimin veya etiketin ardında kötü bir niyet olabilir mi?
2. İçeriği paylaşan kişi paylaşımıyla ne elde edecek?

17 Gupta’nın “sahte haber krallığı” hakkındaki kapsamlı dosyasına buradan erişilebilir: <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/>. [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

18 Haffajee, F. (2017). *Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me*. HuffPost South Africa. [çevrimiçi] Erişim Adresi: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [Erişim Tarihi: 06/04/2018].

19 BM uzmanları Hindistan’a gazeteci Rana Ayyub’u çevrimiçi nefret kampanyasından koruması için çağrıda bulundu (*UN experts call on India to protect journalist Rana Ayyub from online hate campaign*) <http://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=23126&LangID=E>; [Erişim Tarihi: 17/08/2018] See also Ayyub, R. (2018). *In India, journalists face slut-shaming and rape threats*. <https://www.nytimes.com/2018/05/22/opinion/india-journalists-slut-shaming-rape.html> [Erişim Tarihi: 17/06/2018].

3. Eğer paylaşım yaparsam, benim/ profesyonel itibarım/ haber kuruluşu veya çalışanı için sonuçlar ne olabilir?
4. Bireyin kimliğini/ ilişkilerini/ güvenilirliğini/ motivasyonlarını belirlemek için yeteri kadar çalıştım mı? (Dezenformasyon üretmeye mi yoksa kamuoyunun çıkarını meşrulaştırmadan, yasal olmayan şekilde elde edilmiş içeriğin satışından kar elde etmeye mi çalışıyorlar?)
5. Bu bir insan mı yoksa bot mu?²⁰
6. Eğer sözde bir muhbirden “veri dökümü” alırsanız, veri setinin tümünü yayınlamadan önce içerikleri bağımsız olarak doğrulamalı mısınız? Bunun kasıtlı olarak aldatmak ya da itibar zedelemek için üretilmiş dezenformasyon ve yanlış bilgiyle dolu olması mümkün mü?

ii) Dijital Güvenlik Tehditleri ve Savunma Stratejileri

Gazeteciler, insan hakları savunucuları, blog yazarları ve sosyal medya aktivistleri, siber saldırılara karşı giderek daha savunmasızlar. Verileri ve kaynakları, kötü niyetli aktörler tarafından e-posta dolandırıcılığı kötü amaçlı yazılım saldırıları ve kimlik dolandırıcılığı gibi yöntemlerle ele geçirilebiliyor.²¹

Bu uygulamanın bir örneği:

Finlandiya'nın resmi yayın kuruluşu YLE için çalışan ödüllü araştırmacı gazeteci Jessikka Aro 2014 yılından beri örgütlü “trol” kampanyalarının hedefi oluyor. Dolandırıcılık [spoofing] ve sanal ortamda kişisel bilgilerine ulaşılması [doxing]²² gibi dijital güvenlik tehditleriyle karşı karşıya kaldı; trollerin, kişisel iletişim bilgilerini açığa çıkarması ve kendisiyle ilgili yanlış bilgi yayması sonucunda mesajlaşma uygulamaları ve gelen kutusu kızgın mesajlarla doldu. Aro, “Telefonum çaldı ve birisinin silah attığını duydum. Daha sonra, ölmüş babam olduğunu iddia eden ve beni ‘gözetlediğini’ söyleyen bir mesaj attı” diyor.²³ Aro gazetecileri tehditlerden koruyan editörlere karşı minnettar olduğunu söylüyor ve gazetecilerin propagandayı araştırmalarını ve açığa çıkarmalarını istiyor.

