

# YALAN HABERLE MÜCADELE KAVRAMA VE DOĞRULAMA EL KİTABI

## İÇİNDEKİLER

SUNUŞ.....	SF.2
PROJE EKİBİ.....	SF.3
TESPİTLER VE ÇIKARIMLAR.....	SF.4
BİLGİ SORUNLARI.....	SF.5
BİLGİ EKOSİSTEMİ VE YALAN HABER.....	SF.6
YALAN HABERİ KİMLER ÜRETİR VE YAYAR?.....	SF.8
NE YAPMALI?.....	SF.9
DOĞRULAMA KURULUŞLARI.....	SF.14
TERİMLER VE KAVRAMLAR.....	SF.19

# SUNUŞ

## ***Hakikate erişmek bir insan hakkı olmalı!***

Toplumlar artan bir şekilde bilginin silah olarak kullanıldığı sürekli bir bilgi savaşı ortamında bulunuyor. Bu ortam internet ve sosyal medyanın artan kullanımı ve rant haberciliğinin dinamiklerinin ötesinde, başta devletler olmak üzere çok sayıda ulusal ve uluslararası aktörün, propaganda, kamu diplomasisi, algı yönetimi, stratejik iletişim, halkla ilişkiler ve reklamcılık gibi planlı ve amaçlı faaliyetleriyle karmaşıklaşıyor, doğru haber ve bilgiye ihtiyaç duyanlara zorluklar yaratıyor. Bu itibarla hakikat, ulaşılması güç bir değere dönüşüyor.

Bu bağlamda İstanbul Arel Üniversitesi Uluslararası Stratejik Araştırmalar Uygulama ve Araştırma Merkezi (Arel USAM) bilginin yanlış ve kötü amaçlı kullanımına karşı toplumsal dayanıklılığa katkı sağlama vizyonuyla “Yalan Haberle Mücadele: Kavrama ve Doğrulama” başlıklı bir sertifika programı düzenledi. İstanbul Arel Üniversitesi kaynakları kullanılarak düzenlenen program, “Toplumsal Dayanıklılığı Artırma: Dezenformasyon ve Bilgi Harbi Faaliyetlerine Karşı Yenilikçi Yollar” başlığında NATO Kamu Diplomasi Bölümüne çıkarılan proje çağrısı kapsamında destekleniyor.

Bu el kitabı, bilgi sorunlarına dikkat çekmek, konu hakkında farkındalık geliştirmek ve pratik bilgiler sunmak amacıyla, programda ders veren akademisyenlerin ve uzmanların ders notları, sunumları ve konuşmalarından faydalanılarak projenin çıktılardan biri olarak hazırlandı.

Proje çıktılarının tamamına [usamproje.arel.edu.tr](http://usamproje.arel.edu.tr) adresinden ulaşılabilir.

Saygılarımızla,  
Proje Ekibi

## **Proje Ekibi**

Proje Yürütücüsü: Prof.Dr. Oktay Bingöl  
Koordinatör: Doç. Dr. Kenan Duman  
Araştırmacı: Doç. Dr. Ali Bilgin Varlık  
Araştırmacı: Dr. Öğr. Üyesi Selma Şekercioğlu Bozacıoğlu  
Proje Asistanları: Oktay Kara, Ömer Batuhan Akgüner, Ege Mersin, Faruk Eren Bayraktar

## **Teşekkür**

Proje ekibi olarak programda yer alan değerli akademisyenlerimiz Prof. Dr. Artun Avcı, Prof. Dr. Cem Yaşın, Prof. Dr. Murat Mengü, Prof. Dr. Nazife Güngör, Prof. Dr. Recep Tayfun, Prof. Dr. Zakir Avşar, Doç. Dr. Bilge Şenyüz, Dr. Nehir Durna; uzmanlarımız Sn. Thomas Morin Robinson, Emre İlkan Saklıca, Esra Özgür; grup çalışmaları moderatörleri Dr. Yunus Karaağaç, Dr. Sema Sezgin, Arş. Gör. Doğu Sönmez, Atakan Yılmaz, Sezen Kaya Sönmez ve Burak Duman'a değerli katkıları için şükranlarımızı sunuyoruz.

Ayrıca projenin sponsoru NATO Kamu Diplomasi Bölümü'ne ve Bizbize ile destek sağlayan Aselsan BİTES A.Ş.'ye teşekkürlerimizi sunuyoruz.

## **İletişim**

Proje sayfası: [usamproje.arel.edu.tr](http://usamproje.arel.edu.tr)  
✉ [arelusam@arel.edu.tr](mailto:arelusam@arel.edu.tr)

## PROJE KAPSAMINDA TESPİTLER VE ÇIKARIMLAR

**Yalan haber-yanlış bilgiyi artıran sekiz faktör söz konusudur.**

- ❌ Yalan haber/yanlış bilgi her çeşit bilgi ekosisteminde mevcuttur ancak geleneksel medya ve yeni medya araçları kendi başlarına yanlış bilgi ve yalan haber üretmez.
- ❌ Bilgi sorunları devletler, resmi ve özel kuruluşlar, şirketler, gruplar ve bireylerin kasıtlı ve kasıtsız davranışlarıyla üretilir ve yayılır.
- ❌ Bilgi, güç ilişkileriyle bağlantılıdır ve daha çok güç sahibine hizmet eder. Yalan haber üretimi de güçten bağımsız değildir.
- ❌ Toplumlardaki siyasi, etnik, mezhepsel ve kültürel kutuplaşma yalan haber üretimini ve dolaşımını artıran başlıca nedenlerden biridir. Seçim ortamları yalan haber için uygun zemin sunar.
- ❌ Devlet kurumlarının güvenilirliklerinin düşük olması, yönetimlerin şeffaflıktan ve hesap vermekten kaçınması yalan haberi artırır ve yayılımını hızlandırır.
- ❌ Abartılı ve sorumsuz pazarlamanın, reklamcılığın ve tanıtımların da yalan haber-yanlış bilgi artışında payı vardır.
- ❌ Genel düzeyde düşük okuryazarlık, bilgisayar ve medya okuryazarlığı yoksunluğu yalan haber-yanlış bilginin dolaşımını artırır.
- ❌ Okunmadan yapılan her haberin paylaşımı yalan haber-yanlış bilgi havuzunu doldurur.

