



NEWS

BUSINESS NEWS
GLOBAL MARKETS
EMPLOYMENT
TECHNOLOGY

**YENİ MEDYA DÜZENİNDE
BİLGİ GÜVENİLİRLİĞİ VE
TOPLUMSAL ETKİLERİ**



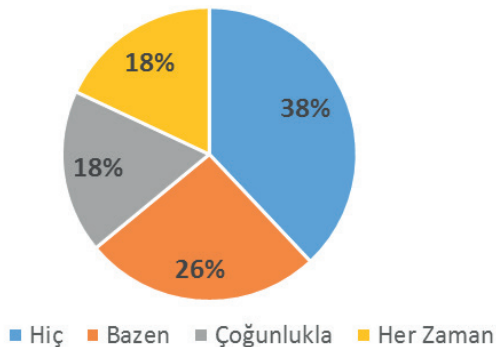
İşbu eserde/internet sitesinde yer alan veriler/bilgiler, yalnızca bilgi amaçlı olup, bu eser/internet sitesinde bulunan veriler/bilgiler tavsiye, reklam ya da iş geliştirme amacına yönelik değildir. STM Savunma Teknolojileri Mühendislik ve Ticaret A.Ş. işbu eserde/internet sitesinde sunulan verilerin/bilgilerin içeriği, güncelliği ya da doğruluğu konusunda herhangi bir taahhüde girmemekte, kullanıcı veya üçüncü kişilerin bu eserde/internet sitesinde yer alan verilere/bilgilere dayanarak gerçekleştirecekleri eylemlerden ötürü sorumluluk kabul etmemektedir. Bu eserde/internet sitesinde yer alan bilgilerin her türlü hakkı STM Savunma Teknolojileri Mühendislik ve Ticaret A.Ş.'ye aittir. Yazılı izin olmaksızın eserde/ internet sitesinde yer alan bilgi, yazı, ifadenin bir kısmı veya tamamı, herhangi bir ortamda hiçbir şekilde yayımlanamaz, çoğaltılamaz, işlenemez.

 Alper YEŞİLYURT

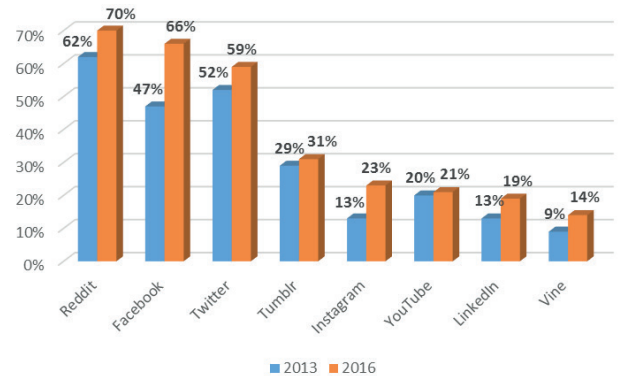
1. GİRİŞ

Haber alma ve bilgi edinme özgürlüğü bireylerin en temel ihtiyaçlarından biridir. Bu hak evrensel hukuk kuralları doğrultusunda modern anayasalarda teminat altına alınmıştır. Yazılı (gazete, dergi, vb.), görsel (televizyon) ve işitsel (radyo) yayınların yanı sıra sosyal medya kaynakları günümüzde toplumun haber alma ihtiyacını sağlayan iletişim araçlarıdır. Geleneksel medya kavramında, haberi oluşturan ve yayınlayan basın yayın kaynakları ile bu yayınların hedef kitlesini oluşturan toplum net çizgilerle birbirinden ayrılır. Genel olarak ticari amaçlı olan bu araçlar “medya sektörünü” oluşturur.

