

# SAĞLIK İLETİŞİMİNDE YALAN HABER-YANLIŞ ENFORMASYON SORUNU VE DOĞRULAMA PLATFORMLARI\*

Recep ÜNAL\*\*  
Ahmet TAYLAN\*\*\*

## ÖZET

Tarih boyunca söylenti, dedikodu, yalan haber ve yanlış bilgi çeşitli amaçlarla kullanılmış ve etkileri tartışmalara konu olmuştur. Ancak yeni medya ortamında doğruluğu henüz kanıtlanmamış enformasyonun ya da yalan haberin yayılım hızı artmış, bu tür içerikler hem profesyonel içerik sağlayıcılar hem de kullanıcı türevli içerik yoluyla kısa sürede geniş kitlelere ulaşmıştır. Yapılan araştırmalar sağlık ile ilgili konularda da İnternet'in kullanıcılar tarafından bilgi edinme kaynağı olarak kullanıldığı ancak bu kullanıcılardan sadece dörtte birinin bilginin kaynağının güvenilir olup olmadığını sorguladığını ortaya koymuştur. Web siteleri ve sosyal medya ağları üzerinden yayılan yalan haberler ve yanlış bilgi, popüler mesajlaşma uygulaması WhatsApp aracılığıyla da dağıtılmaya başlanmış, özellikle kamuoyunda sağlıkla ilgili endişe yaratma ya da hasta kişiler üzerinden dramatik yalan hikâyeler yaymanın ortamı haline gelmiştir.

Bu çalışmada yeni medya ortamında yayılan bu tür enformasyonun önlenmesinde doğrulama platformlarının ne tür bir işlevi olduğu incelenmiş, Türkiye'de faaliyet gösteren teyit.org doğrulama platformunun İnternet üzerinden yayılan sağlıkla ilgili iddialar ile ilgili yaptığı incelemenin sonuçlarının ne olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır. Çalışmada, İnternet, sosyal medya ve WhatsApp grupları üzerinden paylaşılan sağlık konusundaki 19 iddianın sadece birinin doğru bilgi olduğu, bu tür enformasyonun en fazla sosyal medya ve WhatsApp üzerinden yayıldığı görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Sağlık Haberciliği, Yalan Haber, Yeni Medya, Sosyal Medya, Doğrulama Platformları

## THE FAKE NEWS-FALSE ENFORMATION PROBLEM IN HEALTH COMMUNICATION AND THE VERIFICATION PLATFORMS

### ABSTRACT

Rumour, gossip, fake news and misinformation have been used for various purposes throughout history, and their effects have become subject of many debates. However, spread speed of uncorroborated information or fake news in new media platforms have increased; it has been reached to large mass in a short time by means of professional content providers and user-generated content. Recent searches suggest that the internet is used as a source of knowledge on health issues however only one quarter of the users questions whether the source of knowledge is reliable or not. Fake news and misinformation which spread through websites and social media networks also begin to be spread via WhatsApp, a popular texting application, and they turn into a platform of creating anxious about health in society or spreading dramatic fake news about sick people.

\* Bu çalışma 2-3 Kasım 2017 tarihinde Erzurum'da düzenlenen III. Uluslararası Sağlık İletişimi Sempozyumu'nda sözlü olarak sunulan bildiri özetinin genişletilmiş halidir.

\*\* Yrd. Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Sinema ve Televizyon Bölümü, recepunal@mersin.edu.tr.

\*\*\* Yrd. Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, ataylan@mersin.edu.tr.

In this study, the function of verification platforms in preventing such information spread away in new media is investigated, and the result of the claims that *teyit.org*, a verification platform residing in Turkey, discusses in category of health is evaluated. In the study, it is suggested that only one of the 19 health claims shared through the Internet, social media and WhatsApp groups is correct and this kind of information spreads mostly throughout social media and WhatsApp.

**Keywords:** Health Journalism, Fake News, New Media, Social Media, Fact-Checking Platforms

## GİRİŞ

Yeni medya, etkileşim, multimedya biçimselliği, hipermetinsellik vb. özellikleri ile geleneksel medyadan ayrılırken dijitalleşme özelliği ile de büyük miktarda enformasyonun üretimini, depolanmasını ve paylaşımını mümkün hale getirmiştir. Web 2.0 ile birlikte bu enformasyonun bir bölümünün İnternet kullanıcıları tarafından sağlanması ve böylelikle kullanıcıların yeni medya üretim alanının bir parçası haline gelmeleri bir diğer önemli ayrımı oluşturmaktadır. Castells, (2005: 471) bu durumu “televizyonun tersine İnternet tüketicileri aynı zamanda onun üreticileri, içerik yaratıyor ve ağı şekillendiriyorlar” sözleriyle açıklamaktadır. Kullanıcı türevli içerik (user generated content) yeni medya ortamında sıklıkla değinilen bir kavram olmuş, yeni medyada kullanıcı katılımının olanakları ve sınırlılıkları tartışılmaya başlanmıştır. Jenkins (2016), katılımcı kültür olarak nitelediği bu üretim ortamında geleneksel medyaya oranla kullanıcının içeriğe müdahalesinin önemine işaret etmektedir. Ancak van Dijck (2016: 160), bu katılımcı kültürdeki “katılım”ın belirsizliğine vurgu yapmaktadır. Ona göre yeni medyada kullanıcının konumunu ele alırken “kültürel teoriden, tüketici sosyolojisinden ve ekonomi politikten çeşitli bakış açılarını dikkate almak önemlidir” çünkü “oyuna dayalı çalışma”, “profesyonel gönüllülük” vb. kavramlarla dijital endüstri devlerinin aracılık ettiği “ticarileşmiş kullanıcı türevli içerik” dönemine girilmiştir.

Kullanıcı türevli içerik ile ilgili bir diğer tartışmalı konu ise kontrolsüz bir üretim alanı içerisinde yapılan kimi paylaşımların özel hayatın gizliliğinin ihlalden nefret söylemine kadar çeşitli etik ihlallere neden olmasıdır. Özellikle İnternet ortamında bilginin/enformasyonun bir an önce paylaşılma arzusu, çoğunlukla duyuma dayalı yanlış bilgilerin hızla yayılması sonucunu doğurmakta ve yeni medya alanındaki bir başka önemli etik ihlal olan “üretilen içeriklerin olgunlaşmadan ve doğruluğunun teyit edilmeden yayılması sorunu” gündeme getirmektedir (Bayraktutan ve Binark, 2013: 70). Ancak yalan haber sorunu sadece İnternet kullanıcıları ya da küçük gruplar tarafından değil, geleneksel medya kuruluşları, çeşitli şirketler ya da troller aracılığıyla da çok farklı amaçlarla yalan haber ve yanlış enformasyonun yayıldığı bilinmektedir. Bu bağlamda yeni medya, hem profesyonel üreticilerin paylaşımları hem de kullanıcı türevli içerik yoluyla bir yandan haber akışının hızlandığı, çeşitlendiği bir ortam halini alırken diğer yandan yalan haberin, yanlış bilginin ve söylentinin hızla yayıldığı bir alan haline gelmektedir.

Wardle (2017), yalan haber (fake news) teriminin aslında yeterince açık ve kapsayıcı olmadığını vurgulamaktadır. Çünkü bu, haberden daha da fazlası, bütün enformasyon ekosistemini ilgilendiren bir durumdur. Ayrıca ona göre misenformasyon (kasıt olmaksızın sahte bilginin paylaşılması) ile dezenformasyonun (sahte olduğu bilinen bilgilerin bilinçli olarak yaratılması ve paylaşılması) farklı türleri, yine sadece bu terimle açıklanamaz. Mevcut enformasyon ekosistemini anlamak için paylaşılan farklı içerik türlerini, bu içeriği yaratanların motivasyonlarını ve bu içeriğin yayılma biçimlerini birbirinden ayırarak anlamak gerektiğini belirten Wardle, insanların bilmeyerek paylaştığı sahte haberlerden çok sistematik dezenformasyon kampanyalarının daha endişe verici olduğu görüşündedir. Çünkü daha önce kamuoyunun etkilenmesi için kullanılan yayın teknolojileri birden çoğa (one-to-many) şeklinde iken sosyal ağlar ile birlikte belirli bir mesajı kabul edip paylaşacak kullanıcılara doğrudan aktarılmaya izin verilen bir propaganda üretimine dönüşmektedir.