**Yalan haberden arınmak ve yanlış bilgidan kurtulmak için sekiz tedbir öne çıkar**

- ✅ Mücadele için hükümetlerin, sivil toplumun, iş dünyasının, akademisyenlerin ve medyanın ortak çabası gerekir.
- ✅ Toplumlar olarak şeffaf, güvenilirliği yüksek ve hesap vermekten kaçınmayan yönetimler ve kurumlar talep etmeliyiz.
- ✅ Her düzeyde eğitim, farkındalık ve bilinçlenme yalanın panzehiridir.
- ✅ Yalan haber ve yanlış bilginin katliamlara varan ağır sonuçlara neden olabileceğini düşünerek sorumlu davranmalıyız.

- ✅ Okumalı, izlemeli ama paylaşırken kışkanç davranmalı ve temkinli olunmalıdır.
- ✅ “Bizden olanlar her zaman doğru yazarlar ve söylerler” ön yargısına mahkum olmamalı, kendi aklımızla sorgulamalıyız.
- ✅ Basın özgürlüğünü korumak yalan haberle mücadelede anahtardır.
- ✅ İnsan haklarına saygı temelinde yapılan ve bağımsız bir yargı ile uygulanacak hukuksal düzenlemeler etkili olabilir.

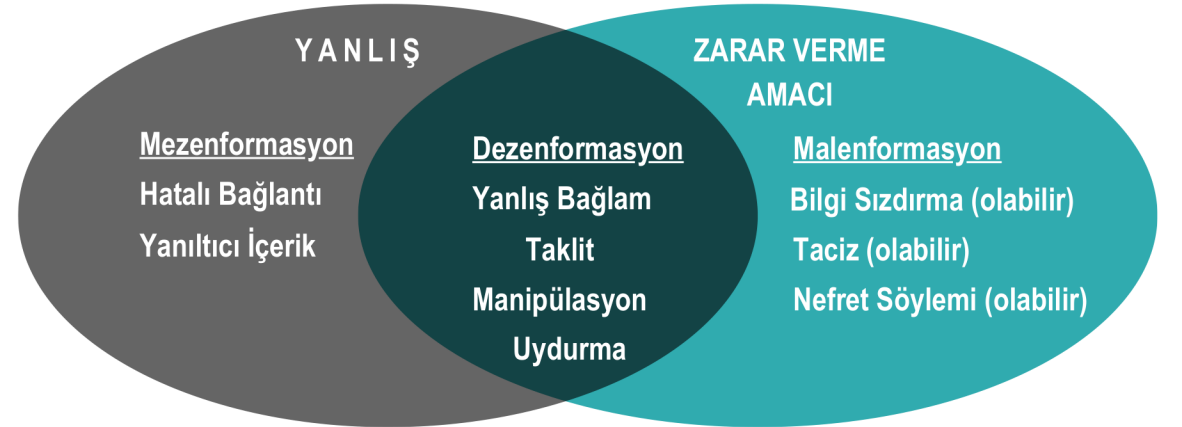
## GERÇEK ÖTESİ DÖNEM VE BİLGİ SORUNLARI

Gerçek ötesi olarak tanımlanan bir dönemde yalan ve yanlış haber/ bilgi başta olmak üzere yoğun bilgi akışının içinde yaşıyoruz. Bilgi kirliliği siyaseti, iş dünyasını ve kültürü bozacak şekillerde dolaşüyor. Medya içeriğinin doğruluğuna dair çeşitli sözcükler kullanıyoruz.

Kullanımdaki farklılıklar küçük görünebilir, ancak önemlidir. Kullanılan üç ana kavram mezenformasyon, dezenformasyon ve malenformasyondur.

Mezenformasyonda, bilgi/haber doğru değildir ancak paylaşan kişi, hatalı bağlantı ve yanıltıcı içeriğin farkına varmadığından bilginin doğru olduğunu düşünür. Bir diğer ifadeyle mezenformasyon yanlış bilgi/haberdir.

Dezenformasyonda bilgi/haber yanlıştır ve paylaşan da bilginin yanlış olduğunu farkındadır. Yanıltma ve zarar verme amacıyla kasıtlı olarak üretilmiş bir yalan haber/bilgi vardır. Malenformasyon gerçeğe dayanan ancak hedefe zarar vermek amacıyla kullanılan bilgidir. Gizli/hassas bilgiyi sızdırma, kişisel bilgileri kullanarak taciz ve nefret söylemi malenformasyona örnektir.



Mezenformasyon - Dezenformasyon - Malenformasyon ilişkisi



## MEZENFORMASYON VE DEZENFORMASYONDA KULLANILAN BOZULMUŞ BİLGİNİN 7 TÜRÜ

### BAĞLAM DAN KOPARMA

Tespit edilmesi en güç yanlış bilgi türlerinin başında bağlamdan koparılanlar gelir. Bağlamdan koparma; doğru bir bilginin, içinde bulunduğu olaylar, durumlar veya ilişkiler örgüsünden koparılarak farklı bir anlatı içinde sunulduğu durumlarda karşımıza çıkar.