²⁰ Örnek için bkzn. <https://botcheck.me>

²¹ Technopedia'dan alınmıştır: Dolandırıcılık, sahte e-posta, [spoofing] alıcı tarafından bilinen bir kaynakmış gibi gösterilen ama aslında bilinmeyen bir kaynağın hileli veya kötü niyetli iletişim kurması. E-posta dolandırıcılığı bu uygulamanın en yaygın türü. Sahte e-posta, Truva atı veya diğer virüsler gibi başka tehditleri de içerebilir. Bu programlar uzaktan erişim, dosyaların silinmesi gibi beklenmedik etkinliklere neden olarak ciddi bilgisayar hasarlarına sebep olabilir. <https://www.techopedia.com/definition/5398/spoofing> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

²² Technopedia'dan alınmıştır: Sanal ortamda kişisel bilgilere ulaşma, doxlanmak [doxing] isim, adres, telefon numaraları ve kredi kartı detayları gibi başka kişilerin bilgilerini ele geçirme, hackleme ve yayınlama sürecidir. Sanal ortamda kişisel bilgilere ulaşmak, yani doxing, belirli bir kişiyi veya kuruluşu hedefine alabilir. Doxing'in birçok nedeni olabilir fakat en çok rastlananlardan bir tanesi tehdittir. Doxing “doc” kelimesinden türetilmiş argo bir terim ve belgelerin sıklıkla ele geçirilmesi ve paylaşılmasından esinlenerek adlandırılmıştır. Bilgisayar korsanları, yani hackerlar, farklı yöntemleri geliştirdiler fakat en yaygın yöntemlerden bir tanesi kurbanın e-postasına erişilmesi ve sonrasında daha fazla kişisel bilgiyi ele geçirmek ve hesaplarına erişebilmek için şifresini açığa çıkarmak. <https://www.techopedia.com/definition/29025/doxing> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

²³ Aro, J. 2016. *The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools*. European View. Sage Journals, June 2016, Volume 15, Issue 1. <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [Erişim Tarihi: 20/07/2018].

İşte bu nedenle gazetecilerin aşağıda yer alan tehditlere karşı tetikte olmaları önemli:

12 temel dijital güvenlik tehdidi²⁴

- ▶ Hedefe yönelik gözetim ve kitlesel gözetim
- ▶ Hedefin bilgisi dahilinde olmadan yazılım ve donanımların kötüye kullanımı
- ▶ Phishing (oltalama) saldırıları²⁵
- ▶ Sahte alan adı saldırıları
- ▶ Ortadaki adam saldırısı (Man-in-the-Middle (Mitm) saldırıları)²⁶
- ▶ Hizmet engelleme (Denial of Service – DOS) ve dağıtılmış hizmet aktarma saldırıları (Distributed Denial of Service – DDOS)²⁷
- ▶ İnternet sitesinin içeriğini bozma
- ▶ Gizliliği ihlal edilmiş kullanıcı hesapları
- ▶ Çevrimiçi ağları yıldırma, taciz etme ve zorla açığa çıkarma
- ▶ Dezenformasyon ve karalama kampanyası
- ▶ Gazetecilik çıktısına el koyma
- ▶ Veri depolama ve veri madenciliği

Savunma stratejileri için bakınız: *Building Digital Safety for Journalism*.²⁸

Gazeteciler ve diğer içerik üreticileriyle etkileşime giren gizli kaynak ve muhirlere öneriler için bakınız: *Protecting Journalism Sources in the Digital Age*.²⁹

Çevrimiçi taciz ve şiddeti saptama ve başa çıkma

“Bana kirli fahişe, lanet Çingene, Yahudi, Müslüman sürtük, Rum paraziti, iğrenç göçmen, aptal psikopat, çirkin yalancı ve yandaş kinci dediler. Bana sürekli yurduma dönmeme, kendimi öldürmemi veya beni vuracaklarını, dilimi keseceklerini, tek tek parmaklarımı

24 Posetti, J. (2015). New Study: Combatting the rising threats to journalists' digital safety (WAN-IFRA). <https://blog.wan-ifra.org/2015/03/27/new-study-combatting-the-rising-threats-to-journalists-digital-safety> [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

25 King, G (2014) Spear phishing attacks underscore necessity of digital vigilance, CPJ. <https://cpj.org/blog/2014/11/spear-phishing-attacks-underscore-necessity-of-dig.php> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

26 Technopedia definition of Man in the Middle Attack (MITM) (Ortakdaki adam) saldırısının Technopedia tanımı: “İki kişi arasındaki iletişimin yetkisi olmayan bir şahıs tarafından izlendiği ve değiştirildiği bir tür gizlice dinleme. Genellikle saldırgan açık anahtarlı sistemini engelleyerek aktif bir şekilde dinler ve anahtar değiştirerek mesajı yeniden iletir”. <https://www.techopedia.com/definition/4018/man-in-the-middle-attack-mitm> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

