

**İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE HABER
ETİĞİ, MİSENFORMASYON VE
DEZENFORMASYON**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Necla TOPRAK

DANIŞMAN

Doç. Dr. İsmail Hakkı NAKİLCİOĞLU

İNTERNET VE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ
YÖNETİMİ ANABİLİM

Kasım, 2015

AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE HABER ETİĞİ,
MİSENFORMASYON VE DEZENFORMASYON**

Necla TOPRAK

DANIŞMAN

Doç. Dr. İsmail Hakkı NAKİLCİOĞLU

**İNTERNET VE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ YÖNETİMİ ANABİLİM
DALI**

Kasım, 2015

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİM SAYFASI
Afyon Kocatepe Üniversitesi

Fen Bilimleri Enstitüsü, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında;

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlâk kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- Ve bu tezin herhangi bir bölümünü bu üniversite veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı

beyan ederim.

13 /11/2015

Necla TOPRAK

ÖZET
Yüksek Lisans Tezi

İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE HABER ETİĞİ,
MİSENFORMASYON VE DEZENFORMASYON

Necla TOPRAK

Afyon Kocatepe Üniversitesi

Fen Bilimleri Enstitüsü

İnternet ve Bilişim Teknolojileri Yönetimi Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. İsmail Hakkı NAKİLCİOĞLU

Bu araştırmada internet gazeteciliğinde haber etiği, misenformasyon ve dezenformasyonun kapsamı ve etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla veri toplamada literatür taramasının yanı sıra içerik analizi, muhakeme, karşılaştırma, tündengelim ve tümevarım tekniklerinden yararlanılmıştır.

20. yüzyılın sonlarında ortaya çıkan internet olgusu, kitle iletişim araçlarında önemli değişimler yaşanmasına neden olmuştur. Özellikle dünya ile aynı anda bilgi, haber ve görüntü paylaşma olanağı sunan bu teknoloji, habercilik sektörü için önemli bir araç haline gelmiştir. İnternet, kullanıcılarına bireysel veya kurumsal özelliklerine uygun haber yayını yapmayı da olanaklı hale getirmiştir. Hem yazılı basının hem de görsel basının özelliklerini barındırması nedeniyle yeni medya uygulamasından biri olan internet gazeteciliği ortaya çıkmıştır.

Henüz yeni bir çalışma alanı olması açısından farklı bir yapı ve anlayışa sahip olan internet gazeteciliğinin geleneksel medyanın yerini alabilmesi için şeffaf, doğruluğu kesin, dilinin özenli, tarafsız ve kurumsal bir yapıya sahip olması gerekmektedir. Ayrıca bilgiler dezenformasyona uğramadan kullanıcılara ulaştırılabilmelidir.

Çevrimiçi ortamdan beslenen ve şekillenen internet gazeteciliği, kaynağı belirsiz haberler, doğruluğu kesin olmayan bilgiler, içeriği değiştirilmiş asılsız haberler gibi yeni sorunları da beraberinde getirmektedir.

Bu çalışmanın amacı, modern iletişimin vazgeçilmez alanı olan internet gazeteciliğinde karşılaşılan etik sorunlar, misenformasyon ve dezenformasyon kavramları ve bunlarla bağlantılı haber örneklerini incelemeye ve bunların internet gazeteciliğine etkisini ölçmeye çalışmaktır. Literatür taraması yapılırken, misenformasyon ve dezenformasyon kavramlarının tanımı ve içeriği ile ilgili olarak ülkemizde sınırlı sayıda çalışmanın yapılmış olması bir kısıtlılık olarak ortaya çıkmıştır.

2015, xi + 81 sayfa

Anahtar Kelimeler: İnternet Gazeteciliği, Haber Etiği, Misenformasyon, Dezenformasyon

ABSTRACT

M. Sc. Thesis

ETHICS OF NEWS, MISINFORMATION AND DISINFORMATION IN THE ONLINE JOURNALISM

Necla TOPRAK

Afyon Kocatepe University

Graduate School of Natural and Applied Sciences

Department of Internet and Information Technologies Management

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. İsmail Hakkı NAKİLCİOĞLU

In this research it is aimed to survey the effects and coverage of the news ethics, misinformation and disinformation on the online journalism. As well as analysis of the literature, it has benefited from reasoning, reference, deduction and induction techniques in data collection for this purpose.

Having emerged through the end of the 20th century, Internet has led a series of significant changes in the mass media. This technology, providing broad opportunities such as simultaneous exchange of information, news and images with the world, has become an important tool for journalism sector. Internet has also made it possible for users to customize their own newscast depending on their individual or institutional preferences. Having the characteristics of both press and broadcast media enabled to reveal internet journalism, a new application of mass media. Having a different structure and understanding compared to traditional media, online journalism should have a transparent, confirmed, objective and institutional structure and an attentive language and it should ensure that users, receive the information without disinformation. Online journalism which nourishes and shapes with online media, brings along new issues such as unconfirmed information and unfounded news with altered content.

The aim of this study is to focus on ethical issues faced in online journalism, the concepts of misinformation and disinformation and the methods used in them. Another

aim of this study is to emphasize on the examples of misinformation and disinformation in news and their effect on digital journalism. One of the difficulties faced in literature search was that the studies on definition and context of misinformation and disinformation concept were limited in their number.

2015, xi + 81 pages

Key Words: Online Journalism, Ethics of News, Misinformation, Disinformation

TEŞEKKÜR

Bu araştırmanın konusu, deneysel çalışmaların yönlendirilmesi, sonuçların değerlendirilmesi ve yazımı aşamasında yapmış olduğu büyük katkılardan dolayı tez danışmanım Sayın Doç. Dr. İsmail Hakkı NAKİLCİOğLU'na, her konuda öneri ve eleştirileriyle yardımlarını gördüğüm Muhbet TOPRAK'a teşekkür ederim. Ayrıca bu araştırma boyunca maddi ve manevi desteklerinden dolayı aileme Őukran borçluyum.

Necla TOPRAK
Afyonkarahisar, 2015

İÇİNDEKİLER DİZİNİ

	Sayfa
ÖZET	i
ABSTRACT	iii
TEŞEKKÜR	v
İÇİNDEKİLER DİZİNİ.....	vi
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	viii
ŞEKİLLER DİZİNİ	ix
ÇİZELGELER DİZİNİ.....	xi
1. GİRİŞ.....	1
2. GELENEKSEL GAZETECİLİK	3
2.1. Gazetenin Kısa Tarihi.....	3
2.2. Gazeteci	4
2.3. Gazetecinin Hak ve Sorumlulukları	5
2.3.1. Gazetecinin Hakları	6
2.3.2. Gazetecinin Temel Görev ve İlkeleri.....	6
3. İNTERNET GAZETECİLİĞİ VE GELİŞİM SÜRECİ	9
3.1. Dünyada İnternet Gazeteciliği	10
3.2. Türkiye’de İnternet Gazeteciliği.....	11
3.2.1. Türkiye’de Bağımsız Haber Siteleri	12
3.3. İnternet Gazeteciliği ile Geleneksel Gazetecilikte Değişen Roller	12
3.3.1. İnternet Gazeteciliğinde Okur	14
3.4. İnternet Gazeteciliğinin Karakteristik Özellikleri	15
3.4.1. Köprüler (Hiperbağlar)	15
3.4.2. Çoklu Medya	16
3.4.3. Etkileşim.....	16
3.5. İnternet Gazeteciliği Türleri	17
3.5.1. Haber Siteleri	18
3.5.2. İndeks ve Gruplama Siteleri	18
3.5.3. Eleştiri ve Yorum Siteleri	19
3.5.4. Paylaşım ve Tartışma Siteleri	19
3.6. Haber Sitelerinin Yapısı	20
4. İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE HABER ETİĞİ, MİSENFORMASYON VE DEZENFORMASYON	21
4.1. İnternet Gazeteciliğinde Haber Etiği ve Etik Sorunlar	21
4.1.1. Hızlı Habercilik ve Editöryel Kontrol Sorunu	22

4.1.2. Telif hakları	23
4.1.3. Doğruluk ve Güven	24
4.1.4. Manipülasyon	25
4.1.5. Özel Hayatın Gizliliği (Mahremiyet)	26
4.1.6. Haber Kaynakları.....	26
4.1.7. Ticari Kaygı.....	27
4.1.8. Nefret Söylemi.....	28
4.1.9. Köprülerin Kullanımı Sorunu	29
4.2. Enformasyon.....	30
4.3. Propaganda	31
4.4. Misenformasyon	36
4.4.1. Misenformasyonun Yayılmasında Kullanılan Stratejiler	37
4.5. Dezenformasyon.....	38
4.5.1. Dezenformasyon Hakkında Yapılan Analizler.....	40
4.5.2. Dezenformasyonun Yayılmasında Kullanılan Stratejiler	40
4.6. Sosyal Medyada Misenformasyon ve Dezenformasyon	45
4.7. Misenformasyon ve Dezenformasyon Haber Örnekleri	48
4.8. Gazetelerin Medya Tekzip Raporu.....	66
5. TARTIŞMA ve SONUÇ	69
KAYNAKLAR.....	71
ÖZGEÇMİŞ.....	81

SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ

Kısaltmalar

AIDS	: Acquired Immune Deficiency Syndrome (Edinilmiş Bağışıklık Eksikliği Sendromu)
FIJ	: Fédération Internationale des Journalistes (Uluslararası Gazetecilik Federasyonu)
İŞİD	: Irak ve Şam İslam Devleti
KGB	: Komitet Gosudarstvennoy Bezopasnosti Devlet Güvenlik Komitesi (Rus İstihbarat Örgütü)
KİS	: Kitle İmha Silâhı
MTM	: Medya Tekzip Merkezi
TGC	: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti
TDK	: Türk Dil Kurumu
TOMA	: Toplumsal Olaylara Müdahale Aracı
WIPO	: World Intellectual Property Organization (Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü)
XN	: Eksen
E. T.	: Erişim Tarihi

ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa
Şekil 3.1. İnternet gazeteciliği tipolojisi.....	18
Şekil 4.1. 1. Dünya Savaşı'nda erkeklerin orduya katılmasını teşvik eden afiş.....	32
Şekil 4.2. Savaş döneminde Lord Kitchener'in orduya katılım çağrısını yansıtan afiş.....	33
Şekil 4.3. Triumph des Willens (İradenin Zaferi) Almanca özgün sinema afişi.....	35
Şekil 4.4. George Carlin'nin dezenformasyon yorumu hakkında youtube eklenen videosu.....	41
Şekil 4.5. Wikipedia sitesine anonim bir kullanıcı tarafından eklenen yanlış bilgi.....	42
Şekil 4.6. NKVD - İçişleri Halk Komiseri (Sovyet Gizli Polisi Şefi) Nikolai Yezhov 1940'ta Stalin tarafından idam edildikten sonra fotoğrafı kareden çıkarıldı....	43
Şekil 4.7. Çin Komünist Partisi liderlerinden Po Ku, 1936'da Mao'nun gözünden düştükten sonra orijinal fotoğraftan kaldırıldı.....	44
Şekil 4.8. Kanada Başbakanı William Mackenzie'nin seçim kampanyasında kullandığı posterde Kral 6. George, Kraliçe Elizabeth'in yanından silindi.	44
Şekil 4.9. Günlük aktif Türk Twitter kullanıcı sayıları	46
Şekil 4.10. Twitter mesajları toplam artış grafiği.....	47
Şekil 4.11. Arap coğrafyasında Twitter kullanım grafiği.....	47
Şekil 4.12. Porto Riko sokaklarında sel sularında yüzen bir köpekbalığı.....	49
Şekil 4.13. San Fermin Festivali'nde oyuncak boğa tarafından kovalanan küçük bir çocuk ...	50
Şekil 4.14. Ünlü tenisçi Sırp asıllı Novak Djoković'in Müslüman olacağı haberi	51
Şekil 4.15. Doğru olmayan bir haberin yayılması.....	52
Şekil 4.16. Ricky Martin'in Los Angeles Otobanı'nda kaza geçirdiği haberi	53
Şekil 4.17. 11 Kasım 2012 Vodafone İstanbul Avrasya Maratonuna ait görüntü.....	53
Şekil 4.18. Yanık tedavisinde ilk yardımı anlatan görsel.....	54
Şekil 4.19. Associated Press'in hacklenen resmi Twitter adresi.....	55
Şekil 4.20. Twitter üzerinden yayılan söylenti haber	56
Şekil 4.21. Beşiktaş'ın taraftar grubu Çarşı'nın bir TOMA'yı ele geçirdiği haberi	57
Şekil 4.22. Çin liderinin, Hindistan ziyaretini protesto için kendini yakan bir Tibetli ..	58
Şekil 4.23. Suriye askerlerince vurulmuş bir çocuğa ait görsel.....	59
Şekil 4.24. Gazeteci Yılmaz Özdil'in Gezi Eylemleri esnasında attığı tweet.....	60
Şekil 4.25. Galatasaray'dan Inter'e transfer olan Melo hakkında yapılan haber.....	61
Şekil 4.26. Takvim Gazetesinin canlı bomba olarak gösterdiği Diren Tat.....	62
Şekil 4.27. The Kronen Zeitung'un Esed rejiminden kaçtığını iddia ettiği aile.....	63

Şekil 4.28. AKP'nin seçim şarkısı Mustafa Sandal'dan olacağı iddiası... ..	64
Şekil 4.29. Gezi Parkı eylemleri sırasında sosyal medyada dolaşan haber... ..	65

ÇİZELGELER DİZİNİ

	Sayfa
Çizelge 4.1. Geleneksel gazetelerin tekzip raporu	67
Çizelge 4.2. İnternet haber sitelerinin tekzip raporu	68

1. GİRİŞ

Dünyada 1990’larda gelişmeye başlayan internet olgusu, bireylerin ve toplumun hızla değişmesinde önemli rol oynamıştır. Bu değişme ve gelişmelerin farklı özelliklere sahip olmasının ve yeni iş kollarının ortaya çıkmasının yanı sıra internet birçok mesleğin uygulama alanını ve altyapısını yeniden şekillendirmiştir. Medya da bu teknolojik değişim karşısında altyapısını yenileyen kesimlerden biri olmuştur.

Yayıncılık dünyasında “yeni medya” veya “yeni iletişim teknolojileri” olarak adlandırılan bu kavram bilgisayar teknolojisi ile iletişimin birleşmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Sayısal teknolojinin bilgisayar teknolojisi ile birleşmesini sağlayan sistem, metin, görüntü, ses ve veri aktarımını mümkün hale getirerek iletişim altyapısını bu değişimlerle hızlandırmıştır.

Buna paralel olarak geleneksel kitle iletişim araçlarının tüm özelliklerini barındırmasının yanı sıra çevrimiçi enformasyon erişimi, arşivleme ve paylaşım gibi teknolojik olanaklar sunan bu sürecin en önemli özelliği, internet aracılığıyla bireyi hem yayıncıya hem de gazeteciye dönüştürmüş olmasıdır. İnternet üzerinden yayıncı olma imkânı sunan bu habercilik türü “internet gazeteciliği” olarak tanımlanmıştır (Özel 2012).

İnternet gazeteciliği teknik ve finansal açıdan büyük yatırımlar istemeyen, basit tekniklerle haber oluşumunu sağlayan, yazılı ve görsel medyanın tüm özelliklerini barındıran bir yapıdadır. Çevrimiçi ortamda grafik, metin, ses, video gibi araçlar yoluyla okuyucuya bir haberin farklı yönleri de sunulmaktadır. Bu sunum tarzının rağbet görmesiyle internet gazeteciliği ile geleneksel medya kuruluşlarının web siteleri ve internet ortamında var olan haber siteleri hızla yaygınlaşmıştır.

Böylelikle yeni medya ile birlikte geleneksel kitle iletişim araçlarının tekelci yapısı, yerini toplumsal çoğulculuğa bırakmıştır. Bununla beraber bu yeni oluşum, editöryel kontrol sorunu, özel hayatın gizliliği, doğru ve güvenilir habercilik, zararlı içerik, intihal, ticarileşme başta olmak üzere birtakım etik sorunları da gündeme getirmiştir (Çakır 2013).

Geleneksel medyada bilginin doğrulanması ve editöryel kontrolden geçirilmesi, yeni medyaya oranla daha güçlü bir kontrole tâbi idi. Aynı tutumun internet gazeteciliği için bir hayli zayıf olduğu rahatlıkla söylenebilir. Çünkü bilgi akışının herhangi bir onay ve kontrole tâbi tutulmadan, hızın merkeze alınması, haberin güvenilir oluşunu gölgede bırakma riski taşımaktadır. Buna, belirli bir haber standardının olmaması da eklenince, medyaya duyulan güven sorgulanır hale gelmiştir.

Kavramlara kısaca açıklık getirmek gerekirse; misinformasyon gerçek bir bilginin eksik, yanlış ya da yanlış bir şekilde iletilmesi anlamına gelirken, dezenformasyon ise yanlış ya da bir başka deyişle inandırıcı olmaktan uzak bilgilerin kasıtlı olarak yayılması şeklinde kabul edilmektedir.

Bu araştırmada, yeni medyanın yaygınlaşması ile karşılaşılan etik problemler ve bunların dayanakları mercek altına alınmaya, habercilikte misinformasyon ve dezenformasyon örnekleri incelenirken, bunların gazetecilik mesleğine etkileri yanında, toplumsal olayları nasıl şekillendirdiği sorusuna da yanıt aranmaya çalışılmıştır.

Bu amaçla veri toplamada içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Yeni medya ve değişen gazetecilikte etik, misinformasyon, dezenformasyon, propaganda temalı literatür taraması yapılmıştır. Veri ve örnekler 2010-2015 yılları ile sınırlandırılmıştır. Yeni medya ve sosyal medya araçlarının kullanımındaki hızlı artışa bağlı olarak toplumsal olayların ivme kazanması, böyle bir sınırlamaya çerçeve oluşturmuştur.

Araştırmada birçok haber sitesi ve bunların sosyal medyadaki açılımları incelenmiş, çalışmaya konu edilen örnek haberler ve bunlara ilişkin fotoğraflar, yerli ve yabancı haber siteleri taranarak seçilmiştir. Elde edilen veriler kategorilere ayrılmış, bu kategorizasyonda öncelikle terim ve kavramlar tanımlanmıştır. Araştırma kapsamındaki örnek haberler hangi haber sitelerinde ve hangi tarihlerde yayınladıklarına göre ayrı ayrı etiketlenmiştir. Her bir yayında ele alınan başat konunun ne olduğu tespit edilerek örnek haber bu haliyle araştırmaya aktarılmıştır.

2. GELENEKSEL GAZETECİLİK

Gazete, günlük ya da haftalık olarak yayınlanan, ülke ve dünya olaylarını (politika, ekonomi, spor, kültür, magazin vb.) okur kitlesine haber ve bilgi vermek amacıyla düzenli olarak çıkarılan basılı yayınlardır (Gezgin 2014). Gazete, insanların yakın ve uzak çevresinde olup biten gelişmeleri paylaşma isteğinden doğmuştur (Hanitzsch and Wahl-Jorgensen 2009). Ortaya çıkan bu yayın, kitle iletişim araçlarının en eski ve etkili haberleşme şekli olma niteliği kazanmıştır. Zamanla gazete yalnız haber değil, aynı zamanda fıkra, deneme, karikatür, röportaj gibi öğelerle farklı gereksinimleri de karşılar hale gelmiştir (Tokgöz 1981).

İnsanlığın günümüzde ulaştığı gelişmişlik düzeyinin kavranabilmesi ve insan topluluklarının geçmiş deneyimlerinin yeniden gözden geçirilmesi açısından gazete önemli bir işlevi sahiptir. Yazar E. Boivin gazetenin tarihle ilişkisini: “Eğer gazeteyi günlük olayların açığa vurulması olarak kabul edersek, gazetecilik tarihini insanlık tarihi ile eş tutarız.” şeklinde yorumlamaktadır (İnt. Kyn. 1).

2.1. Gazetenin Kısa Tarihi

En temel görevi haber verme işlevi olan gazete, bu özelliğinden dolayı günümüzde de popülerliğini sürdürmektedir. Büyük görevler üstlenen gazetenin tarihçesine baktığımızda Romalılar döneminde M.Ö. 59 yılında Julius Caesar’ın direktifleriyle başlatılan Acta Diurna Populi Romania (Roma Halkının Günlük Olayları) adlı yayın ilk resmi gazete olarak kabul edilir. Acta Diurna, zengin ve güçlü Romalılar arasında yaygınlaşmışsa da zamanla halk arasında da okunur hale gelmiştir. Kentin meydanlarına asılarak okunan Acta gazetesinin içeriğinde devlet işleri, bildirimler, kararlar, imparatorluğun etkilendiği olaylar, felâketler (yangın, deprem vs.) ve hava durumu gibi bilgiler yer alırdı.

Acta’dan birkaç yüzyıl sonra, Çin’de Tang hanedanı döneminde (M. S. 618-907) Ti-Pao gazetesi çıkarılmıştır. Bu yayının da gazetecilik tarihinin ilk örneklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Ti-Pao’nun içeriğinde ise Çin imparatorunun halkla paylaşmak

istediği olumlu haberler yer almaktadır (Endres 2007). 14. yüzyıla kadar gazete kavramından anlaşılan şey, halka açık yerlerde devlet kararlarının duvara asılarak halkın bilgilendirilmesi şeklindedir (Gezgin 2014). Şüphesiz, gazetenin bugünkü halini alması çeşitli süreç ve değişimlerden geçtiğini göstermektedir.

12. ve 13. yüzyıllar arasında, Avrupa’da el ile yazılan haber kâğıtları ve mektuplar gazetenin öncüleri olarak kabul görmüştür. Fakat Avrupalılar bu teknolojiye yavaş adapte olmuştur (Endres 2007). Haber mektupları özellikle, Avrupa’nın ticari merkezi olan Venedik’te yaygın olarak kullanılmıştır. Ticari konuları ve siyasi bilgileri içeren bu mektuplar zamanla düzenli aralıklarla yayınlanır hale gelmiştir (Murzakulavo 2008). Matbaanın devreye girmesiyle de Avrupa’da köklü değişimlerin başladığı döneme geçilmiştir. Matbaa, 1440 yılında Alman Johannes Gutenberg tarafından geliştirilmiş, bu sayede insan düşüncesi daha özgür ve daha kalıcı hale gelmiştir. Bu düşünceler hızlı bir şekilde çoğaltılma olanağına kavuşmuş, böylece yazılı basının gelişimiyle süreli yayının doğuşu mümkün olmuştur.