### HATALI İLİŞKİLENDİRME

Yaşananları olduğundan daha abartılı gösterme, olaylara dair elde görsel bir materyal bulunmadığı durumlarda stok ya da arşiv görüntüleri kullanma, uydurma ya da çarpıtma amaçlı içerik üretme.

### TAKLİT

Gerçek bir kaynağın taklidini yapan içerik türleri. Bir kişi ya da kurumun taklidini yaparak bilgiye gerçeklik süsünün verildiği veya karşı propagandası yapılacak kişinin ya da kurumun yerine geçildiği durumları ifade etmek için kullanılabilir.

### ÇARPITMA

Bir kişi ya da olaya dair anlatı kurgulamak için bilginin çarpıtılmış kullanımı. Bilgi ve haberi gerçek anlamından saptırarak yanlışla sürükleme/yönlendirme.

### MANİPÜLASYON

Gerçek bir bilgi ya da görüntünün kandırma amacıyla manipüle edilmesidir.

### UYDURMA

Üretilen yeni içeriğin tamamen yanlış olması, kandırmak ve hasar vermek için üretilmesi.

### PARODİ

Haber formatına benzer şekilde, eğlence ve alaya alma amaçlı yazılan metinler.



## BİLGİ EKOSİSTEMİ VE YALAN HABER

Yalan haber-yanlış bilgiye neden olan faktörleri daha iyi analiz edebilmek ve alınacak önlemleri belirleyebilmek için bilgi ekosisteminin unsurlarına odaklanmak gerekir. Her medya aracında bilginin ortaya çıkması için üretici, ortaya çıkan bilgi-haber-mesaj ve alıcı vardır.

Bilgi-haber, yaratım, üretim ve dağıtım aşamalarından geçer. Bu aşamaların anlaşılması bilgi sorunlarının analizinin doğru yapılmasına ve uygulanacak önlemlerin tespitine imkân verir. Yasal ve düzenleyici tedbirler ile normlar ve standartlar bu aşamaların özelliklerine göre oluşturulur. Örneğin, medya okuryazarlığı çabaları alıcıları hedeflerken, içerik düzenlemeleri ve gözetleme mesajlara ve üreticilere odaklanır.

Haberi-bilgiyi üreten aktör, resmi ve özel, grup, kurum ve birey ve otomatik hesap olabilir. Haber-bilgi üreticisi ekonomik-ticari, siyasi-ideolojik, sosyal kültürel, epistemolojik ve psikolojik motivasyonlardan biri ya da birkaçıyla hareket eder.

“**Bilgi**  
*haber, tasarım,  
üretim ve dağıtım  
aşamalarından geçer*



### BİLGİ/HABER ÜRETİMİ İÇİN ÜÇ UNSUR

Üretici.....  
Haber - mesaj...  
Alıcı.....

## YENİ MEDYA DÖNÜŞÜMÜ VE YALAN HABER

Yeni medyanın 20. yüzyıl sonları ve 21. yüzyıl boyunca dönüşümünü önemli gelişmeleri göz önünde bulundurarak üç evreye ayrılır. Yeni medyanın ilk evresi kamusal enformasyon üzerinde medya tekellerinin kırılmadığı ancak geleneksel medya sistemi içerisinde kendine yer bulamayan kimlikler ve toplumsal hareketlerin girdi vermeye başladığı dönem olmuştur. Bu dönemde yalan haberler, farklı kaynaklardan gelen haber içeriğinin bağlam değiştirilerek aktarılması şeklinde ortaya çıkmıştır. Konular farklı ideolojik filtreler ile geleneksel medya yapısının dayandığı güç ve iktidar ilişkileriyle şekillenmiştir.

Yeni medyanın ikinci evresi, web 2.0 uygulamaları ile oluşan etkileşimli ara yüzler ve sosyal medya platformlarının yaratıldığı dönemdir. Bu dönem aynı zamanda izleyicinin kullanıcıya dönüştüğü, medya içeriklerinin pasif tüketiciliğinden üretüketiciliğe (prosumer) dönüştüğü dönemdir. Yeni medyanın ikinci dönemine damgasını vuran Arap Baharı gibi toplumsal hareketlerde ise çok sayıda yalan haberin taraflarca üretildiğine şahit olunmuştur.

Yeni medyanın üçüncü evresi ise medya kuruluşlarının ağ içinde haber ve enformasyon yayılımı üzerindeki kontrollerini kaybettiği dönemdir. İnternet üzerinde aktivist girişimler sönerken gözetim ön plana çıkmıştır. Medya sektörü ise medya şirketlerinden sosyal medya platform sahipliğine dayanan küresel ağ şirketlerine geçmiştir. Haber üretim süreci ve sosyal ağ içinde, yalan haberin yayılımı ise gazeteciler ve sivil toplum kuruluşları dışında oluşmaya başlamıştır.



## KÜRESEL-ULUSAL SİYASET VE YALAN HABER

Günümüzde yaşanan toplumsal gelişmelerin kısa sürede küresel düzeyde sonuçlar yaratma kapasitesine sahip olması, ihtiyaç duyulan bilgi kaynaklarının doğruluğunu araştırmak/değerlendirmek yerine, en hızlı ve kolay bir biçimde ulaşılan bilgiyi doğru olarak kabullenme eğilimini güçlendirmektedir. Bu eğilimin doğal sonucu olarak tutumların da kolaycı, hızlı ve gerekli olmayana ısrarcı olma yönünde değişimine tanıklık edilmektedir.

