

GELENEKSEL MEDYANIN ÖZELLİKLERİ VE YALAN HABER

1.Gün 2. Oturum

12 Kasım 2022 Cumartesi 12.15-13.45

Prof. Dr. Zakir AVŞAR

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi

DERS ÖĞRENME ÇIKTILARI

1. Dersin sonunda katılımcılar yalan haber olgusunu tanırlar.
2. Geleneksel medya ve yeni medyanın ayırt edici özelliklerini açıklar.
3. Geleneksel medyanın yalan haberle mücadele için geliştirdiği etik ve hukuk ilkelerini sıralar.
4. Yalan haber ile mücadelede düzenleyici mekanizmaların ve medya okuryazarlığının önemini açıklar.

GİRİŞ

Geleneksel medya enformasyon toplumu öncesi kitle iletişim araçlarını betimleyen bir kavramdır (Logan, 2010: 8). Basılı gazete ve dergiler, klasik radyo ve televizyon yayınları geleneksel medya içerisinde değerlendirilmektedir. İnternetin yaşamımıza girmesi ve toplumun gündelik yaşamının hemen her alanına nüfuz etmesinin ardından, dijital medya ekosistemi gelişmeye başlamış ve internet teknolojileri temelli bu yeni kitle iletişim araçları “yeni medya” olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Yeni medya dağıtım için bilgisayarlara ve internete dayanan medya biçimlerini tanımlayan bir kavramdır. Bu kapsamda internet gazeteleri, podcastler, bilgisayar animasyonları, video oyunları, web siteleri, isteğe bağlı video oynatma platformları ve sanal dünyalar (Manovic, 2003) yeni medya örnekleri arasında sıralanabilecektir.

Yalan veya yalan söylemek; doğru olmayan söz, hakikat ve gerçeğin aksi, haksız ya da uydurma söz ve bir kimseden söylemediği halde söz nakletmek gibi anlamlara gelmektedir. Yalanın tarihi insanlık kadar eskidir. Dinler tarihinde de yalanın çok önemli bir yeri vardır. İbrani dinler başta olmak üzere birçok din yalanı yasaklar ve günah sayar. Toplumsal yaşamı düzenleyen etik ve hukuk belgelerinde de yalan söylemek yaptırımları olan bir eylemdir.

Roma'nın günlük resmi haberlerinin kaydedildiği Acta Diurna adlı haberleşme belgeleri kadar eski bir tarihe sahip olan yalan haber ise, 1439'da matbaanın icat edilmesinden sonra haberlerin geniş çapta yayılmaya başlamasıyla kitlelere daha kolay ulaşır hale gelmiştir (Prakhar vd., 2016). Yalan haberler kasıtlı biçimde üretilebildiği gibi güvenilir olmayan kaynaklara başvurma ve yetersiz araştırma nedeniyle medya profesyonelinin isteği dışında da dolaşıma girebilmektedir.

Bazı kaynaklar ise hiciv-eğlence amaçlı olmalarına karşın; yayınladıkları şaka amaçlı gerçek dışı bilgiler, okurların medya okuryazarlığı becerilerindeki eksiklik gibi sebeplerle gerçek olarak algılanabilmektedir (Rubin, 2016). Öte yandan, özellikle sosyal medyanın yaygınlık kazanmasıyla birlikte, sıradan kullanıcılar her türlü enformasyonu hızla yeniden üretip dağıtabilir hale gelmiştir. Böylece gerek geleneksel gerekse yeni medya ortamlarında üretilen sahte bilgiler daha hızlı bir biçimde ve daha çok sayıda kişiye ulaşır olmuş; tekdüz/doğrulama mekanizmaları ise gücünü ve etkisini yitirmeye başlamıştır.

Yukarıda sıralanan genel perspektif etrafında, bu dersin amacı geleneksel medya ortamlarında dolaşıma giren yalan haber olgusunu genel hatlarıyla ortaya koyarak, bu tür zararlı enformasyon içerikleri ile mücadele için geleneksel medyada kullanılan yöntemlere ilişkin bilgi sunmaktır.

1. YALAN HABERİN DİNAMİKLERİ

Yalan haber yeni bir sorun değildir. Yalan haberlerin medya ekolojisi zaman içinde gazete kağıdından radyo/televizyona ve son zamanlarda online haberlere ve sosyal medyaya kadar uzanmıştır (Shu vd., 2017: 24). Başka bir anlatımla yalan haber kendine yeni kanallar edinse de de çok uzun yıllardır var olan bir olgudur.