Bugünkü anlamda ilk gazetelerin ortaya çıkışı, matbaanın gelişmesine paralel olarak basımevlerinin yaygınlaşması ile başlamıştır. Matbaada basılıp dağıtılan ilk gazetenin 1609’da Almanya’da yayınlanan, içeriğinde ağırlıklı olarak savaşlar ve dış politika haberlerinin yer aldığı *Aviso Relation Oder Zeitung* olduğu kabul edilmektedir (Karaman 2010). Diğer Avrupa ülkelerinde ise Hollanda’da *Nieuwe Tijdinghe* (1619), İngiltere’de *The Weekly News* (1621), Fransa’da *La Gazette* (1631), İtalya’da *Gazzetta Publica* (1640), İsveç’te *Ordinari Post-Tijdenber* (1640) yayın hayatına başlayan gazetelerdir. Ülkemizde ise ilk gazete olan *Takvim-i Vekayi* 1831’de yayın hayatına girmiştir (Gönenç 2012).

2.2. Gazeteci

Gazeteci, esas işi dünyada meydana gelen olaylar, kişiler hakkında doğru ve güvenilir bir şekilde kamuoyunu bilgilendirmekle görevli olan kişidir. Ülkemizde 5953 Sayılı Basın Kanunu’nun 1. maddesine göre gazeteci “Türkiye’de yayınlanan gazete ve mevkutelerle (süreli yayınlarla) haber ve fotoğraf ajanslarında her türlü fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığında çalışanlara gazeteci denir.” şeklinde tanımlanır (İnt. Kyn. 2).

Uluslararası Gazetecilik Federasyonu (FIJ) ise gazeteciyi, “Asli, sürekli ve ücretli işi, bir ya da birkaç görsel, işitsel kitle iletişim aracına yazı veya resimle katkıda bulunmak olan, kazancının çoğunu böylece sağlayan kişidir. Gazetelerde ve süreli diğer yayınlarda veya radyo ve televizyonda yayınlanmak üzere güncel olayları ve haberleri toplayan, veren, yorumlayan kişidir” diye tanımlamaktadır (Megep 2007).

Mesleğin içinden gelen ve yetişenler ise gazeteci kimliğiyle ilgili şu tespitlerde bulunmaktadır:

BBC muhabiri Fergal Keane: “Gazetecilik sanatı her şeyden önce, gerçeğin kutsanması olmalıdır. Milyonlarca insan bizi izler ve dinler. Çünkü biz gerçeğin çıkarlarını her şeyden üstün tutarız. Güven bizim anahtar sözcüğümüzdür. Bu değiştirilemez bir ilkedir, mirasımız ve misyonumuzdur. Gazetecinin temel yükümlülüğü, gerçekleri aktarmaktır. Herhangi bir nedenle bunu bozmaya çalışırsanız, gizli polisin moral yordakçası oluverirsiniz.” (Girgin 2007).

Uğur Mumcu: “Gazeteci, haber ve bilgi kaynağına en çabuk ulaşan ve bu kaynaklardan edindiği bilgi ve haberleri okurlara sunan insan demektir.” (İnt. Kyn. 3).

Emin Çölaşan: “Gazeteci, haber yazan, yazı yazan, araştıran, resim çeken, karikatür çizen ve sayfaları düzenleyen kişidir.” (Megep 2007).

Stéphane Lausanne: “Gazeteci bir nevi Diyojen’dir. Elinde feneri, hayattan gelip geçer ve her yerde daima hakikati arar.” (Girgin 2007).

2.3. Gazetecinin Hak ve Sorumlulukları

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC) gazetecinin hak ve sorumluluklarını, gazetecinin temel görev ve ilkelerini, gazetecinin doğru davranış kurallarını belirleyen bir temel bildirge yayınlamıştır. Bu bildirgeyle, gazetecilik mesleğinin saygın bir görünüm kazanması hedeflenmiştir.

2.3.1. Gazetecinin Hakları

Bu bildirgeye göre gazetecinin sahip olduğu haklar şöyle sıralanmaktadır (İnt. Kyn. 2):

- Gazeteci tüm bilgi kaynaklarına serbestçe ulaşma ve kamu yaşamını belirleyen, halkı ilgilendiren tüm olayları izleme, araştırma hakkına sahiptir. Gazetecinin karşısına çıkarılacak gizlilik ve sır gibi engeller kamusal işlerde yasaya, özel işlerde açık ve ikna edici gerekçelere sahip olmalıdır.

- Gazeteci, çalıştığı basın ve yayın organının kendisiyle yaptığı sözleşmede de kaydedilmiş olması gereken temel çizgisini dikkate alır. O temel çizgi dışındaki ve onunla çelişen veya orada açıkça belirtilmemiş olan tüm telkin, öneri, istek ve talimatları reddetme hakkına sahiptir.

- Gazeteci, inanmadığı bir görüşü savunmaya veya meslek ilkelerine aykırı bir iş yapmaya zorlanamaz.

- Gazeteciler, özellikle de yazı işleri çalışanlar, basın - yayın işletmesinin işleyişini belirleyen, etkileyen önemli kararlardan haberdar edilmeli ve gereğinde kararların alınmasına katılmalıdır.

- İşlevi ve sorumlulukları ışığında, gazeteciler örgütlenme hakkının yanı sıra görevinin maddi ve manevi güvencesini sağlayan kişisel sözleşme yapma hakkına sahiptir. Gazeteci ekonomik bağımsızlığını garanti eden toplumsal rolüne ve emeği ile yeteneğine uygun bir ücret almalıdır.

- Gazeteci, kaynakların gizliliği ilkesi uyarınca, kaynağını açıklamaya ve tanıklık yapmaya zorlanamaz. Kaynağı izin verdiği takdirde gizlilik ortadan kalkabilir. Kaynağı tarafından açıkça yanıtıldığı durumlarda gazeteci kaynağını açıklayabilir.

2.3.2. Gazetecinin Temel Görev ve İlkeleri

Gene aynı bildirgeye göre gazetecinin temel görevleri de şu şekilde belirtilmektedir (İnt. Kyn. 2):

- Gazetecinin, her türlü koşulda doğruyu ve gerçeği, açık bir şekilde söylemesi gerekir.
- Gazeteci, haber toplama ve yayınlama aşamasında yandaşlığa, karşıtlığa yer vermeden yorum ve eleştiri hakkını gözetmelidir.
- Gazeteci, hiçbir siyasi görüş din, dil, ırk ve cinsiyet ayrımı yapmaksızın birleştirci üslubu ile eşit ve bağımsız bir gözlemci görevi görmelidir.
- Gazeteci, haberin aslının ve kaynağının soruşturmasını ve doğrulanmasını yapmadan, haber hakkında yorum yapmamalıdır.
- Gazeteci, haber hakkındaki temel bilgileri değiştirmemeli, saklamamalı ve tahrif etmemelidir. Yalnızca gerçek haber yapmalıdır.
- Gazeteci, fotoğraf, haber, ses, görüntü ve belgeleri toplarken doğruyu ön plana almalıdır.
- Gazeteci, kişilerin özel yaşamının gizliliği konusunda dikkatli olmalıdır. Gerektiği durumlar dışında bunlar yayın konusu olamamalıdır.
- Gazeteci, yayınladığı haberin yanlışlığı konusunda haberi düzeltmekle yükümlü olmalıdır.
- Gazeteci, her haberle ilgi olarak çeşitli kaynaklardan hızlı bir şekilde bilgilendirme alır. Kaynak sahipleri izin vermediği sürece mesleki gizlilik ilkesi gereği hiç bir şekilde haber kaynağını açıklamamalıdır.
- Sadakatle bağlı kalması gereken merci halk olduğundan, gazeteci, çalıntı, iftira, hakaret, söylenti, dedikodu, manipölasyon gibi dayanaksız suçlardan uzak durmalıdır.
- Gazeteci, haber aldığı kişilerden ya da olaylardan bağımsız kalmalı ve maddi veya manevi çıkar peşinde olmamalıdır.

- Gazeteci, ilân - reklâm kaynaklarından herhangi bir telkin, tavsiye alamaz, maddi çıkar sağlayamaz.
- Gazeteci, ne şekilde olursa olsun, mesleğini (yasaların ve yönetmeliklerin kendisine tanıdığı hakların dışında) ayrıcalıklar kazanmak amacıyla kullanamaz.
- Gazeteci, her ne amaçla olursa olsun, tehdit ve şantaj gibi yollara başvurmaz. Gazeteci bu şekildeki baskılara da karşı koyar.
- Gazeteci ülkesindeki yasalara saygılı olmakla birlikte, hükümet ve benzeri kurumların müdahalelerine kapalıdır. Mesleki olarak yalnızca meslektaşlarının ve kamuoyunun değerlendirmeleri ile bağımsız yargı organlarının kararlarını dikkate alır.
- Gazeteci, devleti yönetenlerin belirlediği ulusal ve uluslararası politikalar konularında ön yargılara değil, halkın haber alma hakkına dayanır. Onu, mesleğin temel ilkeleri ve özgürlükçü demokrasi kaygıları yönlendirir.

3. İNTERNET GAZETECİLİĞİ VE GELİŞİM SÜRECİ

Günümüzde küreselleşme ve hızla gelişen bilgi teknolojisi sayesinde iletişimin yeni dili internet olmuştur. İnternetin yaşamımıza girmesiyle yalnız toplumsal boyutta değil, kurumsal, kültürel ve ekonomik boyutta, birey ve toplumların hayatını etkilenmiş ve değişmiştir. Yaşanan bu hızlı gelişim ve değişimlere paralel olarak ‘bilgi’ önemli bir kavram haline gelmiş, bilgiye ulaşım-erişim de bununla birlikte kolaylaşmıştır.

Bilgi teknolojisindeki bu yenilikler her alanı olduğu gibi kitle iletişim araçlarını da etkilemiştir (Birsen 2011). Dördüncü kuvvet olarak adlandırılan medya dünyası, teknoloji sayesinde hızla değişime uğramıştır. Hem yazılı basında ve hem de görsel medyada kullanılan araçlar, yenilenen teknoloji ile günün gereksinimine cevap vermeye çalışmaktadır.

Yeni medya ve alternatif medya diye adlandırılan bu değişim, internet aracılığı ile yayın yapan gazetecilik türü olarak ortaya çıkmıştır (Bengi 2002). İnternet öncesi iletişim araçlarının geleneksel medya şeklinde ifade edilmesine karşılık, bu yeni habercilik türüne “internet gazeteciliği” denilmiştir. Bu yolla gazeteler internet ortamında, okura yeni bir yöntemle ulaşabilmiştir (İlhan ve Özdemir 2012).

İnternet gazeteciliği olarak tanımladığımız bu yeni medya platformu, yazılı ve görsel medyanın pahalı yatırımlarına gerek duymadan, habercilik türüne göre daha az maliyetle, günün her saatinde güncel ve interaktif habercilik yaparak yazılı ve görsel medyanın fonksiyonunu yerine getirmektedir (Beckett and Mansell 2007). Klasik gazetecilik anlayışından farklı olan internet gazeteciliği, yeni iletişim teknolojisinin getirdiği gelişmelerle haber metni ve fotoğrafların yanı sıra ses, hareketli görüntüler gibi teknik avantajlar da sağlamaktadır (Çakır 2007).

Valauskas’ın (1997) belirttiği gibi çevrimiçi (online) gazeteciliğin, basılı yayın yapan gazeteler gibi bir tarzı, tasarımı ve düzeni vardır. Bilgi ve iletişimin internet etrafında şekillendiği dünyamızda internet gazeteciliği haberi kaydeder, paylaşır ve dağıtır. İnternet gazeteciliğinde, geleneksel gazetecilikte olduğu gibi, dışarıdan toplanan ham

bilgi, gerekli analiz ve raporlamadan sonra haber metni haline getirilir ve web sitesine aktarılır. İnternet ortamında gerçekleştirilen bu tür haber yayıncılığı ile kullanıcılar son dakika haberlerine online yöntemle hızlı ulaşım, yorum ve geri bildirim fırsatını elde etmişlerdir (Van Der Haak *et al.* 2012).

3.1. Dünyada İnternet Gazeteciliği

1990'ların ortalarından bu yana internet günlük yaşamımızın içinde yer almaktadır. Buna bağlı olarak sosyal, kültürel, ekonomik ve politik hayatımızın önemli aktörlerinden biri sayılan medyanın, bu sürecin parçası olarak "internet gazeteciliği" şeklinde sayfalarını internete aktarması şaşırtıcı bir durum değildir (Mitchelstein and Boczkowski 2009).

Dünyada internet gazeteciliği nasıl ve nerede başlamıştır? Bu sorular bizleri 1970 yılında Büyük Britanya'da icat edilen "teletext"e kadar götürür. Teletext, televizyonlarda bilginin topluma ulaşması konusunda televizyon kanalları üzerinden sürekli güncel ve interaktif işlemler yapılmasına olanak sağlayan bir sistemdir. Teletext üzerinden sağlanan bilgilerin anlık, kısa ve güncel olması, bugün kullanılan internet gazeteciliğinin temelini oluşturur (Carlson 2003). 1993 yılında ilk olarak grafiğe dayalı web tarayıcısı Mosaic'in geliştirilmesi ile Florida Üniversitesi internet gazeteciliği üzerine ilk web sitesini açmıştır. Yaklaşık bir yıl sonra, 1994 yılının kasım ayında İngiliz Daily Telegraph gazetesi Electronic Telegraph olarak internet gazeteciliği dönemini başlatmıştır (Siapera and Veglis 2012).

İnternet gazeteciliği bakımından önemli bir yıl olan 1995 yılına gelindiğinde, internete aktarılan gazete ve dergilerin sayısı 150'yi geçmiştir. Ancak yaygın medyanın büyük bir kısmının web ortamına geçişi biraz zaman almıştır. Rakiplerinin çoğu web ortamına geçmesine karşın Aralık 1995'te Le Monde, Ocak 1996'da New York Times ve Mayıs 1996'da El País gazeteleri web ortamına geçme sürecini başlatmışlardır. Birçok yönden tüm dünyaya model olan ve dünyanın en iyi internet gazeteciliği uygulamasından biri sayılan BBC News, Kasım 1997 tarihinde farklı biçimi ve özgün içeriğiyle web sayfasını internete açmıştır (Noci 2013).

Geleneksel yöntemlerle yayın yapan gazetelerin ve haber ajanslarının sanal versiyonlarını yayınlamaya başlamaları, zamanla internet üzerinden bağımsız yayın yapan haber sitelerinin yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır.

3.2. Türkiye’de İnternet Gazeteciliği

Ülkemizde yayınlanan ilk internet gazetesi 2 Aralık 1995’te Zaman, ilk dergiler ise Temmuz 1995’de Boğaziçi Üniversitesi’nin sunucu bilgisayarı üzerinden internet yayınına giren Aktüel dergisi ve Ekim 1995’de Lemana dergisi olmuştur. Yaklaşık bir yıl sonra Ocak 1996’da internet haberciliğini Türkiye’de başlatan ilk site ise Xn (eksen) adlı haber sitesidir (Özgen 2012). Günlük gazetelerden seçme haberleri ve köşe yazılarını sürekli güncelleyerek internete taşıyan Xn o dönemde farklı bir gazetecilik anlayışı sunmuştur.

Türkiye’de internet gazeteciliği bakımından 1997 önemli bir yıl olmuştur. İnternet gazeteciliğinin hızla yaygınlaşması, ulusal gazetelerin de web ortamına geçiş sürecini başlatmıştır (Murzakulova 2008). İçeriğini tam anlamıyla internete taşıyan ilk günlük gazete 27 Kasım 1996’da Milliyet olmuştur. 25 Aralık 1996’da Fanatik, 1 Ocak 1997’de Hürriyet ve Sabah, 15 Eylül 1997’de Akşam, 4 Mart 1998’de Yeni Yüzyıl, 1 Mayıs 1998’de Radikal, 2 Nisan 1998’de Güneş, 7 Mayıs 1998’de Cumhuriyet, 3 Ekim 1998’de Milli Gazete internette yayın hayatına başlamıştır (Özdemir 2009).

1996-2001 yılları arasında ulusal gazetelerin web ortamındaki içerikleri incelendiğinde, basılı gazetelerin haber metinlerinin ve görsellerin değişikliğe gidilmeden aynen aktarıldığı görülmektedir. Finansal açıdan fazla masraf gerektirmeyen, basit teknik araç ve yöntemlerle gazeteler internet ortamına taşınmıştır. Kullanıcıların haber metinlerine yorum ekleme imkânı ise Hürriyet, Radikal, Tercüman gazeteleri gibi üç site ile sınırlı kalmıştır. Çoklu medya ortamının sağladığı ses, video gibi iletişim unsurlarından yararlanan gazete yalnızca Hürriyet olmuştur (Çevikel 2004). Günümüzde geleneksel ve bağımsız medya kuruluşlarının internet siteleri incelediğinde, kullanıcılar haber ve köşe yazılarına kendi yorumlarını ekleyebilmekte, diğer kullanıcıların yorumlarını okuyabilmekte, okur dilerse köşe yazarlarıyla e-posta üzerinden iletişim

kurabilmektedir. Metin, fotoğraf, video, grafik, ses, animasyon gibi çoklu ortamın uygun yapısından da tam anlamıyla faydalanılmaktadır. Okur dilediği zaman arşivdeki haberlere de kolayca ulaşabilmektedir.

3.2.1. Türkiye’de Bağımsız Haber Siteleri

Ülkemizde ilk sanal gazete unvanına sahip Xn gazetesi Ocak 1996 tarihinde yayına başlamış ve 1999 yılında yayına ara vermiştir. Xn sitesi geleneksel gazetelerin köşe yazarlarının o günkü gazetede yayınlanan yazılarını internet ortamına taşımıştır. Herhangi bir özgün içeriğe sahip olmayan Xn sitesi, o dönemde bu tür yöntemlerle kurulan haber sitelerine önyak olmuştur. Türkiye’de gerçek anlamda internet gazeteciliği yapmaya çalışan, haberlerini kendisi üreten ilk haber sitesi 1998 yılı Ağustos ayında yayına başlayan Net Gazete’dir.

2000 yılına gelindiğinde Türkiye’de yaşanan ekonomik krizden medya sektörünün de etkilenmesi ve işsiz kalan gazetecilerin fazla bir yatırım gerektirmeyen internet gazeteciliğine yönelmeleriyle haber sitesi sayısında artış yaşanmıştır. Bu haber sitelerinden bazıları şunlardır: Bianet, Digi Medya, E Haber, Haber 1, Haber 3, Haber A, Haber Analiz, Haber Gazete, Haber Metre, Haber Türkiye, Haber Vitrini, Haber X, Havadis, İ Medya, İnternet Haber, Net 1 TV, Net Gazete, Net Haber, Objektif Haber, Olay Haber, Press Türk, Sansürsüz (Çevikel 2004).

Dördüncü Kuvvet Medya, Medyakronik, Jurnal Net, Sanal Gazete, Deep Not gibi herhangi bir medya kuruluşu ile bağı olmayan, özgün içeriklere sahip, sadece internet ortamında bağımsız yayın yapan siteler de ortaya çıkmıştır (Işık 2001).

3.3. İnternet Gazeteciliği ile Geleneksel Gazetecilikte Değişen Roller

Haber kaynakları, habere ulaşmada kullanılan materyallerin bütünüdür. Ayrıca haber kaynakları gündemin belirlenmesinde de etkilidir. Muhabir, çeşitli kaynaklardan edindiği bilgi ve belgeler doğrultusunda haberi oluşturur. Bu açıdan, muhabirin edindiği bilgilerin doğruluğu haberin bütünlüğünde güveni sağlar. Geleneksel medyanın haber kaynakları arasında cumhurbaşkanlığı, başbakanlık, bakanlıklar, parlamento, siyasi parti

kuruluşları ve temsilcilikleri, üniversiteler, sendika kuruluşları, emniyet ve jandarma, adliyeler, ticari kuruluşlar, hastaneler vb. bulunmaktadır (Gürcan ve Batu 2001).

Buralardan haberi toplamak üzere muhabirler görevlendirilir. Muhabirler aracılığıyla elde edilen bilgiler, işlenir ve yayınlanmak üzere yazı işlerine ve haber merkezlerine gönderilir. Böylece geleneksel medya açısından haber akışı sağlanmış olur. Günümüzde, bilişim teknolojisinin gelişmesiyle yazı işleri de gelişme göstermiştir (Dilmen 2012). Gazete işletmelerindeki yazı işleri çalışanları büroya gitmeden, telefonla ya da bilgisayar aracılığıyla haber kaynakları ile doğrudan iletişim halindedir. Bu şekilde yazının dijital ortamda hazırlanması, sanal yazı işleri kavramını doğurmuştur. Bu kavramla birlikte geleneksel gazetecilik ile sanal yazı işlerinde ortaya çıkan bazı farklılıklar şunlardır (Gürcan ve Batu 2001):

- Haber ve bilgi toplamak üzere görevlendirilen muhabirler, haber siteleri tarafından istihdam edilmemektedir. Haber siteleri, abone oldukları haber ajanslarından aldıkları haberi web ortamına aktararak, olay yerine gitmeden, muhabirlerin yaptığı işi yaparak yayını gerçekleştirmektedir.

- Haber sitelerinde foto muhabiri de istihdam edilmemektedir. Günümüzde geleneksel medyada, haber fotoğrafına ulaşmak için olay mekânına giden foto muhabiri dijital fotoğraf makinesiyle ajanslara fotoğrafları kısa sürede ulaştırır. Fakat haber siteleri, dünyadaki bütün haberlerin görüntülerini ajanslardan ya da internet kaynaklarından izinli ya da izinsiz olarak kendi sitelerine taşırlar.

- Geleneksel gazetecilikte haber üretim süreci içerisinde yer alan ve yazı işlerinin kontrolünü elinde tutanlar editörlerdir. Özellikle haber, editör tarafından hedef kitlenin ilgisi ve yararı göz önünde bulundurularak hazırlanır. Haber sitelerinin web editörleri ise bu asli görevi yürütürken daha az duyarlılık göstermektedir.

- Haber siteleri, köşe yazarları da istihdam etmemektedir.

- Geleneksel medya ile kıyasladığımızda, haber sitelerinin haber üretim maliyetleri düşük olup yayın maliyeti de sabit giderlerdir (ajans aboneliği, hosting ve büro ücreti gibi).

- Haber siteleri, ajanslara düşen son dakika haberlerini doğrudan verebilmek için geliştirilen program sayesinde, habere hızlı erişim ve güncelleme imkânı bulmaktadır.
- Son olarak, her internet kullanıcısı, haber sitelerinin fahri muhabiri olabilmektedir.