**Tablo 1.** Misinformasyon ve Dezenformasyonun Farklı Türleri (Wardle, 2017).

2016 yılında Amerikan Başkanlık seçimleri ve İngiltere’deki Brexit oylaması yeni medya döneminde enformasyonun ne şekilde üretilip nasıl yayıldığına ilişkin önemli tartışmaları gündeme getirmiştir (Anderson ve Rainie, 2017). Bu tartışmalarda sıklıkla vurgulanan, “nesnel olguların kamuoyunu şekillendirmede duygu ve kişisel inanca hitap edenlere oranla daha az etkili olması” şeklinde tanımlanan ve Türkçe’ye “hakikat sonrası/ötesi” olarak çevrilen “post truth” kavramı Oxford Sözlüğü tarafından 2016’da yılın kelimesi seçilmiştir. Keyes (2017), “Hakikat Sonrası Çağ” olarak adlandırdığı bu dönemde “aldatmanın, çağdaş yaşamın her kademesinde sıradan hale gelmesine” vurgu yapmaktadır. Ona göre İnternet, “gerçek gibi sunulan dedikoduların, haber olarak verilen basın bültenlerinin, aldatmacalı reklamların, kötü niyetli söylentilerin ve katıksız dümenlerin bir karışımı” olarak bu dönemin dikkat çeken aracıdır. Büyük miktarda verinin hızlı dağıtılması bakımından güçlü olan İnternet, bir o kadar da zayıftır çünkü bu bilgilerin güvenilirliği konusu oldukça muğlak bir biçimdedir (Keyes, 2017: 266).

Enformasyon sağlama ve görüşlerimizi belirlemede sosyal medyanın rolünün arttığı belirtilmektedir. 376 milyon Facebook kullanıcısının haber tüketimi üzerine yapılan bir çalışmaya kullanıcıların haberlere erişiminde ağırlıklı olarak ideolojik olarak görüşleriyle uyumlu ve belirli kaynaklarla sınırlı olacak şekilde bir enformasyon arayışı içerisinde olduklarını göstermiştir (Schmidt ve diğerleri, 2017). Sosyal medyayla ilgili bilgilerin güvenilirliğini değerlendirmek, bu bağlamda giderek daha da zor hale gelmekte, insanların aynı görüşten kişilere yönelme eğilimi, kutuplaşmayı artıran yankı odaları ve filtre balonlarının yaratılmasına yol açmaktadır (Lazer, Baum, vd., 2017).

Günümüzde yaşanan önemli değişimlerden biri de yirminci yüzyılda enformasyon ekolojisini belirleyen görsel ve yazılı medyanın bir diğer deyişle geleneksel medyanın ağırlığının belirli bir ölçüde dijitale, mobile ve sosyal medyaya kaymış olmasıdır. Özellikle yalan haberin yayılımı tartışmasında bu konu son derece önemlidir çünkü bu tür yanlış enformasyonun dağıtımı sosyal medya ortamında kolay bir şekilde gerçekleşmekte ve hızla yayılmaktadır (Nielsen ve Graves, 2017). Bu noktada izleyicinin/kullanıcının yalan habere ilişkin nasıl bir perspektife sahip olduğu, farklı enformasyon türlerini ayırıp ayıramadığı gibi sorular önem kazanmaktadır. Değişik ülkelerden İnternet kullanıcılarının yalan haber algısı üzerine çalışmalarında Nielsen ve Graves (2017), yalan haberlerin, “onu yayınlayan haber medyası, ona katkıda bulunan bazı politikacılar ve onu dağıtmaya yardım eden bazı platformların birleşimi tarafından yönlendirilen bir sorun” olarak görüldüğünü ifade etmektedir. Aynı araştırmada kullanıcıların, haber süsü verilmiş yanlış bilgilerden oluşan içeriklere göre propaganda ve reklam içeren enformasyonun ayrımını belirli bir dereceye kadar yapabildikleri sonucuna ulaşılmış, sıklıkla haber ve yalan haber arasında kesin bir ayırım yapılamasa da kullanıcıların parodi metinler ve yalan haberlerden çok kötü habercilik örnekleri, siyasal propaganda ve reklam/sponsorluk ile ilgili içerikleri haber olarak değerlendirdiğini belirtilmiştir (Nielsen ve Graves, 2017).

## **1. YENİ MEDYA KULLANIMI VE YALAN HABER-YANLIŞ ENFORMASYON SORUNU**

19.yüzyılda yazılı basın, 20. yüzyılda radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının öne çıkması ile birlikte aslında o dönemler için bile yeni sayılmayan yalan haber ve yanlış enformasyon ile ilgili tartışmalar yürütülmüş, özellikle siyasal çıkar ya da siyasal kar elde etme amacıyla medyada haber akışına yönelik müdahaleler, habercilik etiği ve medyada mülkiyet gibi sorunlarla birlikte tartışılmıştır. 2000’li yıllar ile birlikte gelişen çevrim içi kaynaklar ve sosyal medya platformları ise durumu daha da karmaşık hale getirmiş, editoryal bir süreç ya da doğrulama işleminde geçme zorunluğu olmaksızın içeriğin herhangi bir kullanıcı tarafından daha geniş bir kitleye aktarımı mümkün hale gelmiştir (Allcott ve Gentzkow, 2017:211).

Hempbel (2017) ise hakikat sonrası çağ (post truth) kavramıyla yeniden ve daha

da şiddetlenerek tartışma konusu haline gelen yalan haber konusunun aslında yeni olmadığı ve yeni medyayla birlikte ortaya çıkmadığına değinmektedir. “Roma Cumhuriyeti’nin son savaşında Octavius, Marcus Antonius’u yenmesine yardımcı olması için dezenformasyondan faydalanmıştır.” Hatırlakmasını yapan Hempbel’e göre o dönemde propaganda amaçlı yalan haber iktidar tarafından üretilmekte ve geleneksel iletişim kanalları aracılığıyla yayılmaktaydı. Günümüzde de benzer süreçler farklı biçimlerde gerçekleşse de İnternet ile birlikte içerik üretimi ve dağıtımı ile ilgili maliyetlerin azalması, güvenilir bir marka yaratmak için ilk unsur sayılan doğru haber yapma konusundaki yaptırımların zayıf hale gelmesi ve “küçük grupların, yalan iddiaları baş döndürücü bir hızda kalıcı hale getirmek üzere sosyal medyanın algoritmalarıyla ve sosyal etkileşimlerle oynayabilme” potansiyeli bu alanda geleneksel sorunlara yenilerinin eklenmesi sonucunu doğurmuştur. Hempbel’e göre post truth dönemindeki ikinci önemli meseleyi ön yargılı haberlere duyulan ilginin artması oluşturmaktadır. Kullanıcılar kendi dünya görüşlerine uygun içeriğe yönelmekte ve burada yönelik içeriğe duyulan şüphe ortadan kalkmaktadır. Bir diğer önemli sorunsal geleneksel medyanın iş modelindeki yapısal bozulmaya bağlı olarak haber üretimindeki kaliteli içerik arayışının azalması ve markalara olan güvenin azalmasıdır (Hempbel, 2017).

Tarih boyunca propaganda, misenformasyon ve dezenformasyonun kamuoyunu etkilemek için kullanıldığını belirten Lazer, Baum vd. (2017), 1925 yılında “Yalan Haberler ve Kamuoyu” başlığıyla Harper’s adlı dergide yayınlanan yazıyı hatırlatarak bu tartışmanın yeni bir olgu olmadığını altını çizmiştir. Ancak yeni medya bir yandan kullanıcıların çok çeşitli veriye erişimini mümkün kılmış ancak diğer yandan yalan haber ve yanlış bilginin hızla yayıldığı bir ortam halini almıştır. Özellikle sağlık alanında bu tür enformasyonun hızlı bir şekilde geniş kitlelere ulaşması, pek çok soruna neden olabilmektedir. İnsan sağlığını ilgilendiren kriz anlarında ya da salgın hastalıklarla ilgili korkuların kamuoyunda arttığı dönemlerde yeni medya ortamında doğru olmayan enformasyonun hızla yayıldığı görülmektedir:

SARS virüsü manşetlere çıktıktan kısa süre sonra internette “çareler” ortaya çıkmaya başladı. Bu, eski bir şarlatanlık geleneğinin parçasıdır, ancak internet sayesinde artık çok daha geniş ve hızlı bir yayılımı vardır. Tıbbi web sitelerinde yapılan bir inceleme, aşırı sayıda yanlış bilgi, kocakarı ilacı ve düpedüz şarlatanlar tarafından pazarlanan sahte karışım bulmuştur. En düzgün olanların doğruluğuna bile her zaman güvenilmez (Keyes, 2017: 265).