Özellikle, 2000’li yıllarda ortaya çıkmaya başlayan ve kullanıcı sayısı günümüzde milyarları bulan sosyal medya platformları ile birlikte^[1], haber ve bilginin ortaya konma, yayılma ve kullanıcı tarafında elde edilme şeklinde ciddi değişiklikler meydana gelmiştir. İnternet ve sosyal medya platformlarına akıllı cep telefonları gibi modern iletişim araçları ile erişim imkânının artması ile



Şekil 1: Sosyal Medyanın Haber Alma Amaçlı Kullanımı^[2]



Şekil 2: Çeşitli Platformların Haber Alma Amaçlı Kullanımının Yıllara Göre Değişimi^[2]

birlikte bilgiye erişim sorun olmaktan çıkmıştır. Sosyal medya ile haber elde etme kapsamında birçok kısıt ortadan kalkmış ve sosyal medya üzerinden kendi kendini besleyen bir sistem geleneksel medyanın yerini almaya başlamıştır.

ABD’de 2016 yılında gerçekleştirilen bir araştırmaya göre (Şekil 1), yetişkinlerin yüzde 62’sinin sosyal medyayı değişen sıklıklarla bir haber edinme kaynağı olarak kullandığı ortaya konmuştur^[2].

Ayrıca, dünyada en yüksek kullanıcı sayısına sahip platformlar incelendiğinde, ilgili platformların haber elde etme amaçlı olarak kullanımının yıllara bağlı olarak arttığı görülebilmektedir (Şekil 2).

Günümüzde, geleneksel medya üzerinden gerçekleştirilen yayınlarda haber kaynağı olarak sosyal medya verilerinin kullanıldığı ve sosyal medyaya atıf yapıldığı durumlar sıklıkla ortaya çıkmaktadır.

	Hiç (1)	Haftada 1-2 gün (2)	Haftada 3-4 gün (3)	Haftada 5-6 gün (4)	Her gün düzenli (5)	Ağırlıklı Ortalama (X)
İnternet	4,10	9,50	12,90	20,60	52,90	4,09
Sosyal Medya	13,70	12,80	16,50	17,40	39,50	3,56
Televizyon	10,20	28,10	23,30	14,70	23,70	3,14
Gazete	20,30	36,70	20,50	9,60	12,90	2,58
Radyo	52,60	25,30	11,40	4,80	5,90	1,86
Dergi	59,50	28,30	7,10	3,20	2,00	1,60
İtalya	186.726	3.653	621	98	61	
Romanya	26.928	2.042	224	463	102	
Yunanistan	12.231	1.027	467	189	93	
AB Toplam	1.078.370	28.126	487	115	56	

Tablo 1: Katılımcıların Haber Almak İçin Haftalık Medya Araçları Kullanım Sıklıkları Ortalaması ^[3]

Üniversite öğrencilerinin haber edinme alışkanlıklarına yönelik gerçekleştirilen bir araştırma, öğrencilerin haber ve bilgi edinme amaçlı olarak en fazla internet, sosyal medya ve televizyonu kullandığını ortaya koymaktadır ^[3]. Aynı araştırmada, haber alma ihtiyacına yönelik eğilimler incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin günlük yaşamda çoğunlukla [X=4,31, Min:1 (hiçbir zaman), Max:5 (her zaman)] haber alma ihtiyacı duyduğu ortaya çıkmıştır. Veriler incelendiğinde, internet ve sosyal medyayı bir haber alma kaynağı olarak kullanan kesimin büyük çoğunluğunun her gün düzenli olarak bu araçları kullandıkları ortaya konmuştur. Bununla birlikte, geleneksel haber kaynaklarının haftalık kullanım sıklıklarının daha düşük olduğu gözlenmektedir.