3.3.1 İnternet Gazeteciliğinde Okur

İnternet gazeteciliğinde okur profili, geleneksel gazete okurundan farklıdır. Önceleri geleneksel gazete okuyanlar, gazetenin tirajını artırarak yayının devamlılığını sağlarken, internetle beraber bu durum değişim göstermiştir. İnsanlar haberi gazeteden okumak yerine, internetten takip etmeye başlamıştır. Bu yönelim, geleneksel gazetelerin tirajının yıldan yıla düşmesine sebep olmuştur (Çakır 2007). Bu açıdan baktığımızda, internet gazetelerinin devamlılığı okur için hayatî önem taşımaktadır.

Online gazete okuyucununun tavrı gözlemlendiğinde:

- Okur, her türlü habere anında ulaşmak ve haberi daha çok kişiye, daha kısa zamanda ulaştırmak ister. Dolayısıyla okurun beklentisi, haber sitelerinin her an yenilenmesi ve güncellenmesidir.
- Okur, haber sitesinde gezinirken hava tahminleri ve yol durumu gibi bilgilere de kolayca erişebilmek ister.
- Okur, okuduğu haberle ilgili yorum ve düşüncesini dile getirme arzusundadır.
- İnternet gazetelerinin çoğunluğunun ücretsiz olarak haberi yayınlaması, tercih edilen bir özelliktir.
- Habere eklenebilen resim, video, animasyon, fotoğraf gibi görüntü ve ses unsurlarının sayfada yer alması, okuru internet gazeteciliğine daha fazla yönlendirmektedir.

3.4. İnternet Gazeteciliğinin Karakteristik Özellikleri

Kitaplar, dergiler ve gazetelerin bilgisayar ortamında dizilip hazırlanır hale gelmesiyle gazetecilik de bu olumlu değişimden etkilenmiştir. Özellikle metin yazma süreci, internet gazeteciliğine geçişle birlikte yeni bir boyut kazanmıştır (İnt. Kyn. 4). İnternet gazeteciliği ile birlikte, gazetecilikte ortaya çıkan köklü değişimler şöyle özetlenebilir:

3.4.1. Köprüler (Hiperbağlar)

Gelişen teknoloji ile paralel olarak değişen ve yaygınlaşan köprü (hiperbağ-link) sistemi bilgisayar ortamında yazılan belgelerin birbiriyle bağlantılı hale gelmesini sağlayan sistem olarak adlandırılabilir (Deuze 2003). İlk olarak bu sistem 1960'larda bilgisayar uzmanı Ted Nelson tarafından "hypertext" (akıllı metin) olarak tanıtılmış ve geliştirilmiştir. Bu sistemde bilgilerin depolandığı bir veri tabanı ve bu veri tabanından istenilen bilgiye ulaşma imkânı sağlayan bağlantılar mevcuttur (Huesca and Dervin 2003).

Bir bakıma köprü, sıradüzenli (sequential) veya rastgele (random) bilgilerin bilgisayar aracılığıyla doğrusal olmayan (non-linear) metin üzerinde etkileşimli biçimde, bir konudan, bağlantılı başka bir konuya geçilmesi olarak da yorumlanabilir. Metinler bir amaç doğrultusunda ya da aynı içerik, farklı biçimlerde geliştirebilir. Öğrenilmek istenen bilgi, resim, şekil, metin yardımıyla belirli özelliklere göre düğüm (node) denilen parçalara ayrılır. Parçalara ayrılan bu bilgi bağlar (linkler) yoluyla ilişkilendirilir. Bu bağlar sayesinde okur bilgiye kolay ve hızlı şekilde erişebilir.

Hipermetinler yalnızca metin bilgisi içermez, aynı zamanda ses, video, grafik ve animasyon gibi zenginleştirilmiş metinleri de kapsar. Hipermetine bu şekilde multimedya bilgilerinin eklenmesi, hipermedya kavramını doğurmuştur (Karadeniz 2006). İnternet gazeteciliğinde kullanılan hiperlinkler, metinlerin adreslerini içerir ya da haber ayrıntısı verildiğinde başka bir habere yönlendirme yapabilir. Okur dilerse yönlendirme esnasında, yeni bir içeriği olan dış metinlerin adreslerine de geçiş yapabilir (Deuze 2003).

Köprülerin internet gazeteciliğinde kullanılmasıyla:

- Maliyetin düşmesi,
- Haberin kısa sürede güncellenmesi,
- Haberin kolay ve hızlı bir şekilde yayınlanması,
- Belgelere kolayca erişilmesi,
- Belgelerin kolayca arşivlenmesi sağlanmıştır (Domingo 2006).

3.4.2. Çoklu Medya

Çoklu medya ya da çoklu ortam (multimedya), eğitimde veya kâğıt üzerinde kullanılan nesnelerin dijital ortamlara taşınarak farklı ve etkileyici yöntemlerle sergilenme şeklidir. Başka bir deyişle çoklu ortam, metin, ses ve görüntülerin dijital bir yazılım ortamında kullanışlı bir biçimde bütünleştirilmesidir. İçeriğin görkemli bir şekilde sunulması ve birden çok medya sistemini barındırması özelliği ile çoklu ortamın internet gazeteciliğinde kullanımı hızla artmakta ve daha çok önem kazanmaktadır (Domingo 2006).

İnternet gazeteciliği açısından devrim niteliğinde sayılan çoklu medya aynı belge içinde video, ses ve metinlerin bir arada bulundurulmasına ve istenildiğinde tekrar izlenebilmesine, yeniden biçimlendirilmesine ve paylaşılmasına olanak sağlar. Etkili kullanıldığında önemli yararlar sağlayan çoklu medya bilinçli kullanılmazsa haber siteleri için olumsuz sonuçlar doğabilir. Çünkü çoklu ortamın kullanımı, metin uygulamalarından farklı olarak fazlaca bellek alanına ihtiyaç gösterdiğinden geniş bir bant aralığı gereksinimi ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, internet gazeteciliğinin gelişmesinde büyük önem taşıyan çoklu medya uygulamalarının medya kuruluşlarında kullanımında bu ayrıntılar göz ardı edilmemelidir (Deuze 2003).

3.4.3. Etkileşim

Geleneksel medya ile karşılaştırıldığında internet gazeteciliğinin ayırt edici niteliklerinden birisi çoklu ortam ise diğeri de etkileşim özelliğine sahip olmasıdır. İnternetin etkileşim özelliği, sanal gazetecilik için de önemli bir üs olmuştur (Domingo 2006).

Gazetelerin web sitelerine eklenen verilerin video, resim ve metinle aynı anda aktarılması, bunun sonucunda kullanıcının geri dönüşümde bulunabilmesi ile etkileşim olanağı sağlanır. Dolayısıyla geleneksel gazetecilikten farklı olarak okurun aktif bir rol alması, çok katmanlı bir iletişim olanağı sunar. Etkileşimin yoğunluğu ne kadar yüksek olursa, okur da o kadar fazla sürece dahil olduğunu düşünür (Deuze 2003).

Deuze'e (2003) göre etkileşim üç kategoride incelenir:

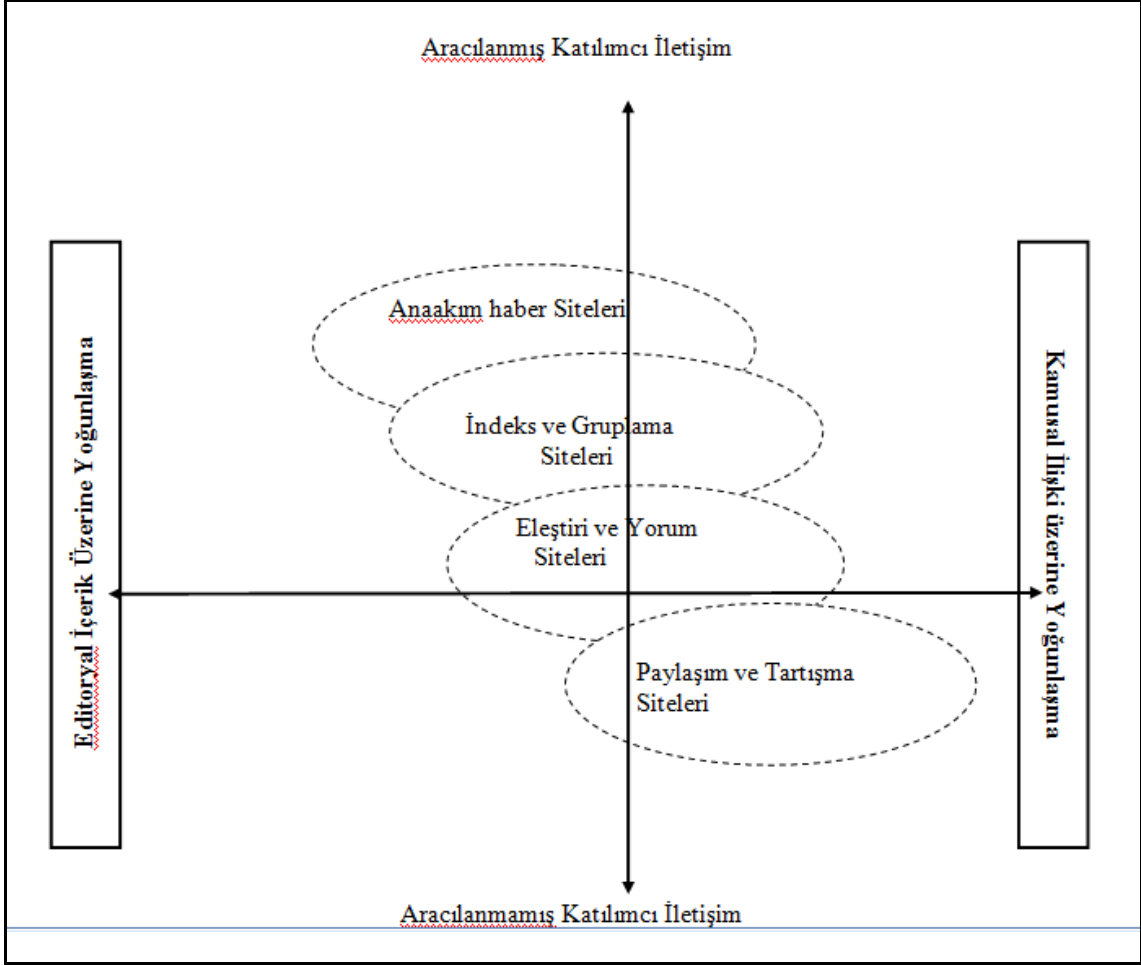
- Tarayıcı etkileşimi: Kullanıcının, sitenin içeriği hakkında bilgi edinmesi ve gezinmesi için izin verir (sonraki sayfa, önceki sayfa gibi örnekler).

- Fonksiyonel etkileşim: Kullanıcı, belirli bir sayfanın veya sitenin diğer kullanıcıları ile etkileşerek site sürecine bir ölçüde katılım sağlar (doğrudan elektronik posta gönderileri ya da sonradan geliştirilen tartışma siteleri gibi örnekler).

- Uyarlanmış etkileşim: Kullanıcıların site içerisindeki yorumlarını ve bireysel kullanıcı davranışlarını içerir (söyleşi forumları, kullanıcıların siteye yükledikleri ve kişisel özelleştirmeler gibi örnekler).

3.5. İnternet Gazeteciliği Türleri

İnternet gazeteciliği uygulamaları dört grupta toplanmıştır (İnt. Kyn. 5). Bunlar Şekil 3.1'e göre; Ana akım haber siteleri, indeks ve gruplama siteleri, eleştiri ve yorum siteleri, paylaşım ve tartışma siteleridir (Deuze 2003).



Şekil 3.1. İnternet Gazeteciliği Tipolojisi

3.5.1. Haber Siteleri

Genelde editöryel içerikli bir seçim sunan ve okura filtrelenmiş olarak iletişimde yer alma imkânı sağlayan, internet gazeteciliğinde en yaygın kullanılan haber siteleri, ana akım haber siteleridir. Ana akım medya siteleri, gazeteciliği web ortamına taşımak isteyen geleneksel medya kuruluşları ve bağımsız kurumlarla gazetecilik yapmak isteyen siteleri kapsamaktadır. Dünya genelinde en çok ziyaret edilen CNN, BBC, MSNBC gibi siteler ana akım haber sitelerine örnek gösterilebilir (Deuze 2001).

3.5.2. İndeks ve Gruplama Siteleri

İnternet gazeteciliğinde ikinci olarak kullanılan haber siteleri, indeks ve gruplama siteleridir. Bu siteler genellikle arama motorları (Yahoo, Google vb.), pazarlama

şirketleri ya da araştırma şirketleri tarafından kurulan sitelerdir. Bu tür siteler başlı başına haber sitesi değildir, daha çok web üzerinden bağlantı (link) verip haber ve bilgi kaynaklarını okura ulaştıran haber toplayıcısıdır. İndeks ve gruplama siteleri, bazı durumlarda haberi yeniden yorumlayarak özgün haber sitesi konumunu da üstlenir. Örnek olarak dünya ölçeğinden Australian Arts & Letters Daily, Bosnian Mario Profaca vb. gösterilebilir (Deuze 2003).

3.5.3. Eleştiri ve Yorum Siteleri

Eleştiri ve yorum siteleri genellikle medya dünyası ve medya endüstrisi hakkında bilgi veren, eleştiri ve yorum yayınlayan sitelerdir. Örnek olarak dünya ölçeğinden Amerika’da “Mediachannel, Freedomforum, Poynter’s Medianews” siteleri, İsviçre’de “Mediekritik.nu”, Hollanda’da “Extra!”, İngiltere’de “Dotjournalism”, Almanya’da “OnlineJournalismus” vb. siteler gösterilebilir.

Editöryel içerik genellikle çeşitli gazetelerden ve başka tartışma kaynaklarından sağlanır. Bu tartışmaların içeriği gazetecilikle ilgili olduğundan, bu siteler meta medya ya da meta gazetecilik (gazetecilik hakkında gazetecilik) olarak da adlandırılır. Bu bağlamda, gazeteciliğe açıkça özeleştiri getiren bu siteler basın mesleğinin profesyonelleşmesine de katkıda bulunmaktadır (Deuze 2001).

3.5.4. Paylaşım ve Tartışma Siteleri

Paylaşım ve tartışma siteleri, kullanıcılar tarafından gönderilen kişisel yorum ve görüşlerin aktarıldığı, paylaşım ve tartışmaya dair internet teknolojisinin en yoğun olarak uygulandığı sitelerdir. Editöryel kontrolün az olduğu bu siteler internet gazeteciliğinin ilginç örneklerindedir. Gerek küresel düzeyde gerekse yerel ölçekte düşüncelerin tartışıldığı bu siteler, çoğunlukla kişisel hesapları içerdiğinden “web günlükleri” olarak da adlandırılır (Deuze 2003).

3.6. Haber Sitelerinin Yapısı

Gerçekle bağlantılı ya da gerçeğin ta kendisi olduğu sanılmasından dolayı, haber en etkili medya içeriğidir. (Girgin 2012). Muhabirler tarafından toplanan haber, belirli tekniklerle gazeteci tarafından yazılarak haberleştirilir (AA 2008). Günümüzde bu tekniklere internet teknolojisi damga vurmuştur. Haberin yazma ve sunma tekniğini değiştiren bu teknolojiyle haber, internet üzerinden ilgili gazetenin web sitesine aktararak okuyucuya ulaştırılmaktadır (Barnhurst 2010). Bu bağlamda haber sitelerinin yapısına bakıldığında şu özellikler göze çarpar:

- Haber siteleri, son dakika haberlerinin yanı sıra, geleneksel gazete ve televizyonlarda yer alan haberi de okurlara sunmaktadır.
- Haber sitelerinde derlenen haberler kısa, açık, anlaşılır bir dille gazetenin web sayfasına aktarılmaktadır (Gürcan 2012).
- Gazete ve ajanslardan derlenen haberler özet olarak veya haberin alındığı gazetenin linki verilerek okuyucuya sunulur. Böylece kaynağı asılsız, izinsiz haberin önüne geçilmiş olur.
- Haber siteleri ile okuyucu habere yorum yapabilir ve özgürce fikirlerini beyan edebilir.
- Haber sitelerinde yazarlara ve yayından sorumlu kişilere ulaşmak için künyeler ve irtibat kurmak için e-posta adresleri bulunmaktadır.
- Haber sitelerinde arama motorları ile istenilen habere ulaşma kolaylığı sağlanmaktadır (Mora 2012).
- Haber sitelerinde haber, ana sayfada başlıklar halinde sunulmaktadır. Böylece okur ilgi alanlarına göre yönlendirilebilmektedir (Ekonomi, magazin, spor, dünya, sağlık gibi).

4. İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE HABER ETİĞİ, MİSENFORMASYON VE DEZENFORMASYON

Bu bölümde haber etiği, misenformasyon ve dezenformasyonun kapsamı ve etkileri üzerinde durulmaktadır.

4.1. İnternet Gazeteciliğinde Haber Etiği ve Etik Sorunlar

Etik terimi Yunanca “ethos” sözcüğünden türemiştir ve genel anlamıyla “töre bilimi” demektir (Çavuş 2010). Bilim dünyasında tanımı üzerine tartışmaların devam ettiği etik kavramı, Türk Dil Kurumu’na göre “çeşitli meslek kolları arasında tarafların uyması ve kaçınması gereken davranışlar bütünü” şeklinde tanımlanır.

Felsefenin bir kolu olan etik, daha çok soyut kavramlara dayalıdır. Bu yönüyle, günlük hayatta insanın çeşitli olaylar karşısında takındığı tutumların kabul görmüş ahlâkî değerlerini ifade etmekle ilgilenir. Bu kavram Türkçe’de ahlâk sözcüğü ile ilişkilendirilir. Etik, toplumda iyiyi-kötüyü, doğruyu-yanlışı belirleyen bir ahlâk felsefesidir. Bundan dolayı etik, sosyo-kültürel bir varlık olan insanın, bireysel ve toplumsal ilişkilerini felsefî boyutta inceleyen ve yaşamın her alanında geçerli olan, insanlara yol gösteren ahlâk kavramının dışında kalmaz (Ünlüer 2006). Yani etiğin çıkış noktasında ahlâk kavramının bulunduğu sonucuna varılabilir.

Etik, genel standartların yanı sıra, bir alanda uzmanlık gösteren kişilerin uymaları gereken kuralların belirlendiği özel yapıların da davranışlarını meslek etiği olarak irdeler (Çavuş 2010). Etik kavramı her meslekte olduğu gibi gazetecilik mesleğinde de önemli bir yere sahiptir. Gazetecilerin bilgi alışverişini sağlamada ilişki içinde oldukları topluma ve bireylere karşı birtakım sorumlulukları bulunmaktadır. Gazetecilik mesleğini icra ederken etik kurallara uygun haber yapmanın temelini bu sorumluluk bilinci oluşturmaktadır.

Bu sorumlulukların yerine getirilmemesi durumunda etik sorunlar baş göstermektedir. Etik olmayan bu sorunların başında yanlı ve yanıltıcı haberler, ticarî kaygı içeren

haberler, özel hayatın gizliliği, kişilik haklarının ihlâl edilmesi vb. konular gelmektedir. Bu bağlamda medyanın iyi hizmet sunmasını sağlamak, takipçilerin güvenini kazanmak, mesleği ve mesleğin itibarını korumak, doğru ve güvenilir haber vermek için gazetecilikte etik kurallara gidilmiştir (Araslı 2011).

Basında etik kuralların ortaya çıkışı 20. yüzyılda dernek ve sendikaların kurulması ile daha geniş boyutlara taşınmıştır. Dernek ve sendikalar yayınladıkları bildirimlerle basın özgürlüğü ve meslek etiği kurallarını öne çıkarmışlardır. Sonraki yıllarda, her meslekte olduğu gibi gazetecilikte de meslek ile ilgili kendine özgü ahlâk kurallarını saptama yoluna gidilmiştir (Yapar 2012).

Özellikle haber ve bilginin dijital ortama aktarılmasıyla basın etiğinin taşıdığı önem ve sorumluluk artmıştır. Çünkü haber takipçileri artık bilgiye internet aracılığıyla, çevrimiçi gazetecilik uygulamasından yararlanarak ulaşmaktadır. Bu gelişmeler haber yapma biçimini, muhabir profillerini ve haber kaynaklarını değiştirmiş, mesleğe yeni bakış açıları kazandırmıştır. Bu değişim ve gelişmeler karşısında etik tartışmaları da farklı bir boyuta taşınmış ve bu çerçevede internet gazeteciliğinde etik ihlâlleri öne çıkmıştır. Söz konusu ihlâller şu şekilde sıralanabilir:

- Telif hakları ihlâli
- Editöryel kontrol sorunu
- Nefret söylemi
- Özel hayat sınırının aşılması
- Alıntı yapılan haberde kaynak gösterilmemesi
- Ticari kaygı taşıyan haberler
- Manipülasyon ve dezenformasyon türündeki haberler (Erdoğan 2013)

4.1.1. Hızlı Habercilik ve Editöryel Kontrol Sorunu

Yeni medya gazeteciliğinin getirdiği yenilikler yayıncılık alanında mevcut kuralların değişmesini zorunlu kılmıştır. Örneğin geleneksel gazeteciliğe oranla internet gazeteciliğinde habere günün her saatinde erişim olanağı sağlanmakta ve yayın maliyeti

de basılı gazeteyle oranla daha düşük giderlerden oluşmaktadır. Ayrıca internet gazeteciliğinin okura sağlamış olduğu arşiv imkânı bir 'tık' kadar uzaktadır. Bu yeniliklerin getirdiği yayıncılık anlayışı bilgiyi daha hızlı yaygınlaştırmakta ve okurla etkili bir iletişim kurulmasını sağlamaktadır (Araslı 2011).

Bunun yanı sıra haberi ilk olarak verme savaşı, basılı gazetelerde olduğu gibi internet gazeteciliğinde de yeni bir durum değildir. Rakiplerinden geri kalmamak adına bilgiyi bu denli hızlı yayınlama çabası, beraberinde içerik hatalarının oluşmasına yol açmış, okura doğru ve nitelikli haber metinlerini sunma görevini etiksel açıdan sorgular hale getirmiştir (Yardımcı 2011).

Muhabir, görevi gereği haber içeriğini oluştururken herhangi bir düzenlemeye, yasal dayanaklara gidilmeksizin haberi tüm detayları ile ele alır. Haber yayınlanma aşamasına gelmeden önce içerik hataları, eksik bilgiler, haber başlığı gibi kontrol gereken işlemler editörün sorumluluğundadır.