Hakikat arayışının önüne geçen inanılabilirlik, gerçeğin peşinde koşmanın yerine en kolay ve hızlı biçimde bilgiye erişimi bir değer olarak öne çıkarmaktadır.

Hakikatin araştırılmasının ve ortaya çıkarılmasının en çok üzerinde durulduğu ve en çok istismarının tartışıldığı alan olarak yöneten ve yönetilen ilişkileri dikkat çekmektedir. İktidarın kendi varlığının devamı açısından meşrulaştırma süreci bir anlamda var olan rıza üretim sürecini ve kamuoyu oluşumunun temellerinin izlerini taşımaktadır. Kandırma, aldatma, kışkırtma, korkutma ve zor kullanma amacıyla bilginin yeniden üretilmesi, sağlıksız bir rıza üretimi ve sürdürülebilir olmaktan uzak bir destek ve onay anlamına gelmektedir. Oysa hakikat söylemi, yöneten ve yönetilen ilişkilerinin dürüstlük ve güven üzerine inşa edilebilmesi açısından yaşamsal öneme sahip ve demokrasinin gelişimi için önemlidir.

## YALAN HABERİ KİMLER ÜRETİR VE YAYAR?

Yalan haberler öncelikle maddi kazanç peşinde koşan fırsatçılar ya da siyasi inançları etkilemek isteyenler tarafından yazılmaktadır. Bu tür haberlerin yayılmasına da genellikle sosyal medya, otomatik botlar ve fanatikler yardımcı olmaktadır. İster kamuoyunu etkilemek, isterse reklam geliri elde etmek amaçlansın, içerik öfke uyandırmak ve önyargıları güçlendirmek için akıllıca tasarlanmıştır.

- ▼ Yapışkan ve dayanıklıdır.
- ▼ Bulaşıcıdır.
- ▼ Bireylerin kişilik haklarına ve itibarlarına zarar verir.
- ▼ İnsan haklarını ihlal eder.
- ▼ Ötekileştirir ve yabancı düşmanlığını körükler.
- ▼ Kutuplaşmayı derinleştirir.
- ▼ Kamusal düzeni bozar.
- ▼ Kitlelerin tahrik edilmesine zemin hazırlar ve katliamlara ulaşan sonuçlar yaratır.



## NE YAPMALI?



- ▶ Yanlış bilgilere karşı toplumsal ve bireysel dayanıklılık ve bağımsızlık sağlanmalıdır.
- ▶ Temel eğitim, bilgisayar ve medya okuryazarlığı, bağımsızlık için güçlü aşılardır.
- ▶ Bilgi ve haberin doğruluk kontrolü alışkanlığının kazanılması önemlidir.
- ▶ Önleme yapılmadığında yanlış ve yalan çürütülmelidir.
- ▶ Doğru, cesaretle tekrar tekrar söylenmelidir.

## Bir haberin doğru olup olmadığı ile ilgili olasılığı ölçmek için sorulabilecek sorular:

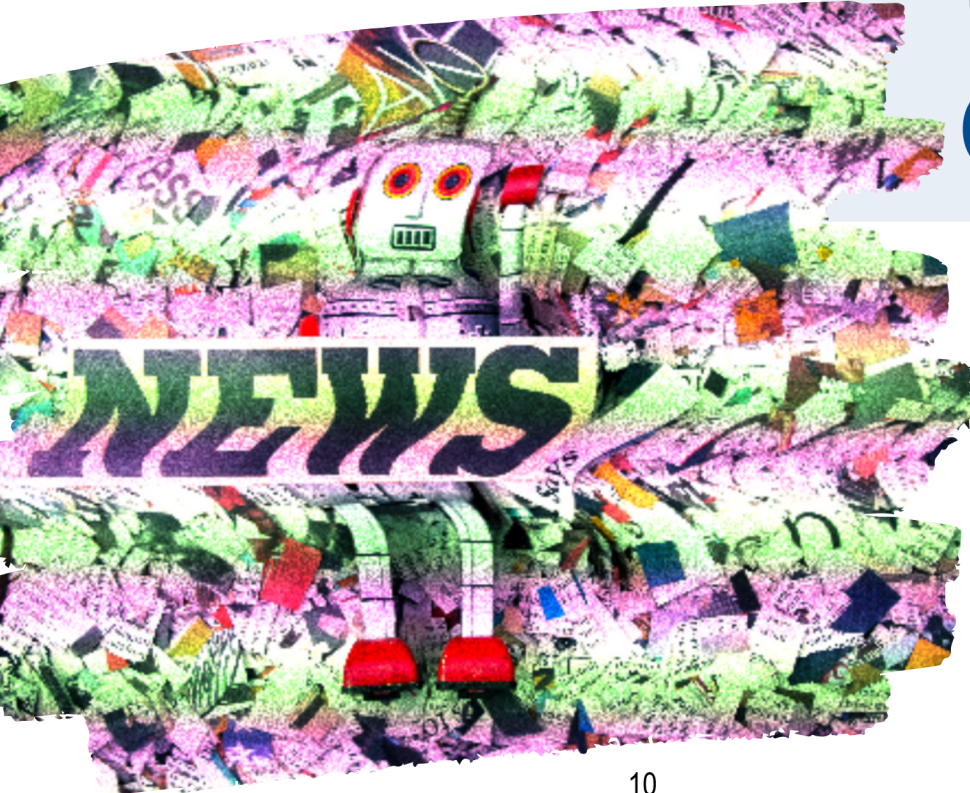
Bir haberle karşılaştığınızda duygusal tepkinizi ölçmek burada birinci adım olabilir. Kızgın mı hissettiniz örneğin? Bu bilginin şiddetle doğru çıkmasını mı istiyorsunuz ya da yanlış çıkmasını mı?