Öte yandan, insanlar doğaları gereği gerçek ve yalan haber arasında ayırım yapmakta pek başarılı değildirler. Bu fenomeni ve yalan haberlerin gücünü açıklayabilecek çeşitli psikolojik ve bilişsel teoriler de bulunmaktadır. Örneğin bir teoriye göre tüketiciler, kendi gerçeklik algılarının tek doğru görüş olduğuna inanma eğilimindeyken; aynı fikirde olmayan diğerlerini bilgisiz, mantıksız veya önyargılı olarak kabul etme eğilimindedirler (Ward, 1997). Bu görüşü destekleyen başka bir teoriye göre ise tüketiciler, mevcut görüşlerini doğrulayan bilgileri almayı tercih ederler (Nickerson, 1998: 175).

Bireylerin doğası gereği yanlış bilgiye meyilli olduğunu öne süren bilişsel teorilere karşın, medyanın görevi kamuoyunu doğru bilgilendirmektir. Tam da bu nedenle yalan haberlerle mücadele için geleneksel medyada kullanılan farklı yöntemler, ilkeler ve mekanizmalar bulunmaktadır. Başka bir anlatımla, medya profesyonelleri ve bilim dünyası önemli etik ihlallerden biri olan yalan haber sorununa çare bulmak için uzun yıllardan bu yana çalışmaktadır. Eşik bekçiliği, ombudsmanlık, etik ve hukuk düzenlemeleri ile medya okuryazarlığı bu çabaların başlıcaları olarak karşımıza çıkmaktadır.

2. EŞİK BEKÇİLİĞİ (GATE-KEEPİNG)

Geleneksel gazetecilikte haber verme süreçlerinde etkili olan en önemli mekanizmalardan biri eşik bekçiliğidir. Eşik bekçisi hangi haberlerin yayınlanması gerektiğine dair editoryal kararları veren kişidir. Eşik bekçiliği terimini gazetecilik alanında ilk kez David Manning White'ın 1950'de kullandığı bilinmektedir (Sterling, 2009: 659-660). Burada kullanılan anlamıyla eşik bekçiliği; medya yöneticileri ve gazetecilere göre önemli görünen haberlerin seçilme, toplanma, reddedilme, onaylanma, işleme ve sunulma süreçlerini temsil etmektedir. Eşik bekçiliği görüşüne göre haber seçimi sürecinde gazeteciler veya genel yayın yönetmenleri gibi medya yöneticilerinin üstlendiği rol, apartman kapısından girip çıkanı denetleyen ve apartmana göz kulak olan apartman görevlisinin işlevine benzetilmektedir. Haber seçimi sürecinde eşik bekçilerinin en önemli görevi, değişik bilgi kanalları aracılığıyla dünyanın her yanından gelen haber, bilgi ve yorumları toplamak, tasnif etmek, karşılaştırmak, değerlendirmek, yeniden işlemek ve yayınlamaktır. Haber toplama, reddetme, onaylama, işleme ve sunma yetkilerine sahip muhabirler, yazı işleri müdürleri, genel yayın yönetmenleri, medyada çalışan diğer iletişimciler veya medya sahipleri eşik bekçiliği rolünü üstlenebilirler (Becker ve Roberts, 1992: 453). Eşik bekçileri hangi haberlerin kamuoyuna duyurulacağına karar verirken, ilgi çekicilik ve yakınlık gibi haber unsurlarının yanı sıra muteber haber kaynaklarından gelen haberleri seçme ve şaibeli ya da doğruluğu kesinleşmemiş bilgileri bekletme ya da reddetme gibi sorumlulukları da gözetirler. Dolayısıyla geleneksel gazetecilikteki eşik bekçiliği, yalan haberin hızla dağılmasını engelleme açısından da bir öneme sahiptir.

Klasik bir medya kuruluşunda en önemli eşik beklelerinden biri hukuk birimidir. Hukuk biriminde görevli medya profesyonelleri, yayınlanacak yalan bir haber ya da tahrif edilmiş bir görüntü sonrası karşılaşılabilecek yasal suçlar ve sonuçlar konusunda bilgi sahibi olduğundan, bu tür içeriklere henüz yayınlanmadan müdahale etmektedirler.