Bu bağlamda haber metninin yayınlanmaya değer biçimde sunulması, doğru ve geçerli olabilmesi, okura eksiksiz bilgi sunma görevi, editöryel işlemleri gerektirir. Geleneksel gazetecilikte genel yayın müdürünün sorumluluğunda olan bu görev, internet gazeteciliğinde web editörleri tarafından yapılmaktadır. Bilginin toplanması, haberleştirilmesi ve yorumlanması konusunda gerçeğin eksiksiz, adil bir şekilde yansıtılmaması büyük ölçüde güven bunalımına neden olur. Bu noktada internet gazeteciliğinde enformasyonun hızla işlenmesi konusunda gerekli dikkat ve özeni göstermeyen web editörleri okurun haberlere olan güvenini sarsmaktadır (Evers 2010).

4.1.2. Telif Hakları

Terim olarak telif hakları "kişinin her türlü fikri emeği ile meydana getirdiği ürünler üzerinde hukuken sağlanan haklardır." (İnt. Kyn. 6). Telif hakları, internet kullanımının yaygınlaşması ve yayınların bu ortama taşınması ile etik tartışmaları beraberinde getirmiştir. Bilgiye erişimi hızlandıran internet, herhangi bir eserin kopyalanmasını ve çoğaltılmasını da kolaylaştırmıştır. Elektronik ortamda kopyalanan bilginin bütünlüğü korunmadan, bilgi değiştirilip yeniden internette yayınlanmaktadır.

Yazarın veya muhabirin izni olmaksızın metin üzerinde değişikliğe gidilmesi, metnin çoğaltılması, telif haklarının ihlâli, etik bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünyada internet ve telif haklarının korunması için özellikle bilgiyi üreten kişinin hak ve hukukunu koruma amaçlı yasal düzenlenmelere gidilmiştir (Uzun 2005).

İnternette telif hakları konusunda uluslararası düzeyde yapılan çalışmaların başında Birleşmiş Milletler tarafından hazırlanan Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı WIPO (World Intellectual Property Organisation) Sözleşmesi gelmektedir. Bu sözleşmenin 8. maddesi ile internette fikri hakların korunması yasal güvenceye kavuşturulmuştur.

Ülkemizde internet telif hakları ise Fikri ve Sanat Eserleri Kanunu'nda 21.02.2001 tarihinde yapılan değişikliklerle yasal zemine oturtulmuştur (Bengi 2002). Bu düzenlemeler günün şartlarına uygun gibi gözükse de hızla değişen teknoloji karşısında yeterli olamamaktadır.

4.1.3. Doğruluk ve Güven

İnternet gazeteciliğinde karşılaşılan etik sorunlardan biri de haberin doğruluğu ve güvenilir kaynaklarının olup olmadığıdır. Haberde verilen bilgilerin doğru olması gazeteciler için önemli bir silâhtir. Çünkü medyanın temel işlevi, doğru haberi kamuoyuyla paylaşmaktır (Tokgöz 1981); fakat gazeteci haberi internet ortamında hızla yaymak adına bu ilkeden ödün vermektedir. Çoğu zaman haberi hızlı yayınlamak, etik sorunlara ve kamuoyunun yanlış bilgilenmesine yol açmaktadır.

Gazetecilik mesleği ile bağdaşmayan bu durumlar gazeteciye ve medya kuruluşuna olan güveni zedeler. Özellikle internet gazeteciliği yapan siteler, haberi doğrulamak yerine, bilgilerin gerçeğe uygun olmasına bakmaksızın haberi yayınlamaktadır. Doğruluğu sağlanmadan yayınlanan haberin yanlış olduğu site editörleri tarafından fark edilince site kısa süreliğine çevrimdışı bırakılmakta ve yalan haber hemen silinmektedir. Bu yöntemle de sitenin dava konusu edilmesinin önüne geçilmiş olmaktadır (Erdoğan 2013).

Görüldüğü üzere yeni medya, en çok izlenen, en çok tıklanan, en çok tartışılan haber sitesi olmak adına doğruluk ilkesinden uzaklaşabilmektedir. Gazetecilik meslek ilkesi ile bağdaşmayan bu durumlar özensiz haber üretimine ve okurda güven bunalımına yol açmaktadır.

4.1.4. Manipülasyon

Manipülasyon kavramı TDK sözlüğünde “yönlendirme”, “seçme, ekleme ve çıkarma yoluyla bilgileri değiştirme” şeklinde tanımlanır (İnt. Kyn. 7). Haber kaynağından gelen bilgiler, okura ulaştırma aşamasında yeniden kurgulanır. Gazeteler için en önemli görsel öge fotoğraftır. Gazetede fotoğraf kullanımı, haber metninin gerçeği yansıtması konusunda inandırıcılığı artırır, aynı zamanda haber metnini ilgi çekici kılar ve gazeteye estetik bir hava kazandırır (Tiryakioğlu 2009).

Online gazeteciliğe geçişle haber fotoğrafı, dijital fotoğraf gazeteciliği formatına dönüştürülmüştür. Buna paralel olarak geleneksel gazeteye oranla internet gazeteciliğinde kullanılan fotoğraf sayısı artış göstermiştir. Geleneksel gazetede günlük ortalama 50 kadar fotoğraf kullanılırken, internet gazeteciliği ile bu sayı 150'nin üzerine çıkmıştır. Bu formatta fotoğraflar gelişmiş tekniklerle dijital ortama kolay ve hızlı biçimde aktarılmaktadır (Özdemir ve İlhan 2012). Teknolojinin habercilik mesleğine sağladığı bu katkı beraberinde “dijital manipülasyon” kavramını getirmiştir. Dijital manipülasyon, resimlerin ve fotoğrafların bilgisayar ortamında özel yazılımlar kullanılarak değiştirilmesi ve yeniden düzenlenmesi olarak tanımlanır (Yamı 2009).

Fotoğrafın özünü değiştirmeye yönelik olan bu uygulamalar, okuru gerçekleri çok daha farklı olarak algılamaya itmekte, haberde güven ve doğruluk ilkesini de sorgular hale getirmektedir. Çünkü karede olmayan bir kişinin eklenmesi veya çıkarılması, farklı iki fotoğrafın birleştirilmesi, arka planın değiştirilmesi gibi yöntemler kullanılarak fotoğrafın kısa sürede web ortamına yayılması durumu söz konusu olmaktadır (Erdoğan 2013). Oysa temelde okuru bilgilendirme işlevi gören fotoğraflar üzerinde yapılan bu değişiklikler gerçeklerin çok farklı olarak algılanmasına yol açmakta, gerçek dışı olayları olmuş gibi gösterme biçimi de etik bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır.

4.1.5. Özel Hayatın Gizliliği (Mahremiyet)

Temel insan hakkı olan özel hayat 19. yüzyıldan bu yana tartışılmaktadır (Korkmaz 2012). Dünyanın birçok ülkesinde yasalarla güvence altına alınan özel hayatın gizliliği, medya tarafından en çok ihlâl edilen kavramlardan biri olmuştur. Gündelik hayatta sıkça karşılaşılan mahremiyet, TDK'da "kişinin kendine özgü yaşama tarzı, kendisini ilgilendiren tutum ve davranışı, özel yaşamı" (İnt. Kyn. 8) şeklinde tanımlanmıştır.

Özel hayatı ifade etmede kullanılan mahremiyet sözcüğü Yüksel'e (2003) göre kişinin, istediği kişi ile dilediği yer ve zamanda ilişki ve iletişim içinde bulunma hakkını ifade eder. Bu kavram, içinde bulunduğumuz internet çağı ile birlikte medyada popüler kişiler (politikacılar, sporcular, sanatçılar vb.) çevresinde daha fazla önem kazanmıştır (Korkmaz 2012).

Genellikle popüler isimleri yıpratmak veya itibarlarını sarsmak için kişilerin özel hayatı deşifre edilir. Gazeteci, görevi gereği popüler kişiler hakkında önemli gördüğü bilgiyi ön plana çıkarır. Popüler kişilerin özel hayatı, kamera veya cep telefonundan yararlanılarak oluşturulan ses ve görüntü kayıtlarıyla internet sitesine aktarılır. Bu bilgiler çoğu zaman kişinin izni olmadan haber sitelerinde paylaşılır ve özel hayatın gizliliği ilkesi bu şekilde ihlâl edilmiş olur.

Bir kullanıcı herhangi bir haber hakkında bilgi edinmek için internete bağlandığında, girilen siteler o kişinin bilgisayarında çerezler (cookies) bırakır. Çerezler klasörü internette yapılan tüm işlemlerin ve gezilen sayfaların kaydını tutar. Bu sayede pek çok site sahibi, ziyaretçiler hakkında bilgi almak için çerezler kullanır. İnternet gazeteciliği yapan sitenin web yöneticileri, kullanıcıya özgü profili bu şekilde ortaya çıkarır. İstenildiğinde bu dosyalar, belirli bir ücret karşılığında erişime açılır (Çakır 2009). Bu yolla kişinin mahrem alanı tehdit ve tehlike içine girmiş olur.

4.1.6. Haber Kaynakları

Haber kaynakları, gazetecilerin olmazsa olmazıdır. Çünkü haber bir kaynağa dayandırılmadan sunulduğunda asılsız, spekülasyon haber niteliği taşır. Bundan dolayı

gündemi belirlemede etkin rol oynayan haber kaynaklarının, haberin içinde açıkça belirtilmesi gerekir (Çavdar 2009).

Gazeteci haberi merkeze ulaştırırken çeşitli kaynaklardan yararlanır. Bu kaynaklar birinci el ve ikinci el kaynaklar olarak ikiye ayrılır. Birinci el kaynaklar muhabirin haberi yerinde gözlemediği, yani tanıklık ettiği haberlerdir. İkinci el kaynaklar ise ajanslardan, kamu ve özel sektör kuruluşlarından, basın açıklamalarından elde edilen bilgi ve belgelerdir (Tokgöz 1981). Dolayısıyla gazeteci haber toplarken, güvenilir ve birkaç kaynak tarafından doğrulanmış haberi değerlendirmelidir. Kaynağı teyit edilmemiş haberlere şüpheyle yaklaşmalıdır.

Ancak teknolojik gelişmelerin gazetecilik alanına girmesiyle, haberin paylaşılması konusunda sorunlar baş göstermiştir. İnternet gazeteciliğiyle siteler haber metnini “kopyala-yapıştır” yöntemiyle, herhangi bir kaynak göstermeden yayınlamaktadır (Erdoğan 2013). Okur, hangi siteye ait olduğunu bilmediğinden haberin doğruluğundan emin olamamaktadır. Böylece güvensizlik ve karmaşa baş göstermektedir. Bu da internet gazeteciliğindeki önemli etik sorunlardan birini oluşturmaktadır.

4.1.7. Ticari Kaygı

Gazete satışından sağlanan kazanç dışında, gazetelerin başlıca gelir kaynağı, ilân ve reklâmlardan elde edilen gelirlerdir. Bu açıdan bakıldığında gazetecilik, toplum yararına yürütülen bir hizmet olma yanında, ticarî bir etkinlik ve girişimdir (Araslı 2011).

İnternet gazeteciliğinde, geleneksel gazetecilikte olduğu gibi satın alınarak değil, ya ücretli abonelik sistemiyle ya da ilgili sitenin tıklanma sayısı doğrultusunda reklâm gelirinden pay alınır. Dolayısıyla internet yayıncılığı yapan siteler reklâm almak için kullanıcı sayısını artıracak, okurun dikkatini canlı tutacak yeni uygulamalar geliştirmektedir. Bu uygulamalar yoluyla reklâm haber, kurgusal oyunlar, akıl çelici ve cinsel içerikli görseller ve reklâm formatında haberler yayınlanarak ziyaretçi sayısı artırılmaya çalışılmaktadır (Dönmez 2010).

Örneğin, gazetelerin haberle birlikte kullandığı cinsel içerikli görseller yardımıyla dikkati çekilen ve fotoğraf galerisine yönlendirilen okurun sitede daha çok kalması sağlanmaktadır. Haber içeriğinin ve yayınlanma şeklinin kimi zaman kâr elde etme amaçlı olması, ticarî önceliklere göre haber yapıldığı savını güçlendirmektedir.

İnternet gazeteciliğinde yaygın olarak kullanılan görsel yöntemlerden biri de haberin reklâm içine sıkıştırılmasıdır. Habere ulaşmak isteyen kullanıcının başlığı tıklamasıyla birlikte, haberle ilgisi olmayan, üst üste açılan pencereler ekranı kaplamakta ve okur, reklâm haberi tıklamak zorunda bırakılmaktadır (Işık ve Koz 2009).

Kullanılan bu uygulamalar haberin gerçeklikten uzaklaşmasına yol açmakta ve mesleğin gelişimini de olumsuz etkilemektedir. Bu tür sitelerin bilgiyi paylaşmak için mi yoksa reklâm almak için mi haberi kullanmakta olduğu belirsizdir (Evers 2010). Reklâm ve haberin birbirine girdiği bu etik dışı yöntemler mesleğin geleceğini tehdit etmektedir.

4.1.8. Nefret Söylemi

Birçok ülkede “nefret söylemi” kapsamına giren ifadeleri yasaklayan yasalar çıkarılmasına karşın, bu kavram üzerine evrensel düzeyde kabul görmüş bir tanım yoktur. Sadece Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi, 1997 yılında kabul ettiği tavsiye kararında nefret söylemini “ırkçı nefreti, yabancı düşmanlığını, Yahudi düşmanlığını veya azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenli insanlara yönelik saldırgan ulusalcılık ve etnik merkezilik, ayrımcılık ve hoşgörüsüzlüğe dayalı diğer her türlü nefret biçimini yayan, kışkırtan, teşvik eden veya meşrulaştıran her türlü ifade biçimidir” şeklinde tanımlanmaktadır (Weber 2009).

İnternet gazeteciliğinde etik sorunlardan biri olan nefret söylemi, kişilere veya gruba yönelik ırk, din, ulus, politik görüş, cinsel kimlik üzerinden kışkırtıcı, ayrımcı bir dil kullanmasını hızlandırmakta ve olağanlaştırmaktadır (Erdoğan 2013). Ayrıca haber metinlerinde kullanılan kışkırtıcı ve ayrımcı dil, kişiler ve gruplar arasında nefreti körüklemektedir. Zamanla taraflar arasında hakarete, aşağılamaya dayanan kelimeler, farklı olana tahammülsüzlük, ırkçılık gibi nefret dilini yükseltmekte ve bu söylemler

zamanla nefret suçuna kadar gitmektedir. Bu yüzden görevi gereği olayı aktarıırken, gazetecinin haber ve yorum arasında objektifliğini kaybetmemesi gerekmektedir (Çelik 2013).

Gündelik hayatın önemli bir aracı haline gelen yeni medya gazeteciliği yazı, ses ya da görüntü aracılığıyla haberi paylaşmanın yanı sıra, takipçilerin görüşlerini yansıtabileceği, paylaşabileceği sohbet odaları veya tartışma forumları ortamı da sunar. Bu yolla okurdan haberlere tepki vermesi istenir. İnternet gazeteciliği aracılığıyla takipçilerin haberi yorumlarken kışkırtıcı, şiddeti özendiren, insanları aşağılayan yorumlarda bulunması ve web editörleri tarafından bunların denetimden geçirilmeden yayınlanması, şiddetin sürekliliği konusunda etkin bir rol oynamaktadır. (Erdoğan 2013).

4.1.9. Köprülerin Kullanımı Sorunu

İnternet gazeteciliğinin karakteristik özellikleri bölümünde anlatılan köprüler, yeni medyaya olumlu katkı sağlama yanında birtakım sorunları da beraberinde getirmiştir. Bunlar, hiper metinlerin doğrusal olmayan yapısından kaynaklanan, çoklu ortamda gezinme esnasında yaşanan kaybolma (being lost in hyperspace) ve yönelim kaybı (disorientation) sorunudur (Altun 2003).

Köprüler sayesinde internet gazeteciliğinde bir metne birden fazla bağlantı (link) eklenerek, okurun haber hakkında detaylı bilgilenmesi sağlanır. Fakat asıl sorun, okurun sanal ortamda, hedeflediği bilgiye nasıl ulaşacağı konusunda sıkıntı çekmesiyle başlar. Birden fazla bağlantı ve düğüm içeren çoklu ortamlarda, haber sitesinin başka sayfalara yönlendiriyor oluşu, istenilen habere ulaşamayan okurun hiper ortamda kaybolmasına neden olur. İsteddiği habere ulaşamayan okur, habere erişebilmek için yoğun zaman ve çaba harcar (Erdoğan 2013). Bunun sonucunda okurun dikkatinin dağılması ve umutsuzluğa kapılarak habere ulaşma isteğini kaybetmesi şeklinde bir durum ortaya çıkar. Ayrıca başka sayfalara yönlendirilme sonucu okurun, zararlı ve saldırgan içeriklerle karşı karşıya kalması da üzerinde tartışılması gereken bir başka etik sorundur.

4.2. Enformasyon

Enformasyon kavramının Türkçe’de karşılığı “bilgi”dir (İnt. Kyn. 9). Enformasyon, pek çok bilgi alanına göre yeniden yorumlanmaya açıktır. Daha çok teknoloji ile ilişkilendirilse de kapsamı ve sahip olduğu derinlik bakımından bu kavram akademik ve mesleki disiplin alanı haline de gelmiştir. Enformasyon, bilgi ve veri kavramları ile ilintili kullanıldığı için genellikle bunların benzer kavramlar olduğu kanısı oluşmuştur. Oysa veri, nitel ve nicel özellikleri olabilen, belirli bir maksatla şekillendirildiğinde enformasyona dönüştürülebilen parçacıklardır. Enformasyon, deney, gözlem, ölçüm, verilerin biçimlendirilmesi ve organize edilmesi sürecidir.

Türkçe’de her ne kadar enformasyon sözlüklerde “bilgi” olarak karşılık bulsa da daha kapsamlı bir anlama karşılık gelir. Çünkü enformasyon eylem içerdiğinden dolayı bilgi sözcüğü de kimi zaman yetersiz kalmakta, bu yetersizliğin önüne geçmek için bilgi yayma ve bilgi verme gibi tamlamalar ile kullanılmaktadır (2001 Yalvaç). Bilginin eyleme geçme sürecinde enformasyonun sınıflandırılarak biçimlendirilmesi, işlenmesi ve depolanması, içinde bulunduğumuz çağda teknolojinin sağladığı olanaklardan dolayı onun teknoloji ile ilişkilendirilmesini zorunlu kılmıştır. Bu bağlamda bilgi, sadece uluslararası düzeyde paylaşılmakla kalmamış, aynı zamanda çevrimiçi olarak bilgiye anında erişim mümkün kılınmıştır (Gürdal 1991).

Küreselleşme süreciyle bilim ve teknolojideki değişim ve gelişmelerin hızla toplumu dönüştürmesi, enformasyon teknolojisinin önemini daha da artırmıştır. Toplumsal, ekonomik, politik, askeri alanda enformasyon günümüzün en önemli ögesi olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla bilgi ve bilişim teknolojisinin bireylerin ve kurumların hayatını şekillendirmesi ve kendi ekonomisini, kurallarını oluşturması, enformasyona önemli bir kaynak ayrılmasını zorunlu kılmıştır (Çelik 1987).

Enformasyon, çift yönlü, keskin bir bıçağa benzetilebilir. Bilgiye çevrimiçi erişim, topluma ve bireye olumlu katkılar sağlamaktadır. Öte yandan enformasyonun belirli filtrelerden geçirilmemiş olması, gerçeklik algısını zedeleyebilmekte ve bilgiye olan güveni sarsabilmektedir. Merceğimizi medyaya yoğunlaştırdığımızda, internet gazeteciliği ile birlikte haberde ses, grafik, metin ve videonun kullanıldığı çoklu ortam, enformasyonu, kuşkulu bilgileri üreten ve yayan konumuna düşürebilmektedir.

4.3. Propaganda

Propaganda, kökeni Latince'ye dayanan *propagare* sözcüğünden türemiştir. TDK'da propaganda kelimesi “bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı vb. yollarla gerçekleştirilen çalışma, yaymaca” şeklinde tanımlanır (İnt. Kyn. 10).

Bu kavram 17. yüzyılda Roma Katolik Kilisesi tarafından Protestan mezhebine karşı kendi doktrinini savunmak ve kendi haklılığını güçlendirmek için kullanılmıştır. Fransız devrimi ile birlikte bu kavram din dışı amaçlarla da kullanılmaya başlanmıştır (Erkiş ve Summak 2011). Propagandanın etkin ve güçlü kullanımı Birinci Dünya Savaşı sırasında gerçekleşmiştir. Bu savaşa dâhil olan ülkeler, kendi vatandaşlarına, karşı tarafı haksız, kendilerini ise haklı göstermek, bu yolla savaşa olan inancı ve desteği canlı tutmak için propagandayı psikolojik bir silâh olarak kullanmışlardır.

Propagandanın Birinci Dünya Savaşı'nda etkin olarak kullanıldığı ülkelerden biri de İngiltere olmuştur. İngiltere'de 1914'te Charles Masterman yönetiminde İngiliz propagandasının yürütüleceği Wellington House adıyla bir savaş propaganda bürosu kurulmuştur (İnt. Kyn. 11). 1917'de bu büro enformasyon merkezine dönüştürülmüş, 1918'e gelindiğinde İngiliz halkı üzerindeki propagandayı Enformasyon Bakanlığı yürütmüştür (İnt. Kyn. 12).

İngiltere'nin kendi halkı üzerinde uyguladığı propagandalara örnek vermek gerekirse, savaşta aktif rol oynamayan, orduya katılmayan erkeklerde utanç duygusu ve suçluluk hissi uyandırmak için kullanılan araçlardan birisi, Wellington House tarafından hazırlanan posterdir. Bu posterde (Şekil 4.1) çocuklarıyla oturan aile babasına kızı tarafından “Baba, Birinci Dünya Savaşı'nda SEN ne yaptın?” sorusu yönlendirilir. Burada kullanılan propaganda yöntemi, çocuklar üzerinden milliyetçilik duygusunu uyandırmak ve erkeklerin orduya katılımını teşvik etmektir (İnt. Kyn. 13).



Şekil 4.1. Birinci Dünya Savaşı'nda erkeklerin orduya katılmasını teşvik eden afiş

İngiliz Savaş Bakanı Lord Kitchener'in resmedildiği Şekil 4.2'deki poster de yine savaş döneminde kullanılan propaganda araçlarından. Bu posterde Lord Kitchener, parmağını postere bakan kişiye doğru uzatmakta ve "İngilizler, Lord Kitchener sizi

istiyor. Orduya katılın! Tanrı Kral'ı korusun." şeklindeki sloganıyla orduya katılım çağrısında bulunmuştur (İnt. Kyn. 14).