2. SOSYAL MEDYA ve GELENEKSEL MEDYA KARŞILAŞTIRMASI

Sosyal medya aracılığıyla elde edilen bilgiler, erişim kolaylığı, sıklığı, sürekliliği, vb. ölçütler bakımından gazete ve televizyon gibi geleneksel haber kaynaklarından elde edilen bilgilere göre birçok açıdan farklılıklar göstermektedir. Sosyal medyada çok çeşitli kaynaklardan elde edilen veriler sayısız kaynağa aktarılırken, geleneksel haber kaynaklarında, tek veya sınırlı sayıdaki kaynaktan çok sayıda kullanıcıya bilgi akışı sağlanmaktadır ^[4]. Sosyal medyada, her bir son kullanıcı aynı zamanda direkt olarak haber kaynağı olarak değerlendirilebilmektedir. Televizyonun, insanların haber edinme ve bilgi sahibi olma ihtiyacı doğrultusunda, toplumu daha çok “dinleyen” yapıdan “seyreden” bir yapıya geçişini sağlaması gibi, sosyal medya da toplumun haber içeriğini doğrudan “oluşturan” bir nitelik kazanmasını sağlamıştır ^[5].

Sosyal medya ve geleneksel medya karşılaştırması aşağıda belirtilen ölçütler doğrultusunda detaylandırılmıştır:



Şekil 3: Sosyal Medya ve Geleneksel Medya

İçerik Kalitesi: Geleneksel haber kaynakları tarafından gerçekleştirilen yayınların içeriği nitelik açısından belli bir seviyeyi tutturmakla birlikte sosyal medyadaki haber kaynaklarında nitelik bakımından daha geniş bir yelpazede bilgi ve habere erişim imkânı bulunmaktadır ^[6]. Örnek olarak, haber niteliği taşıyan bir son dakika gelişmesinin kullanıcıya yansıtılma şekli kullanılan görsel materyallerin konu ile ne kadar ilgili veya güncel olduğu gibi konular gündeme gelebilmektedir.

İçerik Yönetimi: Özellikle dergi, gazete gibi basılı yayınlarda haberlerin kısa bir süre içinde güncellenmesi mümkün değilken ve bunun için bir sonraki baskı zamanını beklemek gerekirken, sosyal medyada yeni gelişmeler neredeyse gerçek zamanlı olarak yansıtılabilir, gerekli değişiklik yapılabilir veya herhangi bir içerik tümüyle yayından kaldırılabilir.

Güncellenme Sıklığı: Geleneksel medyada yayın sıklığı için doğası gereği sınırlı iken, sosyal medyada haber akışı kullanıcı sayısı ile doğru orantılı olarak hızlanır ve çeşitlenir. Bu ortamda her katılımcı, hem alıcı hem de bizzat yayıncı konumunda olabilir. Dolayısıyla, herhangi bir bilgi, milyonlarca kullanıcıya gerçek zamanlı olarak yayınlanabilir ve defalarca güncellenebilir.

Erişim Kolaylığı: Mobil platformlar (cep telefonu, tablet vb.) üzerinden sosyal medyaya erişimin yaygınlaşmasıyla sosyal medyaya katılım son derece kolaylaşmıştır. Üstelik aynı araçlarla basılı ve görsel geleneksel medyaya dijital ortamda erişim de mümkün hale gelmiştir.

Güvenilirlik: Geleneksel medyada haber kaynakları görece belirgin ve şeffaf olduğu için tarihsel gelişme içinde belli bir güvenilirlik oluşmuştur, buna karşılık sosyal medyada milyonlarca katılımcının her biri aynı zamanda haber ve içerik üreticisi konumuna girebildiği için, doğru içerikle sahte, uydurma ve asılsız haberleri ayırt etmek giderek zorlaşmıştır. Bugün sosyal medyadaki verilerin güvenilirliği, politik, sosyal ve ekonomik etkileri olabilen kritik öneme sahip bir sorun haline gelmiştir.

3. İNTERNET VE SOSYAL MEDYADA VERİ GÜVENİLİRLİĞİ VE ETKİLERİ

Haberleşme ve bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte; internet, toplumun günlük yaşantısında daha fazla yer edinmiş, günümüzde sosyal medya platformları, bilgi ve haber akışının yoğun olarak gerçekleştiği dijital ortamlar haline gelmiştir. Geleneksel haber kaynaklarından farklı olarak, sosyal medyada her bir son kullanıcı aynı zamanda “haber ve veri kaynağı” olarak görev alabilmektedir. Bu durum, sosyal medyada yer alan haberlerin sayı ve çeşitliliğinin kontrolsüz şekilde artmasına neden olabilmektedir. İnternette yayılan bilgilerin, çoğu zaman derlenmemiş “ham veri” şeklinde olması, kullanıcıların hangi verileri ne şekilde yorumlaması ve hangi sonucu çıkarması gerektiği noktasında da soru işaretleri oluşturabilmektedir.

