



GAZİANTEP UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Journal homepage: <http://dergipark.org.tr/tr/pub/jss>



Araştırma Makalesi • Research Article

Hakikat Ötesi Çağda Profesyonel Bilgi Doğrulayıcılığı Kimliği¹

Professional Fact-Checking Identity in The Post-Truth Age

Fırat ADIYAMAN^{A*}

^A Arş. Gör. Dr. İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Malatya/Türkiye
ORCID: 0000-0002-4933-4082

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 18 Ocak 2022

Kabul tarihi: 8 Temmuz 2022

Anahtar Kelimeler:

Bilgi doğrulama,
hakikat ötesi,
yalan haber,
Teyit.org

ARTICLE INFO

Article History:

Received: January 18, 2022

Accepted: July 8, 2022

Keywords:

Fact-checking,
post-truth,
fake news,
Teyit.org

ÖZ

Yalan haber olgusu, çağımızın temel problemleri arasında yer almaktadır. Yeni medyanın yaygınlaşması ve yükselişiyle birlikte yalan haber, geleneksel medyanın tekelinden çıkıp kitleselleşmektedir. Enformasyona erişimin kolaylaşması olumlu anlamda bir gelişme olarak değerlendirilirken kitlelerin yalan haberlere maruz kalması demokrasi gibi kurumlar için tehdit olarak algılanmaktadır. Gazeteciler açısından haberin teyit edilmesi geleneksel gazeteciliğin kodları arasında yer alırken, yeni medyada dijital tekniklerin artması gazetecilerin bu alanda yeni rehberler edinmesini gerektirmiştir. Böylelikle gazeteciler için birçok haber doğrulama kitapçıkları üretilmiştir. Öte yandan yalan haber sayısında yaşanan artış “bilgi doğrulayıcıları” veya “haber doğrulayıcıları” olarak yeni bir profesyonelliğin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Teknolojikleştirilmiş, rasyonelleştirilmiş ve profesyonelleştirilmiş haber doğrulayıcılığı, yalan haber çağında gazeteciliğe yeni bir işlev kazandırmak amacıyla gelişmektedir. Bu çalışmada, bilgi doğrulayıcılığının hangi düzeylerde geleneksel gazetecilik kimliği sınırları içerisinde yer aldığı sorunsallaştırılmaktadır. Eş deyişle, çalışmada haber doğrulayıcılarının profesyonel kimliklerinin oluşumu incelenmektedir. Aynı zamanda, çalışmada haber doğrulayıcılarının karşılaştığı güçlüklerin profesyonel kimlik üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Çalışmada nitel araştırma desenlerinden olgu bilim benimsenmiştir. Bu kapsamda teyit.org doğrulama platformunda çalışan üç bilgi doğrulayıcı ile görüşülmüştür. Elde edilen bulgulara göre, bilgi doğrulayıcılığı kimliği gerçeklerin aktarılması, objektiflik ve tarafsızlık konularında gazetecilikle benzerlik göstermektedir. Öte yandan bilgi doğrulayıcılığı kimliği, dijital beceriler, çalışma pratikleri ve hız başlıklarında gazetecilikten farklılaşmaktadır.

ABSTRACT

The phenomenon of fake news is among the main problems of our age. With the spread and rise of the new media, fake news gets out of the monopoly of the traditional media and becomes massive. While facilitating access to information is evaluated as a positive development, exposure of the masses to fake news is perceived as a threat to institutions such as democracy. While checking the news for journalists is among the codes of traditional journalism, the increase in digital techniques in the new media has required journalists to acquire new guides in this field. Thus, many news verification booklets were produced for journalists. On the other hand, the increase in the number of fake news has led to the emergence of new professionalism as "fact-checkers". Technologicalized, rationalized, and professionalized news verification is developing to give journalism a new function in the age of fake news. In this study, it is problematized at what levels fact checking takes place within the boundaries of traditional journalistic identity. In other words, the formation of the professional identities of fact-checkers is examined in the study. At the same time, the effects of the difficulties faced by fact-checkers on professional identity are discussed in the study. In the study, phenomenology, one of the qualitative research designs, was adopted. In this context, three fact-checkers working on the teyit.org verification platform were interviewed. According to the findings, fact-checking identity is similar to journalism in terms of telling truths, objectivity, and impartiality. On the other hand, fact-checking differs from journalism in terms of identity, digital skills, work practices, and speed.

¹ 26-27 Ekim 2021 tarihinde Erzurum’da düzenlenen “18. International Symposium Communication in the Millenium” sempozyumunda sözlü bildiri olarak sunulmuşve özeti, sempozyum bildiri kitabında basılmıştır.

EXTENDED ABSTRACT

The phenomenon of fake news is among the main problems of our age. With the spread and rise of the new media, fake news gets out of the monopoly of the traditional media and becomes massive. While facilitating access to information is evaluated as a positive development, exposure of the masses to fake news is perceived as a threat to institutions such as democracy. While checking the news for journalists is among the codes of traditional journalism, the increase in digital techniques in the new media has required journalists to acquire new guides in this field. Thus, many news verification booklets were produced for journalists. On the other hand, the increase in the number of fake news has led to the emergence of new professionalism as "fact-checkers". Technologicalized, rationalized, and professionalized news verification is developing to give journalism a new function in the age of fake news.

The study aims to determine the identity of fact-checkers in the post-truth era. The conceptualized post-truth refers to the blurring of the boundaries between the truth and the unreal. Social media and the use of the internet brought with it the intense knowledge that occurs in the amount of information. The journalism institution, which is in control of the production and distribution of information in the traditional media, faces new difficulties with the participation of citizens in the production of news and information along with the new media.

Information verification platforms are emerging as a new business model by differentiating from the journalistic institution. In an age where information pollution is intense, information verification platforms are becoming widespread in the fight against fake news. In this study, the Teyit.org verification platform, which was established in 2016, is examined. The study, it is aimed to determine the identity of the information verifier. In this context, it has been aimed to determine at what points the fact-checking identity and journalism identity intersect and differentiate. In this study, it is problematized at what levels fact-checking takes place within the boundaries of traditional journalistic identity. In other words, the formation of the professional identities of fact-checkers is examined in the study. At the same time, the effects of the difficulties faced by fact-checkers on professional identity are discussed in the study. In the study, phenomenology, one of the qualitative research designs, was conducted. In this context, three fact-checkers working on the teyit.org verification platform were interviewed. According to the findings, fact-checking identity is similar to journalism in terms of telling truths, objectivity, and impartiality. On the other hand, fact-checking differs from journalism in terms of identity, digital skills, work practices, and speed.

The public service function of the identity of the professional fact-checker consists of the verification of fake news. This component is similar to the function of journalistic identity to telling truths. At the same time, fact-checkers can decide what is true and what is false. As in the field of journalism, fact-checkers give importance to objectivity and impartiality. The fact-checker identity differs from journalism in terms of high digital skills.

Digital tools, which are mostly used in the verification of fake news, have an important place in the formation of the identity of the fact-checkers. Fact-checkers transparently explain how internet users access correct information in their analysis to improve their digital literacy. The " immediacy" factor, which stands at an important point in journalism. But although immediacy is important in information verification practices it remains in the background. According to the participants, speed can be a pressure factor in confirming false information that has a high risk of harm. Because they think that the type of misinformation spreads faster. However, respondents state that they do not publish their analysis unless they confirm the information from more than one source. There are various difficulties in information verification processes. The first is that the amount of misinformation is too large. According to the participants, the fact that the agenda is intense and constantly changing makes it difficult to follow the agenda. At the same time, misinformation spreading faster than true information is another major challenge. Participants state that false information they confirm may become permanent. When the interactions of information verification organizations with internet users are considered, the participants think that the feedback they receive from the users is important. Feedback can be functional to show how verified information is met. Finally, in some cases, institutions do not share resources and false information circulating in closed messaging groups cannot be confirmed, which is another difficulty.

Giriş

Yalan haber kavramı yeni bir olgu olmayıp kitle iletişim araçları döneminden çok daha önce var olmuştur. Yazılı basın döneminden önce taş, kil ve papirüs gibi araçların yüzeyine yazılan bilginin üretimi genellikle sınırlı sayıda bir grubun tekelinde olmuştur. Bu grup içerisinde krallar, firavunlar, askeri ve dini liderler gibi güçlü figürler yer almıştır (Burkhardt, 2017, s. 5). Enformasyonun üretimi ve dağıtımı üzerindeki bu kontrol, iktidarın inşa edilmesinde ve önemli işlevlere sahiptir.

Tarihsel süreçte birçok örneği görülen yalan haber, tarihin birçok döneminde ortaya çıkmıştır. Örneğin iktidar mücadelelerinde bir araç olarak kullanılan yanlış bilgilendirme, Roma İmparatorluğu döneminde antik tweetler olarak kavramsallaştırılabilecek bir olay şeklinde gerçekleşmiştir. Kısa sloganlar şeklinde madeni paralara işlenen yazıların, karşı tarafın ününü karalamasını amaçlamıştır (Posetti ve Matthews, 2018, s. 2). Gutenberg'in 15. yüzyılın ortasında icat ettiği matbaa, yazılı basının gelişmesi noktasında önemli bir teknolojik aşama olmasına karşılık yalan haberin yayılmasında benzer şekilde işlevsel olmuştur (Ireton ve Posetti, 2018b, s. 16). 1835 yılında New York Sun gazetesinde ay yüzeyinde insan benzeri canlıların yaşadığına ilişkin yayınlanan yalan haberler, gazeteciliğin ne olduğuna ilişkin tartışmaları beraberinde getirmiştir (Thornton, 2000, s. 89-96). 20. yüzyılda dünya savaşlarında basın, propaganda savaşlarında etkili bir araca dönüşerek ulus devletlerin enformasyon üzerindeki kontrolüne hizmet etmiştir (Quandt vd., 2019, s. 3-4). Bu bağlamda ele alındığında "yalan haber" kavramının yeni bir olgu olmadığı anlaşılmaktadır. Öte yandan dijital medya, yalan haber olgusunun dönüşümüne yol açmıştır.