Şekil 4.2. Savaş döneminde Lord Kitchener'ın orduya katılım çağrısını yansıtan afiş

İkinci Dünya Savaşı'na gelindiğinde propaganda kurumsal bir çatı altında varlığını sürdürmeye başlamış ve büyük kitlelere ulaşma konusunda en etkin dönemlerini yaşamıştır.

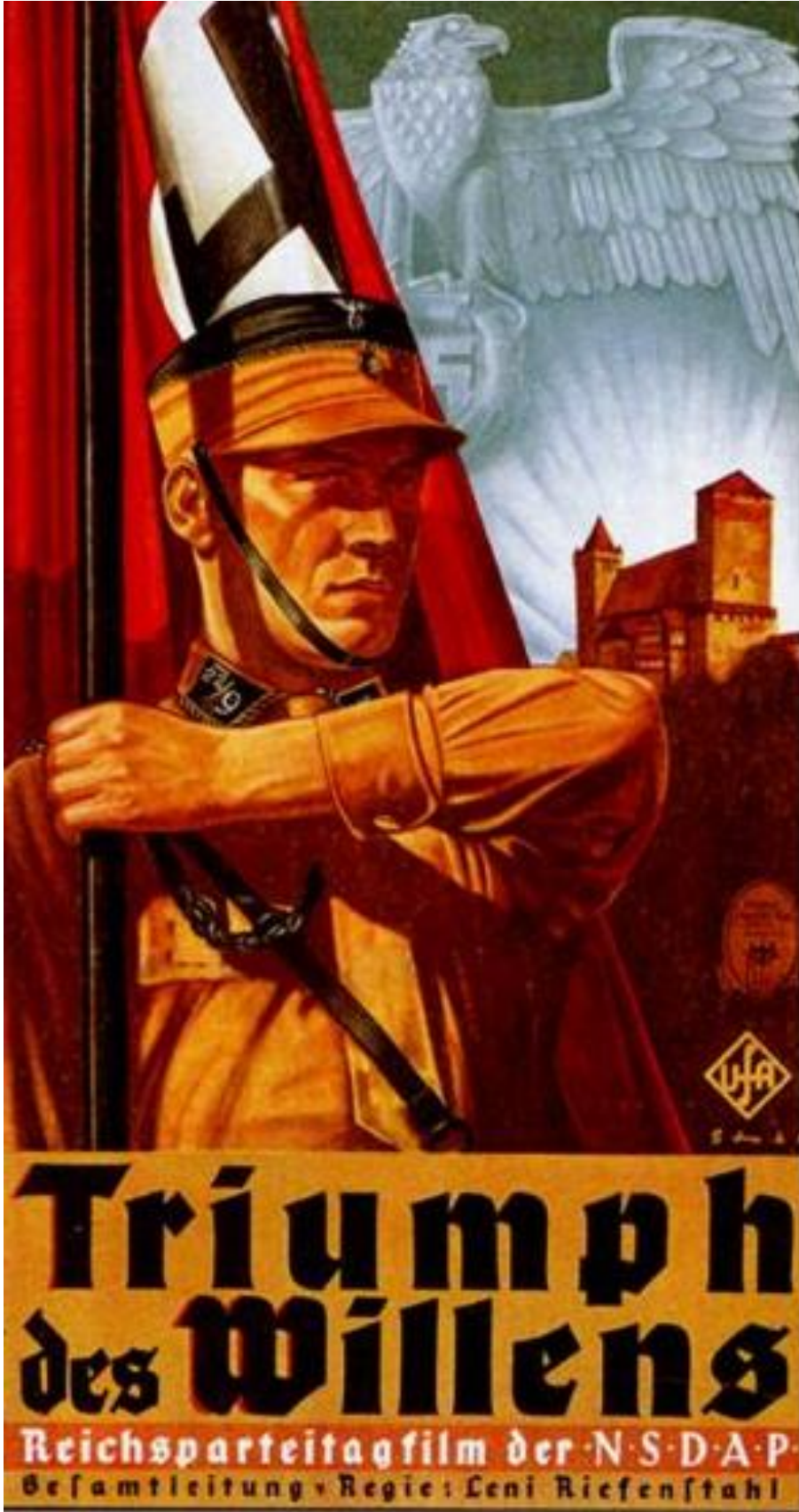
Özellikle İkinci Dünya Savaşı sırasında savaşa katılan ülkeler siyasi, ekonomi ve askeri amaçlarla propagandaya sıkça başvurmuştur. Öyle ki Hitler, iktidarı kazanmasını sağlayan propagandasının dünyaya hükmetmesini de sağlayacağını düşünmüştür (Geçikli 1999).

Hitler'in emriyle 1935 yılında hazırlatılan “Triumph des Willens (İradenin Zaferi)” isimli belgesel film, propagandanın her unsurunu ustalıkla barındırmaktadır (İnt. Kyn. 15).

Yönetmen Leni Riefenstahl her ne kadar bunun sanatsal bir belgesel olduğunu iddia etse de görsellerin kullanılışı, kamera açıları, yukarıdan çekimler, kameraların çokluğu, fon müzikleri ve Hitler'i kürsüde yüceltilmiş gösteren yakın planlarla bu film, propagandanın en iyi örneklerindedir.

Filmin açılış sahnesinde Hitler, bulutların arasından geçerek cennetten yeryüzüne inen tanrısal bir kişiliğe büründürülmüştür. Onu karşılayan her kesimden insanın yüzünde heyecan, coşku ve mutluluk görülmektedir. Sahneler arasındaki geçiş ve müzik bu coşkuyu besleyen diğer unsurlardır.

Filmde kolektif çalışma ve ortak hareket vurgulanırken bireysel unsurlara hiç temas edilmemesi, bireyin ancak topluluk içinde değer taşıdığına, tek başına önemsiz bir unsur olduğuna işaret sayılmıştır (İnt. Kyn. 16).



Şekil 4.3. Triumph des Willens (İradenin Zaferi) Almanca özgün sinema afişi

ABD hükümeti de, tarihsel süreç içinde propagandayı ülke politikalarını yönlendirme amacıyla kullanmıştır. Yakın geçmişte ABD'nin 2003 yılında Irak'ı işgal etmesi buna örnek olarak verilebilir. Irak'a yönelik planlanan ABD müdahalesinin gerekçesi olarak Saddam Hüseyin rejiminin elinde bulunan kitle imha silâhları gösterilmiştir. Bu savaşta ABD, küresel propaganda gücünü sonuna kadar kullanmış, haklılığını göstermek için ulusal ve uluslararası medya araçlarında, gazete ve dergilerde karikatürler hazırlatarak savaşın kazanılması yönünde propagandalar yürütmüştür (Kellner 2004).

Yukarıdaki örneklerde de görüleceği gibi devletler, politikacılar, insanlara belirli bir düşünceyi benimsetmek, algı oluşturmak, etkilemek ve insanları manipüle etmek için propagandayı bir araç olarak kullanmışlar, özellikle de savaş dönemlerinde kamu desteğini kazanmak için propagandanın etkin gücünden yararlanmaya çalışmışlardır.

Yapılan araştırmalar ve gözlemler göstermektedir ki internetin yaygınlaşmasıyla birlikte propaganda, yaşamın her alanında kendine yer bulmuştur. Sosyal medya üzerinden, bireylerin ve toplumların ihtiyaçları üzerinden, bazen aktif bazen de pasif yollardan propaganda yapılabilen, post-modernizmin getirdiği görece özgürlük algısıyla, ulaşılmaz görünen hayatların bir parçası olunabileceği hissi uyandırılmakta, klavye başında savaş stratejileri oluşturulabilmektedir (Köseoğlu ve Al 2013).

4.4. Misenformasyon

Çağımızda internet büyük bir bilgi kaynağı olmasının yanı sıra yanlış bilginin yayılmasını da kolaylaştırmıştır. Misenformasyon (misinformation) medya aracılığıyla gerçek bilginin eksik veya yanlış şekilde sunulması olarak ifade edilir (Stahl 2006). Oxford İngilizce sözlüğünde “yanlış ya da yanıltıcı bilgiler” olarak tanımlanan misenformasyon kavramı üzerinde yeterli çalışma yapıldığını söylemek zordur.

Enformasyon, ilk haliyle paylaşıldığında kişinin hafızasında kalıcı bir etkiye sahip olur. Ancak daha sonra enformasyonun yanlış olduğu tespit edilse bile insanın hafızasında başlangıçtaki bilgiler kalır. Dolayısıyla kişi bu tutumuyla misenformasyon içerikli bilgilere güvenmiş ve onları desteklemiş olur (Ecker *et al.* 2014).

Misenformasyon konusunda farklı bir yaklaşım sergileyen Cristopher Fox, bilgi ve misenformasyon arasındaki ilişkiyi “bilgi doğru olmak zorunda değildir; dolayısıyla bilginin doğru olmasında bir sakınca olmadığı gibi, yanlış olmasında da bir sakınca yoktur; bu sebeple misenformasyon bir bilgi türüdür.” şeklinde yorum yapmaktadır. Bu açıdan bakıldığında misenformasyon yanlış da olsa bir bilgidir ve bilgilendirici de olabilir.

Bilginin bir çeşidi olan misenformasyon kısaca eksik bilgi olarak ifade edilebilir. Ek olarak bilgiyi saklama, çarpıtma, tahrif etme, misenformasyon kavramına dahil edilebilir. Çünkü eksik ve konu dışı gibi görünen bilgiler hâlâ doğru, güncel ve bilgilendirici olabilir (Agbedo and Krisagbedo 2014).

4.4.1. Misinformasyonun Yayılmasında Kullanılan Stratejiler

İnternetin tüm dünyayı kuşatmasına paralel olarak çağdaş toplumların önüne geçemediği misenformasyon olgusunun genişlemesinde farklı etkenler rol oynamaktadır. Bu alanda söz sahibi kimi araştırmacılarca (Lewandowsky *vd.* 2012) misenformasyonun yayılmasında hangi stratejilerin uygulandığı ve nelerin etkili olduğu konusunda şu görüşler ileri sürülmektedir:

- Misinformasyon, söylentiler ve kurgular üzerine inşa edilir. Toplumlar yıllar boyunca söylentiler ve söylentilerin yansımalarıyla mücadele etmiş olmakla birlikte, ne yazık ki söylentiler misenformasyonun önemli kaynaklarından birini oluşturur. Örneğin 2006 yılında ABD’li Demokratların çoğuna göre, Bush yönetiminin 11 Eylül saldırılarını durdurmak için herhangi bir önlem almadığı görüşü, oluşturulan güçlü söylentilerden en dikkat çekici olanıdır.

- Medya, tanımı gereği kamuoyunu bilgilendirme amacı gütmesine rağmen sistematik olarak misenformasyonun yayılmasına da yardımcı olmaktadır. 11 Eylül saldırıları, Obama’nın sağlık reformu, Irak savaşı gibi yanlış bilgiler içeren haberlerin yayılmasında etkili olan organ medyadır.

- Misenformasyonun bir diğerk önemli kaynağı ise hükümetler ve politikacılarıdır. Örneğinin 2003 yılında ABD yetkililerinin Saddam Hüseyin'in kitle imha silâhi sahibi olduğuna dair kesin deliller sunması üzerine, ABD öncülüğünde Irak'ın işgal edilmesi ve işgal sonunda bu tür silâhlara hiçbir şekilde rastlanmaması bilgisi gösteriyor ki, hükümetler tarafından kullanıldığında misenformasyon etkin bir silâha dönüşebilmektedir.

- Bilgilerin yayılmasını, paylaşılmasını sağlayan internet, aynı zamanda misenformasyonun yayılmasında da en önemli kaynaklardan biri haline gelmiştir. Özellikle Web 2.0'ın ürünü olan sosyal ağ sitelerinin yaygınlaşması da misenformasyonun hızla yayılmasında büyük rol oynamaktadır.

Dünya Ekonomi Forumu 2013 raporuna göre, misenformasyon modern toplumlarda yaşamı tehdit eden bir unsur haline gelmiştir (İnt. Kyn. 17).

4.5. Dezenformasyon

Dezenformasyon (disinformation) TDK'na göre "herhangi bir konuda bilinçli olarak gerçeği saptırarak kişiyi veya kurumu yanlış bilgilendirme" anlamını taşır (İnt. Kyn. 18). Dezenformasyon denince akla, doğruluğu bulunmayan bir haberin toplumu, kişiyi, devleti yıpratmak amacıyla yayılması gelir. Kasıtlı yanıltıcı bilgi olarak tanımlanan dezenformasyon kavramı, 1949 yılında Rusça "dezinformacija"dan gelmektedir (Karlov and Fisher 2013).

Dezenformasyonun tipik örnekleri içine aldaticı reklâm, hükümet propagandası, kötü içerikli fotoğraflar, sahte belgeler ve haritalar, internet dolandırıcılığı, sahte web siteleri girer. Bu açıdan bakıldığında temelinde yalan yatan dezenformasyon kavramı son derece tehlikelidir. Çünkü haberlerin ekonomi, tıp, siyaset, kültür alanlarında yanlış ve yanıltıcı bilgi içermesi, insanda ciddi anlamda duygusal, finansal, hatta fiziksel tahribata sebep olabilmektedir (Fallis 2014).

Önemli bir propaganda aracı olan dezenformasyon "kara propaganda" olarak da bilinir. Hükümetlerin, politikacıların, askeri kurumların, gizli servislerin, tarihin her döneminde

kişilerin ya da devletlerin itibarının sarsılması için dezenformasyona başvurdukları bilinmektedir. Dezenformasyon yalnız devletlerin, politikacıların değil, şirketlerin de kendilerine rakip gördükleri veya ileride rakip olacağını düşündükleri devletlere, bireylere veya şirketlere karşı da kullanılmaktadır.

Tarihsel olarak bakıldığında İkinci Dünya Savaşı ve Soğuk Savaş döneminde de dezenformasyonun uygulandığı görülmektedir. Bilinen ilk dezenformasyon örneğine, İkinci Dünya Savaşı'nda General Dwight D. Eisenhower kumandasındaki Müttefik Kuvvetler'in gerçekleştirdiği Normandiya Çıkarması'nda tanık olunmuştur. Çıkarma harekâtı öncesinde şişme tank ve maketlerden oluşturulan hayalî bir birlik kurulmuş, İngiliz istihbaratı Alman silâhlı kuvvetlerini çıkarma bölgesi ve saldırının büyüklüğü konusunda yanıltarak sanki Müttefiklerin iki ayrı çıkarma planı varmış gibi asılsız bilgi yaymış ve Hitler'i buna inandırmayı başarmıştır.

Soğuk Savaş dönemine gelindiğinde dezenformasyon askerî ve siyasî alanda önemli bir taktik olarak görülmüş ve uygulanmıştır. Soğuk savaşın etkili olduğu yıllarda Sovyet istihbarat subayı Sergei Tretyakov'un açıklamalarına göre, dezenformasyon faaliyeti Rus İstihbarat Ajansı (KGB) tarafından çok sık başvurulan bir yöntem olmuştur. Özellikle nükleer savaş hakkındaki haberler (Agbedo and Krisagbedo 2014), 1952'deki Kore Savaşı'nda ABD'nin biyolojik silâh kullandığı, 1980'lerde AIDS virüsünün Amerikan laboratuvarlarında üretildiği gibi dezenformasyon haberlerinin arkasında da KGB yer almıştır (İnt. Kyn. 19).

Günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ile insanlar daha hızlı bilgi edinme olanaklarına sahip olmuştur. Habercilik alanında bireyler gelişen olayları internet üzerinden saniyesi saniyesine öğrenme olanağı kazanmıştır. Dolayısıyla bilgisayar ve internetin aracı olduğu enformasyon çağı yeni dezenformasyon yöntemlerini de ortaya koymuştur. Örneğin, saygın kurumların ve haber kaynaklarının web sitelerinin taklit edilerek internet kullanıcılarını kandırmaya yönelik bilgiler verilmesi, görüntü işleme teknikleriyle (PhotoShop vb. yazılımlar) sahte ya da modifiye edilmiş görseller oluşturulması, dezenformasyonu yaygınlaştırmış ve kolaylaştırmıştır (Fallis 2009).

İnternet trolleri olarak bilinen ‘paid posters’ ya da ‘paid blogger’lar internet ortamında bilinçli bir şekilde dezenformasyon paylaşan kişilerdir. Troller, pazarlama ve halkla ilişkiler konusunda özel şirketler ve resmi kurumlar, hatta hükümetler için bile dezenformasyon uygulamaktadır.

4.5.1. Dezenformasyon Hakkında Yapılan Analizler

Dezenformasyon kavramı hakkında ilk fikir yürüten düşünürlerden Luciano Floridi 1996 yılında “bilgi işlem süreci hatalı olduğu zaman dezenformasyon ortaya çıkar” şeklinde genel bir tanım yapmıştır. Bundan yedi yıl sonra Floridi’nin, “anlamsal içerik yanlış olduğunda misenformasyonu doğurur, şayet misenformasyonun kaynağı bilinçli olarak yapılıyorsa burada dezenformasyon söz konusu olur” şeklindeki analizi, dezenformasyon kavramıyla ilgili önceki eksiklikleri onarma şeklinde yorumlanabilir.

2009 yılında bilim adamı Don Fallis dezenformasyonu, “yanıltıcı bilgi” olarak tanımlar. Don Fallis yanıltıcı bilgilerin içinde inanılması güç olan yalanları dezenformasyon olarak görmez ve “dezenformasyonda bilgiler yanlış olabileceği gibi, doğru bilgilerle de dezenformasyon yapılabilir” şeklinde yorumda bulunur. 2010 yılı itibarıyla filozof Brian Skyrms, “yanıltıcı bilgiden sistematik şekilde faydalanmayı” dezenformasyon olarak tanımlar (Fallis 2014).

4.5.2. Dezenformasyonun Yayılmasında Kullanılan Stratejiler

Dezenformasyon amaçlı bilgiyi yaymak için genellikle şu stratejiler kullanılır:

- Hedef alınan kesime yanıltıcı bilgiler sunarak olumsuz yorumlara neden olmak
- Hedef alınan kesime, gerçek bilgiyi destekliyor ve savunuyor imajı çizerek daha sonra o bilgiyi geçersiz kılacak, hedeften uzaklaştıracak yorumlarda bulunmak,
- Hedef alınan kesime fazladan çarpıtıcı bilgiler eklemek (Agbedo and Krisagbedo 2014).

Gerçeği çarpıtarak kitleleri yanıltmak için kullanılan dezenformasyon çeşitleri ise şöyle sıralanabilir (Fallis 2009):

1. Dezenformasyon, genellikle kamu alanında ya da askeri alanda etkili olur. George Carlin'in belirttiği gibi "hükümetler yalan söylemez, bunu dezenformasyon yoluyla yürütürler" (İnt. Kyn. 20).

Ayrıca yabancı dildeki açıklamasına (The American Heritage Dictionary, The Oxford English Dictionary) bakıldığında ise dezenformasyon "hükümetler ya da özel istihbarat ajansları tarafından kamuoyuna kasten yanıltıcı bilgi verilmesi ya da sızdırılması" şeklinde tanımlanır.

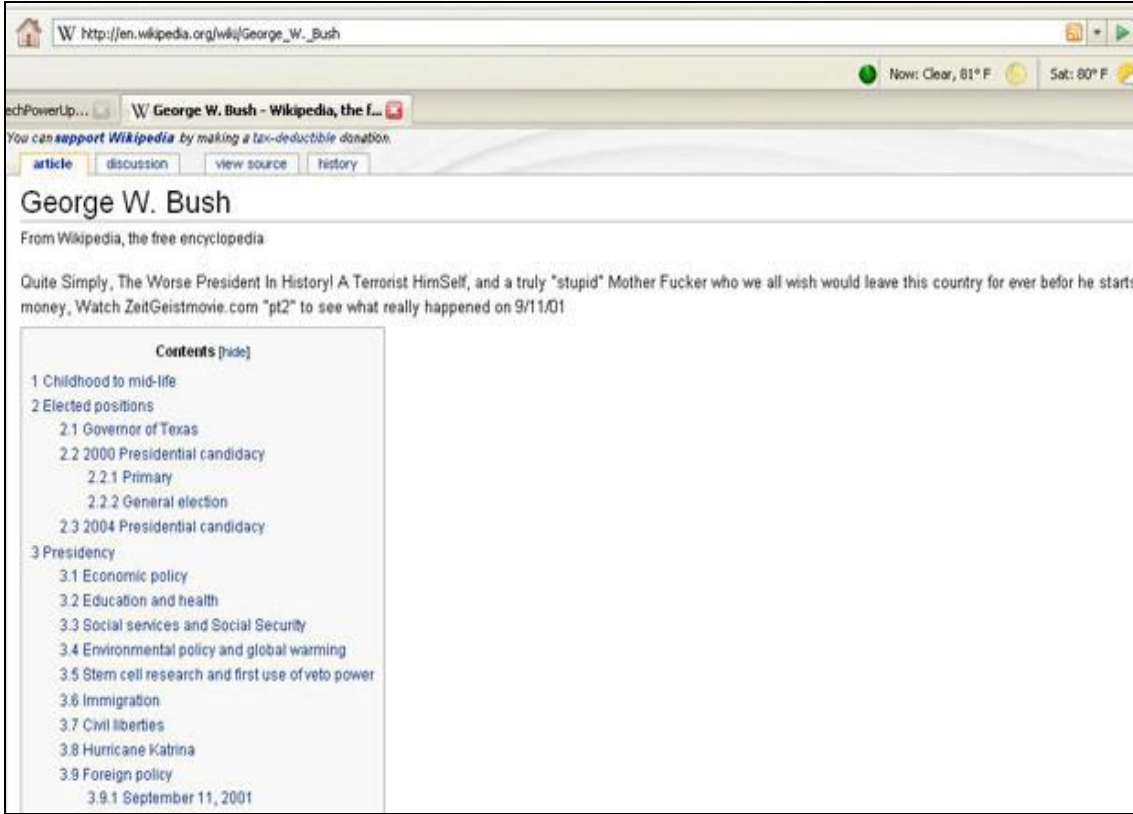


Şekil 4.4. George Carlin'in dezenformasyon yorumu hakkında youtube eklenen videosu

2. Dezenformasyon, genellikle dikkatle planlanmış ve teknik açıdan gelişmiş yöntemler kullanılarak yapılan aldatmacadır. Örneğin, internet korsanlarının yaptığı saldırı sonucu hacklenen Yahoo News ve The New York Times gibi haber sitelerinin içeriğinin kasten yanlış bilgilerle değiştirilmesi de uygulanan bir dezenformasyon çeşididir.