Bütün bunların ortaya çıkardığı en kritik sorun, bilgi ve haberlerin güvenilirliği ve bunların toplumsal etkileridir. Geleneksel medya aracılığı ile elde edilen bilgilerin doğruluğu da çoğu zaman sorgulansa da, sosyal medya aracılığı ile yayılan bilgilerin kapsamı ve yöntemi belli olan bir kontrol mekanizmasından uzak olması nedeniyle toplum üzerinde daha büyük etkileri olabilmektedir. Ülkemizde, üniversite öğrencileri arasında gerçekleştirilen bir çalışmada, katılımcıların medya haberlerine olan güven düzeyi sorgulanmıştır^[3].

	N	Min.	Max.	Ağırlıklı Ortalama (X)
Gazete Haberleri	666	1	10	6,05
TV Haberleri	667	1	10	5,83
Radio Haberleri	661	1	10	5,59
İnternet Haberleri	665	1	10	5,46
Dergi Haberleri	664	1	10	4,81
Sosyal Medya Haberleri	666	1	10	4,70

Tablo 2: Katılımcıların Medya Haberleri Güven Düzeyine İlişkin Araştırma Verileri^[3]

Araştırmaya göre, internet ve sosyal medya en sık kullanılan haber iletişim araçları olmakla birlikte, bunlara olan güven düzeyinin geleneksel medya araçlarına göre daha düşük olduğu gözlenmektedir.

Haber kaynakları arasında güvenilirliği etkileyen başlıca unsurlar aşağıda listelenmektedir:

- Haberde tarafsızlık
- Haber kaynaklarıyla yakın ilişkiler/çıkar ilişkileri
- Yalan haber
- Haberde çarpıtma ve bilginin kasıtlı olarak gizlenmesi
- Haberde ideolojik yanlılık
- Haberde yönlendirme yapılması
- Haberin toplanmasındaki yöntemler
- Habere yorum katılması
- Haberde bilgi eksikliği
- Medyanın sahiplik yapısı/ticari bir yapılanma olması
- Medyada özdenetim/kendi kendini denetleme eksikliği
- Haberde gizli ya da açık reklam yapılması

İnternet ve sosyal medyada yer alan düşük güvenirliliğe sahip haberlerin toplumsal etkileri ayrı bir tartışma konusudur. Haber alma kaynağı olarak sosyal medya kullanımının artması da, bilginin daha hızlı yayılması ve daha çok kişiye ulaşması bakımından daha belirgin toplumsal etkilere yol açabilmektedir. Haber güvenilirliği ve etkilerine yönelik dünyadan çeşitli örnekler aşağıda listelenmektedir.

2013 yılında, Associated Press resmi hesabından yayınlanan bir tweet'te, ABD'de Beyaz Saray'a bir saldırı gerçekleştirildiği ve başkan Obama'nın yaralandığı haberi yayınlanmış ve sosyal medyada hızla yayılmıştır. Daha sonradan ilgili twitter hesabının ele geçirildiği ve haberin yalan olduğu açıklandı da bu olay sonrasında, borsa S&P 500 endeksinde anlık geçici kaybın yaklaşık 130 milyar dolar seviyelerinde olduğu belirtilmiştir^[7]. Benzer şekilde, 2008 yılında, Apple CEO'su Steve Jobs'un kalp krizi geçirdiğine yönelik yayılan gerçeğidışı haber sonrası Apple hisseleri 10 dakika içinde yüzde 10 değer kaybetmiştir.