Dijitalleşmeyle birlikte enformasyonun niteliğinde ve niceliğinde yaşanan dönüşüm, bilgi düzensizliği ve hakikat ötesi çağ kavramlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Hakikat ötesi çağ, gerçek ile gerçek dışı arasındaki sınırların silikleşmesini anlatan bir dönem olarak insanların doğru ve yanlış haberleri fark etmesinin güçleştiği bir zamanı işaret etmektedir. Dijitalleşmeyle birlikte son dönemlerde artışa geçen yalan haber olgusu, gazetecilik mesleğine olan güvenin aşınmasına neden olmaktadır. Reklam gelirlerinin internete kaymasıyla birlikte gazetecilik alanında yaşanan finansal kriz, yalan haber dönemine denk gelerek gazetecilik kimliğini yeniden üretmektedir.

Gazeteci kimliğinin yeniden üretiminin bir sonucu olarak ortaya çıkan bilgi doğrulayıcılığı kimliğinin ne olduğu konusu bu çalışmanın problemini oluşturmaktadır. Bilgi doğrulayıcılığı uzmanlığı, yalan haber ile mücadelede oluşan boşluğu doldurma hedefiyle son dönemde kurumsallaşmaktadır. Bu bağlamda çalışmada, ilk olarak bilgi doğrulayıcılığı kimliğinin ne olduğu saptanmaya çalışılmıştır. Bu amaç kapsamında ilgili literatür çerçevesinde bilgi doğrulayıcılığı uzmanlık alanını belirleyen boyutlar, belirlenmiştir. Bu boyutlar, gazetecilik kimliği ile karşılaştırılarak iki mesleğin kesişme noktaları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bilgi doğrulayıcılığı kimliğini oluşturan bileşenlerin saptanması amacıyla nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmeler çerçevesinde bilgi doğrulayıcılığı kimliğinin boyutları belirlenmiştir. Bu boyutlar ise gazetecilik kimliği ile karşılaştırılarak yorumlanmıştır.

Alanyazın

Yalan haber kavramı küresel bir sorun olarak artan yanlış bilgiye karşılık kurumsal ölçekte haberde yaşanan aşınmalara denk gelmektedir. Yalan haberin yükselişi, enformasyonun üretimi ve dağıtımında önemli bir noktada duran gazeteciliğin bir meşruiyet krizi yaşamasına yol açmaktadır. Yalan haber, tek başına haberin doğru olmadığını ifade eder. Yeni iletişim teknolojileri, yanlış bilginin üretiminde, dağıtımında ve tüketiminde baskın bir rol oynayarak yalan haberin küresel ölçekte toplumsal ve politik bir sorun olmasına neden olmuştur.

Yalan Haber Kavramı

Kavram olarak ele alındığında bilgi, farklı boyutlara sahiptir. Yalan haber, anlam olarak bilginin farklı anlamlarıyla ilişkili olabilmektedir. Bu sözcükler ise şu şekilde kategorileştirilmektedir: Dezenformasyon (dis-information): zarar verme amaçlı yanlış bilgidir. Mezenformasyon (mis-information): kasıt olmadan paylaşılan yanlış bilgidir. Mal-information: zarar verme amacı içeren doğru bilgidir (Wardle ve Derakhshan, 2017, s. 5).

Tandoc Jr vd. (2018, s. 141) literatür taraması kapsamında yalan haberin hiciv dışında “parodi, uydurma, manipülasyon, propaganda ve reklamcılık” şeklinde ortaya çıkabileceğini belirtmektedir. Yalan haberlerin kategorileştirilmesi incelendiğinde yanlış bilgi, medyada farklı türlerde ortaya çıkmaktadır. Televizyon programlarında örneği görülen “hiciv” içerikli yayınlar, izleyiciyi eğlendirme amacı güderek güncel olaylar üzerinden alaycı bir biçimde gerçekleşmektedir (Tandoc Jr vd., 2018, s. 141). Komedyenler, tarafından yapılan bu programlarda, politik ve toplumsal konular hakkında izleyiciyi güldürmek amaçlı içerikler üretilmektedir. Alayı içeren bu içerikler ise bağlamı dışında izleyiciler tarafından yanlış algılanabilme potansiyeline sahiptir.

Parodi haberler, hiciv benzeri olup insanları eğlendirmeyi amaçlar. Öte yandan bu tarz haberler, gerçeklerin insanlar tarafından yanlış yorumlanmasına neden olabilecek bir yapıya sahiptir (Narwal, 2018, s. 977). Hiciv/parodi haberler, yalan haberin yaygınlaşmasında bir rolü olmasına rağmen aynı zamanda yalan haberler ile mücadele kapsamında kullanılabilir (Sinclair, 2020). Parodi haberlerin bu özelliği ise okuyucuları eğlendirirken aynı zamanda düşündürmeye sevk etmesinden oluşmaktadır. Bu yönüyle parodi/hiciv haberler, yalan haberden anlam olarak farklılaşmaktadır.

Yalan haberin diğer bir türü, “manipülatif içerikler” biçiminde ortaya çıkmaktadır. Bu tür içeriklerin özelliği, gerçek bilginin aldatma amacıyla farklı bir hikâye şeklinde oluşturulmasıdır (Narwal, 2018, s. 978). “Uydurma içerikler” gerçeklerden tamamen kopuk bir şekilde kurgulanıp (Zannettou, 2019, s. 4) yalan haber kapsamına girmektedir. Yalan haber aynı zamanda propaganda kapsamında da kullanılabilir (Habgood-Coote, 2019, s. 1034). Propaganda süreçlerinde kullanılan uydurma hikâyeler, politik amaçlar doğrultusunda insanları yanıltmayı hedeflemektedir (Zannettou, 2019, s. 4; Tandoc Jr, 2018, s. 146). Bu bağlamda yalan haber, farklı yanlış bilgi türlerinde yaygın bir şekilde ortaya çıkabilmektedir. Yalan haberin yükselişi ve yaygınlaşmasında sosyal medyanın önemli bir rolü bulunmaktadır. Dijitalleşme, haberin üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerinin köklü bir biçimde dönüşmesine yol açmıştır. Sosyal medya, geleneksel haber endüstrisinin bir dağıtım kanalına dönüşmekle birlikte aynı zamanda yanlış bilginin yayılmasına da zemin hazırlamıştır.

Twitter ve Facebook sosyal medya platformları, yalan haberlerin platformlarında dolaşıma girdiğini kabul etmektedir. Bu platformlarda açılan sahte hesaplar, yanlış bilgiyi yaymada, bir fikrin desteklenmesi veya bir fikre saldırılması noktasında insanların karar verme süreçlerini etkileme amacını taşımaktadır (Atodiresei, 2018, s. 451). Sosyal medya platformları, haber toplayıcıları ve arama motorları tarafından kullanılan algoritmalar, kullanıcıların sitelerde veya uygulamalarda kalmasını sağlamak amacıyla otomatik olarak içerik önermektedir. Bireylerin, önerilen içeriklere maruz kalması ise yankı odasına veya filtre baloncuklarının oluşmasına neden olmaktadır. İdeolojik ayrışmaya neden olan bu süreç homofiliinin oluşmasına zemin hazırlayarak farklı görüşlerle karşılaşma durumunda inanılan görüşle çelişen bilgilere değer verilmemesine neden olmaktadır (Yoo, 2007, s. 2). Sosyal medya platformlarının yalan haberle olan ilişkisi, platformların kullandığı algoritmalarla kaynaklanmaktadır.

Yankı odaları, sosyal medyada kullanıcıların farklı düşüncelerle karşılaşmasını sınırlayarak benzer düşünen insanların ortak düşünce ve anlatılar etrafında bir arada toplanmasına (Cinelli vd., 2021, s. 1) neden olarak yanlış bilginin hızlı bir şekilde yayılmasında

önemli bir role sahiptir. İnsanlar aynı zamanda teyitlenmiş içerikleri paylaşırken de kendi düşüncelerinden hareket etmektedir. Örneğin Shin ve Thorson'un çalışmasında (2017) partizan internet kullanıcılarının kendi adaylarını desteklemek veya diğer partilerin adaylarını karalamak amacıyla teyit edilmiş mesajları seçerek paylaştığı belirlenmiştir.

Yalan haberin teyit etme süreçleri ele alındığında yanlış bilginin teyit edilmemesinin çeşitli faktörleri bulunmaktadır. Okuyucular, "politik tükenmişlik", "ruh halinin iyi olmaması veya ilgisiz olma", "araştırmanın uzun süre alması", "mobil araçlarda araştırmanın zorluğu" ve "yanlış bilgi hakkında aşırı özgüven" gibi faktörlerden dolayı yanlış bilgiyi teyit etmeme yoluna gidebilmektedir (Geeng vd., 2020, s. 7). Okuyucuların yanlış bilgi ve haberleri teyit etmede yaşadığı güçlükler ve gazeteciliğin yalan haber karşısında yeterli tepkiyi gösterememesi, teyit organizasyonlarının yaygınlaşmasını beraberinde getirmiştir.

Bilgi Doğrulayıcılığı Kimliği

Doğrulama platformlarının ortaya çıkmasında "gazetecilik pratiklerindeki aşınma, kamunun yetkisiz kılınması, gelişen teknoloji ve sosyo-politik çekişme" gibi faktörler etkili olmaktadır (Amazeen, 2019, s. 555). Doğrulama platformları, meşruiyet kazanmakta (Lowrey, 2017, s. 377) ve kurumsallaşarak sosyal ve politik yaşamda önemli kurumlara dönüşmektedir.