Web siteleri hacklenmeden de site içeriğine müdahale edilerek dezenformasyon uygulanabilir. Örneğin sıradan bir internet kullanıcısı, Wikipedia sitesine anonim bir

kullanıcı kimliğiyle yanlış bilgi yerleştirebilir. Şekil 4.5’te görüldüğü üzere Wikipedia sitesinin George W. Bush ile ilgili sayfasında “en kötü başkan...” olarak yorum içermesi örnek gösterilebilir (İnt. Kyn. 21).



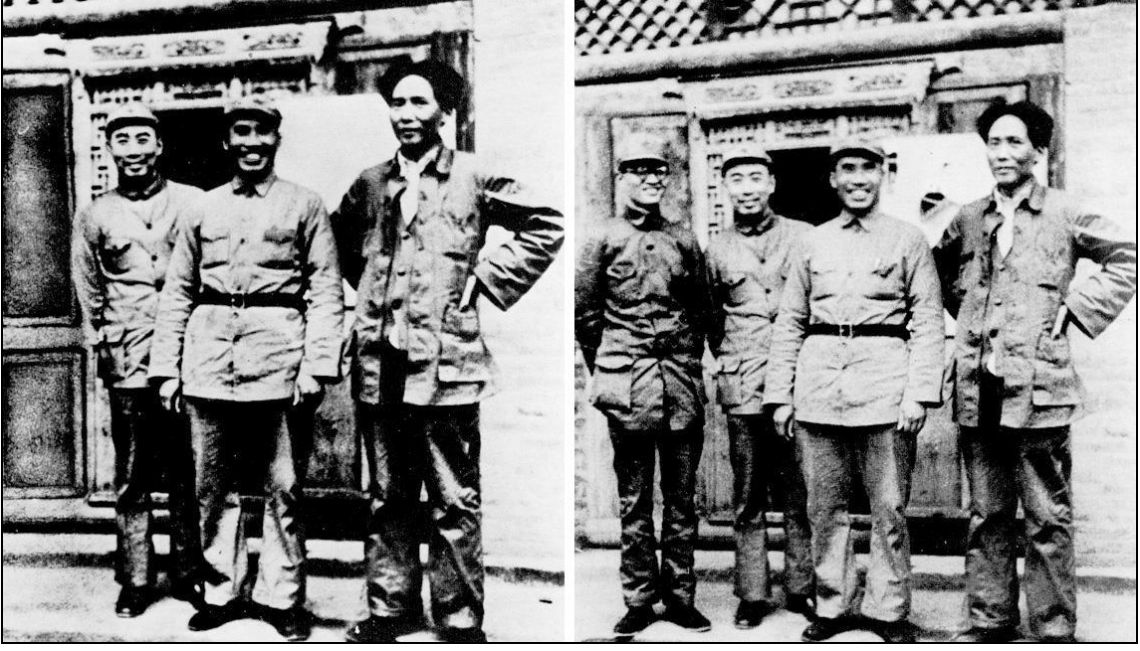
Şekil 4.5. Wikipedia sitesine anonim bir kullanıcı tarafından eklenen yanlış bilgi

3. Dezenformasyon genellikle yazılı ve sözlü olarak karşımıza çıkmaktadır, ancak yaygın olarak kullanılan bir başka yöntem de manipüle edilmiş fotoğraflardır.

Örneğin Stalin ve Mao'nun gözünden düşen kişilerin orijinal fotoğraftan çıkarılması, Kraliçe Elizabeth, Kanada Başbakanı William Lyon Mackenzie ve Kral 6. George'u bir arada gösteren fotoğrafın daha sonra manipüle edilmesi, dezenformasyon örneği olarak gösterilebilir (İnt. Kyn. 22).



Şekil 4.6. NKVD - İçişleri Halk Komiseri (Sovyet Gizli Polisi Şefi) Nikolai Yezhov 1940'ta Stalin tarafından idam edildikten sonra fotoğrafı kareden çıkarıldı.



Şekil 4.7. Çin Komünist Partisi liderlerinden Po Ku, 1936'da Mao'nun gözünden düştükten sonra orijinal fotoğraftan kaldırıldı.



Şekil 4.8. Kanada Başbakanı William Mackenzie'nin seçim kampanyasında kullandığı posterde Kral 6. George, Kraliçe Elizabeth'in yanından silindi.

4. Dezenformasyon televizyon, gazete ya da internet aracılığıyla daha hızlı bir biçimde yayılmaktadır. Genel olarak “yanlış bilgi verme” anlamına gelen dezenformasyon son zamanlarda yeni medya alanında hızlı bir artış göstermektedir. Bu bağlamda

dezenformasyon, kitle iletişim araçlarıyla genel amaçlı kullanımın yanı sıra belirli kişi ya da kuruluşları da hedef alabilir.

4.6. Sosyal Medyada Misenformasyon ve Dezenformasyon

Sosyal ağlar, kişiler arası iletişim ve etkileşimi sağlayan online bir ortamdır. Facebook, Youtube, Twitter; felâket anlarında ve acil durumlarda yardım amaçlı bilginin yayılması konusunda sıklıkla kullanılan sosyal medya araçlarındandır. Örneğin Haiti ve Japonya'nın batısında gerçekleşen depremler, Sandy kasırgası, Marmara depremi vb. felâketin gerçekleştiği durumlarda sosyal medya kullanımında artış olduğu gözlenmektedir.

Sosyal medya araçlarının acil durumlarda ilgili birimlere ulaşma imkânı sağlaması, beraberinde kullanıcıların habere yorum yapması, paylaşması ve tartışması gibi aktif olarak sürecin içinde yer almasına olanak sağlar. Bu durum avantaj gibi gözükse de paylaşılan her bilgi asıl haberden uzaklaşıp misenformasyonun ve dezenformasyonun yayılmasına katkı sağlar. Çünkü acil durumlarda sosyal medya kullanıcılarının olay yerinden fotoğraflar ve bilgiler paylaşması birbirini tanımayan binlerce kişinin hızla kenetlenmesini ve organize olmasını sağlar.


Haberî yardım amacıyla paylaşan kullanıcılar, bilgileri yaydıkça yeniden enformasyonu şekillendirip insanlara tedirginlik veren bir boyuta ulaştırır (Abdullah *et al.* 2015). Anonim kimliklerin arkasına sığınarak yapılan bu paylaşımlar hızla misenformasyonu ve dezenformasyonu doğurur.

İnternet üzerinden organize olan kitlelerin anonim kimlikleri sayesinde sokaktaki göstericilerin tutuklanıp hapse atılmaları, ceza görmeleri daha az risk taşımaktadır. Dahası, organize olup sokağa indiğinde çok sayıda kişinin nicel çoğunluktan dolayı daha az hedef olacağı düşünülmektedir (İnt. Kyn. 23).

Ülkemizde Taksim Gezi Parkı'nda başlayan toplumsal hareketlilik her yönüyle değerlendirme gerektirmektedir. Fakat biz sosyal medyanın bu hareketlilik karşısında oynadığı rol üzerinde belirli ölçüde durmaya çalışacağız.

Bilgiye ulaşmayı ve paylaşmayı kolaylaştıran sosyal medya araçları, aynı zamanda hızla

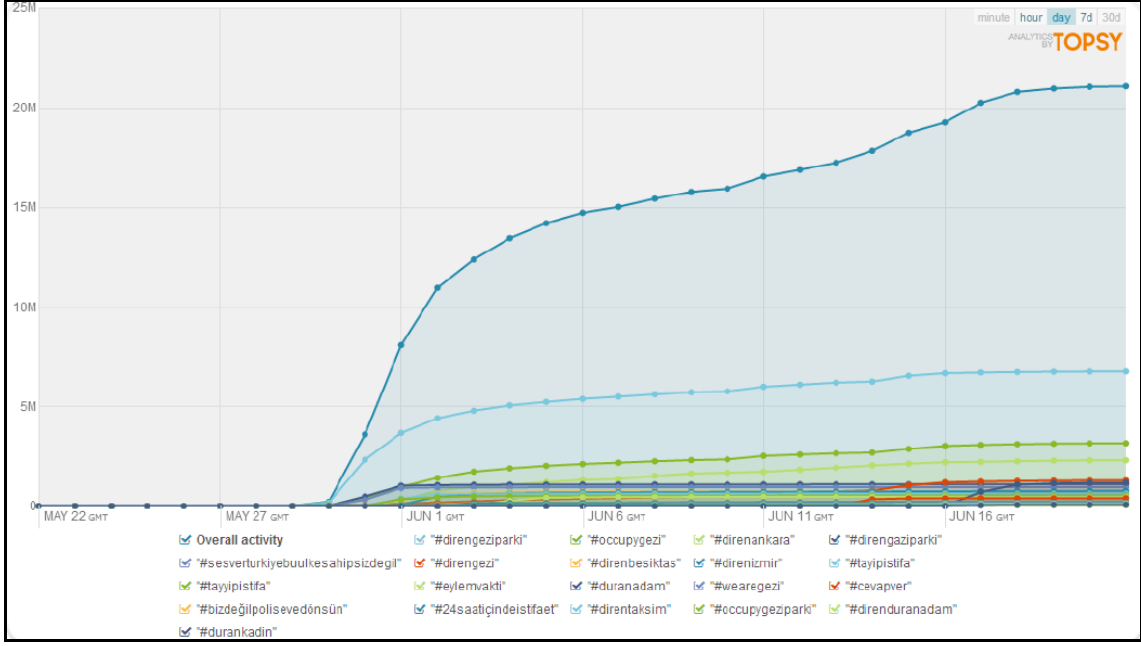
organize olmayı sağlayan bir sosyalleşme platformudur. Sosyal medyanın toplumsal örgütlenmede önemli bir araç olduğu Gezi Parkı süreci boyunca gözlenmektedir. 2013 yılındaki Gezi eylemleri sırasında Twitter'ın kullanıcı sayısında meydana gelen artış buna örnek gösterilebilir. 29 Mayıs tarihinden 10 Haziran'a kadar süren gösterilerin yoğun olarak yaşandığı zaman diliminde, aktif Twitter kullanıcısı Şekil 4.4.'te belirtildiği gibi, 1,8 milyondan 10 milyona yükselmiştir (Banko ve Babaoğlan 2013).



Gün	Farklı Kullanıcı
29 Mayıs	1.819.403
30 Mayıs	2.875.435
31 Mayıs	3.874.144
1 Haziran	4.775.473
2 Haziran	5.512.087
3 Haziran	6.122.647
4 Haziran	6.709.327
5 Haziran	7.240.546
6 Haziran	7.769.427
7 Haziran	8.233.243
8 Haziran	8.690.022
9 Haziran	9.156.847
10 Haziran	9.548.503

Şekil 4.9. Günlük aktif Türk Twitter kullanıcı sayıları

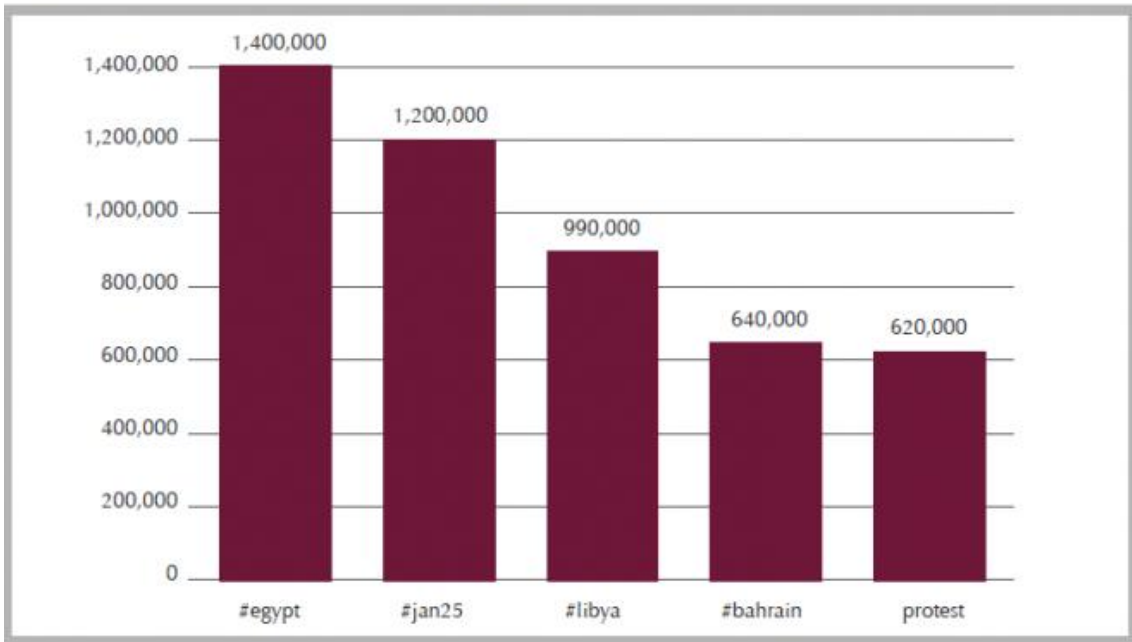
Gezi Parkı eylemleri süresinde kullanılan etiket (hashtag) sayısı 120'yi bulurken, Şekil 4.5. incelendiğinde bu etiketler üzerinden paylaşılan toplam mesajların sayısının 24 milyona yaklaştığı gözlenmiştir.



Şekil 4.10. Twitter mesajları toplam artış grafiği

17 Aralık 2010 tarihinde Tunus'ta başlayan Arap Baharı, Cezayir, Libya, Mısır, Ürdün, Yemen ve Bahreyn'de de büyük çapta etkili olmuştur. Şekil 4.6'da sosyal medya araçlarından biri olan Twitter'ın Arap Baharı gösterilerinde de etkin bir şekilde kullanıldığı gözlemlenmektedir (İnt. Kyn. 24).

Figure 29: Top Twitter Trends in the Arab Region Q1-2011 (number of mentions)



Şekil 4.11. Arap coğrafyasında Twitter kullanım grafiği

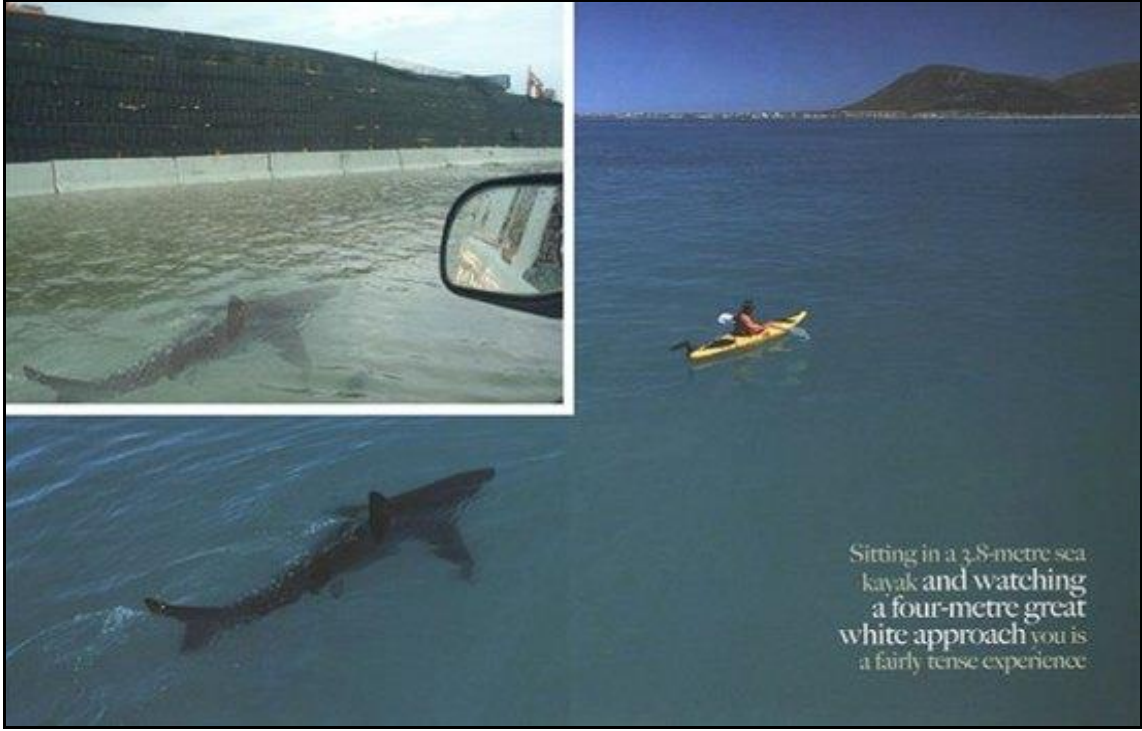
İnternet gazeteciliği açısından değerlendirdiğimizde, haberi hızla yayınlamak adına kaynağı teyit edilmeden sosyal medya üzerinden doğruluğu kanıtlanmamış bilgilerin paylaşılması, haber içeriğinde doğruluk ve güven kavramını sorgular hale getirmiştir. Ülkemizde bunun rneği Gezi Parkı eylemleri esnasında sosyal medya aracılığıyla paylaşılan haberler olmuştur. Dünyada bunun rneği Wall Street eylemlerinde ve Arap Baharı sürecinde ortaya çıkmıştır.

4.7. Misenformasyon ve Dezenformasyon Haber rnekleri

İnternet gazeteciliği, haber zenginliği ve arşiv kolaylığı sağlasa da bu ortamda doğru olmayan bilgiler de yer bulabilmektedir. Eksik ya da yanlış bilgilerin bilinçli bir şekilde yayılması ile ilgili olarak dünyada pek çok örnekle karşılaşılmaktadır. Bunlardan bazıları şöyle sıralanabilir:

- Ağustos 2011 tarihinde ABD'nin doğu sahilleri Porto Riko'yu vuran İrene Kasırgası'nda, ilk olarak reddit.com internet sitesinde "Porto Riko sokaklarında sel sularında yüzen bir köpekbalığı görüldü." şeklinde bir haber yer almıştır.

Kısa sürede birçok haber sitesinde ve televizyon kanalında hızlı bir şekilde paylaşılan bilginin gerçekte 2005 yılında Afrika'da bir kayığı takip eden köpekbalığı haberi olduğu ortaya çıkmıştır (İnt. Kyn. 25).



Şekil 4.12. Porto Riko sokaklarında sel sularında yüzen bir köpekbalığı

- Ülkemizde 29 Ekim 2012 tarihinde Cumhuriyet kutlamaları sırasında “Polis, elinde Türk bayrağı olan çocuğu kovaladı” haberinin birçok haber sitesinde paylaşılmasından kısa bir süre sonra, fotoğrafın 2010 yılında İspanya’daki San Fermin Festivali’nde oyuncak bir boğa tarafından kovalanan küçük bir çocuğu ait olduğu anlaşılmıştır (İnt. Kyn. 26).

Bu haber, İrene Kasırgası’nda olduğu gibi, dezenformasyon yöntemlerinden biri olan dijital manipülasyona örnek gösterilebilir.



Şekil 4.13. San Fermin Festivali'nde oyuncak boğa tarafından kovalanan küçük bir çocuk

Haber ve mizah içerikli yayın yapan **sarajevo365.com** tarafından hazırlanan 30 Ekim 2014 tarihli bir habere göre, dünyanın önde gelen tenis oyuncularından Sırp asıllı Novak Djoković'in, İsrail'in Gazze saldırılarını protesto etmek için Müslüman olacağı haberi çok kısa sürede Türkiye'deki birçok haber sitesinde yer bulmuş, fakat haberin doğru olmadığı ve **sarajevo365.com** sitesinin mizah haberi olduğu anlaşılınca haber linkleri ilgili sitelerden kaldırılmıştır (İnt. Kyn. 27).

Bu haber, İnternet gazeteciliğinde haber etiği bölümünde üzerinde durmuş olduğumuz "Doğruluk ve Güven" sorununa da örnek oluşturmaktadır.

Djoković Gazze için müslüman oluyor - Sabah Spor - 30 ...
www.sabah.com.tr/.../djokovic-gazze-icin-muslu... Translate this page Sabah
2 hours ago - Dünyanın 1 numaralı raketi Novak **Djoković**, İsrail'in **Gazze**'ye yaptığı saldırılarını protesto etmek ve Filistinlilere destek vermek amacıyla ...

News for **djokovic gazze için müslüman oluyor**



Djokovic, Gazze için Müslüman oluyor

Radikal - 24 minutes ago

Dünya ve İsrail ile ilgili haberleri mi aramıştınız? **Djokovic, Gazze için Müslüman oluyor** haberi için hemen tıklayın!

More news for **djokovic gazze için müslüman oluyor**

Djoković, Gazze için Müslüman oluyor! - Tenis Haberleri ...

spor.mynet.com > Diğer Sporlar > Tenis Translate this page

2 hours ago - **Djoković, Gazze için Müslüman oluyor!** haberi ve Tenis haberleri için hemen tıklayın! Son dakika spor haberleri ve Tenis haber arşivi Spor ...

Tenisin bir numarası **Djokovic, Gazze için Müslüman oluyor ...**

<https://t24.com.tr/.../tenisin-bir-numarasi-djokovic-gaz...> Translate this page

2 hours ago - Novak **Djokovic**: **Gazze**'deki katliama daha çok yer vermesi ve dünya liderlerine baskı yapmaları için **Müslüman** dini kabul etmeye karar verdim.

Novak Djoković Müslüman olacağını açıkladı - Cumhuriyet

www.cumhuriyet.com.tr/.../Novak_Djoko... Translate this page Cumhuriyet

2 hours ago - Dünyanın 1 numarası raketi Novak **Djoković**, İsrail'in **Gazze**'ye yaptığı saldırılarını protesto etmek ve Filistinlilere destek vermek amacıyla ...

Gazze'ye destek için Müslüman olacak - Yeni Şafak

yenisafak.com.tr/.../gazzeye-destek-icin-mu... Translate this page Yeni Şafak

2 hours ago - Bosna-Hersek medyasına açıklamada bulunan Novak **Djoković**, **Gazze**'de ölen çocukların görüntülerini seyredemez hale geldiğini belirtirken, ...

Şekil 4.14. Ünlü tenisçi Sırp asıllı Novak Djoković'in Müslüman olacağı haberi

Doğan Haber Ajansı'nın, "İsviçre Meclisi'nin aldığı kararla ülkede bulunan tüm İslamî grup ve kuruluşların faaliyetleri yasaklandı" şeklindeki 9 Ekim 2014 tarihli haberi üzerine pek çok web sitesi bu haberi sorgulamadan yayınlamıştır.

Gerçekte ise IŞİD ile bağlantılı gruplara yönelik bir yasaklamanın söz konusu olduğu daha sonra anlaşılmıştır (İnt. Kyn. 28). Alınan kararın okura yanlış yansıtılması da açık bir dezenformasyon örneği teşkil etmektedir.