Pew Research Center tarafından yapılan bir araştırmada Amerikalı İnternet kullanıcılarının yüzde 80’inin kendileri veya bir yakınları için sağlık ile ilgili konular hakkında İnternette arama yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın önemli sonuçlarından biri de İnternet kullanıcılarından sadece yüzde 15’inin sağlık haberlerinin kaynağını ve güncel olup olmadığını kontrol etmesidir (Fox, 2006). Aynı konuda yapılan bir diğer araştırmadaysa İnternet kullanıcılarının sağlık ve tıbbi konularla ilgili bloglar ve web siteleri üzerinden başkalarının yorum ya da deneyimlerini

okumak, bu konularla ilgili videolar izlemek, belirli ilaçların veya tıbbi tedavilerin çevrimiçi incelemelerine bakmak, kendileri gibi sağlık sorunları olan başkalarına ulaşmak, doktorlar ve hastaneler hakkındaki yorumları araştırmak gibi deneyimler için online içeriğe yöneldiği ortaya konulmuştur (Fox, 2011).

Reuters Enstitüsü'nün yayınladığı Dijital Haber Raporu 2017 (Digital News Report 2017) için Türkiye'de yapılan ankette katılımcılara geçtiğimiz hafta haber kaynağı olarak ne kullandıkları sorulmuş, online kaynaklar yüzde 89, televizyon yüzde 77, sosyal medya yüzde 67 olarak sıralanmıştır. “Bunlar içerisinde ana haber kaynağınız nedir?” sorusuna ise katılımcıların yüzde 47'si televizyon cevabını vermiştir. Ancak raporda son üç yılda ana haber kaynağının değişmekte olduğu, geleneksel medyanın düşüş eğilimindeyken, sosyal medya ve online haber kanallarının belirgin bir artış sağladığı ifade edilmektedir. Raporda ayrıca özellikle gençler için ana haber kaynağının sosyal medyayı da içeren online siteler olduğu belirtilmekte, Facebook ve Twitter üzerinden haber tüketiminin bir önceki yıla oranla 2017 yılında düşüş gösterdiği, haber paylaşmanın bir yolu olarak WhatsApp uygulamasının yüzde 17'den yüzde 25'e sekiz puanlık bir artış sağladığı vurgulanmaktadır. Dolayısıyla dünyada olduğu gibi Türkiye'de de sosyal medya ağları ve WhatsApp grupları üzerinden dolaşıma girecek sağlık haberlerinin yanlış bilgi içermemesi giderek daha büyük önem taşımaktadır.



**Tablo 2.** Son üç yılda kullanıcıların ana haber kaynağındaki değişim (Dijital Haber Raporu, 2017).

Sağlık sorunları hakkında bilgilenmek üzere İnternete yönelen kullanıcılar arama motorlarına ilgili konuyu yazarak online içeriğe ulaşmaktadır. Günümüzdeyse bunun yanı sıra sosyal ağlar üzerinden yapılan sağlık ile ilgili paylaşımlar da kullanıcıların ilgisini çekebilmektedir. Lau, Gabarron vd. (2012) tarafından yapılan bir araştırma sosyal medya ortamında sağlık ile ilgili içeriğin çeşitli güvenlik endişesi yaratabileceğini ortaya koymuştur. Araştırmada YouTube üzerinden yayınlanan videolar incelenmiş ve bu bağlamda beş sorunlu alan tanımlanmıştır. Bunlar, “(a) tüketicileri hedef alan zararlı sağlık materyali (tütünün uygun olmayan şekilde pazarlanması veya tüketici ile doğrudan uyuşturucu reklamcılığı); (b) sağlıksız davranışın kamusal gösterimi (kendine zarar verme davranışları sergileyen veya başkalarını inciten insanlar gibi); (c) kusurlu halk sağlığı mesajları (örn. halk sağlığı mesajlarına karşı olumsuz seslerin yükselmesi); (d) uygunsuz, saldırgan veya ön-

yargılı sosyal medya içeriğine erişmekten kaynaklanan psikolojik etkiler ve (e) politika ve araştırma finansmanı gündemlerini bozmak için sosyal medya kullanma” şeklinde sıralanmaktadır

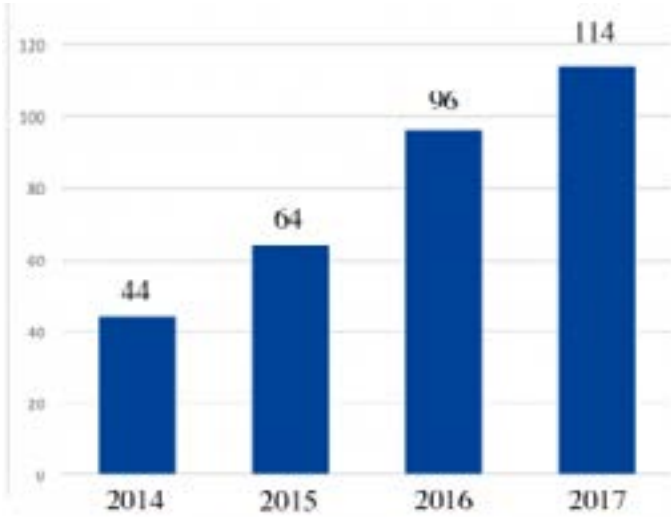
Sahte haberlerin yayılımı ile ilgili bir takım öneriler sunan Lazer, Baum vd, (2017) kullanıcılara haberlerin sahte olduğuna yönelik bir geribildirim sunulabileceğini ifade etmektedir. Araştırmaların diğer önerileri ise şunlardır: Belirli haberlerin sahte olduğunu doğrulayan ideolojik açıdan uyumlu kaynaklar sağlamak; botlar ve “cyborg” hesapları tarafından tanıtılan bilgileri tespit etmek ve bu manipülasyonlara cevap vermemek için algoritmaları ayarlamak. Uzunoğlu (2017) ise yalan haberle mücadelede ilk adımın geleneksel haber kaynaklarının sorgulanması olduğu görüşündedir:

Doğru bilgi kaynaklarına olan erişimimizin önündeki kalitesizlik, yasal sorunlar ve siyasal durum gibi engellerin her geçen gün kendini yenilediği ve beslendiği düşünüldüğünde sosyal ağların ‘aşağıdan yukarıya yalanı büyüten’ rejiminin dünden bugüne yukarıdan aşağı yalanı kurumsallaştıran ve yalanla yöneterek post-truth rejimini bizzat yaratan geleneksel medyayı temizlemeden başlayamayacağı ortada.

## 2. DOĞRULAMA PLATFORMLARI VE BİR ÖRNEK: TEYİT.ORG

Sahte haberler ve yanlış bilginin yayılımındaki artış son yıllarda önemli bir sorun haline gelmiş, tartışmalara neden olmuş, İnternet ortamındaki enformasyonun doğrulanmasına yönelik araçlar, uygulamalar ile bu alanla ilgili girişim ve platformların sayısı artmaya başlamıştır. 2015 yılında yalan haberle mücadelede kapsamlı bir ağ oluşturma amacıyla kurulan First Draft Network (firstdraftnews.com), aralarında Twitter ve Facebook gibi sosyal medya platformları, Washington Post, CNN gibi çok sayıda medya kuruluşları ve AFP, Reuters gibi haber ajanslarının da bulunduğu çok sayıda kurum ve kuruluşu bünyesine dahil etmiştir. Google ise 2017 yılında 48 ülkede haber ve makaleler için bilgi doğrulama hizmeti vermeye başlamıştır. Google, bu girişim için Türkiye’de Doğruluk Payı adlı grupla çalışacağını, bu şirketin yapacağı analizlerin haberlerin doğru ve yanlış olarak sınıflandırılmasında kullanılacağını ifade etmiştir. Uluslararası Doğrulama Ağı (International Fact-Checking Network) kurucu üyesi olan Doğruluk Payı (www.dogrulukpayi.com), daha çok siyasetçilerin açıklamalarının doğruluğu bağlamında incelemeler yapmakta ve siyasal okuryazarlığı artırmayı hedeflediğini açıklamaktadır. Google gibi şirketlerin bu tür yerel dinamiklerle işbirliği yaparak haberin doğrulanması açısından girişimlerde bulunması önemli bir adım olarak kabul edilebilir. Ancak Mutlu Binark’ın da ifade ettiği gibi “pazarın yüzde 80’ine hakim Google, şirket algoritmasının nasıl çalıştığı konusunda bile şeffaf” değildir. Bu ve benzeri nedenlerle Facebook ve Google gibi kuruluşların bu çabasının ne ölçüde yeterli olacağı, bunun sansür gibi sorunlara neden olup olmayacağı konuları da tartışılmaktadır (Sudagezer, 2017).