Bilgi doğrulama kavramı kapsam olarak üç alanı etkileyebilme potansiyeline sahip görünmektedir. Kamu, politik aktörler ve gazetecilik alanlarında etkili olabileceği düşünülen bilgi doğrulamanın temel amacı toplumu bilgilendirmektir. Bilgi doğrulamanın politika üzerindeki etkisi, kamuoyunun doğru bilgilendirilmesiyle gerçekleşebilir. Gazetecilik kurumunun içinden doğan bilgi doğrulama, gazeteciliği etkileyerek alanda politikacıların sorumlu tutulmasına dikkat çekmektedir (Amazeen, 2013, s. 1-2). Graves ve Cherubini (2016) çalışmasında bilgi doğrulayıcılarının kimliklerini ortaya koymaya çalışmaktadır. 30 kurumla yapılan anket sonucunda kurumların yaklaşık dörtte üçü kendilerini "gazeteci" olarak tanımlamaktadır. Bilgi doğrulamanın temel amacını kamuoyunun bilgilendirilmesi olarak tanımlayanlar kendilerini gazeteci olarak benimsediklerini belirtmektedir. Bu anlamda bulgulara göre yurttaşlara bilgi sunma ve araştırmacı gazetecilik başlıklarında bilgi doğrulama alanı gazetecilikle örtüşmektedir (2016, s. 12-14).

Graves ve Cherubini (2016) çalışmasında bilgi doğrulayıcılarının kimliğinin ikinci kategorisi olarak reformcular ön plana çıkmaktadır. Reformcular olarak tanımlanan grup ise siyasi reform gündeminin bir parçası olarak aktivizm ile şekillenmektedir. Kurumların büyük çoğunluğu temel amaçları arasında "politikacıları sorumlu tutma" ve "kaliteli kamusal söylemi geliştirme" olarak gösterirken küçük bir grup "politika değişimi arayışını" seçmiştir Graves ve Cherubini, çalışmasında bilgi doğrulayıcılarının kimliğinin üçüncü kategorisi olarak kendilerini "uzman" olarak tanımlayan bir sınıf ortaya çıkmıştır. Bu grup tanımlanması zor bir kategori olmakla birlikte "kamu politikası uzmanları" olarak çerçevelenmektedir. Bu grubun yarıdan fazlası politikayı ve ekonomiyi bilgi doğrulayıcılar için ideal eğitim alanları olduğunu düşünmektedir (2016, s. 14-17).

Bilgi doğrulama pratikleri gazetecilik pratiklerinden farklılaşmaktadır. Örneğin Graves'in çalışmasında (2017a) bilgi doğrulayıcılarının çalışma pratikleri beş ana başlıkta toplanmaktadır. Bunlar; "doğrulanacak iddianın seçimi, konuşmacıya ulaşmak, yanlış iddiaların izini sürmek, uzmanlarla çalışmak ve çalışmanın gösterilmesi" şeklindedir. Haber değeri açısından "politik önem, izleyicinin ilgisi ve faydası" doğrulanacak iddianın belirlenmesini kapsamaktadır. İddiaların araştırılmadan önce sahibine ulaşarak teyit edilmesi zaman kazanma açısından ve iddia sahibine adil olma noktasında ön plana çıkmaktadır (2017a, s. 524-525). Graves'in (2017a) çalışmasında ulaştığı "yanlış iddiaların izini sürme" pratiği ise Google veya haber veritabanları gibi ortamlarda şüpheli iddiaları bulma sürecini içermektedir. Uzmanlarla çalışma pratiğinin sürekli bir problem teşkil ettiğini belirten Graves, tarafsız uzman

bulmanın zorluğuna dikkat çekmektedir. Son olarak “çalışmanın sunulması” pratiği şeffaflığı içererek kullanılan kaynakların okuyuculara aktarılmasını içermektedir (2017a, s. 526-528).

Bilgi doğrulayıcılığı kimliğinin belirlenmesine yönelik Singer’in (2021) yürüttüğü çalışmada bilgi doğrulayıcılığı kimliğinin en çok “yanlış bilginin düzeltilmesi” noktasında ön plana çıktığı belirlenmiştir. Benzer şekilde yurttaşların bilgili olmasını sağlamak, yurttaşların bilgiye olan güvenini güçlendirmek ve toplumda güçlülere sorumlu tutmak gibi değerler kimliğin belirlenmesinde önem kazanmaktadır. Öte yandan “sorunların tartışılmasını teşvik etmek” ve “düşünceler ve yurttaşlarla ilgili meselelerde genel bir tartışma zemini oluşturmak” bileşenleri kimliğin oluşumunda daha az belirleyici olmuştur (2021, s. 1935). Singer (2021), 2000’li yıllardan itibaren bilgi doğrulayıcıların gazeteciliğin ayrı bir formu olarak ortaya çıktığını belirterek 2020 yılına gelene kadar küresel ölçekte bilgi doğrulama kuruluşlarının arttığını söylemektedir. Ancak Singer, gerçekleri doğrulamanın gazeteciliğin özünde olan bir pratik olduğunu ifade etmektedir. Bu anlamda ona göre gazetecilerin hali hazırda yaptığı bir işin “bilgi doğrulayıcılar” olarak kavramsallaştırılan meslek tarafından ayrı bir uzmanlık alanı şeklinde ayrışması sorunsallaştırılmaktadır (2021, s. 1930). Öte yandan, bilgi doğrulamanın temelinde bir iddianın doğru veya yanlış olup olmadığına karar vermek yer almaktadır (Coddington vd., 2014, s. 399).

Objektiflik nosyonu, gazetecilik kurumunun önemli bir normunu oluşturmaktadır. Objektiflik, gazetecilerin sadece gerçeği aktarması gerektiği anlamına gelerek gerçekleri “değerler”den ayrıştırılarak sunulmasına karşılık gelir. Bu bağlamda objektiflik, gazetecilerin haber işinde “yorum katma”, “çarpıtma” ve haberin şekline müdahale etmeden çalışmasını sağlar (Schudson, 2001, s. 150). Gazetecilik ve doğrulama alanı karşılaştırıldığında iki profesyonelliğin de “doğruları aktarma” normunda kesiştiği görülmektedir. Bununla birlikte, gazeteciler haberleştirme süreçlerinde “ne söylenildiğini” doğru bir şekilde aktarmaya çalışırken bilgi doğrulayıcılar, daha çok bir demecin “doğruluğuna karar vermekle” ilgilenmektedir. Bu bağlamda, iki profesyonelliğin bu açıdan farklılaştığını söylemek mümkündür (Graves, 2017a; Graves, 2017b; Singer, 2021).

Bilgi doğrulama ve gazetecilik farklılaşmakla birlikte belirli noktalarda kesişebilmektedir. Singer’in (2018) çalışması bilgi doğrulayıcılarının geleneksel haber formatları açısından nasıl konumlandıklarına ilişkin veriler sunmaktadır. Bilgi doğrulayıcıların temel işlevi “medya okuryazarlığı, sivil katılımı, politik ve ticari çıkarlardan bağımsız olma, yöntem ve mesajın şeffaflığı” gibi konularda katkı hakkında gerçekleşmektedir. Aynı zamanda bulgular, bilgi doğrulayıcıların geleneksel gazeteciliğin bir uzantısı olarak işlev gördüğünü ve birçok açıdan gazeteciliği düzeltme noktasında önemli olduğunu göstermektedir (Singer, 2018, s. 1078). Mena’nın (2019) çalışmasında Amerika Birleşik Devletleri’nde bilgi doğrulama pratiklerinde farklı düzeylerde çalışan gazetecilerin bilgi doğrulama alanı hakkında ne düşündükleri incelenmiştir. Buna göre katılımcılar, bilgi doğrulamanın amacının kamuda önemli figürlerin ve kurumların demeçlerinin doğruluğunun değerlendirilmesini ve gazetecilik değerlerinin yükseltilmesi olduğunu düşünmektedir. Öte yandan bulgulara göre gazetecilerin büyük çoğunluğu, bilgi doğrulama ile aktivizm arasında net sınırların olması gerektiğini düşünmektedir (2019, s. 668).

Bilgi doğrulama alanı, aktivizmin yanı sıra partizan olmakla da ilişkilendirilebilmektedir. Rogerson’ın gözlemlerine göre (2014) bilgi doğrulama kuruluşları sundukları içeriklerde partizanlığı önlemek amacıyla “dengeyi” gözetmeyi çalışır. Bununla birlikte, bilgi doğrulama süreçlerinde iki farklı siyasi görüşten analiz edilen demeçlerin görece doğruluğuna ilişkin yapılacak sonuçlar, bir görüşün desteklendiğine ilişkin algıyı engellemeye yetmeyebilmektedir (Rogerson, 2014, s. 13). Bilgi doğrulama kuruluşları yapı itibarıyla farklılaşabilmektedir. Graves ve Cherubini (2016) bilgi doğrulama kuruluşlarını “haber odası modeli” ve “sivil toplum kuruluşu modeli” olarak iki gruba ayırmaktadır. Rogerson (2014) ise

bilgi doğrulama kuruluşlarının farklı alanlarda faaliyet gösterdiklerini belirtmektedir. Bilgi doğrulama kuruluşları, politik açıdan sağ, sol veya tarafsız olmakla birlikte politika, medya veya her konuda faaliyet gösterebilmektedir (2014, s. 5).

Bilgi doğrulama kuruluşlarının büyük çoğunluğu Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağının (International Fact-Checking Network, IFCN) imzalayıcısı durumundadır. Fonlama, kaynağın şeffaflığı, organizasyon ve yöntem konularında prensipler ve kodlar belirleyen IFCN (Singer, 2021, s. 1931) bilgi doğrulama kuruluşlarının profesyonelleşmesinde önemli bir role sahiptir. Eş deyişle, IFCN'ye imza atan doğrulama kuruluşlarının belirli ilkeler etrafında faaliyet gösterdiğini söylemek mümkündür.

Bilgi doğrulama pratiklerindeki zorluklar, bazı açılardan geleneksel gazeteciliğin karşılaştığı güçlüklerle benzetilmektedir. Bilgi doğrulayıcılarının kaynak ve zaman kıtlığı sorunu gazetecilik alanında da yaşanmaktadır. Hızın ön planda olduğu çalışma ortamı ve zaman darlığı, gazetecilerin yeteri kadar doğrulama yapmamasına neden olabilmektedir. Bu çalışma ortamı ise yanlış haberlerin yayınlanmasına sebebiyet verebilmektedir (Humprecht, 2020, s. 313-314). Zaman darlığı her ne kadar iki alan için önemli bir güçlük yaratsa da bilgi doğrulama alanında “hız”ın ön planda olmadığını söylemek gerekmektedir. Bununla birlikte kaynakların kıtlığı iki alan için de sorun yaratmaktadır.