3. OMBUDSMANLIK

Geleneksel gazetecilikte bir özdenetim uygulaması olarak ortaya çıkan okur temsilciliği de yalan haberler ile mücadelede önemlidir. Okuyucu editörü, izleyici editörü, kamu editörü, okur temsilcisi, gazetecilik etiği danışmanı, okurun savunucusu, topluluk savunucusu olarak da anılan (Evers, 2012: 230) medya ombudsmanlığı, medyada özdenetim ve sosyal sorumluluk olgusunun önemli uygulama alanlarından biridir. Basın ombudsmanı, bir basın kuruluşunda soruşturma yapmak, karar vermek, açıklamalarda bulunmak ve gerektiği zamanlarda hataları düzeltmekle mükellef kişidir (Charon, 1992: 215).

Medya kuruluşlarının halkı bilgilendirirken, kamuoyuna karşı sorumlulukları da bulunmaktadır. Sorumlu yayıncılık arayışları, basın özgürlüğünün önünde bir engel değil, bilakis gelişmişlik düzeyinin göstergesidir (Avşar, 2014: 59). Özdenetim, kuruluşun kendi kendisini denetlemesi veya benzer kuruluşların bir çatı altında toplanmalarından doğan örgütlenmelerin gerçekleştirdiği denetimi ifade etmektedir. Özdenetim, bütün dünyada medya kuruluşlarında bir uygulama alanına sahip olmaktadır. Bu uygulamaların bir kısmı gayet başarılı örnekler sergilemektedir. Bir kısmında ise, usulen yapılan uygulamalar söz konusudur (Avşar, 2012: 51). Başarılı bir medya ombudsmanı, görev aldığı kurumda yayınlanan haberlerin doğru ve dengeli verilir verilmemesini kontrol ederek; sunulan haberin kalitesini artırır.

4. ETİK VE HUKUK

Yalan haber olgusu basın etiği ve hukuku tartışmalarında da temel meselelerden biri olmaktadır. Öyle ki ulusal ve uluslararası basın meslek ilkeleri ve mevzuat incelendiğinde tüm kaynaklarda yalan haber konusuna değinildiği gözlenmektedir.

Bütün basın etik kodlarında *doğruluk* en temel referans olarak gösterilmektedir. Gazetecinin yazdığı haber doğru olduğu sürece gazetecilik görevi yapmış demektir; aksi durum gazetecilik tanımına girmemektedir (Şahin, 2021: 572). Dolayısıyla doğruluk-dürüstlük kuralı medya ahlâkı üzerine düzenlemelerde genel kabul görmüş ilkeler (klasik ilkeler) arasındadır. Haberin bazı unsurlarının atlanarak veya kasıtlı bir şekilde eksik bırakılarak veya yanlış yönlendirilerek verilmesi etik kurallarla bağdaşmamaktadır. Önemli gerçekleri hasır altı etmemek kadar, bizde “*asparagas*” olarak ifade edilen “*uydurma haber*” de hoş görülmez. Gazetecinin, haberi ile ilgili unsurları kesin bir şekilde doğrulamaksızın yazmasının sonucunda büyük mağduriyetler ortaya çıkmaktadır (Avşar ve Emre Kaya, 2013: 83-84).

Geleneksel gazeteciliğin en temel etik kurallarından biri *çift doğrulama* (*double-check*) ilkesidir. Örneğin basılı bir gazete ertesi gün dolaşıma girecektir. Dolayısıyla haberin farklı kaynaklardan doğrulanabilmesi ve zenginleştirilmesi için gazetecinin zamanı vardır. Aynı durum hız baskısını biraz daha arttırsa da radyo ve televizyon için de geçerlidir. Akşam bültenlerine girecek bir haberin, gün içinde doğrulanması ve farklı kaynaklardan teyit edilmesi beklenir.

Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük’te “yalanlama” olarak tanımlanan *tekzip* ise; gazetecilikte bir haberi yalanlama anlamına gelmekte olup, yöneltilen suçlamaların cevabının

verilmesini amaçlar. Hakkında şeref ve haysiyetini ihlal edici veya gerçek dışı yayın yapılan bir kişi, bu yayına karşı, ancak cevap vererek veya düzeltme yazarak kendisini savunabilir. Düzeltme ve cevap hakkının kullanılması, ilgili kişiye, yayın konusu saldırıda yer alan bilgilerin gerçeğinin ne olduğunu kamuoyuna açıklama fırsatı verir. 1982 Anayasasında “Düzeltilme ve Cevap” hakkı olarak düzenleme yapılmıştır. Yürürlükte bulunan ilgili yasalarda bazen “tekzip”, bazen “cevap ve düzeltme”, bazen “düzeltme ve cevap hakkı” ifadelerinin kullanıldığı gözlenmektedir. Tekzip hakkının doğabilmesi için iki temel koşuldan birisinin gerçekleşmiş olması gerekir (Tatar, 2008):

Kişilerin şeref ve haysiyetinin ihlâl edilmiş olması,
Kişilerle ilgili gerçeğe aykırı olan bir yayım yapılması.

Sonuç olarak ulusal ve uluslararası mevzuatta kişilik hakları medya tarafından ihlal edildiğinde, kişilik hakkı mutlak haklardan olduğundan kişi, bu hakkının herkes tarafından tanınmasını ve hakkına saygı gösterilmesini isteyebilir. Basın özgürlüğü mutlak olmakla birlikte bu özgürlük de diğer tüm özgürlükler gibi sınırsız değildir. Basın, yetkisini kullanırken ve sorumluluğunu yerine getirirken Anayasa, Türk Medeni Kanunu, Basın Kanunu ve diğer yasalarla güvence altına alınan kişilik hakkına saygı göstermek zorundadır (Doğan, 2014: 485).

Öte yandan tekzip halen önemli bir yasal hak olmakla birlikte; dijital medya ekosisteminde yeterli olamamaktadır. Öyle ki hepimiz bir haberin ilgili kişiler ve kurumlar tarafından ivedilikle yalanlanmasına karşın, doğru içeriğin değil hatalı bilginin daha çok paylaşıldığına şahit olmuşuzdur.

5. MEDYA OKURYAZARLIĞI

Yalan haberle mücadelede yasal ve etik düzenlemeler kadar kamuoyunun medya okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi de önem taşımaktadır. Medya okuryazarlığı eğitimi, bireylerin mesajı kimin gönderdiği, mesajın amacı, içerdiği ikna edici teknikler ve bir mesajın olası yorumları gibi faktörleri dikkate almalarını sağlar (Hobbs, 2007). Bireylerin medyayı daha verimli kullanmaları ve bunu yaparken maruz kalınabilecek bazı riskler karşısında farkındalık geliştirebilmeleri için, medya iletileri ve yöntemleri konusunda bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Bu becerilerin kazanılması mevcut medya ekosisteminde yalan haberi kavramada çok önemlidir.

SONUÇ

Medyanın tarihi kadar eski olan yalan haber olgusu, geleneksel medyanın başlıca sorunlarından biri olmuştur. Basılı gazete, dergi, radyo ve televizyon yayınlarını açıklamada kullandığımız geleneksel medya da bu tür zararlı içeriklerle mücadele kapsamında çeşitli yöntemler, etik ilkeler, yasalar ve mekanizmalarla denetim altındadır.

Bu kapsamda geleneksel medya kuruluşları eşik bekçiliği ve ombudsmanlık gibi iç denetim yollarını yürürlüğe koymalarının yanı sıra; ulusal ve uluslararası meslek etik ilkelerine uymakla da yükümlüdür. Tüm bu çabalara karşın, yine de yalan haberler zaman zaman yayımlanabilmektedir. Bu durumda da ulusal ve uluslararası mevzuat devreye girmekte; tekzip başta olmak üzere hukuki yaptırımlar ile kişilik hakları yasal güvence altına alınmaktadır.

Yalan haberle mücadelede kamuoyunun farkındalığının oluşması bakımından medya okuryazarlığı da büyük önem taşımaktadır. Medya okurlarının, dinleyicilerinin ve

izleyicilerinin medyada sunulan bilgi ve haberlerin güvenilir olup olmadığını doğru değerlendirebilmeleri için bu tür eğitimlere ihtiyaç duyulmaktadır.

Son kertede, geleneksel medyanın dijital medyaya kıyasla yalan haberle mücadelede uzun bir geleneğe ve köklü yöntemlere sahip olduğu gözlenmektedir. Bu yöntemler medya kuruluşlarının kendi özdenetimlerinin yanı sıra, kamu otoritelerinin ve meslek birliklerinin düzenlemelerini de içermektedir.