2017 yılında Duke Reporters' Lab tarafından yapılan araştırmada 114 ülkede 47 doğrulama platformunun bulunduğu ve son yıllarda belirgin bir artış sergilendiği belirtilmiştir. Bu tür girişimlerin en çok Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunduğu ifade edilen araştırmada, özellikle seçim yıllarında doğrulama platformlarının sayısında artış olduğu vurgulanmaktadır. Doğrulama platformlarının kıtalara göre dağılımını da içeren araştırma verilerine göre Afrika kıtasında 5, Asya'da 9, Avustralya'da 1, Avrupa'da 39, Kuzey Amerika'da 50 ve Güney Amerika'da 10 girişim faaliyet göstermektedir (Stencel, 2017).

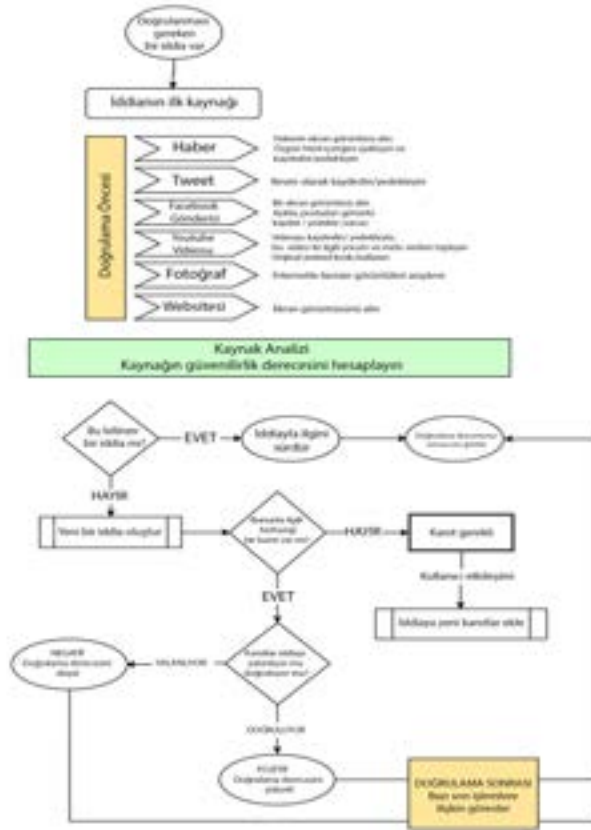


**Tablo 3.** Dünyada aktif faaliyet gösteren doğrulama platformlarının yıllara göre dağılımı (Kaynak: Duke Reporters Lab, 2017 <https://reporterslab.org/international-fact-checking-gains-ground/>).

Doğruluk Payı ile birlikte Türkiye'de yeni medya alanındaki şüpheli haberleri inceleyen doğruluk platformları arasında Teyit.org da bulunmaktadır. "İnternetteki şüpheli bilgileri inceleyen doğrulama platform" olma hedefiyle Kasım 2016 tarihinde faaliyete başlayan Teyit.org'un, "bilinen yanlışlardan, sosyal medyanın gündemine oturan şüpheli bilgilere, yaygın medyanın gündeme getirdiği iddialardan, şehir efsanelerine birçok alanda doğrulama yaparak okurun süzgeçten geçirilmiş bilgiye ulaşması" için çalıştığı belirtilmektedir. (www.teyit.org, 2017). "Birincil haber kaynağı olarak interneti kullanan yurttaşların ve sivil toplum örgütlerinin çevrimiçi platformlarda doğru bilgiye ulaşmasını sağlamayı, eleştirel düşünme alışkanlığını ve doğru bilgiye ulaşma bilincini kazandırmayı hedeflediği iddia edilen platform, Medya Araştırmaları Derneği bünyesinde faaliyet göstermektedir. Yaptıkları işi gazetecilik olarak tarif eden, tek farklarının kendilerinin yazılmış haberlerin peşine düştüğünü belirten teyit.org editörleri 4 kişiden oluşmakta, 10 kişilik gönüllü grubu da ekibe destek vermektedir (Büyüktanır, 2017). Platformun web sitesinde yer alan "metodoloji ve ilkeler" bölümünde 4 farklı aşamadan oluşan doğrulama süreci yürütüldüğü belirtilmektedir. Bunlardan ilki olan tarama aşamasında hem editörle-



rin hem de okurların katkısıyla sosyal medyada dolaşıma sunulan şüpheli bilgiler Dupito adlı yazılım ve çeşitli dijital araçlar aracılığıyla belirlenmektedir. Teyit.org ekibi bir sonraki aşama olan seçme sürecinde hangi şüpheli haberleri ele alacakları konusunda üç kriter belirlediklerini ifade etmektedir. Buna göre virallik (yayıma hızı), önem ve aciliyet gibi unsurlar ele alınan konunun incelenmesi noktasında önem taşımaktadır. Değerlendirilecek konu belirlendikten sonra araştırma aşamasına geçilmektedir. “Bir içeriği doğrulamak için en temel gazetecilik metotlarını dijital araçlarla bir arada kullandıklarını” ifade eden teyit.org ekibi, Doğrulama El Kitabı’nda<sup>3</sup> da yer alan bazı yöntemleri de kullanarak aşağıda belirtilen akış şemasını göre araştırma yaptıklarını belirtmektedir.



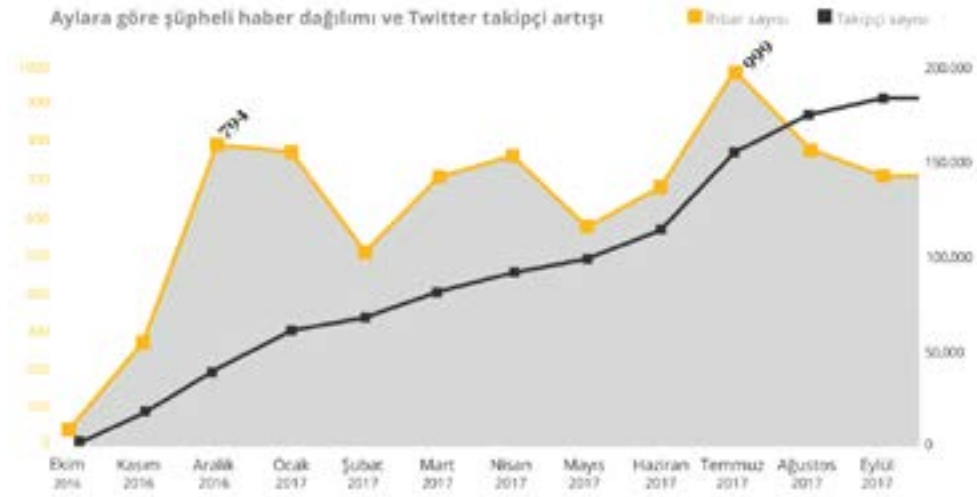
**Tablo 4.** Teyit.org tarafından kullanıldığı belirtilen doğrulama iş akışı

<sup>1</sup> European Journalism Centre tarafından “Verification Handbook” adıyla yayınlanan “Doğrulama El Kitabı” ve bu kitabın ikincisi olma özelliği taşıyan “Araştırmacı Gazetecilik İçin Doğrulama El Kitabı” teyit.org kurucusu Mehmet Atakan Foça editörlüğündeki ekip tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Her iki kitapta da online bilginin ne şekilde doğrulanabileceği, yanlış enformasyonun belirlenmesinde ne tür araçların ve yöntemlerin kullanılabilceği anlatılmakta, vaka çalışmalarına yer verilmektedir.

“Sonuç ve Analiz” başlıklı son aşamadaysa ele alınan iddiaya ilişkin 4 farklı kategoride sonuç alındığı ifade edilmektedir. Buna göre teyit.org’da her içeriğin başlık bölümünde yer alan “Doğru” etiketi, incelenen iddianın doğru, “Yanlış” etiketi ise iddianın yanlış olduğu sonucunu ifade etmektedir. “Karma” ifadesi incelenen iddiaya ilişkin hem doğru hem de yanlış bilginin birlikte yer aldığı, “Belirsiz” etiketi ise elde edilen verilerin iddia hakkında bir sonuca varılması için yeterli olmadığını ifade etmektedir.