Türkiye’de yalan haber ile ilgili yapılan çalışmalar, doğrulama platformlarının doğrulama pratiklerini incelemektedir. Erkan ve Ayhan (2018) çalışmasında Teyit.org doğrulama platformunu incelemiştir. Buna göre teyit.org tarafından doğrulanan 47 içeriğin incelendiği çalışmada 33 iddianın yanlış, 6 iddianın karma ve 8 iddianın doğru olduğu bulgulanmıştır (2018, s. 214). Yegen (2018) çalışmasında Doğruluk Payı ve Yalansavar doğrulama platformlarını incelemiştir. Platformların yalan haberleri nasıl doğruladığının incelendiği çalışmada Doğruluk Payının, siyasetçilerin demeçlerini verilerle karşılaştırdığını göstermektedir. Yalansavar platformu ise doğruladığı bir haber için bir program geliştirerek doğrulama sürecini hızlandırmıştır (Yegen, 2018, s. 109-112).

Çömlekçi (2019) çalışmasında Teyit.org ve Snopes.com doğrulama platformlarını incelemiştir. Ocak 2019 tarihinde yayınlanan içeriklerin incelendiği çalışmada Teyit.org’un doğruladığı haber başlıkları siyaset, haber güvenilirliği ve teyidi konusunda araştırma ve pratik bilgiler, ekonomi, toplumsal, ana akım medyadaki gazetecilik hataları, sağlık iletişimi, eğlence-magazin, göçmenlik, bilimsel ve eğitim şeklindedir (2019, s. 1556-1557). Ana akım medyada doğrulama platformlarının ve yalan haber kavramlarının Kasım 2016-Mayıs 2017 tarihlerinde nasıl yer aldığını inceleyen Kocabay Şener (2018) yalan haber kavramının medyaya yansadığını ancak bunların bilgilendirici içeriğe sahip olmadığını tespit etmiştir. Doğrulama platformlarının sınırlı sayıda medyada temsil edildiğini belirten Kocabay Şener, haberlerde daha çok küresel şirketlere ilişkin bilgilerin yer aldığını ifade etmektedir (2018, s. 370-371).

Bilgi doğrulama platformları, yalan haberlerin yükseldiği bir dönemde ortaya çıkarak bilgi düzensizliğinin azaltılmasını hedeflemektedir. Bu hedef doğrultusunda, toplumlarda doğru bilgi akışının sağlanması neyin doğru veya yanlış olduğuna karar verilmesiyle gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda, bilgi doğrulayıcılar doğrunun ne olduğunu saptama çabasında olan yeni bir uzmanlık alanı olarak biçimlenmektedir. Doğruları aktarma çabası, alanın gazetecilikle kesişmesini sağlamaktadır. Öte yandan, doğru ve yanlışın ne olduğuna karar verme yetkisinin alanda ön plana çıkması, bilgi doğrulama alanının farklılaşmasını sağlamaktadır.

Yöntem

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın deseni olarak “olgu bilim” kullanılmıştır. Olgu bilim, profesyonel bilgi doğrulayıcılığı kimliğinin belirlenmesi

“olgusunda ayrıntılı ve derinlemesine bir anlayış geliştirilmesi” (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 78) amacıyla kullanılmıştır. Bilgi doğrulayıcılarının mesleklerini nasıl inşa ettikleri "benzer olgu ve durumları yaşayan bireylerin deneyimlerini ele alan olgu bilim" (Venegas ve Huerta, 2010, s. 158) aracılığıyla incelenmiştir. Bu bağlamda bilgi doğrulayıcıların kimliğinin oluşumunda “deneyimlerin özü ortaya çıkarılmaya” çalışılmıştır (Creswell, 2009, s. 13).

Çalışmada veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak katılımcılara açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Aynı zamanda görüşmeler esnasında, gelişen yeni durumlar ışığında yeni sorular belirlenerek katılımcılara sorulmuştur (David ve Sutton, 2011, s. 121). Çalışmada geliştirilen sorular, pilot görüşme ile test edilmiştir.

Çalışmada örneklem olarak Teyit.org çalışanları belirlenmiştir. 2016 yılında kurulan Teyit.org, internette dolaşan şüpheli bilgileri doğrulamaktadır. 16.09.2021 tarihinde Teyit.org yöneticilerine mail atılarak çalışma hakkında bilgi verilmiştir. Teyit.org’un seçilmesindeki neden amaçlı örneklemidir. Teyit.org, bilgi doğrulama platformu olarak çalışmanın yanı sıra gazetecilik mesleğine benzer şekilde çalışan bir kurumdur. Dolayısıyla, Teyit.org, gazetecilik mesleği ile bilgi doğrulayıcılığı mesleğinin benzerliklerinin ve farklılıklarının ortaya konulması açısından faydalı olacağı varsayılarak belirlenmiştir. Yazışmalar sonucunda Teyit.org’un çalışanları ile online görüşme randevuları belirlenmiştir. Görüşmeler, online olarak 6.10.2021 tarihinde gerçekleştirilmiştir.

Amaçlı örneklem stratejisinin kullanıldığı çalışmada toplamda 3 bilgi doğrulayıcı ile görüşülmüştür. Amaçlı örneklem, araştırmacıya bilgi doğrulama konusunda bilgisi olan çalışanlara ulaşılmasında faydalı olacağı varsayımıyla kullanılmıştır. Dolayısıyla randevu alınırken çalışmanın kapsamına uygun katılımcıların belirlenmesine özen gösterilmiştir. Katılımcılardan ikisi kadın, biri erkektir. İki katılımcı, gazetecilik bölümünden mezun olmuşken diğer katılımcı İngilizce tercümanlık bölümünden mezun olmuştur. Görüşmelerin toplam süresi yaklaşık 63 dakikadır.

Çalışmaya dâhil edilen katılımcıların sayısının belirlenmesinde elde edilen verilerin derinliği ve zenginliği göz önünde bulundurulmuştur. Eş deyişle daha az kişiden daha zengin veri elde edilmesi amaçlanmıştır (Patton, 2018, s. 242-244). Örneklem büyüklüğünün bir diğer kriterini “doyum nokta”sı oluşturmuştur. Bu kriter ile çalışmaya dahil edilen katılımcılardan yeni bir bilgi gelmiyorsa örneklem sonlandırılabilir (Lincoln ve Guba, 1985, s. 202).

Verilerin analizinde “betimsel analiz” kullanılmıştır. Verilerin analizi süreci “betimsel analiz için bir çerçeve oluşturma, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve bulguların yorumlanması” şeklinde gerçekleşmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 256). Verilerin betimsel analizi sürecinde ilk olarak birbiriyle ilişkili veriler kodlanarak başlıklar halinde toplanılmıştır. Oluşturulan bu başlıklar, çalışmanın temalarını oluşturmuştur. Elde edilen temalar; bilgi doğrulayıcılığı mesleğinin ortaya çıkışı, bilgi doğrulayıcılığı kimliği, bilgi doğrulayıcılığı mesleğinin dijital becerileri, bilgi doğrulayıcılığı mesleği ile gazetecilik mesleğinin benzerlikleri ve farklılıkları ve bilgi doğrulayıcılarının karşılaştığı güçlükler şeklinde olmuştur. Son olarak temalar altında işlenen veriler tanımlanarak yorumlanmıştır.

Çalışma kapsamında katılımcılara yöneltilen sorular şu şekildedir:

Kimliğin bileşenleri

1. Mesleğinizin yanlış bilgiyi doğrulama işlevi hakkında neler düşünüyorsunuz?
2. Mesleğinizde yer alan dijital beceriler hakkında neler düşünüyorsunuz?

3. Gazeteciliğin yalan haber karşısında karşılaştığı güven/meşruiyet krizi hakkında neler düşünüyorsunuz?
4. Mesleğimizin kamusal hizmet boyutu açısından okuyucuların bilgilendirilmesi hakkında neler düşünüyorsunuz?
5. Bilgi doğrulama süreçlerinde hız, objektiflik ve tarafsızlık konuları hakkında neler düşünüyorsunuz?
6. Bilgi doğrulayıcılarının karşılaştığı güçlükler nelerdir?

Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde elde edilen bulgular, tanımlanarak yorumlanmıştır.

Bilgi Doğrulayıcılığı Kimliğinin Oluşumu

Bilgi doğrulayıcılarının profesyonel mesleki kimliğini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada elde edilen bulgular “bilgi doğrulama” alanının yükselişinin yeni medya ortamında artan bilgi kirliliğiyle ilişkili olduğunu göstermektedir. Katılımcılar, internet ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte enformasyon üretiminde yaşanan patlamanın yanlış bilgi miktarında artışa neden olduğunu düşünmektedir. K1, yeni medyanın yükselişi ve teknolojinin erişebilir olmasıyla yanlış bilgi miktarında artış meydana geldiğini belirtmektedir:

Tabii ki, internetin sosyal medyanın ortaya çıkışıyla ve gelişmesiyle bilgi dağıtımı ve bilgi yayılımı büyük ölçüde hızlandı. Teknoloji araçlarının ucuzlaşması hatta bedavalaşması bu içerik üretiminin artmasına yol açtı. Önceden gizli olan bilgi tüketimimiz sosyal medya sayesinde halka açık hale geldi. Bu da bilgi kirliliği ya da bilgi düzensizliği dediğimiz; kullanıcıların doğru bilgi ile yanlış bilgiyi ayırt etmesini güçleştiren bir internet ortamına sebep oldu (K1).