27 Technopediada yer alan tanıma bakınız. <https://www.techopedia.com/definition/24841/denial-of-service-attack-dos>, <https://www.techopedia.com/definition/10261/distributed-denial-of-service-ddos> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

28 Henrichsen, J. ve diğerleri (2015). *Building Digital Safety for Journalism* (UNESCO) Paris. <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002323/232358e.pdf> [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

29 Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources in the Digital Age* (UNESCO). Paris. <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

kıracaklarını söylüyorlar. Beni halen toplu tecavüz ve cinsel işkence ile tehdit ediyorlar.”³⁰ Bunlar 2016 yılında Brüksel’deki Avrupa Komisyonu oturumu öncesinde çevrimiçi tecrübelerini paylaşan ünlü İsveçli gazeteci Alexandra Pascalidou’nun sözleri.

Kadın gazetecileri ve yorumcuları hedef alan bu tarz çevrimiçi tacizin küresel yaygınlık kazanması (UNESCO³¹ da dahil olmak üzere) BM ve diğer kuruluşların, sorunu tespit etmeleri ve bu konuda harekete geçerek çözüm bulmalarını gerektirdi.

Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (The Organisation for Security and Co-operation in Europe – OSCE), sayısız kez “nefret trolleri”nin hedef aldığı kadın gazetecilerin yaşadığı çevrimiçi tacizin uluslararası etkisini gösteren bir araştırmaya destek oldu.³²

Bu araştırmayı Birleşik Krallık’ta bir araştırma merkezi olan Demos’un çalışması takip etti. Demos yüzbinlerce *tweet* inceledi ve “kadın gazetecilerin ve televizyon haberi sunucularının erkek meslektaşlarından kabaca üç kat daha fazla tacize maruz kalmaları³³ ile birlikte” kadınların erkeklerden daha fazla tacize uğradığı tek kategorinin gazetecilik olduğunu ortaya koydu. İstismarcılar için anahtar kelimeler şunlardı: <<kaltak>>, <<tecavüz>> ve <<fahişe>>.

Kadın gazetecileri hedef alan bu çevrimiçi istismarlarının ayırıcı özelliği, dezenformasyon taktiklerinin kullanılması: itibarlarını sarsma aracı olarak kişilikleri veya işleri hakkında yalanlar yaymak, aşağılamak ve halka açık yorum ve röportajlar sırasında keyif kaçırmaya uğraşmak gibi.

Tecavüz ve cinayeti içeren şiddet tehditlerine ek olarak “şişirme” etkisi (bir kişiye çevrimiçinde organik, örgütlü veya robotik kitlesel saldırılar yürütmek) darbeyi daha da kötü bir hale getiriyor.

Sabah ilk, gece son iş olarak kişisel cihazlarda sıklıkla yaşanan bu saldırıların gizli doğası etkiyi daha da artırıyor. Pascalidou “sözlü şiddete uyandığım ve kulaklarımda yankılanan cinsiyetçi ve ırkçı öfkeyle uykuya daldığım günler oluyor. Bu düşük yoğunluklu ama sürekli bir çatışma” diyor.

Filipinler’de Rappler CEO’su ve yönetici editörü Maria Ressa,³⁴ devletle bağlantısı olan büyük dezenformasyon kampanyası kapsamında hızla artan çevrimiçi tacizle mücadelede bir vaka çalışması olarak gösteriliyor. Ressa *CNN*’in eski savaş muhabiri fakat sahadaki hiçbir

30 Posetti, J. (2016). *Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes Online Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse* in The Sydney Morning Herald, 24/11/2016. <http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuww.html> [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

31 Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa* in L. Kilman (Ed) op cit See also: Resolution 39 of UNESCO’s 39th General Conference which notes “the specific threats faced by women journalists including sexual harassment and violence, both online and offline.” <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [Erişim Tarihi: 29/03/2018].