Teyit.org tarafından belirlenen üç temel ilke olduğu da web sitesinde belirtilmektedir. Bunlar, objektiflik ve açıklık, düzeltme politikası ve ekonomik şeffaflık olarak sıralanmaktadır. Objektiflik ve açıklık ilkesi başlığı altında teyit.org’da “politik çeşitliliğe ve ekipteğilerin farklı dünya görüşlerine saygı gösterildiğini” herhangi bir bakış açısının yapılan iş üzerinde etkili olmasına izin verilmeyeceği ve “teyit.org çalışanlarının herhangi bir siyasi partinin üyesi olamayacağı ve seçim kampanyalarında görev alamayacağı” belirtilmektedir. Bunun yanı sıra “kaynaklara dair bilgilerin analizlerin içinde belirtileceği” ancak çeşitli sebeplerle “kaynağın kimliğinin gizli tutulması isteğine uyulacağı” vurgulanmaktadır. Teyit.org ekibi “yazılan analiz üzerinde herhangi bir değişiklik yapılması gerektiğinde, bunu teyit.org’un yazdığı analizlere ulaşan herkesin görmesini sağlayarak” düzeltme politikasına uyacağını, hatalı içeriğin güncellenerek ve tekrar incelenerek yeniden paylaşılacağını ifade etmektedir. Ekonomik şeffaflık ilkesi gereğince “Destekçilerimiz” başlığı altında teyit.org’un ne şekilde gelir elde ettiğinin görülebileceği, “teyit.org’da yer alan analizlerin ya da yayınlanan makalelerin hiçbirinde fon veren kuruluşların etkisinin bulunmadığı” da belirtilmektedir. Bu destekçiler, Kasım 2017 tarihi itibariyle www.teyit.org adresinde şu şekilde sıralanmaktadır: Birleşik Krallık Büyükelçiliği, İstasyon TEDÜ Sosyal İnovasyon Merkezi, Sivil Düşün AB Programı, Avrupa Demokrasi İçin Destek Programı. Web sitesinde ayrıca “Haziran 2015’te dijital çağda güven ve doğruluk üzerine farkındalığı artırmak ve yanlış haberlerle baş etmek için yol gösterici olmak amacıyla kurulan First Draft” ve Ekşi Sözlük ile de teyit.org’un partner olduğu açıklanmaktadır. Bunun yanı sıra “teyit.org’un organizasyonel ve editöryal süreçlerinin Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı’nın prensipleriyle uyuştüğünü” göstermesi nedeniyle verilen arma da web sitesinde yer almaktadır.

Teyit.org’da politika, tarih, eğitim, bilim ve sağlık gibi kategoriler yer almakta, bunun yanı sıra şehir efsaneleri başlığı ile de İnternetteki şüpheli bilgilere ilişkin analizler yayınlanmaktadır. #Doğrula etiketi ile oluşturulan bölümde ise kullanıcılara İnternetteki şüpheli bilgilerin doğrulanmasına ilişkin yöntemler aktarılmaktadır. Platform editörleri tarafından birinci yılın ardından hazırlanan “İnternette Nelerden Şüphe Ediyoruz?” başlıklı rapor, Teyit.org’un yapısı, işlevi ve takipçileriyle kurduğu ilişkiyi ortaya koyması bakımından çeyitli bilgiler içermektedir. Buna göre “26 Ekim 2016 - 1 Ekim 2017 tarihleri arasında Teyit.org’a, tüm sosyal medya mecralarından toplam 7 bin 628 mesaj iletilmiş, bu mesajlarla şüpheli olduğu düşünülen 3 bin 820 tekil içerik bildirilmiştir”. Takipçilerin Teyit.org’a şüpheli içerikleri bildirmek için Twitter’ı daha yoğun kullandıkları belirtilmiştir.



**Tablo 5.** Teyit.org’da aylara göre şüpheli haber dağılımı ve Twitter takipçi sayısı (Kaynak: İnternette Nelerden Şüphe Ediyoruz? Raporu).

Teyit.org’a gönderilen ve takipçiler tarafından şüpheli bulunan içeriklerden yüzde 51’ini politika kategorisindeki içerikler oluşturmaktadır. Raporda “sosyal medyada yaygınlaşan şüpheli içeriklerin caps veya ekran görüntüleri aracılığıyla çok daha hızlı yayılabildiği” ve “İnternet kullanıcılarının vermek istedikleri mesajı görsellerle çok daha kolay anlatabilmesinin, bu anlatımın hızla yayılma potansiyelinin, capslerin ve ekran görüntülerinin manipülasyon yaratmak için de kullanılmasına sebep olduğu” ifade edilmektedir. Nitekim kullanıcılardan gelen ve şüpheli bulunan içeriklerin büyük bölümünü görsel içerikler oluşturmaktadır.



**Tablo 6.** Teyit.org’da türlerine göre şüpheli içerik sayısı. (Kaynak: İnternette Nelerden Şüphe Ediyoruz? Raporu).

Özellikle kriz anlarında şüpheli içerik ihbarlarının arttığı belirtilen “İnternette Nelerden Şüphe Ediyoruz?” (2017) raporuna göre böyle dönemlerde doğru bilgiye olan ihtiyacın daha da önemli hale geldiği vurgulanmaktadır. Örneğin Reina gece kulübü saldırısının ardından WhatsApp mesajları ile “Fransa Başkonsolosluğu bir uyarı yayınladığı ve İstanbul’da 19 yere bomba yerleştirildiği”, Monaco Prensiği’nin temsilcisi Hülya Biren’in bu bilginin yayılmasını istediği ifade edilmiştir. Ancak bu ifadelerin tamamın yalan olduğu Fransız Konsolosluğu tarafından açıklanmış, Teyit.org’ta da bununla ilgili bir analiz yapılmıştır.

Teyit.org’da yer alan kimi paylaşımlar ise kamuoyunda çeşitli tartışmalara yol açabilmektedir. Bu tartışmalardan en dikkat çekici olanı 10 Kasım 2017 tarihinde yapılan paylaşımın ardından gerçekleşmiştir. Türkiye’yi ziyaret eden iş adamı Elon Musk Anıtkabir’i de ziyaret etmiş ve ardından Twitter hesabından Atatürk’ün “Eğer bir gün benim sözlerim bilimle ters düşerse bilimi seçin” **sözünü paylaşmış, bu tweet** haberlere de konu olmuştur. Teyit.org ekibi ise çeşitli eserleri incelediklerini eser isimleri ile birlikte belirterek bu sözün Mustafa Kemal Atatürk’e ait olmadığını açıklamış ve iddiayı “Yanlış” etiketiyle yayınlamıştır. Atatürk’ün ölüm yıldönümünde böylesi bir paylaşımın yapılmış olması nedeniyle hem teyit.org web sitesinin yorumlar bölümünde hem de sosyal medya üzerinden bu paylaşım eleştirilere neden olmuştur. Kimi kullanıcılar farklı kaynaklara bakılması gerektiğini vurgulamış, benzer anlamlar çıkabileceğini düşündükleri Atatürk’e ait sözleri gündeme getirmişlerdir. Kimi kullanıcılar ise böyle bir iddianın “Yanlış” etiketi ile değil “Belirsiz” etiketi ile yer alması gerektiğini vurgulamıştır. Tepkilerin büyük bölümü ise teyit.org kurucusu Mehmet Atakan Foça üzerinde yoğunlaşmıştır. Daha önceki yıllarda yaptığı ve daha sonra bazılarını sildiği sosyal medya paylaşımları nedeniyle Foça, çeşitli eleştiri ve suçlamalara maruz kalmıştır. Foça, aynı gün Twitter üzerinden “Yıllar önce attığım tweetler arasında (ss’lerin bazıları montaj, bazılarıysa gazeteci olarak takip ettiğim eylemlerdeki sloganların aktarımı) sorunlu bulduklarımı sildim. Bunların hiçbirisi 6 yıl sonra kurulan @teyitorg’u ve ekibini bağlamaz. İncittiysem üzgünüm” ifadelerini kullanmıştır.

### 3. TEYİT.ORG’DA YER ALAN SAĞLIK HABERLERİNE İLİŞKİN İNCELEME

20 Kasım 2017 tarihi itibarıyla Sağlık kategorisinde 21 adet içerik bulunmaktadır. Bunlardan ikisinde aşı ve HIV virüsü ile ilgili yanlış bilgiler derlenmiş ve kamuoyunun bu konudaki doğru enformasyonla bilgilenebilmesine katkı sunulmuştur. 19 içerik ise haber sitelerinde, sosyal medyada ve Whatsapp gruplarında yapılan paylaşımlara ilişkin doğrulama süreçlerinin sonuçları ile ilgilidir.