İnternet ve sosyal medya ortamında yaygınlaşan yanlış bilgi olgusu, kullanıcıların gerçek ile gerçek olmayan arasındaki ayrımı fark etmesini güçleştirmektedir. Katılımcılar, doğru bilgi ile yanlış bilginin ayrımındaki zorluğun artan yanlış bilgi yoğunluğundan kaynakladığını düşünmektedir:

Fact checking, teyitçilik, doğrulama dediğimiz şey bence bu dönemin 21. yüzyılın en önemli becerileri arasında. Dolaşıma sokulan bir iddianın doğruluğunu açık kaynaklara dayanarak ortaya koyma çabası diyebiliriz. Bilgi kirliliğinin, bilgi çokluğunun olduğu ortam, özellikle sosyal medya bilgi kirliliğinin yoğun olduğu bir yer. Dolayısıyla insanlar neyin doğru neyin yanlış olduğunu tayin edemez hale geldi diyebiliriz. Bilginin üzerindeki kontrolü bu kadar kaybettiğimiz bir ortamda yanlış bilgi de kendine yayılacak bir zemini rahatlıkla bulabiliyor (K2).

Yanlış enformasyonun yaygınlaşmasının bir sonucu olarak “bilgi doğrulama” alanı gazetecilik kurumundan ayrılarak farklı bir uzmanlık alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, bilgi doğrulama kuruluşları ve bilgi doğrulayıcılar yanlış bilginin doğrulanması noktasında önemli bir ihtiyacın giderilmesi noktasında işlevseldir:

Yanlış bilginin yayıldığı bu ortamda güvenilir kaynaklara ulaşmak çok zor. Dolayısıyla bir içeriği doğrulamak ihtiyacı her zamankinden daha fazla oluyor. Biz teyitçiler olarak bu işlevi yerine getirmeye çalışıyoruz. Doğrulamanın araştırma, güvenilirliği teşvik etmede güçlü bir hizmet olduğunu düşünüyorum (K2).

Profesyonel bilgi doğrulayıcılığı kimliğinin temel bileşenini yanlış bilgi ve haberlerin doğrulanması oluşturmaktadır. Bu bağlamda gazetecilikle karşılaştırıldığında iki kurumun varoluşsal temelini hakikatlerin sunumu oluşturmaktadır. Bilgi doğrulama profesyonelliğinin bilgi doğrulama işlevi, özellikle kriz ve belirsizlik ortamlarında artışa geçen yanlış bilgi karşısında doğru bilgi üretimine geçmesi ise mesleğin kamusal hizmet bileşeninin zeminini oluşturmaktadır:

Yanlış bilginin ortaya çıktığı en yaygın zamanlar, en yaygın ortamlardan biri şeffaf bilginin olmadığı veya eksik olduğu anlardır. En son yaşadığımız krizlerden olan yangınlar sırasında bunlarla çok

karşılaştık. Bunun gibi kriz anlarında toplumun üzerindeki duygusal baskının yüksek olmasının şeffaf bilginin eksikliğiyle birleştiğinde derinliği olan açıklamalardan ziyade kullanıcılar kısa yollara başvurup kısa sonuçlara varmaya çalışıyor. Yangınlar sırasında herkesin bir itfaiye ortaya atmasının ve bir itfaiye bulmaya çalışmasının nedeni buydu (K1).

Kamusal hizmet bileşeni farklı alanlara hizmet edebilmektedir. Yanlış bilginin özellikle risk ve belirsizlik ortamlarında yaratabileceği zararların azaltılmasında doğrulama süreci kamusal hizmet işlevini güçlendirmektedir:

Teyitçiliğin yanlış bilgi miktarını azaltmada ve onun vereceği zararı en aza indirme noktasında önemli olduğunu söyleyebiliriz. Yanlış bilgi, karar verme süreçlerimizi etkiliyor, demokrasiye zarar veriyor. Bizi yanlış yönlendiriyor. Gerçek hayatta fiziksel şiddeti de ortaya çıkaran bir sorun oluyor. Yanlış bilgi kendi halinde zararsız gibi görünebilir ancak tüketildiğinde sorunlara neden olabiliyor (K2).

Bilgi doğrulama uzmanlığının kamusal hizmet boyutunun gazeteciliğin doğruları kamuya sunma göreviyle kesişmektedir. Öte yandan gazetecilik doğruları aktarmaya çalışırken bilgi doğrulayıcılar, neyin doğru neyin yanlış olduğu konusunda karar verme noktasında daha fazla sorumluluk üstlenmektedir:

...Gerçekten başından itibaren insanlara bizim yapabileceğimiz şey en basit haliyle doğru bilgi verebilmek olmalıydı. Çünkü bir halk sağlığı tehdidi (Covid-19) var. Bir tarafta insanlar, işte doktor olduğunu iddia eden kişiler, işte efendim aşı olmayın ölürsünüz. İlaç almayın bilmem ne krizi geçirirsiniz. Hayır, bunların bilimsel dayanakları yok. Dayanakları olmadığı için, insanlar da pandemiyle ilgili bilgiye sahip olmadıkları için, haliyle insanlar inanmayı tercih edebiliyorlardı. Ama burada Teyit'in en büyük kamusal hizmet görevi, kesinlikle insanlara daha aydınlatılmış, insanların okuduklarında daha anlaşılabilir bilgiler sunmuş olması ve tabii bu bilgileri birden fazla kaynaktan sunmuş olmasıydı...(K3)

Bilginin yanlış veya doğru olup olmadığına karar verebilme otoritesi, bilgi doğrulama uzmanlığını, gazetecilikten farklılaştırmaktadır. Bilgi doğrulama aynı zamanda internet ortamında kutuplaşma ve nefret söyleminin yanlış bilgi üzerinden yayılmasıyla mücadele etmek açısından kamusal hizmet görevini üstlenmektedir:

Bilgi bombardımanı tehdidi altında yaşadığımız yüzyıl. Doğrulama işi okuyucuların, internet kullanıcılarının doğru bir şekilde bilgilendirilmesi açısından önemli. ... Doğru bilgilendirme, bilgi yığınları arasında güvenilir olanı tayin etmek açısından doğrulayıcılar, yol göstericiler olarak kamusal hizmeti yerine getiriyor. Özellikle kriz ve belirsizlik anlarında insanlar bilmeye ihtiyaç duydukları için orada yanıltıcı içeriklere daha açık hale geliyorlar. Dolayısıyla burada kamu yararı noktasında doğrulama önem kazanıyor. Doğrulama karar süreçlerinde kamu için önemli ve netleştirilmeye ihtiyacı olan bir konu olmalı. Kutuplaşmaya neden olacak, nefret söylemini yaygınlaştıracak bir durum söz konusu olduğunda onu çok yaygınlaştırmamak gerekiyor. İddiaları doğrulama süreçlerinden geçirirken bunu da göz önünde bulundurmak gerekiyor (K2).

Bilgi doğrulama süreçlerinin büyük çoğunluğu dijital ortamlarda gerçekleştiği için gazetecilikte olduğu gibi doğrulayıcıların sahaya inmesine gerek kalmamaktadır. NASA'nın güncel yangınları gösteren firms aracı ve güncel uydu görüntülerini sağlayan sentinel-hub gibi dijital araçlar doğrulayıcıların kullandığı araçlar arasındadır. Bu bağlamda, internet ortamındaki yaygın yanlış bilgilerin teyit edilmesinde çoğunlukla dijital doğrulama araçları kullanılmaktadır. Video, görsel ve yanlış bilgilerin teyit edilmesinde doğrulayıcılar, sıklıkla Google gibi arama motorlarını kullanmaktadır. Arama motorlarının doğru komutlarla kullanılması gibi becerilerin geliştirilmesi yanlış bilgi kaynağına ulaşmada doğrulayıcılara kolaylık sağlamaktadır. Benzer şekilde online haritalar, deprem ve sel gibi felaketlerde ortaya çıkan yanlış bilgilerin kontrol edilmesinde etkili araçlar olmaktadır.

Katılımcılar internet ortamında dijital becerilerinin belirli bir düzeyde olması konusunda hemfikirlerdir. Bununla birlikte, açık kaynaklara ulaşabilme becerisi, elde edilen bilgilere şüpheyle yaklaşılması, birden fazla kaynaktan teyit edilmesi ve elde edilen bilgileri analiz edebilme becerisi bilgi doğrulama süreçlerinde edinilmesi gereken becerilerdi. Katılımcılar, şeffaflığın sağlanması amacıyla internet kullanıcılarına kaynaklara ulaşırken hangi dijital

araçları kullandıklarını açık bir şekilde anlatarak aynı zamanda kullanıcıların dijital okuryazarlığının artmasını hedeflemektedir.

Objektiflik ve tarafsızlık, gazeteciliğin ve bilgi doğrulama alanının ortaklaştığı bir konudur. Gazetecilikte olduğu gibi objektiflik ve tarafsızlık, bilgi doğrulama süreçlerinde önemli bir bileşen olarak ortaya çıkmaktadır. Bilgi doğrulama süreçlerinde, doğrulanacak iddiaların seçiminde yaygınlık, aciliyet ve önemlilik gibi kriterler doğrulayıcılar tarafından tarafsızlığın sağlanması noktasında yol gösterici olmaktadır. Bununla birlikte IFC, doğrulama kuruluşlarını tarafsızlık, şeffaflık ve objektiflik konularında denetlemektedir:

Sitemizin yayın ilkeleri kısmında belirttiğimiz üzere kanıtlanmış gerçekler ve doğru bilgi asıl hedefimiz. Bu yüzden yanlış davranmamız bilgiyi aktarma konusunda mümkün değil. Öte yandan hangi bilgileri teyit edeceğimiz konusunda yaygınlık, yanlış bilginin oluşturabileceği tehlike gibi çeşitli kriterlerimiz bulunuyor. International Fact-checking Network, Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı'nın ilkelerinin imzacısıyız. Ağın; tarafsızlık, yansızlık ve şeffaflık gibi çeşitli maddeleri olan bir ilke kılavuzu var. Bu imzacıların hepsi gibi, dünya çapında yüzden fazla imzacısı olan bir kuruluş. Hepsi gibi biz de her yıl IFC'nin bağımsız denetçileri tarafından tarafsızlık ve şeffaflık konularında denetleniyoruz (K1).