İçeriğe rastladığınız internet sitesinde bu bilginin reklamı mı yapılıyordu, sosyal medya akışınızda mı gördünüz ya da tanıdığınız biri mi gönderdi?

Başlıkta gereksiz noktalama işareti veya vurgu için büyük harf kullanılıyor mu? Bir sır veya medyanın bilmenizi istemediği bir şey olduğunu mu iddia ediyor?

Bir internet geyiği ya da caps gibi kolay paylaşım için mi tasarlanmış?

Bilginin kaynağını kontrol edin. Güvenilir bir kaynak mı? Editöryal standart var mı? Haberın bir yazarı var mı?



İçerikte tarih belirtilmiş mi? Güncel bir içerik mi yoksa güncel olduğu iddiasıyla mı paylaşılıyor?

İçerik, resmi ve uzman kaynaklar dâhil olmak üzere çeşitli kaynaklara referans veriyor mu?

Haberin içinde nitelikli kaynaklara bağlantı var mı? Ya da üzerinde oynanmış mı veya bağlamından koparılmış mı?

Haberin içindeki görseli tersine arayıp gerçek olup olmadığını ve bahsi geçen olayla alakalı olup olmadığını doğrulayabiliyor musunuz?

İçeriği doğrulama kuruluşlarında arattığınızda tamamen doğru olmadığını söyleyen bir etiketle karşılaşıyor musunuz?



2

**Haberciler için özellikle bilginin hızlı aktığı kriz ortamlarında teyitçilik tekniklerinin uygulanması gereklidir. Haberciler bunun için:**

- Kriz anlarında facia ve son dakika haberleri gelmeden önce bir plan ve prosedür hazırlamalı.
- Temas noktalarını çeşitlendirmeli.
- İnsanlarla iletişime geçmeli ve onlarla konuşmalı.
- Bir şeyler doğru olmak için fazla iyi görüldüğünde şüpheli olmalı.
- Güvenilir kaynaklara danışmalı.
- Araştırma yöntemlerine ve yeni araçlara aşina olunmalı.
- Diğer profesyonellerle iletişim kurulmalı ve ekip çalışması yapılmalıdır.



## ŞÜPHELİ BİLGİYLE KARŞILAŞTIĞINIZDA YAPMANIZ GEREKENLER

Yanlış bilgiye herkes inanabilir.  
Şüphe kasınızı çalıştırın.



3

Resmi gibi görünen belgeler sahte olabilir.  
Gerçekliğini kontrol edin.



Gördükleriniz gerçeği yansıtmayabilir.  
Görselleri tersine aratın.



Bu görüntüler gerçekten buradan mı?  
Haritalarda keşfe çıkın.



İçerikler gerçeği tüm yönleriyle yansıtmayabilir.  
Farklı kaynaklarla karşılaştırın.



Şüphelendiğiniz bilgileri doğrulama  
kuruluşlarına gönderin.



Kaynak: Acil Durum Teyit Kiti'nden uyarlanmıştır.  
(<https://kit.teyit.org/>)



# TÜRKİYE'DE DOĞRULAMA/TEYİT KURULUŞLARI

teyit 

Teyit bilgi ekosistemi aktörlerinde eleştirel düşünme alışkanlığını ortak değer kılmayı amaçlayan bir doğrulama organizasyonu. Teyit 2016'dan beri internetteki şüpheli bilgileri inceliyor, dijital okuryazarlık ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirmek için eğitim faaliyetleri yürütüyor, farklı aktörleri bir araya getirerek yanlış bilgi sorununa yönelik sürdürülebilir çözümlerin geliştirilmesine katkıda bulunuyor.

<https://teyit.org/>

 doğrulukpayı



Doğruluk Payı, Haziran 2014'ten bu yana içerik üretimini sürdüren, Türkiye'nin ilk kurumsal fact-checking (doğruluk kontrolü) platformudur. 2020 yılından itibaren Doğruluk Payı; sosyal medyaya, geleneksel medyaya, farklı iletişim kanallarına yansıyan her türlü şüpheli bilginin kontrol edildiği bir platforma evrildi.

<https://www.dogrulukpayi.com/>



## Malumatfuruş

“Malumatfuruş”, köşe yazarı zabitası “Muhtesip.com” kültüründen esinlenen, 2015 yılında faaliyete geçen bir “yanlışlama” girişimidir. Köşe yazarları odaklı olmak üzere gazete ve dergi gibi basılı yayınlar ile sosyal medya, haber siteleri ve internet forumları gibi dijital ortamlarda yer alan, açık kaynaklar vasıtasıyla yanlışlanabilecek yanlış iddialara odaklanılmaktadır.

<https://www.malumatfurus.org/>



Yalansavar, eleştirel düşünce ve bilim tutkunlarının bir araya gelerek oluşturduğu gönüllü bir platform. Amacı, sağlıklı bir toplum için elzem olan eleştirel düşünce alışkanlığını yaymaya katkıda bulunmak ve muhtelif, asılsız iddiaları irdelemek.

<https://yalansavar.org/>



## Evrim Ağacı

Bilim, evrim ve popüler biyoloji konularında doğrulama yapmak için bir sivil inisiyatif olarak hayatına başlamıştır.