İçeriğin Başlığı	Paylaşımın Yapıldığı Alan	İddia	Analiz Sonucu
Gözleri görmeyen bebeğin ameliyat masraflarını WhatsApp'ın karşılayacağı iddiası	Sosyal medya, Whatsapp grupları	Kör doğan bir bebeğin ameliyat masrafları WhatsApp tarafından karşılanacak.	Yanlış
Pepsi çalışanının içeceklere HIV bulaştırdığı iddiası	Sosyal medya, Whatsapp grupları	Pepsi'deki bir çalışan içeceklere HIV bulaştırdı.	Yanlış
Diş macunu tüplerindeki renkli işaretlerin macundaki kimyasal oranı gösterdiği iddiası	Sosyal medya	Diş macunun altındaki renkli işaretler macundaki kimyasal madde oranını gösteriyor.	Yanlış
E-104 isimli renklendiricinin deri hastalıklarına sebep olduğu ve bazı ülkelerde yasaklandığı iddiası	Sosyal Medya	Avustralya, Amerika, Norveç gibi ülkelerde yasaklanan; kozmetikte kullanılan E-104 Kinolin sarısı renklendirici madde, deri rahatsızlıklarına neden oluyor.	Karma
Çin'de plastik pirinç üretildiği iddiası	İnternet haber siteleri	Çin'de plastik pirinç üretiliyor.	Belirsiz
Videonun, Çin'de plastik pirinç üretildiğini gösterdiği iddiası	Sosyal medya	Plastikten pirinç üretiliyor.	Yanlış
Arabayı çalıştırdıktan hemen sonra klimayı açmanın tehlikeli olduğu iddiası	Sosyal medya	Arabayı çalıştırdıktan hemen sonra klimayı açmak tehlikeli.	Belirsiz
Hurmalaradaki corro virüsü ve Suudi Arabistan Sağlık Bakanlığı'nın uyarısı	WhatsApp grupları	Suudi Arabistan Sağlık Bakanlığı uyardı: "Hurma ağaçlarında çok sayıda yarasa yaşıyor ve yarasalar Corro virüsü taşıyor. Hurmaları yemeden önce iyice yıkayın."	Yanlış
İsrail'de kanserin çok az görüldüğü, kimsenin kanserden ölmediği iddiası	İnternet haber siteleri	İsrail'de kanser çok az görülüyor ve neredeyse kimse kanserden ölmüyor.	Yanlış
ABD'de bir bebek elinde spiral ipiyle doğdu iddiası	İnternet siteleri	Amerika'da bir bebek elinde spiral ipiyle doğdu.	Yanlış
Muayene katılım paylarına %60, ilaç katılım paylarına %70 zam iddiası	Sosyal medya, Whatsapp grupları	24 Nisan itibarıyla muayene katılım paylarına %60, ilaç katılım paylarına %70 zam geldi.	Karma
Suriyelilerin tüp bebek tedavisinden ücretsiz yararlandığı iddiası	Sosyal medya	Suriyeli göçmenler devlet hastanelerinde tüp bebek tedavisinden ücretsiz yararlanabiliyor.	Yanlış
Nutella'da bulunan palm yağının kanser yaptığı doğru mu?	İnternet siteleri	Nutella'nın içerisinde bulunan palm yağı kanser yapıyor.	Belirsiz
Özel hastanelerde fatura istemek "her şey dahil 62 TL" ödemeye yeterli mi?	Sosyal medya, Whatsapp grupları	Özel hastanelerde ayrıntılı fatura ve epikriz raporu isteyerek, hizmetlere toplam 62 TL ödeyebilirsiniz.	Yanlış
"Adalet Bakanlığı'nın AIDS uyarısı" 10 senedir internette	İnternet haber siteleri	Adalet Bakanlığı Bilgi İşlem Daire Bakanlığı'ndan bulaşıcı hastalıklarla ilgili uyarı yazısı yayınladı.	Yanlış
Ermeni hastaya Ermeni donör: Kemik iliği nakli için "aynı ırk"tan mı olmak gerekiyor?	Sosyal medya	DNA ırksal özellikler nedeniyle aynı ırktan başka kişilerle uyum sağlıyor.	Karma
Muza HIV mi enjekte ediliyor?	Sosyal medya	Yurt dışından ithal edilen muzlara AIDS hastalarının kanları enjekte ediliyor.	Yanlış
NASA, sülfür dioksit ve asit yağmuru tehlikesi	İnternet sitesi	IŞİD'in Musul'da yaktığı kükürt üretim tesisinden çıkan sülfür dioksit gazı Türkiye'ye doğru geliyor. NASA harita görseli yayınladı.	Doğru
'GATA'ya başörtülü hekim atandı' muamması	İnternet haber sitesi	Kadıköy GATA Haydarpaşa Eğitim Hastanesi'ne başörtülü başhekim atandı.	Yanlış

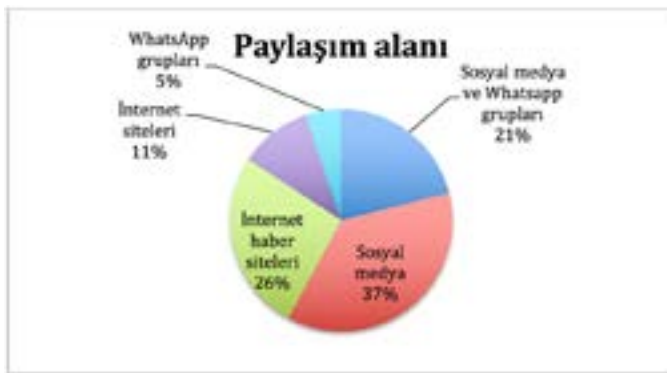
**Tablo 7.** Teyit.org doğrulama platformunda sağlık kategorisinde incelenen iddialar.

Teyit.org tarafından yapılan doğrulama faaliyeti sonucu ele alınan iddiaların 12'sinin yanlış, 3'ünün belirsiz, 3'ünün karma olduğu belirtilmiş, sadece bir iddianın doğru olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İncelenen iddiaların 7'si sadece sosyal medya, 5'i internet haber siteleri, 4'ü hem sosyal medya hem de WhatsApp grupları, 2'si internet siteleri ve bir tanesi de sadece Whatsapp grupları üzerinden yayılan içeriklerdir. Sosyal medya ve Whatsapp üzerinden yayılan içeriğin oranının toplam yüzde 63'ü bulması sağlıkla ilgili konularda bu alanın enformasyon yayılması noktasında önemli bir paylaşım alanı olduğunu göstermektedir.



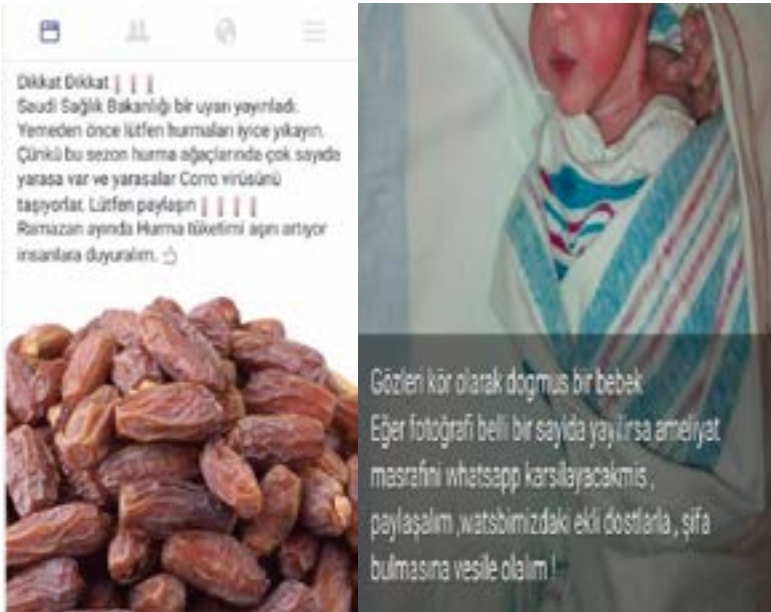
**Tablo 8.** Teyit.org tarafından gerçekleştirilen inceleme sonuçları.