Bilgi doğrulayıcıların, tarafsızlığı iddiaların kim tarafından üretildiğinden daha çok iddiaların ne kadar yaygın olduğu üzerinden şekillenmektedir. Bu anlamda, bilgi doğrulama süreçlerinde hangi toplumsal grubun hangi yanlış bilgiyi yaydığı arka planda kalmaktadır:

Genel olarak şöyle bir durum var. Bize gelen şüpheli bilgilere baktığımızda herhangi bir şey ayrımı olmuyor. Bunu bir grup söylemiş, bunu bambaşka bir grup söylemiş bunu doğrulayalım bunu yanlışlayalım böyle bir şey söz konusu değil. Metodolojik olarak herkese aynı yerden bakıyoruz. Kimin ne şüpheli [bilgi] yaydığından çok yani bunu a kişisi ya da a grubu yaymış demekten çok bu çok yayılmış ve buna inanan bir grup var demek bizim için önemli. O yüzden tarafsız ve kesinlikle objektif bir yerden yaklaşıyoruz. Bütün meselemiz çok acil bir konu mu ya da viralitesi ne kadar yaygın ve ne kadar önemli (K3).

Bilgi doğrulama alanı, gazeteciliğe benzer şekilde objektifliği pozitivizm üzerinden inşa etmeye çalışmaktadır. Olgusal gerçeklere dayalı yapılan doğrulama süreçleri asılsız iddiaların çürütülmesi noktasında bilgi doğrulama uzmanlığının temel bileşenini oluşturmaktadır. Aynı zamanda, tarafsızlığın sağlanması amacıyla politik ve ekonomik çıkarlardan uzak durmak doğrulayıcıların önem verdiği konular arasındadır:

Tarafsızlık ve objektiflik meselesi tabii ki doğrulama süreçlerinde de önemli. Doğrulama, tarafsız, objektif adı üstünde doğrulara bağlı idealler etrafında inşa edilmeli. Olgusal gerçeklere bağlı kalmak, belirli çıkarlardan ekonomik siyasi vs. çıkarlardan baskılardan azade olmak aslında. Evet doğrulama yapan kişilerin de belirli yanlılıkları var ama burada gerçeklere bağlı kalmak ön planda olmalı. Daha tarafsız olmak politik ön yargılardan arınmış olmak, bir teyitçi doğrulamasını belirli bir tarafa yoğunlaştırmamalı (K2).

Tarafsızlık konusunda, katılımcılar farklı düşünebilmektedir. Örneğin K3'e göre mülteciler gibi bazı grupların önceliklendirilmesi tarafsızlığa zarar veren bir olgu değildir. Ona göre yanlış iddiaların daha fazla zarar verebileceği grupları, ön plana almak objektiflik ve tarafsızlığa zarar vermemektedir:

Ama mesela şey taraf. Bunu taraf olarak düşünmek doğru mu bilmiyorum ama mülteci konusu dediğim gibi aniden orayı hissedebilirsiniz. Suriyelilerle ilgili ya da Afganlarla ilgili mesela orada yanlış bir bilgi yayılmaya başlayacak. Siz orayı takip ediyorsunuz zaten. Orada mesela çok yaygın olmasa bile belki inisiyatif alıp ya bu yayılmaya başladı deyip aslında taraf olmak değil bu ama önceliklendiriyorsunuz. Yani yoksa yine tarafsızlık var. Yine objektif olarak değerlendiriyorsunuz. Fakat ayrıcalıklı gruplar önceliklendirilmesi gereken gruplar olduğunda bazen önceliği değiştirmek gibi bir şey söz konusu olabiliyor (K3).

Mülteciler, yanlış bilginin yaygınlaşmasında sıklıkla kullanılan gruplar arasındadır. Bu anlamda K3'ün taraf olmak olarak kavramsallaştırdığı süreç asılsız iddiaların seçilmesinde yaygınlık veya aciliyet kriterlerine bağlanabilir. Öte yandan K2'ye göre bilgi doğrulayıcılar, savunuculuk yapamaz:

Savunuculuğu kesinlikle yapamaz. Bir tarafın sesine, anlatisına yer veremez. Tarafsızlık ve objektiflik olgulara bağlı olmak, bir şeyi olduğu gibi aktarmak önemli. Çünkü yaptığımız iş güven inşa etmek ve güvenilir bir kaynak olmayı başarmak. Ben güvenin hep kapsayıcılıktan geçtiğini düşünüyorum ve o yüzden tarafsız ve objektif olmak önemli. Görüneni, kanıtları olduğu gibi aktarmaya çalışıyoruz (K2).

Hız, gazetecilik pratiklerinde belirleyici bir konumda iken katılımcılar, bilgi doğrulama süreçlerinde hızın öncelikli olmadığı konusunda hem fikirdir. Bu anlamda, tarafsızlık ve objektiflik konusunda bilgi doğrulama alanı, gazeteciliğin temel prensiplerinden faydalanırken hız konusunda farklılaşmaktadır:

Bir yanlış bilgiyi araştırmaya ayırdığımız süre, o yanlış bilgiyi üreten veya yanlışlıkla yayan insanların ayırdığı süreden daha fazla. Daha fazla zaman ayırıyoruz. Doğrulama süreçleri çok zaman isteyen bir süreç. Nitelikli bir araştırma yaparsak hız çok ön planda olmamalı (K2).

Katılımcılar, doğrulama süreçlerinin dikkatli bir şekilde yapılması gerektiğini düşünerek hızın hatalara sebebiyet verebileceğini düşünmektedir. Dolayısıyla bir iddianın doğrulanma sürecinde birden fazla kaynağa ulaşılamadığı zamanlarda hızın bir önemi kalmamaktadır:

Hız bizim için çok önemli bir noktada değil. Özellikle önceliğimiz olmadığını söyleyebilirim. Yoksa tabii ki önemli. Teyit'in bir metodolojisi var. Bu metodolojide bizim amacımız şüpheli bilginin ne kadar yaygın olduğuna bakıyoruz önce. Sosyal medyada, internette ne kadar yaygın? Çok yaygın ve bir anda herkesin konuştuğu bir şey haline geliyorsa biz orada hızlı olmak zorundayız. Fakat bizim şöyle bir durumumuz var. Hızlı olurken güvenmediğimiz kaynaklara başvuramayız ya da bir kaynak bulduk; ikinci bir kaynağı bulamadıysak biz o yazıyı basamayız. Teyit, burada hızdan dolayı yanlış ya da bir eksik vermemekle yükümlü aslında (K3).

Bilgi doğrulayıcılar, kriz ortamlarında daha hızlı olmaları gerektiğini düşünmektedir. Öte yandan kanıtların elde edilmediği zamanlarda veya kaynakların eksik kaldığı durumlarda bilgi doğrulayıcılar, analizlerini yayınlamama yolunu seçmektedir:

Bilgiyi doğrulama işini yapan kuruluşlar olarak bizim de hızlı davranmamız önemseydiğimiz bir konu. Ama hiçbir zaman bir numaralı kriterimiz değil. Elbette kriz anları gibi durumlarda elimizden geldiği kadar hızlı davranıyoruz. Çünkü çok hızlı bir bilgi yayılmış oluyor ve yanlış bilgi oranı çok daha büyük oluyor. Ama önceliğimiz her zaman doğru bilgiye ve sağlam kanıtlara ulaşmak. Yeterli kanıtımız yoksa ne kadar hızlı davranırsak davranalım herhangi bir analiz yayınlamıyoruz. Önceliğimiz hızlı bilgi sunmak değil doğru bilgi sunmak (K1).

Bilgi Doğrulama Alanında Karşılaşılan Güçlükler

Bilgi doğrulama alanında karşılaşılan güçlükler ele alındığında katılımcılar, doğrulanması gereken yanlış bilgi miktarının çok fazla olduğunu düşünmektedir. Bu bağlamda doğrulayıcılar, yanlış bilginin tamamının doğrulama kuruluşları tarafından doğrulanmasının mümkün olmadığını söylemektedir. Bu güçlüğü ortadan kaldırılması amacıyla, doğrulayıcılar analizlerinde aynı zamanda medya okuryazarlığı veya dijital okuryazarlık alanlarında internet kullanıcılarının beceriler kazanması amacıyla kaynaklara nasıl ulaştıklarını belirtmektedir. Doğrulayıcılar, açık kaynaklara hangi dijital araçlarla ulaştıklarını kullanıcılara aktararak onların da bu becerileri kazanmasını hedefleyip yanlış bilgi ile mücadeleyi daha geniş bir zemine yaymayı planlamaktadır.

Bilgi doğrulama süreçlerinde yaşanan diğer bir güçlük kaynaklara ulaşmada yaşanan sıkıntılardır. Doğrulama süreçlerinde kurumların şeffaf olmaması veya eksik bilgi paylaşması doğrulama süreçlerinin tamamlanmasını engelleyebilmektedir. Yanlış bilginin doğru bilgiye kıyasla daha fazla hızlı yayılması bir diğer önemli problemdir. Kullanıcılar, asılsız iddiaları doğrulama süreçlerinin tamamlanıp doğru bilginin yanlış bilgiyle yer değiştirmesinin güç olduğunu düşünmektedir. Buna göre doğrulama süreçleri daha tamamlanmadan yanlış bilgi kalıcı hale gelebilmektedir.

Bir diğer önemli güçlük bazı bilgilerin tamamen uydurma olmasıdır. Bu uydurma bilgilerin herhangi bir dayanağı olmadığı için veya herhangi bir kaynağı olmadığı için doğrulama süreçleri zorlaşabilmektedir. Kullanıcılara göre aynı zamanda gündemin hızlı bir şekilde değişmesi, yanlış bilgilerin takip edilmesini güçleştirmektedir.