Şekil 4.15. Doğru olmayan bir haberin yayılması

YouTube'da yer alan 3 Ocak 2015 tarihli bir video görüntüsü kaynak alınarak yayınlanan "Dünyaca ünlü şarkıcı Ricky Martin, Los Angeles Otobanı'nda geçirdiği kaza sonucu hayatını kaybetti" şeklindeki haber üzerine birçok haber ve sosyal ağ sitesiyle haber kanalları hızla kazanın görüntülerini vermeye başlamıştır.

Kısa süre sonra Ricky Martin'in Instagram hesabından bu haber yalanlanınca ilgili siteler haberi kaldırmak zorunda kalmıştır. Bu haberle sosyal ağ sitelerinin misinformasyonun yayılmasında ne denli etkili olduğu bir kez daha görülmüştür (İnt. Kyn. 29)



Şekil 4.16. Ricky Martin'in Los Angeles Otoyolu'nda kaza geçirdiği haberi

Bilginin doğruluğu kontrol edilmeden Twitter üzerinden Gezi eyleminin büyüklüğünü göstermek için bir kullanıcı tarafından Şekil 9.'da paylaşılan fotoğrafın aslının, 11 Kasım 2012 tarihindeki Vodafone İstanbul Avrasya Maratonu'na ait olduğunun anlaşılması (İnt. Kyn. 30); yine Gezi Parkı eylemleri sırasında Twitter üzerinden paylaşılan TOMA'lardan kimyasal madde sıkılıyor haberine ait fotoğrafın, aslında yanık tedavisinde ilk yardımı anlatan bir siteye ait olması (İnt. Kyn. 31), karşılaşılan misinformasyon örneklerindedir.



Şekil 4.17. 11 Kasım 2012 Vodafone İstanbul Avrasya Maratonuna ait görüntü

TOMALARDAN KİMYASAL SIKILIYOR YALANI

CHP Gençlik Kolları @chpgenclikkolu 30 dk
Son dakika : Tomalardan kimsal sıkılıyor. Yaralılar yanık içinde.
#DirenTaksimGeliyoruz #1milyonyarintaksime
pic.twitter.com/uHbtSa9A1L
Fotoğrafı gizle



KULLANILAN FOTOĞRAFIN ALINDIĞI YER

2- İkinci Derece Yanıklar : Daha çok sıcak suyla haşlanma, alevle veya sıcak cisimle temasla oluşan yanıklardır. Ciltte kızarıklığa ek olarak su kesecikleri görülür. Çok ağrılı, iltihaplanmaya açık yanıklardır.

3- Üçüncü Derece Yanıklar : Tüm deri tabakalarının etkilendiği yanık türüdür. Sinir uçları da harap olduğundan ağrı azdır. İnci grisi – kahverengi gibi bir renk değişikliği vardır. Cilt kurudur ve buruşuktur. İyileşmesi çok uzun sürer ve iz kalır.



Şekil 4.18. Yanık tedavisinde ilk yardımı anlatan görsel

Misenformasyonun hızla yayılmasını sağlayan Twitter'da her yanlış retweet kamuoyunda büyük bir endişeye yol açmanın yanı sıra ülke ekonomilerini de olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Örneğin Associated Press haber ajansının Twitter hesabından "Beyaz Saray'da meydana gelen iki patlama sonucu Barack Obama yaralandı." haberinin kısa sürede yayılması, piyasayı etkileyerek Amerikan menkul kıymetler borsasının 143 puan düşmesine neden olmuştur. Associated Press daha sonra yaptığı açıklamada Twitter hesabının hacklendiğini ve bu haberin gerçeği yansıtmadığını kamuoyuna duyurmuştur (İnt. Kyn. 32).



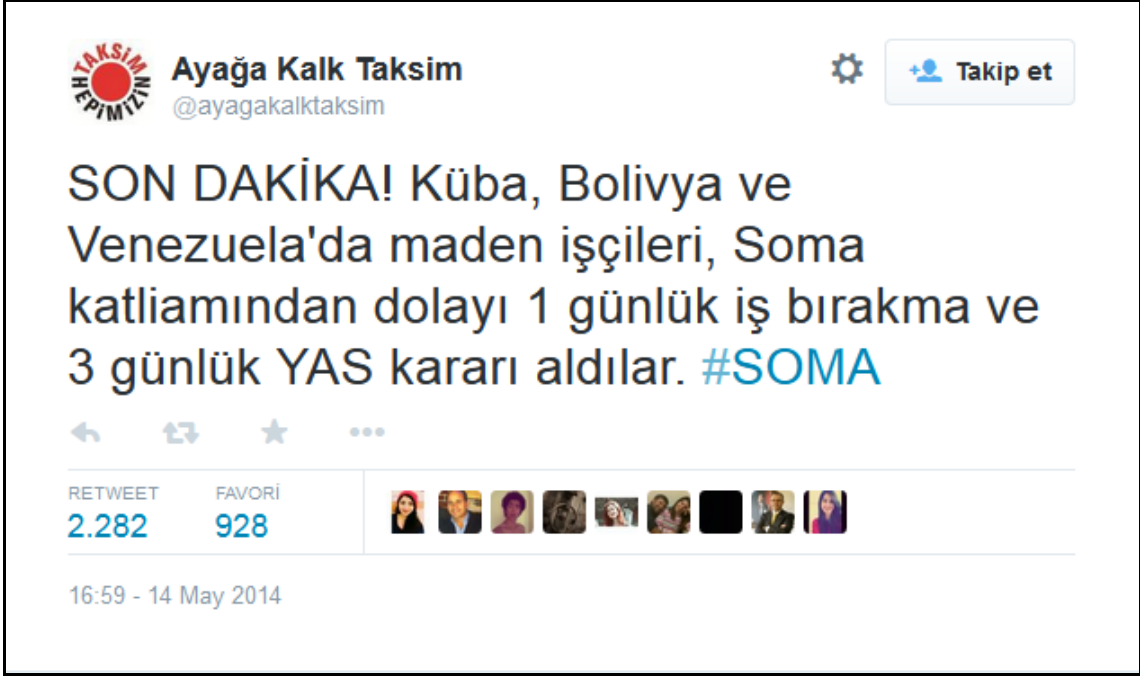
Şekil 4.19 Associated Press'in hacklenen resmi Twitter sayfası

Doğal afetler ve acil durumlarda sosyal medya araçlarının kullanım oranı artmakta, bu durum sosyal medyada asılsız söylentilerin yayılmasını da kolaylaştırabilmektedir.

Örneğin, ülkemizde 13 Mayıs 2014'te Soma'daki kömür madeninde çıkan yangın sonucu 301 işçinin ölümüyle sonuçlanan faciada Twitter üzerinden yayılmaya başlayan söylentilerden biri de Küba, Venezuela ve Bolivya'daki maden işçilerinin bu duruma tepki olarak iş bıraktığı ve yas kararı aldığı ile ilgili iddiadır.

Söz konusu ülkelerde bu haberin doğruluğuna rastlanmaz iken ülkemizdeki önemli haber organları dahi haberi teyit etmeden servise sunmuştur (İnt. Kyn. 33).

Daha sonra haberin yanlış olduğu bilgisine ulaşan www.sendika.org sitesi okuyucularından özür dileyerek haberi yayından kaldırmıştır (İnt. Kyn. 34).



Şekil 4.20. Twitter üzerinden yayılan söylenti haber

31 Mayıs 2013'te Twitter üzerinden, Gezi Parkı protestoları sırasında Beşiktaş'ın taraftar grubu Çarşı'nın bir TOMA'yı ele geçirip polislerin üzerine yürüdüğü haberi yayılmıştır.

Twitter'ın yanı sıra internet gazeteciliği yapan www.cagdasses.com sitesinde de haber benzer başlıkla yayınlanmıştır (İnt. Kyn. 35).

Haber üzerine Çarşı'nın Twitter'daki resmi hesabından, bu haberlerin gerçekleri yansıtmadığına dair bir açıklama yapılması gereği duyulmuştur (İnt. Kyn. 36)



Şekil 4.21. Beşiktaş'ın taraftar grubu Çarşı'nın bir TOMA'yı ele geçirdiği haberi

Sosyal medya araçlarından biri olan Facebook, misenformasyon ve dezenformasyon içerikli haberlerin hızla yayılmasında büyük katkı sağlamaktadır.

Örneğin Facebook'ta Burmalı bir Müslüman'ın yandığı ve gazetecilerin de olaya müdahale etmeyip fotoğraf çektiği yönündeki haber hızla Facebook'ta ve internet gazetelerinde yayılmaya başlamış (İnt. Kyn. 37), kısa süre sonra iddia edilen fotoğrafın Çin liderinin, Hindistan ziyaretini protesto için kendini yakan bir Tibetliye ait olduğu ortaya çıkmıştır.



Şekil 4.22. Çin liderinin, Hindistan ziyaretini protesto için kendini yakan bir Tibetli

Gezi Parkı eylemleri sırasında Twitter üzerinden CHP milletvekili Hüseyin Aygün'ün Şekil 18'de "Faşist Diktatörün polisinin plastik mermileri göstericiyi bu hale getirdi" şeklinde paylaştığı fotoğraf hızla sosyal medyada ve bağımsız internet gazetelerinde paylaşılmaya başlanmıştır.

Yayılan fotoğraf üzerine, dönemin İstanbul Valisi Hüseyin Mutlu, Twitter'dan açıklama yaparak haberin doğru olmadığını ve fotoğrafın da Arap Baharı protestoları sırasında Suriye askerlerince vurulmuş bir çocuğa ait olduğunu belirtmiştir (İnt. Kyn. 38).



Şekil 4.23. Suriye askerlerince vurulmuş bir çocuğa ait görsel

Gezi Parkı eylemleri sırasında, Twitter üzerinden gazeteci Yılmaz Özdil gösterilerin 24 saat sürmesi halinde hükümetin, Avrupa Birliği kararı ile düşürülebileceğini iddia etmiştir (Şekil 19).

Aslı araştırılmadan bu iddia sosyal medyada ve internet gazetelerinde paylaşılmaya başlanmış, kısa süre sonra iddia edilen tweetin gazeteci Yılmaz Özdil'e ait olmadığı gibi, bahsi geçen Twitter hesabının da gazeteciyle ilgisinin bulunmadığı ortaya çıkmıştır (İnt.Kyn.39).



Şekil 4.24. Gazeteci Yılmaz Özdil'in Gezi Eylemleri esnasında attığı tweet

02.09.2015 tarihli Takvim Gazetesi'nin Beşiktaşlı bir futbolcuyla ilgili haberine göre; "Mayıs ayında Alkent'teki evinden eşi ve çocukları ile çıkan yıldız oyuncunun arabasını

Beşiktaşlı bir taraftarın durdurduğu ve aynı kişi tarafından Melo'nun kafasına silâh dayandığı ortaya çıktı. Olay sonrası Melo'nun hemen Abdürrahim Albayrak'ı aradığı, tecrübeli yöneticinin de hemen Melo'nun yanına gittiği ifade edildi. Bu olay karşısında yıldız futbolcunun Inter takımı ile temasa geçtiği iddia edildi.” (İnt.Kyn.40) Haber aynı gün içinde Habertürk, Posta, Sporx, f5haber, Habersiz, Sabah gibi birçok sitede yayınlanmış, bunun üzerine yıldız futbolcu açıklama yaparak haberin yalan olduğunu ve herhangi bir tehditle karşılaşmadığını dile getirmiştir.



Şekil 4.25 Galatasaray'dan Inter'e transfer olan Melo hakkında yapılan haber

Fotoğraflar üzerinde manipülasyon, fotoğrafçılığın başlangıç tarihinden itibaren yapıla gelmektedir. Çünkü görüntünün inandırıcılığı, haber metnine göre daha etkilidir.

Bilgisayar teknolojisinin gelişimi ile görüntü manipülasyonu kolaylaşmıştır. Örneklendirilecek olursa, Tunceli'ye düğüne giden bir aracın dönüş yolunda PKK

tarafından yolu kesilmiş, araçtan indirilirken fotoğrafı çekilen Diren Tat adlı bir sekreter bir gün sonra Takvim Gazetesi'nin 04.09.2015 tarihli manşetinde "İşte kalles PKK" şeklindeki bir haberle canlı bomba olarak gösterilmiştir (İnt.Kyn.41).

Haberi gazetede okuyan Diren Tat, gazetenin kendisini terörist olarak gösterdiğini, dolayısıyla sokağa çıkamaz hale geldiğini belirterek savcılığa suç duyurusunda bulunmuştur.



Şekil 4.26. Takvim Gazetesinin canlı bomba olarak gösterdiği Diren Tat

Dijital manipülasyona bir örnek de Avusturya'nın en büyük gazetelerinden üç milyon tirajlı Kronen Zeitung'a aittir.

Orijinal fotoğrafta ailesiyle sokakta yürüyen bir baba, Kronen Zeitung gazetesinin yaptığı manipülatif haberde Esed rejiminden kaçan bir aile olarak gösterilmiştir.

Haberin inandırıcılığını artırmak için yıkılmış apartmanlar fotoğrafa arka fon olarak eklenmiştir (İnt.Kyn.42).



Şekil 4.27. Kronen Zeitung'un Esed rejiminden kaçtığı aile

06.09.2015 tarihli t24, Sabah, Haberturk, Taraf, yönhaber.com haber sitelerine göre, AKP'nin 1 Kasım seçimlerinde kullanacağı seçim şarkısının Mustafa Sandal'ın "İsyankâr" adlı şarkısından uyarlanarak yapılacağı iddia edilmiştir (İnt.Kyn.43).

Haberin kısa sürede sosyal medyada yayılması üzerine Mustafa Sandal Twitter üzerinden "Sabah enteresan bir haberle uyandık. İsyankâr şarkısıyla alakalı bir durum. İsyankâr şarkısı 2016 yılında bir reklam kampanyasında olacaktır. Doğrudur, fakat herhangi bir partinin seçim şarkısı olmayacaktır. Bu haber gerçeği yansıtmamaktadır" şeklinde açıklama yaparak haberi yalanlamıştır (İnt.Kyn.44).

YÖNhaber.com

Istanbul 24°C Dolar \$ 3,026 Euro € 3,418

Manşet Sürmanşet Siyaset Güncel Yaşam Medya Spor Kültür Sanat Daha Fazlası

ANA SAYFA >> Sürmanşet >> AKP'nin seçim şarkısı Mustafa Sandal'dan

AKP'nin seçim şarkısı Mustafa Sandal'dan

Şarkıda partinin 13 yıldır tek başına iktidar olmasına atıfta bulunarak, yeniden iktidar vurgusu yapacak



Şekil 4.28. AKP'nin seçim şarkısı Mustafa Sandal'dan olacağı iddiası

Gezi Parkı eylemleri sırasında sosyal medyada dolaşan bir başka haber, Türk polisinin elindeki biber gazını doğrudan köpeğin yüzüne sıktığı yönündeki fotoğraftır.

Polisin müdahalesine tepki gösteren birçok kişi bilgi akışının azlığı ve karmaşasıyla hızla fotoğrafı sosyal medya hesaplarında ve internet gazetelerinde paylaşmaya başlamıştır.

Kısa süre sonra iddia edilen fotoğraftaki polislerin arka yeleklerinde İspanyolca "policia" yazıldığı ve görüntünün Türk polisine ait olmadığı ortaya çıkmıştır (İnt.Kyn.45).

 **Greenpeace Türkiye** 
@Greenpeace_Med   Takip

RT @melisalphan: bunu gerçekten yürek kaldırmıyor. köpeğe zevk için biber gazı sıkan polis!!!! pic.twitter.com/WEm5ar4y2

RETWEET 394 FAVORİ 24

23:08 - 31 May 2013



Şekil 4.29 Gezi Parkı eylemleri sırasında sosyal medyada dolaşan haber

4.8. Gazetelerin Medya Tekzip Raporu

Cevap ve düzeltme hakkı (tekzip) “yalan veya kişilik haklarını ihlâl eden haberlerin en kısa sürede düzeltilmesini ve yanıtlanmasını sağlayan bir hukuk yoludur.” (İnt. Kyn. 46).

Yazılı ve görsel basında çıkan haberler yoluyla kişi veya kurumlar hakkında gerçeğe aykırı yayın yapılması, cevap ve düzeltme hakkının kullanılması için yeterlidir. Uluslararası platformda cevap ve düzeltme, temel bir hak olarak kabul edilmektedir.

Ülkemizde ise bu hak anayasaya göre “kişiler hakkında gerçeğe aykırı yayınlar yapılması veya yayın yoluyla kişinin şeref ve haysiyetine dokunulması hallerinde” kullanılmaktadır (Çiftçi 2009).

Kendisini “kişi ve kurumların haklarını ihlâl edici yayınları en aza indirmeyi görev edinen bir kuruluş” olarak ifade eden Medya Tekzip Merkezi (MTM) gazete, TV, dergi, haber ajansları ve internet üzerinden yayın yapan kuruluşları düzenli olarak taramakta ve “<http://www.medyatekzip.com>” sitesi üzerinden ulusal medya için tekzip karnesi yayınlamaktadır.

Medya Tekzip Merkezi, geleneksel (basılı) gazeteleri tarayarak 1 Mart 2014 ve 1 Mart 2015 tarihleri arasındaki bir yıllık dönem içinde yapılan bu türdeki yayınları “tekzip”, “cevap ve düzeltme”, “yalanlanmış haber” ve “düzeltme” ana başlıkları altında raporlamıştır (Çizelge 4.1).

Bu verilere göre listenin ilk beş sırasını; **Sabah** (22 tekzip, 19 cevap ve düzeltme, 61 yalanlanmış haber, 17 düzeltme), **Taraf** (3 tekzip, 30 cevap ve düzeltme, 33 yalanlanmış haber, 2 düzeltme), **Aydınlık** (21 cevap ve düzeltme, 5 yalanlanmış haber, 30 düzeltme), **Takvim** (18 tekzip, 7 cevap ve düzeltme, 23 yalanlanmış haber, 4 düzeltme), **Hürriyet** (4 tekzip, 10 cevap ve düzeltme, 14 yalanlanmış haber, 24 düzeltme) gazeteleri oluşturmaktadır (İnt. Kyn. 47).

Çizelge 4.1. Geleneksel gazetelerin tekzip raporu

Kurum	Tekzip	Cevap ve Düzeltme	Yalanlanmış Haber	Düzeltilme	Toplam
Sabah	22	19	61	17	119
Taraf	3	30	33	2	68
Aydınlık		21	5	30	56
Takvim	18	7	23	4	52
Hürriyet	4	10	14	24	52
Zaman	1	9	7	24	41
Star	1	21	4	9	35
Cumhuriyet	2	11	7	15	35
Yeni Şafak	1	13	15	4	33
Milliyet	1	9	11	12	33
Sözcü	2	10	9	9	30
Akşam	4	5	18	3	30
Habertürk	1	4	12	9	26
Birgün	6	14	1	2	23
Vatan	2	7	4	8	21
Yeni Akit	2	1	9	6	18
Yurt		12	2	2	16
Türkiye	1	1	3	7	12
Sol	1	7	1	3	12
Bugün		2	2	6	11
Radikal	1	5	1	2	9
Güneş		2	6	1	9
Posta		3	1	2	6
Milat	2	2		1	5
Fanatık			5		5
Dünya				4	4
Foto maç			4		4
AMK spor			3		3
Yeni Asya				2	2
Agos		1		1	2
Yeniçağ		1	1		2
Milli Gazete		2			2
Evrensel	1	1			2
Wall Street Journal			1		1
Milet			1		1
Karşı			1		1

Medya Tekzip Merkezi sitesi üzerinden dijital medyanın internet haber siteleri taranarak 1 Mart 2014 ve 1 Mart 2015 aylarını kapsayan bir yıllık dönem içinde sanal gazetelerin “tekzip”, “cevap ve düzeltme” ve “yalanlanmış haber” ana başlıkları altında yayınlanan rapor (Çizelge 4.2) incelendiğinde, bu türdeki haberlerin geleneksel medyaya oranla çok

daha az sayıda olduğu gör÷lmektedir (İnt. Kyn. 48).

Çizelge 4.2. İnternet haber sitelerinin tekzip raporu

Kurum	Tekzip	Cevap ve Düzeltme	Yalanlanmış Haber	Toplam
Sabah.com.tr	2	1		3
yenisafak.com.tr	1		1	2
sporx.com			2	2
Radikal.com.tr			1	1
Milliyet.com.tr			1	1
hurriyet.com.tr			1	1
gazetevatan.com			1	1
T24.com.tr			1	1
T24			1	1
Radyospor.com			1	1
Odatv			1	1
Haber7		1		1
Eurosport			1	1
Türkiye			1	1

Bunun nedeni ise internet gazeteciliği yapan sitenin, bu türdeki haberlerle ilgili sayfaları dilediği zaman güncelleyerek haberi anında değiştirebilme olanağına sahip olmasıdır.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

İçinde bulunduğumuz bilgi çağını karakterize eden özelliklerin başında hız kavramı gelmektedir. İnternet yayıncılığında ise hız çok daha farklı bir konuma sahiptir. Özellikle haber hızının istenilen düzeyde olması ve haberin en kısa sürede okuyucu ile buluşması çok önemlidir. Bu hıza ulaşılmaya çalışılırken, doğal olarak bilgi ve iletişim kazaları yaşanabilmekte ve haberler yeterince denetlenmeden ve sağlam kaynaklarca doğrulanmadan yayınlanmaktadır. Enformasyonun eksikliği, yanlışlığı ya da asılsızlığı ortaya çıktığında haber siteleri çevrimdışı kalarak hemen haberi yayından kaldırmakta ve çoğu zaman okuyucu bu durumun farkına bile varamamaktadır.

İnternet medyasında, kimi zaman rekabetten kaynaklanan ve belirli bir art niyet taşımayan, kimi zaman da ideolojik kaygılarla bilinçli bir şekilde yapılan misenformasyon ve dezenformasyon türü haber yayıncılığına tanık olunmaktadır. Bu durum, bireylerin algısında kırılmalara yol açma riski taşımakta ve yeni medyaya duyulan güveni sarsabilmektedir.

Geçmişte bu tür durumların önüne geçmek için Basın Ahlâk Yasası etkin olarak işletilmiştir. Çünkü günlük olarak yayınlanan gazetelerde haberin yanlışlığı ortaya çıktığında sonraki gün tekzip veya özür yoluyla haber düzeltilebilmekte ya da bu eylem için yasal ceza yaptırımı uygulanmasından dolayı yazı işleri müdürleri daha sorumlu ve ilkeli davranabilmekteydi.