Yine 2013 yılında, Boston Maratonu'nda gerçekleştirilen bombalı saldırının hemen sonrasında çeşitli platformlarda olay anında ortamda bulunan kişilerin fotoğrafları yayınlanmış ve potansiyel suçlu olarak lanse edilmişlerdir. Gerçeği yansıtmayan bu haberler üzerine ilgili sosyal medya platformları aracılığı ile bazı kişilerden özür dilenmiştir. Ayrıca, saldırıyı gerçekleştirenlerin yakalandığı ve tutuklandığı haberi yayılmış, Boston Polis Departmanı tarafından bu haber de yalanlanmıştır. Bu olay, özellikle kriz anlarında sosyal medyada veri kirliliğinin ulaşabileceği boyutlara ve sosyal medyanın kriz yönetimine ne derece olumlu veya olumsuz etkisi olabileceğini gösteren bir örnek olmuştur^[8].

2016'da, sosyal medya aracılığıyla yayılan ve sonradan gerçeğidışı olduğu ortaya çıkan habere göre, ABD'de bir restoranda çocukların rehin alındığı ve istismar suçlaması üzerine ABD'de yaşayan iki çocuk babası Edgar Welch isimli kişinin ilgili restorana giderek tüfekle ateş

açması en çarpıcı örneklerden biri olmuştur. Bu olay öncesinde, Wikileaks sızıntılarıyla ortaya çıktığı iddia edilen konu, ABD Başkanlık Seçimleri ile de ilişkilendirilmiş ve “Pizzagate Komplote Teorisi” olarak kamuoyunun gündeminde yer almıştır^[9].

Yukarıda verilen örneklerden yola çıkarak; sosyal medya sahip olduğu kullanıcı ağı ve teknolojik altyapı ile birlikte, bilgilendirme, gündem yaratma, bilgi dezenformasyonu (bilinçli veya bilinçsiz olarak gerçekleştirilen) ve algı yönetimi gibi çeşitli toplumsal etkilere neden olabilmektedir. Bu toplumsal etkiler, sosyal, ekonomik, kültürel vb. birçok yan etkiler doğurabilmektedir. Ülkemizde internet ve sosyal medya üzerinden bilgi dezenformasyonu örnekleri ve etkilerine örnekler aşağıda gösterilmektedir^[10]:

Terör Olayları ve Saldırı İhbarları: Ülkemizde yaşanan üzücü terör olayları sırasında, çeşitli sosyal medya kanalları aracılığıyla saat ve konum bilgisi verilerek alışveriş merkezi, vb. toplumsal mekânlarda bombalama gibi terör olayları gerçekleştirileceğine dair haberlerin kontrolsüz şekilde yayıldığı birçok kez görülmüştür. Benzer şekilde, Fransız Konsoloslugu tarafından İstanbul’un çeşitli noktalarında eylem yapılacağını duyurulduğu şeklinde haberler yayılmış ve sonrasında yalanlanmıştır. Benzer asılsız haberlerin toplum nezdinde tedirginlik ve korku psikolojisi yarattığı ve çeşitli sosyal ve ekonomik sonuçları olduğu görülmüştür.

İstanbul Depremi İddiası: Sosyal medyada yayılan bir habere göre, *The Daily Telegraph* adlı gazete tarih ve saat bilgisi bile vererek İstanbul’da deprem olacağı haberini yayınlamıştı. Aynı gazetenin daha önce Van depremini de önceden bildiği ileri sürülmüştü.

Oysa adı geçen gazetenin haberinde, sadece deprem riski taşıyan çeşitli ülke ve şehirlerle ilgili bir araştırmadan söz ediliyordu ve ilgili gazetenin Van depremini önceden bildiği iddiası da tamamen yalandı.

Acil Kan İhtiyacı Duyuruları: Ülkemizde gerçekleşmiş olan bazı terör olayları sonrasında acil kan ihtiyacı olduğuna ilişkin sosyal medya üzerinden çoğu zaman doğruluk değeri taşımayan bilgilerin kontrolsüz bir şekilde yayılması örnekleri, sağlık birimlerinde yığılmalar olmasına sebebiyet vermiş ve olay sonrası kriz yönetimine olumsuz etkileri gözlenmiştir.