KAYNAKÇA

- Avşar, Z. (2012). Ombudsman: İyi Yönetilen Türkiye İçin Kamu Hakemi, Hayat, İstanbul.
- Avşar, B. Z. ve Emre Kaya, E. (2013). Medyanın İffeti: Dünyada Medya Meslek Örgütleri ve Yayın Kuruluşlarının Medya Etik Kodları, Altınpost Yayınları.
- Avşar, Z. (2014). Özdenetim, Sosyal Sorumluluk ve Medyada Ombudsmanlık Uygulamaları, Ombudsman Akademik, (1), 59-68.
- Becker, S. L. ve Churchill, L. R. (1992). Discovering Mass Communication, 3. Baskı, New York.
- Charon, J.-M. (Der.) (1992). Medya Dünyası, çev. Oya Tatlıpınar, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Doğan, P. B. (2014). "Çatışan İki Değer: Haber Verme Hakkı ve Kişilik Hakkı", Ankara Barosu Dergisi, 2014/4, 477-493.
- Evers, H. (2012). "The news ombudsman: Lightning rod or watchdog? ", Central European Journal of Communication, 5(2), 224-242.
- Hobbs, R. (2007). Reading the Media: Media literacy in high school English. New York: Teachers College Press.
- Logan, R. K. (2010). "The Changing Figure/Ground Relation with the 'New Media'", Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan. Peter Lang.
- Manovich, L. (2003). "New Media From Borges to HTML", The New Media Reader. Ed. Noah Wardrip-Fruin & Nick Montfort. Cambridge, Massachusetts, 13–25.
- Nickerson, R. S. (1998). "Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises", Review of general psychology, 2(2), 175-220.
- Prakhar, B.; Tsioutsoulis K. ve Blackmer, J. (2016). "8 amazing secrets for getting more clicks": Detecting clickbaits in news streams using article informality. Vol. 30 No. 1 (2016): Thirtieth AAAI Conference on Artificial Intelligence.
- Rubin, V. L. ; N. J. Conroy; Y. Chen ve S. Cornwell (2016). "Fake news or truth? Using satirical cues to detect potentially misleading news", içinde Proceedings of NAACL-HLT, 7–17.
- Shu, K.; Sliva, A.; Wang, S.; Tang, J., ve Liu, H. (2017). "Fake news detection on social media: A data mining perspective", ACM SIGKDD explorations newsletter, 19 (1), 22-36.
- Sterling, C. H. (Ed.). (2009). Encyclopedia of journalism. Sage publications.
- Ward, Andrew; L. Ross; E. Reed; E. Turiel ve T. Brown (1997). "Naive realism in everyday life: Implications for social conflict and misunderstanding", Values and Knowledge, 103–135.

Şahin, M. (2021). Asparagastan Sahte Habere, içinde: Yeni Medya Toplum ve İletişim Biliminin Dönüşümü, ed. Himmet Hülür ve Cem Yaşın, Siyasal Kitap, Ankara.

Tatar, E. (2008). "Yasalarımızda Tekzip (Düzelme ve Cevap) Hakkı ve Uygulaması", Ankara Barosu Dergisi, (4), 97-109.

FAYDALI KAYNAKLAR

Avşar, Z. (2012). Ombudsman: İyi Yönetilen Türkiye İçin Kamu Hakemi, Hayat, İstanbul.

Avşar, B. Z., ve Emre Kaya, E. (2013). Medyanın İffeti: Dünyada Medya Meslek Örgütleri ve Yayın Kuruluşlarının Medya Etik Kodları, Altınpost Yayınları.

Avşar, Z. (2014). Özdenetim, Sosyal Sorumluluk ve Medyada Ombudsmanlık Uygulamaları, Ombudsman Akademik, (1), 59-68.

Doğan, P. B. (2014). Çatışan İki Değer: Haber Verme Hakkı ve Kişilik Hakkı, Ankara Barosu Dergisi, 2014/4, 477-493.

Şahin, M. (2021). Asparagastan Sahte Habere, içinde: Yeni Medya Toplum ve İletişim Biliminin Dönüşümü, ed. Himmet Hülür ve Cem Yaşın, Siyasal Kitap, Ankara.