32 OSCE (2016). *Countering Online Abuse of Female Journalists*. <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

33 Bartlett, J. et al. (2014) *Misogyny on Twitter*, Demos. https://www.demos.co.uk/files/MISOGYNY_ON_TWITTER.pdf [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

34 Maria Ressa UNESCO-Guillermo Cano Dünya Basın Özgürlüğü Ödülü jüri başkanıdır <https://en.unesco.org/prizes/guillermo-cano/jury>.

tecrübesinin 2016 yılından beri çevrimiçi mecralarda kendisine yöneltilen büyük çapta ve yıkıcı cinsiyetçi taciz kampanyasına hazırlayamadığını söylüyor. Ressa “bana çirkin, köpek, yılan diyorlar ve tecavüz ve cinayet ile tehdit ediliyorum” diyor. Ressa aldığı ölüm tehditlerinin sayısını artık takip edemiyor. Ayrıca, #ArrestMariaRessa [Maria Ressa’yı tutuklayın] ve #BringHerToTheSenate [Onu senatoya getirin] gibi etiket (hashtag) kampanyalarının da konusu oldu; bunlar çevrimiçi çeteleri, saldırı moduna geçirmek için birebir ve hem Ressa hem de Rappler’ın itibarını sarsıyor ve röportajlarının içine sızıyor. Ressa şöyle diyor: “Bu suskunluk sarmalı başlattı. Hukuk dışı cinayetler hakkında eleştirel olan veya sorular soran herkes saldırıya uğradı, vahşice saldırıya uğradı. Kadınlar en kötüsüne maruz kaldı. Ve sistemin gazetecilerini uslu ve uysal hale getirmek – muhalifleri susturmak için kurgulandığının farkına vardık. Sağlam sorular sormamalıydık ve kesinlikle eleştirel olmamalıydık.”³⁵

Maria Ressa’nın karşı atak stratejisi şöyle:

- ▶ Sorunun ciddiyetini farketme
- ▶ Psikolojik etkileri farketme ve bu durumdan etkilenen personele psikolojik destek sağlama
- ▶ Karşı atak silahı olarak araştırma gazeteciliği kullanma³⁶
- ▶ Sadık takipçilerden saldırıları püskürtme ve kontrol altına almaları için yardım isteme
- ▶ Tacize karşı çevrimiçi ve çevrimdışı güvenliği arttırma
- ▶ Çevrimiçi tacizi daha da azaltmak ve gerektiği şekilde baş edebilmek için platformlara (örneğin Facebook ve Twitter gibi) halka açık çağrılar yapma

Çevrimiçi tacizin artan tehdidiyle mücadele ederken, dezenformasyon kampanyaları kapsamında kadın gazetecilerin çevrimdışı tacizine değinmek de önemli. Örneğin 2011 yılında ABC Radio için belgesel hazırlarken Avustralya’daki iklim değişikliği inkarcılarının buluşmasında Avustralyalı araştırmacı gazeteci Wendy Carlisle tacize uğradı, sıkıştırıldı ve itilip kakıldı. Bu istismar kendi güvenliğini sağlamak için etkinliği terk etmesiyle son buldu.³⁷



Bölüm Hedefleri

Bu bölüm katılımcıları, “bilgi düzensizliği” kapsamında çevrimiçi taciz riskleri hakkında bilgilendirecek, katılımcıların tehditleri saptamalarına yardımcı olacak ve çevrimiçi taciz ile mücadeleye onlara destek olacak beceri ve araçları sunacak. Amaçlar aşağıdaki gibidir:

35 Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa in Kilman*, L. (Ed) An Attack on One is an Attack on All (UNESCO). <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf> [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

36 Bu aynı zamanda bahsi geçen “Gupta sızıntıları” vaka çalışmasında Ferial Haffajee tarafından da uygulanmış bir taktik. Haffajee skandalı haberleştirdiği içeriği kötüleme girişiminde onu hedef gösteren bazı trollerin kimliğini açığa çıkarmak için araştırmacı gazeteci tekniklerini ve dijital güvenlik “dedektiflerini” kullandı. Bknz. <https://www.news24.com/SouthAfrica/News/fake-news-peddlers-can-be-traced-hawks-20170123> [Erişim Tarihi: 16/06/2018].

37 Carlisle, W. (2011). *The Lord Monckton Roadshow*, Background Briefing, ABC Radio National. <http://www.abc.net.au/radionational/programs/backgroundbriefing/the-lord-monckton-roadshow/2923400> [Erişim Tarihi: 30/03/2018].