Özellikle WhatsApp üzerinden oluşturulan gruplar aracılığıyla yalan haber ya da yanıltıcı bilginin hızla yayılmasının önemli bir nedeni olarak grupların aile üyeleri, arkadaş grupları gibi tanıdık kişilerden oluşması ve bu durumun paylaşımın yapıldığı kaynak konusundaki şüpheyi kısmen azaltması gösterilebilir. Facebook tarafından satın alınan WhatsApp uygulamasının her ne kadar “yanlışların, yanlış beyanların veya yanıltıcı ifadelerin” yayınlanmasını yasaklayan bir kullanım hakkında politikaya sahip olsa da bu daha çok bir yasaklama değil, bir öneriden öteye gitmemektedir. WhatsApp yazılım mühendisi Alan Kao uygulamalarında her ne kadar yalan haberin yayılmasını görmek istemediklerini belirtse de, mesajların gönderici ve alıcı dışında okumasına izin vermeyen uçtan uca şifreleme nedeniyle durumu “karmaşık” olarak nitelendirmektedir (Mukherjee, 2017).



**Tablo 9.** İncelenen iddiaların paylaşıldığı alanlar.

1 milyarı aşan kullanıcı sayısı ile dünyanın en popüler mesajlaşma uygulaması olan WhatsApp diğer yandan da söylenti ve yalan haberin hızlı yayılımına ve kimi zaman kötü sonuçlarına neden olabilmektedir. Örneğin Brezilya’da WhatsApp grupları üzerinden yayılan yaşlı bir adam ve genç bir kadından oluşan bir çiftin satmak üzere çocuk kaçırdığı söylentisi hızla yayılmış, bir kişi içinde bu tanıma uygun bir çifti gördüğü aracın fotoğrafını ve konum bilgisini paylaşmış ve birkaç saat içerisinde araç bulunup yakılmış, içindekiler linç edilmekten son anda kurtarılmıştır (Aragão, 2017). Ebola virüsünün Afrika’da görülen salgını sırasında İngiltere’de WhatsApp uygulaması üzerinden “Ebola virüsü şimdi İngiltere’de. LÜTFEN özellikle toplu ulaşımda çok dikkat edin” şeklinde başlayan bir söylenti hızla yayılmıştır. Mesajın kaynağı bir arkadaşının hemşire olduğunu, onun kendisine çeşitli hastanelerde virüsün hemşireleri dahi etkilediğini söylediğini belirtmiş ve “bu mesajı sevdiğilerinize yollayın” ifadesini kullanmıştır. İngiltere’de o dönemde herhangi bir Ebola virüsü olmaması ve bu tip bir olayın yaşanmamasına karşın paylaşım kısa sürede sosyal ağlara da sızmış ve Twitter’den da yayılmıştır (Silverman, 2015).



**Tablo 10.** WhatsApp gruplarında yayılan paylaşım örnekleri.

WhatsApp grupları aracılığıyla paylaşılan ve teyit.org tarafından incelenen mesajlara bakıldığında sağlık alanında insanları tedirgin edici içerik ya da bir hasta üzerinden duygu istismarı yapılmaya amacıyla üretilen içeriklerin bulunduğu görülmektedir. Bu örneklerden ilkinde Ramazan ayında hurma tüketiminin aşırı arttığı, “Suudi Sağlık Bakanlığı”nın Corra virüsü taşıma riski nedeniyle yemeden önce hurmaların yıkanması yönünde bir uyarıda bulunduğu belirtilmektedir. Teyit.org tarafından yapılan doğrulama sonucunda aslında ne “Corro” isminde bir virüs bulunduğu ne de Suudi Arabistan Sağlık Bakanlığı’nın bu yönde bir uyarı yaptığı ortaya çıkmıştır.

Mesajın yazım biçimine bakıldığında ise “Dikkat Dikkat” şeklinde insanları uyara-  
racak bir ifadeyle başladığı, ünlem işaretleri kullanıldığı görülmektedir. Tıpkı İn-  
giltere’de yapılan Ebola konulu WhatsApp paylaşımında olduğu gibi Türkiye’deki  
örnekte de “Lütfen paylaşın”, “insanları uyaralım” şeklinde mesajın daha da yayıl-  
masına yol açacak ifadelerin olduğu görülmektedir.

İkinci örnekte ise gözleri görmeyen bir bebeğin ameliyatı için gereken parayı, pay-  
laşımın artması halinde WhatsApp uygulamasının karşılayacağı ifade edilmekte,  
“şifa bulmasına vesile olalım” denilmektedir. Yapılan incelemede benzer fotoğ-  
raflarla aynı iddianın dünyanın farklı ülkelerinde dolaşıma sokulduğu, WhatsApp  
üzerinden paylaşıldığı takdirde çocuğun ameliyat masraflarının karşılanacağını ileri  
sürüldüğü görülmektedir. Bu bağlamda Hindistan’dan Avusturya’ya pek çok ülkede  
bu tip yalan içeriğin hızla yayıldığını söylemek mümkündür.

Teyit.org’un sağlık kategorisinde yer alan bir diğer haber ise “Diş macunu tüple-  
rindeki renkli işaretlerin macundaki kimyasal oranı gösterdiği iddiası” başlığını  
taşımaktadır. Sosyal medya paylaşımlarda “diş macunu tüplerinin altındaki renkli  
kutucukların diş macunundaki kimyasal madde oranlarını belirttiği” iddiası Teyit.  
org editörleri tarafından incelenmiştir. Daha önceki benzer iddia örneklerinin de yer  
verildiği yazıda Sağlık Bakanlığı İletişim Merkezi’nin (SABİM) iddialar hakkında  
Teyit.org editörlerine yaptığı açıklamaya da yer verilmiş ve iddianın yanlış olduğu  
duyurulmuştur.



**Tablo 11.** Sosyal medyada yayılan paylaşım örneği.

Sağlık kategorisinde yer alan ve “belirsiz” olarak nitelendirilen içerikler de bulun-  
maktadır. Örneğin sosyal medyada dolaşıma giren “arabayı çalıştırdıktan hemen  
sonra klimayı açmanın tehlikeli olduğu iddiası” teyit.org editörleri tarafından analiz  
edilmiştir. Ancak çeşitli kaynaklardan derlenen bilgilerin bu iddianın doğrulanması  
için yeterli olmadığı sonucuna varılmıştır. “E-104 isimli renklendiricinin deri has-  
talıklarına sebep olduğu ve bazı ülkelerde yasaklandığı iddiası” ise teyit.org edi-  
törleri tarafından karma olarak etiketlenilmiştir. Yapılan incelemede sözü edilen  
ülkelerden sadece ikisinde yasaklamanın yapıldığı ortaya konulmuş, ayrıca “E-104



koduyla da bilinen kinolin sarısının iddiada bahsi geçen kozmetik ürünlerde ve daha fazlasında kullanıldığı bilgisinin doğru” olduğu ifade edilmiş ancak bunun bir deri hastalığına sebep olduğu yönündeki iddianın tamamen doğrulanmadığı vurgulanmıştır.

## SONUÇ

Her ne kadar yalan haber ve yanlış bilginin kullanımına ve sonuçlarına ilişkin tartışmalar, İnternet öncesi dönemde de var olsa da içinde bulunduğumuz yeni medya çağında, bu tür içeriğin yayılma hızı artmış, engellenmesi ise daha karmaşık bir hale gelmiştir. Son dönemde Facebook, Google gibi teknoloji devleri, çeşitli işbirliği ve çalışmalar yürüterek “hakikat sonrası çağ”da, doğru içeriğin paylaşımına yönelik adımlar atsa da kısa vadede bu amaca tam olarak ulaşılabilmesi mümkün görünmemektedir.

Özellikle sağlık iletişimi bağlamında yalan haber ve yanlış bilginin hızla geniş kitlelere yayılması, ortaya çıkaracağı olumsuz sonuçlar düşünüldüğünde üzerinde titizlikle durulması gereken bir sorun olarak dikkat çekmektedir. İnternet siteleri, sosyal medya platformları ve WhatsApp gibi mesajlaşma uygulamaları aracılığıyla günümüzde sağlık ile ilgili pek çok yanlış bilgi dolaşıma girmektedir. Bu alanda yapılan çalışmalarda öncelikli olarak gazeteciliğin kalite çitasının daha da yükseltilmesi gerektiğinin altı çizilmekte, yeni medya kullanıcılarının güvenebileceği, doğrulama süreçlerinin titizlikle yürütüldüğü ve haberciliğin evrensel kurallarının tam olarak uygulandığı haberlerin sayısının artmasının önemine vurgu yapılmaktadır. İnternet ortamında daha fazla ilgi çekmek uğruna yalan, yanlış ya da çarpıtılmış içeriğin zaman zaman ana akım medya kuruluşları aracılığıyla bile yayılması, haber ile kullanıcı türevli içerik arasındaki çizginin giderek daha bulanık hale gelmesi, ideolojik nedenlerle doğru haber yerine inanılmak istenilen içeriğe erişim arzusu gibi nedenler yalan/çarpıtılmış haberlerin yeni medya ortamında oluşturduğu sorunu daha büyük hale getirmektedir.