Katılımcılar, okuyucuları ve internet kullanıcılarıyla olan ilişkilerinde bazı güçlüklerin bulunduğunu belirtmektedir. Örneğin K2, yanlış bilgilerin daha dikkat çekici olduğunu ve duygulara hitap ettiğini düşünmektedir. Ona göre yanlış bilginin bu yönü, insanların yanlış bilgiyi daha kolay bir şekilde benimsemesine ve yaygınlaştırmasına yol açmaktadır. Bu bağlamda ona göre insanların inandıkları yanlış bilginin değiştirilmesi sanıldığı kadar kolay değildir:

Doğruladığımız içerikler, gerçekten doğru bir kitleye ulaşabiliyor mu veya en önemlisi gerçekten onları ikna edebiliyor muyuz? Bu bir zorluk bence. Çünkü onları tüketen insanlara ulaşmak ve ikna etmek; olgusal bir gerçeklik sunuyoruz ve onlar gerçekten bunu kabul edip bu yanlış diyebildi mi? Bunu ölçmek de çok zor. Paylaştığımız içeriklere gelen yorumlara baktığımızda bazen çok da kabul etmediklerini görüyoruz. Aslında bu biraz post truth kavramıyla hakikatin önemsizleşmesiyle açıklanacak bir şey. Artık yanlış bilgiye verdiğimiz yanıt bireyler olarak özellikle bilinçli değilse bu konuda olguların ön planda olmadığı duyguların ön planda olduğu, bir bilgi ön yargılarımıza hitap ediyorsa kendi dünya görüşümüze uyuyorsa onun yanlış olması yanıltıcı olması insanlar için fark etmiyor. Dolayısıyla bu durum doğrulayıcılar için böyle bir zorluk oluşturuyor (K2).

K3 ise yayınladıkları analizler sonrası sosyal medya ortamında kullanıcıların tepkilerini takip ettiklerini belirtmektedir. Kullanıcıların yaptığı olumlu veya olumsuz yorumların takip edilmesi, doğrulama kuruluşlarına olan ihtiyacın olup olmadığı konusunda bir gösterge sunmaktadır. Bu bağlamda, K2'ye göre Teyit.org gibi doğrulama kuruluşlarına olan ihtiyaç güncel olup gelecekte de olmaya devam edecektir.

K1, kullanıcılarla olan ilişkilerinde diğer bir konunun inandırıcılık olduğunu söylemektedir. Buna göre okuyucular sosyal medya üzerinden Teyit.org'un kim tarafından teyitleneceğini sormaktadır. Buna cevap olarak K1, Teyit.org'un analizlerinde kullandığı açık kaynaklara nasıl ulaştıklarını belirterek kullanıcıların bu kaynaklar üzerinden teyit edebileceğini söylemektedir. K1'e göre bilgi doğrulama süreçlerindeki önemli bir zorluk, WhatsApp gibi kapalı mesajlaşma uygulamalarında dolaşıma sokulan yanlış bilgilerin görülememesidir. Eş deyişle, bu uygulamalarda, dolaşıma girilen yanlış iddiaların tespit edilememesi doğrulamanın yapılmasını engellemektedir.

Bilgi Doğrulama Alanının Gazetecilikle Kesiştiği Noktalar

K2, gazetecilerle ortak noktalarının doğrulama olduğunu belirtmektedir. Ona göre gazeteciler ve bilgi doğrulayıcılarının insanları doğru bilgilendirmesi iki mesleğin ortak özelliği olarak ön plana çıkmaktadır.

Önceki sorularda verdiğim yanıtta da ufak değinmişim sanırım, doğrulama zaten gazeteciliğin merkezinde yer alan, haber odalarından çıkmış bir pratik. Dolayısıyla bir gazetecilik uygulaması olarak 'doğrulamanın' bilgi doğrulayıcı olarak pratikte ortaklaştığımız nokta olduğunu söyleyebilirim. Gazeteciler de karşılıklarına çıkan her bilgiyi teyit etmek zorunda. Çevrimiçi dünyada da sürekli yanlış bilgilerin yayıldığını düşünürsek, gazeteciler ve teyitçilerin yanlış bilgiyle mücadelede ortak saiklerle hareket etmesi beklenir. Gazeteciler de teyitçiler gibi yanlış bilgileri yaygınlaştırmaktan kaçınmalı, bilgiyi teyit etmeli ve kaynaklarıyla net bir biçimde aktarmalı. Çünkü gazetecilerin ve teyitçilerin ortak hedefi insanları doğru bilgilendirmek; bilgi doğrulama da bu amaçla bir iddianın doğruluğunu şeffaf yöntemler ve kaynaklarla ortaya koymaya çalışıyor diyebiliriz (K2).

K3, K2 ile benzer bir noktada durarak iki mesleğin benzerliğine dikkat çekerek kendisini aynı zamanda gazeteci olarak hissettiğini belirtmektedir. Ona göre bilgi doğrulama faaliyetleri yapılırken aynı zamanda gazetecilik de yapılmaktadır. K3'e göre hazırladığı dosya analizlerinin kapsamı dosya haberlere girmektedir:

İkisi de yani gazeteci de diyorum kendime. Ama fact checker dediğimiz bilgi doğrulayıcı teyitçi olarak Türkçeleştirdiğimiz şeyi de kullanıyorum. Teyit.org'un içinde benim yazdığım dosya haberler oluyor. Dosya analizleri oluyor mesela. Açık konuşmak gerekirse ben o yazıyı bugün herhangi bir ana akım gazetede ya da televizyonda yapamam. Burası zaten bana bu özgürlüğü tanıyan bir yer olduğu için ben onun bir gazetecilik faaliyeti olduğunu söyleyebiliyorum. Ben Afganistan'dan Van üzerinden geçen kişilere dair çatır çatır haber yani bakın bunlar geçiyor, elimdeki kanıtlarla söyleyebiliyorum. O yüzden bence ben gazetecilik de yapıyorum aynı zamanda. Ama gazeteciliğin yanında ya da onunla paralel giden fact checkerlık dediğimiz, teyitçilik ya da bilgi doğrulayıcılığı dediğimiz bir iş de yapıyorum (K3)

Katılımcılar, yalan haberin yükselişiyle birlikte gazeteciliğin bir meşruiyet krizi yaşadığı konusunda hemfikirdir. K1'e göre haber endüstrisinin daha fazla tık almak amacıyla daha hızlı davranması yanlış bilgilerin yaygınlaşmasına neden olabilmektedir. Bu bağlamda yeni medya ile birlikte gazeteciliğin yaşadığı finansal kriz, gazetecilik kurumunun hata yapmasına neden olabilmektedir:

Sahte ya da yanlış haber ve bilgilerin arkasında çeşitli motivasyonlar olabiliyor. Yanlış bilgi her zaman kasıtlı olarak yayılmıyor. Kasıtsız da olabiliyor. Ama aynı zamanda propaganda aracı olarak da kullanılabilir. Çoğu zaman tabii ki haber kuruluşları tık almak için hızlı davranmak adına doğrulamadan bazı bilgileri yayımlayabiliyor. Bu da tabii ki doğal olarak kullanıcılarda güven eksikliğine sebep oluyor; şüpheye sebep oluyor. Bu noktada bizim gibi doğrulama kuruluşlarının yaptığı şeyler kıymetli. Ancak haber kuruluşlarının da yapması gereken kısa vadeli kazançlara odaklanmak yerine kendilerine güven duyabilecek kitleler oluşturmak. Bunun yolu da tabii ki açık, şeffaf ve doğru bilgiden geçiyor. Güven konusunda bir diğer konu clickbate dediğimiz tık tuzağı haber başlıkları. Kuruluşların tık almak amacıyla koyduğu bu başlıklar kullanıcıları artık rahatsız etmeye başladı (K1).

K3 de benzer şekilde yalan haberin yükseldiği dönemde gazeteciliğe olan güvenin aşındığını belirtmektedir. Ona göre medyanın sahiplik yapısı, dijital beceriler, hız ve tık kaygısı gibi etmenler gazeteciliğin yalan haber karşısında verdiği mücadeleyi sekteye uğratmaktadır:

Temelde gazetecilerin zaten yapması gereken şey kaynağı sorgulamak ve bir şekilde o kaynağın güvenilir olmasını sağlamak iken maalesef artık hem sahiplik yapısından ötürü hem de gazetecilerin yeterince o profesyonel ortam içinde bulunamıyor olmalarından, belki sahaya çıkamıyor olmalarından, belki de teyitçilikten dijital becerilerinden bir miktar maalesef yoksun olmalarından, hız meselesi, tık kaygısı gibi etkenler var. Maalesef ister istemez gazeteciler, bir şekilde yanlış ya da yalan demek istemiyorum ama yanlış habere bir geçit veriyorlarmış gibi bir durum ortaya çıkıyor. Teyit de ortaya çıkan şüpheli yanlış bilgileri kaynağa giderek sorgulamaya çalışıyor (K3).

Özetle bilgi doğrulayıcılar, mesleki kimliğinin inşa sürecinde gazetecilik alanından beslenmektedir. Bilgi doğrulama alanının ortaya çıkışı yalan haberin yükselişine denk gelmektedir. Bu bağlamda bilgi doğrulayıcılar, gazetecilik alanının baş etmekte zorlandığı yalan haberlerin doğrulanması amacıyla hareket etmektedir. Bilgi doğrulama alanı, doğruların aktarılması noktasında gazetecilikle benzeşmektedir. Öte yandan dijital beceriler ve hız konusunda gazetecilik alanından farklılaşmaktadır.

Sonuç

Profesyonel bilgi doğrulayıcılığı kimliğinin belirlenmesinin amaçlandığı bu çalışmada elde edilen bulgular, bilgi doğrulama uzmanlığının hakikat ötesi dönemde yalan haberin yükselişiyle birlikte kurumsallaştığını göstermektedir. Gazetecilik kurumunun önemli bir bileşeni olan haber kapsamında elde edilen bilgilerin en az iki kere teyit edilmesi pratiği, yanlış bilgi miktarının artması sonucunda haber odalarından bilgi doğrulama platformlarına geçiş yapmıştır. Eş deyişle, haber odalarının önemli bir pratiği olan bilginin teyit edilmesi pratiği, bilgi doğrulayıcıların odak noktası haline gelmiştir.