- ▶ Katılımcıların dezenformasyon ve yanlış bilgi kampanyalarında gazetecileri, kaynaklarını ve diğer çevrimiçi iletişimci/habercileri hedef alan kötücül aktörler hakkında farkındalığını arttırmak,
- ▶ Katılımcıların “suni kitle oluşturma”, “trolleme”, dijital güvenlik tehditleri ve çevrimiçi tacizi daha iyi saptamalarını sağlamak,
- ▶ Katılımcıları “suni kitle oluşturma”, “trolleme”, dijital güvenlik tehditleri ve toplumsal cinsiyete duyarlı bir şekilde çevrimiçi mücadelede daha donanımlı kılmak.



Öğrenme Çıktıları

Bu bölümün sonunda, katılımcılar:

1. Çevrimiçi tacizin, gazeteciler, gazetecilik, bilgi paylaşımı ve ifade özgürlüğü üzerindeki etkilerini daha derinlikli olarak anlayacak;
2. Dezenformasyon/yanlış bilgi kampanyalarında kötücül aktörlerin, gazetecileri ve diğer çevrimiçi iletişimci/habercileri hedef alması sorununun daha fazla farkında olacak;
3. Çevrimiçi gazeteciliği icra eden kadınların karşılaştıkları kendilerine özgü güvenlik tehditlerini anlayacak;
4. ‘Suni kitle oluşturma’, ‘trolleme’, dijital güvenlik tehditleri ve çevrimiçi taciz vakalarının yanı sıra çevrimiçi kötücül aktörleri daha kolay fark edebilecek;
5. ‘Suni kitle oluşturma’, ‘trolleme’, dijital güvenlik tehditleri ve çevrimiçi tacizle mücadele için toplumsal cinsiyete duyarlı ve daha iyi donanımlı olacaklar.



Bölüm formatı

Bu bölüm yüz yüze veya çevrimiçi işlenecek şekilde tasarlandı. Kuramsal ve Uygulama olarak iki bölüme ayrılıyor.

Öğrenme Çıktılarını Birleştiren Plan

A. Kuramsal

Bölüm Planı	Süre	Öğrenme Çıktıları
İnteraktif ders ve soru-cevap (90 dakikalık): Geleneksel yöntemler veya uzaktan katılımın teşvik edildiği bir webinar platformunda verilebilir. Ders içeriği yukarıda verilen kuram ve örneklerden oluşturulabilir. Ayrıca bu bölümü işleyenler kültürel/yerel bağlantısı olan vaka çalışmalarını da derse dahil edebilirler.	60 - 90 dk.	1, 2, 3, 4, 5

B. Uygulama

Bölüm Planı	Süre	Öğrenme Çıktıları
Atölye/özel ders (90 dakikalık): Geleneksel sınıf ortamında veya Moodle, Facebook grupları veya çevrimiçi uzaktan katılımın olduğu diğer sağlayıcılar gibi e-Öğrenme platformları üzerinden yürütülebilir. Atölye/özel ders alıştırmaları aşağıdaki formatta ilerleyebilir: - Özel dersler her birinde 3 ila 5 katılımcının olacağı çalışma gruplarına ayrılır. - Her çalışma grubuna dezenformasyon/yanlış bilgi/trolleme/suni kitle oluşturma/çevrimiçi taciz kampanyası ile ilgili kötücül bir içerik örneği verilir (örneğin bu bölümde vaka analizi yapılan Maria Resa, Jessikka Aro ve Alexandra Pascalidou'yu hedef göstermek için üretilen bloglar ve sosyal medya kanallarını araştırılır.) - Her çalışma grubu materyali işbirliği içinde değerlendirir (materyalin arkasındaki kişiyi/grubu araştırır); riskleri ve tehditleri saptar (önerilen okumalarda yer alan etkiler hakkındaki ilgili araştırmaya değinerek); materyale karşı hangi adımların atılacağına dair bir eylem planı önerilir (stratejik bir cevap, uygunsa kullanıcıyı platforma ya da polise bildirme, sorun hakkında bir anlatıya yer verme gibi); eylem planının 250 kelimelik özetini (Google Dökümanlar ya da başka bir ortak dosya düzenleme aracı kullanarak) yazar ve gözden geçirmesi için eğitmene gönderir.	90 - 120 dk.	1, 2, 3, 4, 5