<https://evrimagaci.org/>



## DOĞRULA .org

Kamuoyunun faydası için dezenformasyon ve bilgi kirliliğiyle mücadele eden bağımsız bir girişimdir. Doğrula, Dijital Toplum Araştırmaları Derneği markasıdır.

<https://www.dogrula.org/>



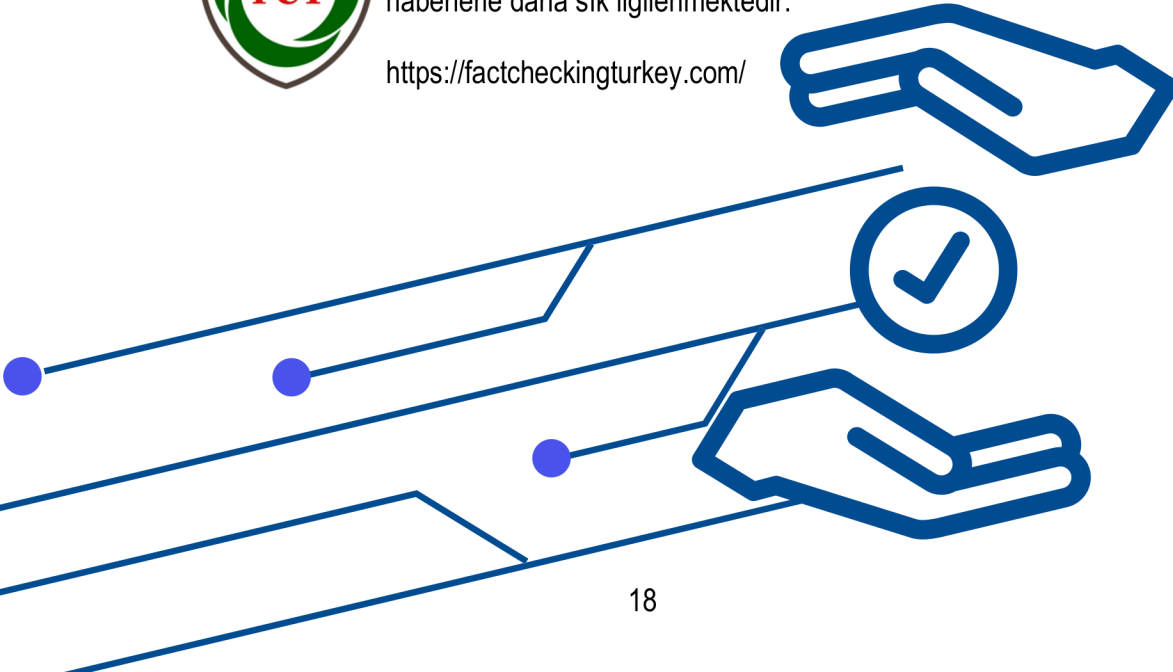
Günün Yalanları, yazılı ve görsel medyada yapılan haberleri, politikacıların dile getirdiği iddiaları ve sosyal medyada dolaşan şüpheli bilgilerin doğruluğunu araştırmaktadır.

<https://gununyalanlari.com/>



Fact Checking Turkey, Günün Yalanları'nın İngilizce versiyonu olarak hizmet etmekle birlikte, içerik açısından Türkiye'ye dair uluslararası haberlerle daha sık ilgilenmektedir.

<https://factcheckingturkey.com/>



## TERİMLER VE KAVRAMLAR SÖZLÜĞÜ



## TERİMLER VE KAVRAMLAR SÖZLÜĞÜ \*

**Algıda Seçicilik (Dikkat):** İnsanın çevreden ve kendi bedeninden gelen tüm uyarıcıları algılamayıp onlar arasında bir seçim yapmasına denir. Buna seçici dikkat de denir.

**Algı Yönetimi:** Mevcut bir düşüncenin insanlara kabul ettirilmesidir. Bu düşünceler bilinçli olabildiği gibi bilinçaltına da empoze edilecek biçimde yönetilebilir. Algı yönetimi, manipülasyonlara sebebiyet verebileceği gibi, insanları bilinçsizce de yönlendirebilir.

**Ardına Ekleme:** Özellikle söyleşi gibi kameranın farklı açılardan iki ayrı insanı çektiği videolara uygulanan yanıltıcı kurgu tipi. Birbiriyle hiç bağlantısı olmayan cümle, kelime veya olayları farklı videolar halinde art arda ekleyerek aldatıcı bir kurgu oluşturmak.

**Asılsız Haber:** Herhangi bir dayanağı olmayan, tamamı uydurma ya da kumaca bilgilerden oluşan sözde haberler.

**Bağlamdan Koparma:** Doğru bir bilginin, içinde bulunduğu olaylar, durumlar veya ilişkiler örgüsünden koparılarak farklı bir anlatı içinde sunulması.

**Bilgi Harekâtı/Savaşı:** Bir devletin hasmının sahip olduğu bilgi ve bilgi sistemleri ile karar verme sürecini manipüle etmek, kendisinin bilgi ve sistemlerini korumak için ofansif ve defansif faaliyetleri kapsamaktadır. Yalan haber-yanlış bilgi bu kapsamda yer alabilir.

**Bilgi Kirliliği:** Bilgi paylaşım vasıtalarının çoğalması, bilgiye erişimin kolaylaşması, bilginin akışkanlık ve hızının artmasının sonucu olarak doğruluğu teyit edilmemiş çok sayıda bilginin ortamda bulunmasıdır. Diğer bir ifadeyle bilgi kirliliği ortamında doğrular ve yanlışlar, eksikler ve fazlalar, çarpıtılan ya da bir şekilde saklananlar bir arada bulunur.