#Kayseri'de Hastanelerimizde ve Kızılay'ın stoklarında yeteri kadar kan vardır. Dolayısıyla acil kan ihtiyacı bulunmamaktadır.

[View translation](#)



741 beğenme

dwkhaber The Daily Telegraph gazetesine göre, 9 Mart 2017 saat 8.25’de İstanbul’da deprem olacak. Aynı gazete Van depremini’de bilmmişti.

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER

İnternet ve sosyal medyanın kullanımının yaygınlaşması ile birlikte toplumun haber ve bilgi edinme alışkanlıkları da değişmiştir. Geleneksel medya düzeninde, haberi yayın kaynaklar ve haberin sunulduğu taraf olmak üzere iki farklı yapı söz konusu iken; sosyal medyada, bilginin son kullanıcısı olan taraf aynı zamanda bilgiyi oluşturan ve yayınlanmasını sağlayan taraf olabilmektedir. Artan trafiği ve sosyal medyanın dinamik yapısının getirdiği etkilerle birlikte, geçmiş dönemde en temel hedef bilgiye ulaşmak iken, doğru ve güvenilir habere ulaşmak çağımızın en kritik konularından biri haline gelmiştir. Sosyal medyada veri güvenilirliğinin sorgulandığı bilgiler sehvence veya manipülatif olarak çeşitli sosyal, politik veya ekonomik çıkarlara yönelik olarak oluşturulabilmektedir. Bu

doğrultuda, Google, Facebook, Twitter gibi platformlar doğruluk payı olmayan haberlerin yayılmasını önlemek amacıyla çeşitli algoritmalar ve uygulamalar geliştirmektedir. Sosyal medya kullanımının artması ve öncelikli haber kaynağı haline gelmesiyle birlikte bilgi güvenilirliği konusu önümüzdeki dönemde yeni medya düzeninin şekillenmesinde kritik rol oynayacaktır.

KAYNAKÇA

- [1] The Statistics Portal, 2017. [Çevrimiçi]. Available: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.
- [2] PEW Research Center, *News Use Across Social Media Platforms*, 2016.
- [3] Ş. Balci ve O. Bekiroğlu, «Medyanın Kritik ve Süreğen Dönemeci: Üniversite Öğrencilerinin Gözünden Medya Haberlerinin Güvenilirliği», *Selçuk İletişim*, cilt 8, no. 2, 2014.
- [4] J. V. Pavlik ve S. McIntosh, *Converging Media*, 4th Edition dü., New York: NY: Oxford University Press, 2015, p. 189.
- [5] Wikipedia, «Social Media», 2017. [Çevrimiçi]. Available: https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media.
- [6] E. Agichtein, C. Castillo, D. Denato, A. Gionis ve G. Mishne, «Finding high-quality content in social media», *Proceedings of the 2008 International Conference on Web Search and Data Mining*, Barcelona, 2008.
- [7] Business Time, «How Does One Fake Tweet Cause a Stock Market Crash», 2013. [Çevrimiçi]. Available: <http://business.time.com/2013/04/24/how-does-one-fake-tweet-cause-a-stock-market-crash/>.
- [8] Salzburg Academy, «Media Credibility and Crisis Reporting», 2017. [Çevrimiçi]. Available: <http://www.salzburg.umd.edu/unesco/media-credibility-crisis-reporting/>.
- [9] Washington's Top News, «Alex Jones apologizes for propagating pizzagate conspiracy theory», 2017. [Çevrimiçi]. Available: <http://wtop.com/dc/2017/03/alex-jones-apologizes-for-propagating-pizzagate-conspiracy-theory/>.
- [10] teyit.org, 2017. [Çevrimiçi]. Available: <https://teyit.org>.



thinktech
STM Teknolojik Düşünce Merkezi
<http://thinktech.stm.com.tr>