Alternatif izlence

Bu bölüm konuların daha iyi işlenebilmesi için üç ayrı derse (her biri yukarıda bahsedildiği şekilde iki parçada anlatılabilir) bölünerek genişletilebilir:

- ▶ 'Trolleme' ve 'suni kitle oluşturma'yı anlama ve bunlara müdahale etme
- ▶ Dijital tehdit modelleme³⁸ ve savunma stratejileri
- ▶ Çevrimiçi cinsiyetçi tacizi ve şiddeti anlama ve baş etme

³⁸ Stray, J. (2014). *Security for journalists, Part Two: Threat Modelling*. <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [Erişim Tarihi: 2/03/2018].



Ödev Önerileri

1200 kelimelik bir makale yazın veya beş dakikalık ses kaydı, üç dakikalık video röportajı veya bir veya daha fazla gazetecinin çevrimiçi istismar tecrübeleriyle ilgili (örneğin dezenformasyonla hedef gösterilme ve/veya dezenformasyon kampanyasının bir parçası olarak dijital güvenlik tehditleriyle yüz yüze gelme ve/veya çevrimiçi taciz veya şiddete maruz kalma) röportaja dayalı detaylı interaktif bir infografik oluşturun. Katılımcılar makalelerinin bir parçası olarak itibarı yüksek bir araştırmaya atıfta bulunmalı ve bu olgunun gazetecilik/ifade özgürlüğü ve halkın bilgi edinme hakkı üzerindeki etkilerinin olası sonuçlarını açıklamalı.



Okumalar

Aro, J. 2016. *The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools*. European View. Sage Journals, Haziran 2016, Cilt: 15, Sayı: 1. <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [Erişim Tarihi 20/07/2018].

Haffajee, F. (2017). *The Gupta Fake News Factory and Me* in The Huffington Post. http://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [Erişim Tarihi 29/03/2018].

OSCE (2016). *Countering Online Abuse of Female Journalists*. <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [Erişim Tarihi 29/03/2018].

Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa* in L. Kilman (Ed) *An Attack on One is an Attack on All* (UNESCO 2017). <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf> [Erişim Tarihi 29/03/2018].

Posetti, J. (2016). *Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes Online Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse* in The Sydney Morning Herald, 24/11/2016. <http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuww.html> [Erişim Tarihi 29/03/2018].

Reporters Sans Frontieres (2018) *Online Harassment of Journalists: Attack of the trolls* Reporters Without Borders: https://rsf.org/sites/default/files/rsf_report_on_online_harassment.pdf [Erişim Tarihi 20/8/18].

Riley M, Etter, L ve Pradhan, B (2018) *A Global Guide To State-Sponsored Trolling*, Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [Erişim Tarihi 21/07/2018].

Stray, J. (2014). *Security for journalists, Part Two: Threat Modelling*. <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [Erişim Tarihi 02/03/2018].

Çevrimiçi kaynaklar

VIDEO: How to Tackle Trolls and Manage Online Harassment (*Trollerle Nasıl Mücadele Edilir ve Çevrimiçi Tacizle Nasıl Başa Çıkılır*) – Julie Posetti (Fairfax Media), Hannah Storm (International News Safety Institute), Alexandra Pascalidou (İsveçli gazeteci), Mary Hamilton (The Guardian) ve Blathnaid Healy (CNNi) ile İtalya Perugia’da (Nisan 2017) Uluslararası Gazetecilik Festivali’nde (International Journalism Festival) gerçekleştirilen panel. Erişim Adresi:: <http://media.journalismfestival.com/programme/2017/managing-gendered-online-harrassment>

KATKI VERENLER

Magda Abu-Fadil Lübnan'da Media Unlimited'in direktörü

Fergus Bell dijital haber toplama ve kullanıcı odaklı içerikleri doğrulama konularında uzman. Dig Deeper Media'nın kurucusu

Hossein Derakhshan İran-Kanadalı yazar ve araştırmacı, Harvard Kennedy School'da bulunan Shorenstein Merkezinde Bursiyer