Bu konuda güvenilir habercilik kaynaklarının artması dışında alınacak tedbirlerden bir diğeri ise İnternet kullanıcılarının yeni medya okuryazarlığı konusunda bilinçli hale gelerek kendilerine ulaşan içeriğe şüpheyle bakmaları ve bir takım kontrol süzgeçleri kullanarak eldeki bilginin yanlış olup olmadığını öğrenebilmeleridir. Özellikle Teyit.org’un öncülüğünde çevirisi yapılan Doğrulama El Kitabı gibi kaynaklar, hem kullanıcıların hem de habercilerin herhangi bir içeriğin yayılmasına aracılık etmeden önce neler yapılması gerektiği konusunda önemli bilgiler içermektedir. Ancak henüz yeni medya kullanımının tam olarak yaygınlaşmadığı, erişim ve kullanımla ilgili ekonomik, politik ve kültürel belirleyicilerin etkili olduğu bir alanda elbette tüm sorumluluğun kullanıcıların sırtına yüklenmesinden etkili bir sonuç alınmasını beklemek kısa vadede pek de mümkün görünmemektedir. Son yıllarda ortaya çıkan doğrulama platformları ise çeşitli yöntemlerle kullanıcıların doğru bil-

giye ulaşmasına yönelik çalışmalar yürütmekte, şüpheli bilgilerin daha fazla yayılmasına engel olunmasına katkı sağlamaktadır.

Bu çalışmada Türkiye’de bu bağlamda faaliyet gösteren Teyit.org doğrulama platformunun sağlık kategorisinde incelediği içerikler incelenmiş, İnternet siteleri, sosyal medya ve WhatsApp grupları üzerinden dolaşıma giren iddiaların büyük bölümünün doğru olmadığı ortaya konulmuştur. Özellikle aile ve arkadaş gruplarından oluşan WhatsApp grupları aracılığıyla bu tür yalan içeriğin yayılım hızını artırmak amacıyla korku ve paniğe neden olan ya da duygusal sömürü içeren konular seçildiği ve buna yönelik ifadeler kullanıldığı görülmüştür. Çalışmada ayrıca asılsız iddiaların yayılımında sadece “sıradan” kullanıcıların sorumluluk taşımadığı, ana akım medya kuruluşlarının internet siteleri üzerinden de söylenti, yalan haber ve yanlış bilginin paylaşılabilirliği görülmüştür. Bu nedenle özellikle toplumun büyük bölümünü ilgilendiren hassas konulara ait enformasyonun yeni medya ortamında paylaşılmasından önce kaynağın ne derece güvenilir olduğu, eldeki bilginin ya da görselin doğru olup olmadığı gibi konular üzerinde düşünmek, araştırmak ve buna yönelik araçları, uygulamaları tanımak önem taşımaktadır.

## KAYNAKÇA

- ALLCOTT, H. ve GENTZKOW, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), 211–236.
- ANDERSON, J. ve RAİNİE, L. (2017). The Future of Truth and Misinformation Online. <http://www.pewinternet.org/2017/10/19/the-future-of-truth-and-misinformation-online/>
- ARAGÃO, A. (2017). WhatsApp Has A Viral Rumor Problem With Real Consequences. [https://www.buzzfeed.com/alexandrearagao/whatsapp-rumors-have-already-provoked-lynch-mobs-a?utm\\_term=.payD3bNaaw#.ak9VQErXX5](https://www.buzzfeed.com/alexandrearagao/whatsapp-rumors-have-already-provoked-lynch-mobs-a?utm_term=.payD3bNaaw#.ak9VQErXX5)
- BİNARK, M. ve BAYRAKTUTAN, G. (2013). *Aydın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- BÜYÜKTANIR, S. (2017). İnternet haberlerini doğrulamak için 'teyit.org'. <http://gorunumgazetesi.net/medya-etik/internet-haberlerini-dogrulamak-icin-teyit-org>
- CASTELLS, M. (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Birinci Cilt, Ağ Toplumun Yükselişi*. (Çev. Ebru Kılıç). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Digital News Report (2017). Reuters Institute. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf)
- FOX, S. (2006). Online Health Search 2006. <http://www.pewinternet.org/2006/10/29/online-health-search-2006/>
- FOX, S. (2011). *The Social Life of Health Information*, 2011. <http://pewinternet.org/Reports/2011/Social-Life-of-Health-Info.aspx>
- HEMPBEL, J. (2017). Yalan haberle mücadele etmek için gazeteciliği değiştirmeliyiz. <https://teyit.org/yalan-haberle-mucadele-etmek-icin-gazeteciligi-degistirmeliyiz/>
- İnternette Nelerden Şüphe Ediyoruz? (2017). [https://teyit.org/wp-content/uploads/2017/12/nelerden\\_suphe\\_ediyoruz.pdf?utm\\_source=Ay1%C4%B1k+T%C3%BCrk%C3%A7e&utm\\_campaign=f1fd2af3c8-EMAIL\\_CAMPAIGN\\_2017\\_12\\_04&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_f4910cc8a1-f1fd2af3c8-106196833](https://teyit.org/wp-content/uploads/2017/12/nelerden_suphe_ediyoruz.pdf?utm_source=Ay1%C4%B1k+T%C3%BCrk%C3%A7e&utm_campaign=f1fd2af3c8-EMAIL_CAMPAIGN_2017_12_04&utm_medium=email&utm_term=0_f4910cc8a1-f1fd2af3c8-106196833)
- JENKINS, H. (2016). *Cesur Yeni Medya. Teknolojiler ve Hayran Kültürü*. (Çev. N. Yeğencil). İstanbul: İletişim Yayınları.
- KEYES, R. (2017). *Hakikat Sonra Çağ. Günümüz Dünyasında Yalancılık ve Aldatma*. (Çev. D. Özçetin). İzmir: Delidolu Yayınları
- LAU, A., GABARRON, Fernandez-Luque L, ARMAYONES M. (2012). Social media in health--what are the safety concerns for health consumers?. *Health Information Management Journal*, 41(2), 30-35.

LAZER, D., BAUM, M., GRINBERG, N., FRIEDLAND, L., JOSEPH, K., HOBBS, W., MATTSSON, C. (2017). Combating Fake News: An Agenda for Research and Action. <https://shorensteincenter.org/combating-fake-news-agenda-for-research/>

MUKHERJEE, K. (2017). On WhatsApp, Fake News is Nearly Impossible to Moderate. Is That a Bad Thing?. <https://www.stopfake.org/en/on-whatsapp-fake-news-is-nearly-impossible-to-moderate-is-that-a-bad-thing/>

NIELSEN, R. K. ve GRAVES, L. (2017). “News you don’t believe”: Audience perspectives on fake news, (October), 1–8. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves\\_factsheet\\_1710v3\\_FINAL\\_download.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf)

SCHMIDT, A. L., ZOLLO, F., DEL VÍCARÍO, M., BESSÍ, A., SCALA, A., CALDARELLÍ, G., ... QUATTROCÍOCHÍ, W. (2017). Anatomy of news consumption on Facebook. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(12), 3035–3039. doi:10.1073/pnas.1617052114

SILVERMAN, C. (2015). Lies, Damn Lies, And Viral Content How News Websites Spread (And Debunk) Online Rumors, Unverified Claims, And Misinformation. *Tow Center for Digital Journalism A Tow/Knight Report*.

STENCEL, M. (2017). International fact-checking gains ground, Duke census finds. <https://reporterslab.org/international-fact-checking-gains-ground/>

SUDAGEZER, E. (2017). Google’ın bilgi doğrulama sistemi, sansürün önünü açar mı?. <http://t24.com.tr/haber/googlein-bilgi-dogrulama-sistemi-sansurun-onunu-acar-mi,398429>

UZUNOĞLU, S. (2017). Yalan haber nedir? Ona karşı neden savunmasızız?. <https://journo.com.tr/yalan-haber-nedir>

VAN DIJCK, J. (2016). Senin Gibi Kullanıcılar mı? Kullanıcı Türevli İçerikteki Failliği Kuramlaştırmak. *Yeni Medya Kullanıcının Yükselişi içinde*. (Ed. H. Hülür, C. Yaşın). 160-184. Ankara: Ütopya Yayınevi.

WARDLE, C. (2017). Fake news. It’s complicated. First Draft, ss. 1–11. <https://firstdraftnews.com>