Günümüzde ise önüne geçilemeyecek sayıda haber sitesinin var olması, bu denetimi ve yasal uygulamaları yetersiz kılmıştır. Web ortamında yer alan yayınların doğrulanması için çaba harcayan bazı haber siteleri bu boşluğu doldurmaya çalışmakta ise de zaman, olanak ve kapasite bakımından bu tür girişimler ne yazık ki iyi niyetten öteye gidememektedir. Bu boşluğu tam anlamıyla doldurmak için bağımsız bir kurum oluşturularak medyadaki haberlerin doğruluğu teyit edilmelidir. Hükümetlerin ve yasa koyucu mercilerin bu durumu göz ardı etmeden bir an önce yasal zemini oluşturması, birey ve toplum hayatı açısından son derece önemlidir. Topluma yön veren resmi-sivil güçler bunu sansüre giden bir araç olarak değil, düşüncüyü özgürleştirici ve iyileştirici,

hayatı kolaylaştırıcı bir süreç olarak görmelidir. Aksi takdirde yeni medya, özellikle bireyi özgürleştirme, hayatı kolaylaştırma iddiasını savunurken aslında bireyi daha çok izlenebilir ve kontrol edilebilir bir nesne haline getirme riskini taşımaya devam edecektir.

Bu iddianın temelinde misenforme ve dezenforme amacı taşıyan haberlerin, bireyin algısını şekillendirmedeki gücü ve bu gücün yönlendirilebilir olması yatmaktadır. Bunların her zaman salt belli ideolojik kaygılarla yapıldığını iddia etmek fazla abartılı bir yaklaşım olmakla birlikte, internet ortamında, özellikle sanal medyada özdenetim mekanizmasını işletecek veya zorlayacak yasaların, yaptırımların olmaması, kamuoyunda okurun algısıyla oynandığı izleniminin doğmasına yol açabilmektedir.

Sonuç olarak okur, yeni medyanın olanaklarından en üst düzeyde, özgürce yararlanabilmeli; misenformasyon ve dezenformasyondan arınmış gerçek enformasyonu her an elde edebilme, bundan yararlanarak katılımcı, demokratik, huzurlu ve duyarlı bir toplum oluşturma bilincine kavuşabilmelidir.

6. KAYNAKLAR

- Abdullah, N. A., Nishioka, D., Tanaka, Y., Murayama, Y. (2015). User's Action and Decision Making of Retweet Messages towards Reducing Misinformation Spread During Disaster. *Journal of Information Processing*, **23(1)**: 31-40.
- Agbedo, C. U., Krisagbedo, E. C. (2014). Lying Honestly for Government: Linguistic Manipulation as Disinformation Strategy in Nigeria. *Innovare Journal of Social Sciences*, **Vol 2**: 16-27.
- Altun, A. (2003). Understanding Hypertext in the Context of Reading on the Web: Language Learners' Experience. *Current Issues in Education*. **9**: 6-12.
- Anadolu, A. (2008). *Muhabirin El Kitabı*. Anadolu Ajansı Yayın - 7, Ankara, 25-29.
- Araslı, O. (2011). İnternet ve İnternet Haberciliği: Türkiye'deki Popüler Haber Sitelerinin Etiksel Açından İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 28-29.
- Banko, M., Babaoğlu, A. R. (2013) Gezi Parkı Sürecine Dijital Vatandaş'ın Etkisi. Kişisel Yayınlar (e-Kitap), 22-28.
- Barnhurst, K. G. (2010). Technology and the Changing Idea of News: 2001 US Newspaper Content at the Maturity of Internet 1.0. *International Journal of Communication*, **4**: 1082-1099.
- Bayçu, S. U. (2013). Halkla İlişkiler Yazarlığı. Anadolu Üniversitesi, 1. Baskı, Eskişehir, 17-20.
- Beckett, C., Mansell, R. (2007). Crossing Boundaries: New Media and Networked Journalism. *The London School of Economics and Political Science*, **1**: 92-104.
- Bengi, H. (2002). İnternet Gazeteciliği ve Telif Hakları Sorunu. VIII. Türkiye'de İnternet Konferansı. İstanbul, 19-21 Aralık, 36.
- Birsen, H. (2005). İnternet Haberciliği ve Aktif İzler Kitle İlişkisi Çerçevesinde Etik Tartışmalar. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, **3**: 68-79.
- Birsen, H. (2011). Internet Journalism and Journalistic Ethics; Working Conditions and Qualifications of Journalist in the New Media. *Journal of US-China Public Administration*, **2**: 230-240.

- Carlson, D. (2003). The History of Online Journalism. Kawamoto, K. (Ed.) Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism. Rowman & Littlefield Publishers, USA, 1-31.
- Çakır, A. (2009). Yeni İletişim Ortamlarıyla Değişen Gazeteler ve Gazetecilik Anlayışı. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 26-29.
- Çakır, H. (2007). Geleneksel Gazeteciliğin Karşısında İnternet Gazeteciliği. *Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, **22**: 123-149.
- Çakır, M. (2013). İnternet Haberciliğinde Yasadışı Göç Sorunu (Ocak 2011- Nisan 2012). *Online Academic Journal of Information Technology*, **4**: 106-124.
- Çavdar, G. (2009). Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve Etik. Medya ve Etik Sempozyumu, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, Elazığ, 07-09 Ekim, 163.
- Çavuş, S. (2010). Yerel Medya ve Etik (Konya Örneği). Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 22-55.
- Çelik, A. (1987). Enformasyon Teknolojisi ve Kütüphanecilik. *Türk Kütüphaneciliği Dergisi*, **1(3)**: 125-131.
- Çelik, E. (2013). Nefret Söylemi, İfade Özgürlüğünün Neresinde? *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, **2**: 205-239.
- Çevikel, T. (2004). Türkçe Haber Siteleri ve Türkiye’de İnternet Gazeteciliğinin Gelişimini Sınırlayan Faktörler. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Akademik Yayını*, 147-163.
- Çiftçi, A. (2009). İnternet Ortamında Yapılan Yayınlarda Cevap ve Düzeltme Hakkı. XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı, Bilgi Üniversitesi ve İnternet Teknolojileri Derneği, İstanbul, 12-13 Aralık, 1-14.
- Deuze, M. (2001). Online Journalism: Modelling the First Generation of News Media on the World Wide Web. *First Monday*, **6 (10)**: 1-8. (<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2826/2814#p6>)
- Deuze, M. (2003). The Web and Its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. *New Media & Society*, **5 (2)**: 203-230.
- Dilmen, N. E. (2012). Yönetenler Açısından Türkiye’de İnternet Gazeteleri ve Haber

Portalları Üzerine Bir Değerlendirme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, **22**: 91-101.

Domingo, D. (2006). Inventing Online Journalism. Development of the Internet as a New Medium in Four Catalan Online Newsrooms. Tesis Doctoral. Bellaterra: Universitat Autònoma de, Barcelona, 54-78.

Dönmez, İ., H. (2010). İnternet Haberciliğinde Tıklanma Kaygısı ve ‘Kapan’ Manşetler, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, **14**: 105-129.

Ecker, U. K., Lewandowsky, S., Chang, E. P., Pillai, R. (2014). The Effects of Subtle Misinformation in News Headlines. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, **20(4)**: 323.

Endres, Kathleen L. (2007). Evolution of Journalism and Mass Communication. *UNESCO-EOLSS, Journalism and Mass Communication*, **I**: 1-9.

Erdoğan, İ. (2013). Yeni Medya Gazeteciliğinde Etik Bir Paradigma Belirlemenin Kapsamı ve Sınırları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, **36**: 254-271.

Erkiş, İ. U., Summak, M. E. (2011). Propaganda ve Dış Politika. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, **14(1-2)**: 269-292.

Evers, H. (2010). İnternet Gazeteciliği ve Yeni Etik Sorunlar mı?. *Televizyon Haberciliğinde Etik*. Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel (der). Fersa Yayıncılık, Ankara, 322-327.

Fallis, D. (2009). A Conceptual Analysis of Disinformation. *iConference*, Chapel Hill, North Carolina, 1-8.

Fallis, D. (2014). A Functional Analysis of Disinformation. *iConference*, Berlin, 4-7 March, 621-627.

Geçikli, F. (1999). Geçmişten Günümüze Propaganda Kavramı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, **9**: 265- 276.

Gezgin, S. (2004). Gazeteciliğin ve Türk Yazılı Basınının Kısa Tarihsel Perspektifi (I) *İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi Dergisi*, **20**: 11-24.

Girgin, A. (2007). Gazeteciliğin Temel İlkeleri. Der Yayınları, İstanbul, 27-28.

Girgin, A. (2012). Haber. *İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, **10**:

85-96.

Gönenç, Ö. (2012). İletişimin Tarihi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi* **18**: 57-72.

Gürcan, H. İ., Batu, Ç. (2001). İnternet Gazeteciliğinde Sanal Yazı İşleri ve Gazetecilikte Değişen Roller. VII. Türkiye’de İnternet Konferansı, Askeri Müze, İstanbul, 1-3 Kasım, 28-38.

Gürcan, H., İ. (2012). İnternet Haberciliğinde Yazım Tekniği Yaklaşımları, *İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, **1.12**: 27-54.

Gürdal, O. (1991). Enformasyon: Terminolojik Yaklaşım. *Türk Kütüphaneciliği Dergisi*, **5 (3)**: 116-121.

Hanitzsch, T., Wahl-Jorgensen, K. (2009). The Handbook of Journalism Studies, First Published, Routledge, 237-249.

Huesca, R., D., B. (2003). Hypertext and Journalism: Audiences Respond to Competing News Narratives. *Democracy and New Media*, 281-307.

Işık, U. (2001). Sanal Gazetecilik “Özgürlüğe Kaçış Aracı Olarak İnternet”. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 50-90.

Işık, U., Koz, A. K. (2009). Cinsellik Üzerinden “Tık Ticareti” İnternet Haberciliği Üzerine Bir İnceleme. *Gazi Üniversitesi, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, **29**: 167- 188.

İlhan, E., Özdemir, M. (2012). Geleneksel ve İnternet Gazetelerinin Kültür-Sanat Haberlerine Yaklaşımı. Batman University International Participated Science and Culture Symposium, 18-20 April, **1**: 379-387.

Johnston, J. (2007). Turning the Inverted Pyramid Upside Down: How Australian Print Media is Learning to Love the Narrative. *Asia Pacific Media Educator*, **1(18)**: 1-15.

Karadeniz, Ş. (2006). Öğretim Amaçlı Hipermetin, Hiperortam ve Çoklu Ortamlar İçin Tasarım İpuçları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi*, **2**: 12-33.

Karaman, E. (2010). İnternet Gazeteciliği ve Yerel Medya: Muğla Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 10-35.

Karlova, N. A., Fisher, K. E. (2013). “Plz RT”: A Social Diffusion Model of

- Misinformation and Disinformation for Understanding Human Information Behaviour. *Information Research*, **18**: 1-17.
- Kellner, D. (2004). Spectacle and Media Propaganda in the War on Iraq: A Critique of US Broadcasting Networks. *War, Media, and Propaganda: A Global Perspective*, 69-77.
- Korkmaz, İ. (2012). Facebook ve Mahremiyet: Görmek ve Gözetle(n)mek. *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, **5**: 107-122.
- Köseoğlu, Y., Al, H. (2013). Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya. *Akademik İncelemeler Dergisi*, **8(3)**: 103-125.
- Kumar, K. K., Geethakumari, G. (2014). Detecting Misinformation in Online Social Networks Using Cognitive Psychology. *Human-Centric Computing and Information Sciences*, **4**: 1-22.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K., Seifert, C. M., Schwarz, N., Cook, J. (2012). Misinformation and Its Correction Continued Influence and Successful Debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*, **13**: 106-131.
- Megep. (2007). *Gazetecilik, Gazeteciliğin Temel Kavramları*, Ankara, 3-16.
- Mitchelstein, E., Boczkowski, P. J. (2009). Between Tradition and Change: A Review of Recent Research on Online News Production. *Journalism*, **10**: 562-586.
- Mora, N. (2012). Sözden İnternete Gazetecilik. *İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, **15**: 106-121.
- Murzakulova, G., (2008). Farklı Toplumlarda İnternet Gazeteciliği: Rusya ve Türkiye İnternet Gazetelerinin Karşılaştırmalı Çözümlemesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 17-34.
- Noci, J., D. (2013). A History of Journalism on the Internet: A State of the Art and Some Methodological Trends. *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, **1**: 253-272.
- Özdemir, M. (2009). Geleneksel Gazetecilik ve Sanal Gazetecilik Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 20-29.

- Özdemir, M., İlhan, E. (2012). Geleneksel ve İnternet Gazeteciliği'nde Haber ve Fotoğraf Kullanımı: Milliyet Örneği. *Journal of Life Sciences*, **1**: 807-816.
- Özel, S. (2012). “Yeni Medya”nın Temelleri Üzerine Bir Tartışma. *Online Academic Journal of Information Technology*, **3**: 31-45.
- Özgen, M. (2012). İnternet ve Türkiye’de İnternet Gazeteciliği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, **10**: 57-64.
- Siapera, E., Veglis, A. (2012). Introduction: The Evolution of Online Journalism. *The Handbook of Global Online Journalism*, Wiley-Blackwell Publication, Edition -1, Chichester, United Kingdom, 1-17.
- Stahl, B. C. (2006). On the Difference or Equality of Information, Misinformation, and Disinformation: A Critical Research Perspective. *Informing Science: International Journal of an Emerging Transdiscipline*, **9**: 83-89.
- Tiryakioğlu, F. (2009). Haberde Yönlendirme ve Etik Bağlamında Gazetelerde Kullanılan Haber Fotoğrafları ve Fotoğraf Editörlüğü. *Medya ve Etik Sempozyumu*, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, Elazığ, 07-09 Ekim, 293.
- Tokgöz, O. (1981). *Temel Gazetecilik*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Ankara, 3-73.
- Uzun, R. (2005). Telif Hakları ve İnternet Gazeteciliğinde İntihal. *Gazi Üniversitesi, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, **21**: 46-74.
- Ünlüer, A., O. (2006). Medyada Etik Söylem ve Medya Etiğini Biçimleyen Temel Belirleyiciler Üzerine Bir Değerlendirme. *Küresel İletişim Dergisi*, **2**: 1-15.
- Valauskas, E.J. (1997). Waiting for Thomas Kuhn First Monday and the Evolution of Electronic Journals. *University of Illinois at Chicago, First Monday (journal)*, 1-12.
- Van Der Haak, B., Parks, M., Castells, M. (2012). The Future of Journalism: Networked Journalism. *International Journal of Communication*, **6**: 2923-2938.
- Weber, A. (2009). *Manual on Hate Speech*. Council of Europe Publishing, Strasbourg, France. 1-3.

- Yalvaç, M. (2001). 21. Yüzyılda Enformasyon Profesyonellerinin Eğitim ve Öğretiminde Enformasyon Okur-yazarlığı Standartları. *Türk Kütüphaneciliği*, **15** (3): 136-150.
- Yamı, Ş. V. (2009). Dijital Manipülasyon ve Medya Etiği. *Medya ve Etik Sempozyumu*, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, Elazığ, 07-09 Ekim, 49.
- Yapar, A. (2012). Basında Etik. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, **4**: 15-33.
- Yardımcı, N. (2011). Yeni Köyde Eski Adetler. *Medya ve Etik Sempozyumu*, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, Elazığ, 13-15 Ekim, 429.
- Yüksel, M. (2003). Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi. *Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, **58**: 181-213.

İNTERNET KAYNAKLARI:

- 1- <http://www.sanatalemi.net/makale.asp?ID=4882> (e. t. 24.07.2013)
- 2- <http://www.tgc.org.tr>, (e. t. 27.11.2014)
- 3- www.umag.org.tr/default.asp?l=tr&kid=2&alt_kid=13&alt_kid1=54 (e. t. 15.12.2014)
- 4- <http://www.poynter.org/uncategorized/4907/the-web-and-the-future-of-writing/> (e. t. 18.12.2002)
- 5- <http://deuze.blogspot.com.tr/> (e. t. 25.02.2014)
- 6- <http://www.telifhaklari.gov.tr/ana/sayfa.asp?id=394> (e. t. 15.12.2012)
- 7- http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GT.S.561e2a2ccc8585.85780237 (e. t. 25.10.2006)
- 8- http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GT.S.561e2ae95f58.52136231 (e. t. 15.12.2006)
- 9- http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GT.S.561e2aff6c0873.59215702 (e. t. 15.12.2006)
- 10- http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GT.S.561e2b70b0bd55.79347097 (e. t. 15.12.2006)
- 11- https://en.wikipedia.org/wiki/Wellington_House (e. t. 11.03.2015)
- 12- http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://yourarchives.nationalarchives.gov.uk/index.php?title=Propaganda_in_the_First_World_War (e. t. 11.10.2010)
- 13- <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/17053> (e. t. 15.05.2015)
- 14- https://en.wikipedia.org/wiki/Herbert_Kitchener,_1st_Earl_Kitchener (e. t. 20.07.2015)
- 15- https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0radenin_Zaferi (e. t. 13.07.2015)
- 16- <http://www.imdb.com/title/tt0025913> (e. t. 24.07.2015)
- 17- <http://reports.weforum.org/global-risks-2013/risk-case-1/digital-wildfires-in-a-hyperconnected-world/> (e. t. 15.12.2013)
- 18- http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GT.S.561e2bc624c1d4.06789767 (e. t. 15.12.2006)
- 19- <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=29937> (e. t. 21.02.2002)

- 20- <https://www.youtube.com/watch?v=Q1TWZ6u0YLk> (e. t. 28.11.2011)
- 21- <http://www.complex.com/pop-culture/2012/01/the-50-craziest-lies-in-wikipedia-history/9> (e. t. 12.01.2012)
- 22- <http://www.radikal.com.tr/radikal.aspx?atype=haberyazdir&articleid=1076545> (e. t. 23.01.2012)
- 23- <http://www.dw.com/tr/sosyal-medyan%C4%B1n-arap-bahar%C4%B1ndaki-rol%C3%BC/a-15175703> (e. t. 21.06.2011)
- 24- <http://dijitalhayat.tv/sosyal-medya/sosyal-medya-occupy-wall-street-tahrir-meydani-ve-gezi-parki-protostolarinda-nasil-bir-rol-ustlendi> (e. t. 22.03.2015)
- 25- www.washingtonpost.com/blogs/blogpost/post/hurricane-irene-photo-of-shark-swimming-in-street-is-fake/2011/08/26/gIQABHAvfJ_blog.htm (e. t. 26.08.2011)
- 26- <http://www.haberturk.com/gundem/haber/789723-o-fotograf-fotomontaj>, (e. t. 31.10.2012)
- 27- <http://spor.haber7.com/diger-branslar/haber/1186069-musulman-olacagi-haberiyalan-cikti#> (e. t. 31.08.2014)
- 28- <http://www.yenisafak.com.tr/dunya/isvicrein-islami-faaliyetleri-yasakladigi-yalanlandi-691205> (e. t. 09.10.2014)
- 29- <http://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2015/01/05/ricky-martin-is-not-dead> (e. t. 05.01.2015)
- 30- <http://www.sabah.com.tr/fotohaber/yasam/gezi-parki-olaylarindaki-17-buyuk-yalan?tc=19&page=17> (e. t. 02.06.2013)
- 31- <http://www.haber7.com/guncel/haber/1039068-bu-da-tomalardan-kimyasal-sikiliyor-yalani> (e. t. 16.06.2013)
- 32- <http://www.businessinsider.com/ap-hacked-obama-injured-white-house-explosions-2013-4> (e. t. 09.10.2014)
- 33- <https://twitter.com/ayagakaltaksim> (e. t. 14.05.2014)
- 34- <http://www.sendika.org/2014/05/guney-amerikali-maden-iscilerinden-soma-grevi/> (e. t. 09.05.2014)
- 35- <http://arsiv.cagdasses.com/haber/1852-gundem-carsi-toma39yi-ele-gecirdi.html> (e. t. 01.06.2013)
- 36- <http://halkinkurtulusu.net/?p=3418> (e. t. 29.05.2014)

- 37- <http://www.haberler.com/katliam-dogru-fotograflar-yanlis-3803296-haberi/> (e. t. 22.07.2012)
- 38- <http://www.sondevir.com/gundem/135846/vali-mutlu-huseyin-aygunu-twitterdan-tokatladi> (e. t. 17.06.2013)
- 39- <http://odatv.com/egemen-bagistan-yilmaz-ozdil-2706131200.html> (e. t. 27.06.2013)
- 40- <http://www.haberler.com/melo-tehdit-aldigim-yalan-7656922-haberi/> (e. t. 03.09.2015)
- 41- <http://www.taraf.com.tr/guncel-haber/takvimin-fotosopla-canli-bomba-ilan-ettigi-diren-tat-hayati-tehlikem-var/> (e. t. 04.09.2015)
- 42- <http://gizmodo.com/5929952/newspaper-uses-photoshop-to-make-syria-even-worse-somehow> (e. t. 07.29.2012)
- 43- <http://www.yonhaber.com/surmanset/akpnin-secim-sarkisi-mustafa-sandaldan> (e. t. 06.09.2015)
- 44- <http://www.taraf.com.tr/guncel-haber/mustafa-sandaldan-ak-parti-secim-sarkisi-icin-aciklama/> (e. t. 06.09.2015)
- 45- <http://www.internethaber.com/polis-kopege-biber-gazi-sikti-yalani-541880h.htm/> (e. t. 31.05.2013)
- 46- <http://www.medyatekzip.com/10-soruda-tekzip-5s.htm> (e. t. 15.04.2011)
- 47- http://www.medyatekzip.com/denial_report.php?type=2&first_Day=01&first_Month=03&first_Year=2014&last_Day=01&last_Month=03&last_Year=2015 (e. t. 01.03.2015)
- 48- http://www.medyatekzip.com/denial_report.php?type=5&first_Day=01&first_Month=03&first_Year=2014&last_Day=01&last_Month=03&last_Year=2015 (e. t. 01.03.2015)

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Necla Toprak
Doğum Yeri ve Tarihi : Siirt - 1984
Yabancı Dili : İngilizce
İletişim (Telefon/e-posta) : novel_kafka@hotmail.com

Eğitim Durumu (Kurum ve Yıl)

Lise : Mehmet Akif Ersoy Y.D.A. Lisesi (2000-2004)

Lisans : Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisat Fakültesi Kamu Yönetimi
Bölümü (2005-2012)

Yüksek Lisans: Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İnternet ve
Bilişim Teknolojileri Yönetimi (2012-2015)