Kamusal alanda doğru bilgi dolaşımını hedefleyen bilgi doğrulama kuruluşları “yanlış bilginin” doğrulanmasını gerçekleştirerek var olan bir uzmanlığın güçlenmesi şeklinde kavramsallaştırılmaktadır. Habere olan güvenin tartışıldığı ve gazetecilik kurumunun meşruiyetinin sorgulandığı bir dönemde “bilgi doğrulayıcılar”ın mesleki kimliğinin en önemli bileşenini yanlış bilginin doğrulanması oluşturmaktadır. Bu bağlamda, bir mesleğin

tanımlanmasında belirleyici olan kamusal hizmet işlevi bilgi doğrulayıcılığı kimliğinde yanlış bilgi ve sahte haberlerin teyit edilmesi şeklinde belirginleşmektedir. Yanlış bilginin doğrulanması gazetecilik alanının “gerçekleri aktarmak” bileşeni ile benzeşmektedir. Bu bağlamda, bilgi doğrulayıcılar “gerçekleri aktarma” noktasında gazetecilik kimliği ile benzerlik göstermektedir. Öte yandan gazetecilik doğru bilgileri aktarma çabasıyla yanlış bilgi doğrulayıcılar aynı zamanda neyin doğru neyin yanlış olduğu konusunda daha fazla sorumluluk üstlenerek gazetecilik kimliğinden farklılaşmaktadır.

Bilgi doğrulayıcılığı kimliğinin bir diğer önemli bileşenini “objektiflik ve tarafsızlık” oluşturmaktadır. Gazetecilik alanında olduğu gibi bilgi doğrulayıcılar objektiflik ve tarafsızlığın önemli olduğunu düşünmektedir. Bilgi doğrulayıcıların çalışma pratiklerinin büyük bir çoğunluğu dijital araçları kullanmakla ilgilidir. Bu anlamda gazetecilikten farklı olarak bilgi doğrulayıcılarının kimliğinin oluşumunda dijital doğrulama araçları konusunda uzmanlaşmak önem kazanmaktadır.

Çalışmada elde edilen bulgular, Singer’ın (2021) çalışmasında elde ettiği bulgular ile benzerlik göstermektedir. Singer’ın çalışmasında da ortaya çıktığı üzere bu çalışmada bilgi doğrulayıcıların mesleki kimliğini yanlış bilginin doğrulanması oluşturmaktadır.

Bilgi doğrulayıcılar, yanlış bilgi miktarının çok fazla olduğunu belirterek yalan haber ile mücadelede internet kullanıcılarının daha aktif olması gerektiğini düşünmektedir. Bu doğrultuda bilgi doğrulayıcılar, bilgi doğrulama süreçleri sonucunda yayınladıkları analizlerde hangi kaynaklara nasıl ulaştıklarını ve hangi dijital araçları nasıl kullandıklarını açık ve şeffaf bir şekilde belirtmektedir. Bu anlamda onlara göre bu tarz bir yaklaşım, internet kullanıcılarının dijital okuryazarlık becerilerinin oluşmasında ve gelişmesinde katkı sağlayacaktır.

Gazetecilikte önemli bir noktada duran “hız” unsuru bilgi doğrulama pratiklerinde önemli olmakla birlikte arka planda kalmaktadır. Katılımcılara göre zarar verme riski yüksek olan yanlış bilgilerin teyit edilmesinde hız bir baskı unsuru olabilmektedir. Bunun sebebi ise yanlış bilgi türünün daha hızlı yaygınlaşmasıdır. Ancak katılımcılar, bilgiyi birden fazla kaynaktan teyit etmedikleri sürece analizlerini yayınlamadıklarını belirtmektedir.

Bilgi doğrulama süreçlerinde çeşitli güçlükler bulunmaktadır. Bunların ilki yanlış bilgi miktarının çok fazla olmasıdır. Katılımcılara göre gündemin yoğun olması ve sürekli değişmesi gündemin takip edilmesini güçleştirmektedir. Aynı zamanda yanlış bilginin doğru bilgiden daha hızlı yayılması bir diğer önemli güçlüktür. Katılımcılar, doğruladıkları yanlış bilgilerin kalıcılaşabileceğini belirtmektedir. Bilgi doğrulama kuruluşlarının internet kullanıcılarıyla olan etkileşimleri ele alındığında katılımcılar, kullanıcılardan aldıkları geri bildirimlerin önemli olduğunu düşünmektedir. Geri bildirimler, doğrulanan bilgilerin nasıl karşılandığını göstermek noktasında işlevsel olabilmektedir. Son olarak bazı durumlarda kurumların kaynak paylaşmaması ve kapalı mesajlaşma gruplarında dolaşıma giren yanlış bilgilerin teyit edilememesi bir diğer güçlük şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Kaynakça

- Amazeen, M. A. (2013). Making a difference: A critical assessment of fact-checking in 2012. *New America Foundation*, 1-40. <https://www.newamerica.org/new-america/policy-papers/making-a-difference/> (Erişim tarihi: 13.10.2021).
- Amazeen, M. A. (2019). Practitioner perceptions: Critical junctures and the globale mergence and challenges of fact-checking. *International Communication Gazette*, 81(6-8), 541-561.
- Atodiresei, C. S., Tănăselea, A., & Iftene, A. (2018). Identifying fake news and fake users on Twitter. *Procedia Computer Science*, 126, 451-461.

- Burkhardt, J. M. (2017). History of fake news. *Library Technology Reports*, 53 (8), 5-9.
- Creswel, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. (Third Edition). Los Angeles: SAGE
- Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W. & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118 (9), 1-8.
- Coddington, M., Molyneux, L., & Lawrence, R. G. (2014). Fact checking the campaign: How political reporters use Twitter to set the record straight (or not). *The International Journal of Press/Politics*, 19 (4), 391-409.
- Çömlekçi, M. F. (2019). Sosyal medyada dezenformasyon ve haber doğrulama platformlarının pratikleri. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7 (3), 1549-1563.
- David, M. and Sutton, D. C. (2011). *Social research, An introduction*. London: SAGE.
- Erkan, G. ve Ayhan, A. (2018). Siyasal iletişimde dezenformasyon ve sosyal medya: Bir doğrulama platformu olarak teyit.org. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (29. Özel Sayısı), 202-223.
- Geeng, C. Yee, S. & Roesner, F. (2020, April). Fake News on Facebook and Twitter: Investigating How People (Don't) Investigate. In *Proceedings of the 2020 CHI conference on human factors in computing systems*, 1-14.
- Graves, L. and Cherubini, F. (2016). The rise of fact-checking sites in Europe. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
- Graves, L. (2017a). Anatomy of a fact check: Objective practice and the contested epistemology of fact checking. *Communication, Culture & Critique*, 10 (3), 518-537.
- Graves, L. (2017b). *Deciding what's true*. Columbia University Press.
- Habgood-Coote, J. (2019). Stop talking about fake news!. *Inquiry*, 62 (9-10), 1033-1065.
- Humprecht, E. (2020). How do they debunk "fake news"? A cross-national comparison of transparency in fact checks. *Digital Journalism*, 8 (3), 310-327.
- Ireton, C. & Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training*. Unesco Publishing.
- Kocabay Şener, N. (2018). "Doğruluk kontrol merkezi" ve "yalan haber" kavramlarına ilişkin içeriklerin medyada yansımalarının araştırılması. *Akdeniz İletişim*, (Özel Sayı), 355-373.
- Lincoln, Y. S. and Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. London: Sage.
- Lowrey, W. (2017). The emergence and development of news fact-checking sites: Institutional logics and population ecology. *Journalism Studies*, 18 (3), 376-394.
- Mena, P. (2019). Principles and boundaries of fact-checking: Journalists' perceptions. *Journalism Practice*, 13 (6), 657-672.
- Narwal, B. (2018, October). Fake news in digital media. In *2018 International Conference on Advances in Computing, Communication Control and Networking (ICACCCN)* (pp. 977-981). IEEE.
- Patton, Q. M. (2018). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri*. (Çev. Editörleri: M. Bütün ve S. B. Demir) (2. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.

-
- Posetti, J. & Matthews, A. (2018). A short guide to the history of 'fake news' and disinformation. *International Center for Journalists*, 7, 1-19.
- Quandt, T., Frischlich, L., Boberg, S. & Schatto-Eckrodt, T. (2019). Fake news. *The international encyclopedia of journalism studies*, 1-6.
- Rogerson, K. (2014). Fact checking the fact checkers: Online verification organizations and the search for "truth". ECSM 2014 University of Brighton Brighton, UK 10-11 July 2014, 434.
- Schudson, M. (2001). The objectivity norm in American journalism. *Journalism*, 2 (2), 149-170.
- Shin, J. & Thorson, K. (2017). Partisan selective sharing: The biased diffusion of fact-checking messages on social media. *Journal of Communication*, 67 (2), 233-255.
- Sinclair, C. (2020). Parody: fake news, regeneration and education. *Postdigital Science and Education*, 2 (1), 61-77.
- Singer, J. B. (2021). Border patrol: The rise and role of fact-checkers and their challenge to journalists' normative boundaries. *Journalism*, 22 (8), 1929-1946.
- Singer, J. B. (2018). Fact-checkers as entrepreneurs: Scalability and sustainability for a new form of watchdog journalism. *Journalism Practice*, 12 (8), 1070-1080.
- Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W. & Ling, R. (2018). Defining "fakenews" A typology of scholarly definitions. *Digital journalism*, 6 (2), 137-153.
- Thornton, B. (2000). Themoonhoax: Debates about ethics in 1835 New York newspapers. *Journal of mass media ethics*, 15 (2), 89-100.
- Venegas, K. M. and Huerta, A. H. (2010). Urban ethnography: Approaches, perspectives and challenges. M. Savin-Baden and C. H. Major (Editörler) *New approaches to qualitative research: Wisdom and Uncertainty içinde* (s. 154-161). London: Routledge
- Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe, 27.
- Yegen, C. (2018). Doğru haber alma hakkı ve sosyal medya dezenformasyonunu doğruluk payı ve yalansavar ile tartışmak. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5 (4), 101-121.
- Yoo, J. (2007). Ideological homophily and echo chamber effect in internet and social media. *Student International Journal of Research*, 4 (1), 1-7.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (13. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zannettou, S., Sirivianos, M., Blackburn, J. & Kourtellis, N. (2019). The web of false information: Rumors, fakenews, hoaxes, click bait, and various other shenanigans. *Journal of Data and Information Quality (JDIQ)*, 11 (3), 1-37.
-