**Bilgi Bozuklukları/Bilgi Düzensizlikleri:** Bilgi bozuklukları/düzensizlikleri üzerinde yapılan tanımlamalar ve konuşmalarda üç temel kavram kullanılmaktadır: Mezenformasyon, dezenformasyon ve malenformasyon.

**Mezenformasyonda,** bilgi/haber doğru değildir ancak paylaşan kişi, hatalı bağlantı ve yanıltıcı içeriğin farkına varmadığından bilginin doğru olduğunu düşünür. Bir diğer ifadeyle mezenformasyon yanlış bilgi/haberdir.

**Dezenformasyonda,** bilgi/haber yanlıştır ve paylaşan da bilginin yanlış olduğunun farkındadır. Yanıltma ve zarar verme amacıyla kasıtlı olarak üretilmiş bir yalan bilgi vardır. Dezenformasyonu yapan yanlış bağlam, taklit, manipülasyon ve uydurmaya başvurur.

**Malenformasyon,** gerçeğe dayanan ancak hedef aktöre (birey, grup, kurum, ülke) zarar vermek amacıyla kullanılan bilgidir. Gizli/hassas bilgiyi sızdırma, kişisel bilgileri kullanarak taciz ve nefret söylemi malenformasyona örnektir

**Bilgi Ekosistemi:** Bilgi ekosistemleri, bilgi altyapısını, araçları, medyayı, üreticileri, tüketicileri, küratörleri ve paylaşımcıları içeren karmaşık uyarlanabilir sistemlerdir. Dinamik sosyal ilişkilerin karmaşık organizasyonlarıdır.

**Bilişimsel Propaganda (Computational Propaganda):** Kamuoyunu manipüle etmekle görevlendirilmiş sosyal medya platformlarının, kendi başına hareket eden aktörlerin ve büyük verilerin bir araya gelmesi olarak tanımlanmaktadır.

**Bilişsel Çelişki/Bilişsel Uyumsuzluk:** Bilişsel uyumsuzluk, bir kişi çelişkili inançlara, fikirlere veya değerlere sahip olduğunda ortaya çıkar. İnsanlarda, içsel psikolojik tutarlılık, bilişsel uyumsuzluğu azaltmak için motive olur. Ya psikolojik uyumsuzluğa neden olan bilişsel yeni parçalar ekler (rasyonalizasyon/tamamlama) ya da bilişsel uyumsuzluğun büyüklüğünü artırması muhtemel koşullardan ve çelişkili bilgilerden kaçınır.

**Bot Hesap:** Bilgisayar programları tarafından yönetilen sosyal medya hesapları. Botlar belirli bir platformda istendiği şekilde gönderiler paylaşması veya etkileşime girmesi için oluşturulur. Otomatize edilmiş bu hesaplar, insan gücüne ihtiyaç duymaksızın gönderi paylaşabilir ve diğer içeriklerle etkileşime girebilir. Örneğin Twitter'daki botlar genellikle belirli bir hashtag üzerinden sürekli tweet atarak konuyu gündeme taşırlar.

**Çarpıtma:** Gerçek anlamından saptırarak yanlışa sürüklemek veya yönlendirmek için oluşturulan içerikler.

**Değinememe:** Videoların başı veya sonunda belirli kısımların kesilmesi sonucu, bahsi geçen bilgi ve ifadelerin tam tersini kast ettiğini iddia eden içerikler. Bu tür, videoların üzerine yanıltıcı kurgu uygulanmasıyla oluşturulur.

**Doğrulanabilir Bilgi:** En az iki farklı kaynağın bilginin doğruluğunu belirlemede kanıt oluşturabildiği durumları gösterir. Bir bilginin doğrulanabilir olması için, aynı zamanda nesnel gerçekliklere temas ediyor olması gerekir. Geleceğe yönelik bilgiler, büyük çoğunlukla doğrulanabilir bilgi sınıfına girmemektedir.

\* Bu sözlük Teyit Sözlük (<https://teyit.org/teyit-sozluk>) ve seminer ders notlarından faydalanılarak hazırlanmıştır.

## TERİMLER VE KAVRAMLAR SÖZLÜĞÜ

**Eşik Bekçisi:** İletişim biliminde, kaynağın iletildiği mesajı, alıcıya ulaşmadan önce denetleyen ve alıcının şartlarına uygun hale getirmek için değiştiren oyuncular. Sosyal medyada, çok takipçisi olan veya belli bir yankı fanusuna hitap etme gücü olan ünlüler, gazeteciler ve troller, Teyit için bu kategoride kabul edilir.

**Filtre Balonları (Filter Bubbles):** Filtre balonları kavramı, platformların algoritmalar sayesinde kullanıcıların alışkanlıklarını bildiği ve internette yalnızca karşılaşmak istedikleri içerikleri görmesini sağladığı durumu tanımlar.

**Geleneksel Medya:** Geleneksel medya enformasyon toplumu öncesi kitle iletişim araçlarını betimleyen bir kavramdır. Basılı gazete ve dergiler, klasik radyo ve televizyon yayınları geleneksel medya içerisinde değerlendirilmektedir.

**Geri Tepme Etkisi (Backfire Effect):** İnançlarına aykırı bir kanıt ile karşılaşan bireylerin, kanıtı reddederek inançlarına daha da sıkı bir şekilde bağlanmalarını ifade eden “bilişsel taraflılık” demektir.