Cherilyn Ireton Dünya Gazeteler ve Haber Yayıncıları Birliği (WAN-IFRA) bünyesinde bulunan Dünya Editörler Forumu'nu yöneten Güney Afrikalı gazeteci

Alexios Mantzaris Poynter Enstitüsünde bulunan Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı'na öncülük ediyor

Alice Matthews Sydney'deki Avustralya Yayın Kurumunda (ABC) haber ve güncel haberlerden sorumlu gazeteci

Julie Posetti Journalism Innovation projesini üstlendiği Oxford Üniversitesi Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsünde Kıdemli Araştırma Bursiyeri

Tom Trewinnard Meedan'ın açık kaynak doğrulama aracı Check'in program sorumlusu

Claire Wardle First Draft'ın baş yöneticisi ve Harvard Kennedy School'da bulunan Shorenstein Medya, Politika ve Kamu Politikası Merkezinde Araştırma Bursiyeri

GÖRSEL KAYNAK

Kapak görseli: UNESCO/Oscar Castellanos

- 1. Bölüm:** [Abhijith S Nair](#) on Unsplash
- 2. Bölüm:** [Christoph Scholz](#) on Flickr
- 3. Bölüm:** [Samuel Zeller](#) on Unsplash
- 4. Bölüm:** [Aaron Burden](#) on Unsplash
- 5. Bölüm:** [The Climate Reality Project](#) on Unsplash
- 6. Bölüm:** [Olloweb Solutions](#) on Unsplash
- 7. Bölüm:** [rawpixel](#) on Unsplash

Arka kapak görseli: [rawpixel](#) on Unsplash

GRAFİK TASARIM

Mr. Clinton www.mrclinton.be

Bağımsız değerlendirme: Ylva Rodny-Gumede, Johannesburg Üniversitesi, Gazetecilik, Film ve Televizyon Bölümü Öğretim Üyesi, Güney Afrika; Basyouni Hamada, Katar Üniversitesi, Sanat ve Bilim Okulu, Kitle İletişimi Bölümü Öğretim Üyesi; Prof Jayson Harsin, Paris Amerikan Üniversitesi, Küresel İletişim Bölümü



Bu el kitabı, küresel ölçekte toplumları ve özellikle de gazeteciliği etkileyen dezenformasyon sorununa çözüm sunan, uyarlamaya açık, uluslararası geçerliliği olan örnek bir müfredat oluşturmayı hedefliyor.

Örnek teşkil edecek bir müfredat oluşturmak için bu el kitabı, gazetecilik eğitmenlerinin yanı sıra gazetecilik öğrencilerine ‘sahte haber’le ilintili konularda yardımcı ve yol gösterici bir çerçeve oluşturacak şekilde tasarlandı. Aktif olarak çalışmakta olan gazeteciler için de faydalı bir rehber olmasını umuyoruz.

Kitap, yanlış bilgi ve dezenformasyonla mücadele etmek için gazetecilik yöntem ve pratiklerinin güncellenmesine katkı veren önde gelen uluslararası gazetecilik eğitimcileri, araştırmacılar ve düşünürlerin çalışmalarını bir araya getiriyor. Dersler bağlamsal ve kuramsal, çevrimiçi doğrulama açısından da oldukça uygulama odaklı. Bütüncül bir ders olarak ya da her bir bölüm kendi özelinde mevcut öğretim modüllerini yenilemeye veya yeni eklemeler yapmaya yardımcı olabilir.

Bu yayın, UNESCO’nun İletişimin Geliştirilmesi için Uluslararası Programı’nın (IPDC) odağında yer alan “Gazetecilik Eğitiminde Mükemmeliyet için Küresel Girişim”in bir parçası. Bu girişim gazetecilik eğitimi, uygulaması ve araştırmalarını küresel bir bakış açısıyla ele almayı amaçlıyor ve uluslararası iyi gazetecilik pratiklerini aktarıyor.

UNESCO - Bilgi ve İletişim Sektörü
7, place de Fontenoy, F-75352 Paris 07 SP, Fransa
Daha fazla bilgi için ipdc.secretariat@unesco.org



9 789230 001520