**Hakikat:** “Gerçeklik” anlamına gelen hakikat, bilgi ekosisteminde aldatıcı, yanlış, yanıltıcı, uydurma, kurmaca, çarpıtılmış bilgilerin aksine, doğru bilgiye dayalı içerikleri ifade eder.

**Hakikat Ötesi (Post Truth):** Hakikat sonrası, bir sıfat olarak “belirli bir konu üzerinde kamuoyu oluşurken, nesnel gerçeklerin duygulardan ve kişisel kanaatlerden daha az etkili olması” diye tanımlanır.

**Hakikat Siyaseti (Politics of Truth):** Hakikat siyaseti, hakikatin, söylemler yolu ile iktidar sistemleri ve pratikleri tarafından siyasal olarak inşa edilmesi anlamına gelir. Hakikat söylemleri iktidarı ve iktidarın ilişkiler ağını meşrulaştırmak için kullanılan bilgiler bütünüdür.

**Hatalı İlişkilendirme:** Bir olayı gösterdiği ya da anlattığı iddiasıyla ilişkilendirilen fotoğraf, video, alıntı ya da haber başlığının başka bir olaya ait olduğu durumlar.

**Hiciv:** Bir olayı ya da kişiyi eleştirirken abartılı, ironik veya komik bir üslup kullanarak okuru güldürmeyi hedefleyen içerikler. Hicvin amacı yanlış bilgi üretmek olmasa da doğru olduğu iddiasıyla paylaşılması, ortaya yanlış bir bilgi çıkmasına sebep olabilir.

**İnfodemi:** Dünya Sağlık Örgütü tarafından koronavirüs salgını döneminde geliştirilmiş bir kavramdır. Yanlış bilgi salgını olarak tanımlanmaktadır. Burada yanlış bilginin kasıtlı olarak üretilip üretilmediğine bakılmaksızın kriz döneminde çok fazla bilgi paylaşımı olması durumunda güvenilir kaynak arayışının zorlaşması ifade edilmektedir.

**Kamu Diplomasisi:** Bir devletin kendi ulusunun düşüncelerini ve ideallerini, kendi kurumlarını ve kültürünü aynı zamanda ulusal hedeflerini ve güncel politikalarını yabancı halklara anlatma amacı taşıyan bir hükümetin iletişim sürecidir. Kamu diplomasisinin üç modeli yaygın kabul görmektedir: Bilgilendirme, etkileme ve hedef kitleyle etkileşim kurma. İkinci model (etkileme), propagandaya daha yakındır. Etkilemeyi amaçlayan bir kamu diplomasisi hedef kitlede belirli bir algı yaratmak için saldırgan metotlarla uygulanır. Metotlar arasında ikna etmeyi amaçlayanlar olduğu gibi gerçeklerin manipülasyonu da sıklıkla yer alır ve yalan haber/yanlış bilgi ile bağlantı ortaya çıkar.

**Manipülasyon:** Gerçek bir bilgi ya da görüntünün kandırma amacıyla manipüle edilmesi. Seçme, ekleme ve çıkarma yoluyla bilgileri değiştirme.

**Mavi Tik:** Bazı sosyal medya uygulamalarında, genellikle kamuoyunun ilgisini çeken hesapların orijinal hesaplar olduğunu göstermek için hesapların yanına konulan işaret.

**Medya Okuryazarlığı:** Medya izleyicisinin medya metinlerine erişim sağlayabilmesi, metnin biçimsel ve içeriksel kod açıklamasını yaparak anlamlandırabilmesi, medya/iletişim teknolojilerini uygun şekilde kullanabilmesidir. Medya okuryazarlığının dijitalleşmeyle ilişkilendirilmesi ile yeni medya okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, bilişim okuryazarlığı gibi kavramlar gelişmiştir.

**Meme (Caps):** Genellikle komik öğeler bulunduran ve internette yayılan görsel, metin, karikatür gibi içeriklere verilen ad.

**Ombudsmanlık:** Geleneksel gazetecilikte bir özenetim 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 medya ombudsmanlığı, medyada özenetim ve sosyal sorumluluk olgusunun önemli uygulama alanlarından biridir. Başarılı bir medya ombudsmanı, görev aldığı kurumda yayınlanan haberlerin doğru ve dengeli verilip verilmediğini kontrol ederek; sunulan haberin kalitesini artırır.

**Parodi:** Çoğunlukla haber formatına benzer şekilde, eğlence ve alaya alma amaçlı yazılan metinlere denir.

**Platform:** Sosyal ağlar, internet siteleri gibi mecraların kendilerine ait çevrimiçi varlıklarını tanımlar. Bu alan, bahsi geçen işletmenin sorumluluğundadır.



## TERİMLER VE KAVRAMLAR SÖZLÜĞÜ

**Yankı Fanusu/Yankı Odası (Echo Chamber):** Sosyal medyada kullanıcıların yalnız kendi görüşlerinin yankılandığı ve farklı düşüncelerle karşılaşmanın neredeyse imkânsız olduğu bir gerçekliği tanımlar. Yankı fanusu, internetin bugünkü doğasının anlaşılmasında kullanılan kavramlardan biridir.

**Yapay Zekâ Sahteciliği (Deep Fake):** Yapay zekâ kullanılarak oluşturulmuş kurmaca içerikler. Mevcut video ve ses dosyalarının, yeni ama kurmaca bir içerik yaratmak için kullanılmasıyla üretilir. Bu tür videolarda kişiler, söylemedikleri sözleri söyler, yapmadıkları şeyleri yapar gözükür. Kurmaca video olarak da adlandırılır.

**Yeni Medya:** 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 yeni medya örnekleri arasındadır.