

# Haberlerin Değeri ve Güvenilirliği

## 1. Haber Nedir? Haberin Temel Özellikleri

Haber; gerçek, güncel, toplumsal açıdan önemli ve kamuyu ilgilendiren bilgilerin iletilmesidir. Bir bilginin haber niteliği taşıması için genellikle şu özellikler aranır:

1. **Güncellik** – Yakın zamanlı olaylar daha fazla haber değeri taşır.
  - Örnek: “Dün gece yaşanan deprem” → haber olur;  
“Üç yıl önce yaşanan deprem” → ancak yeni bir gelişme varsa haber olur.
2. **Önem ve Etki** – Çok sayıda insanı ilgilendiren olaylar daha değerlidir.
  - Örnek: Elektrik fiyatlarına %30 zam → geniş bir kesimi etkilediği için yüksek haber değeri.
3. **Yakınlık (Coğrafi / Kültürel Yakınlık)**
  - Örnek: İstanbul’da olan bir afet Türkiye basınında daha fazla öne çıkar, ancak aynı büyüklükte bir afet Güney Amerika’da olduğunda daha az yer bulabilir.

#### 4. İlginçlik / Sıradışılık

- Örnek: “Bir kedinin metroda tek başına seyahat etmesi” → düşük toplumsal etki ama yüksek ilginçlik.

#### 5. Çatışma

- Örnek: Parti içi istifa, spor müsabakasındaki gerginlik.

#### 6. İnsan unsuru (Human Interest)

- Örnek: Yıllar sonra kavuşan kardeşler, yaşlı bir teyzeye öğrencilerin yaptığı yardım.

---

## 2. Haber Değeri Nasıl Belirlenir?

Haber değeri tek bir kriterle değil, **gazetecilik normları + editoryal tercih + hedef kitle** üçgeniyle oluşur.

### 2.1. Editoryal Öncelikler

- Bir ekonomi gazetesi finans haberlerini daha fazla öne çıkarır.

- Gençlere hitap eden bir platform teknoloji ve eğlence haberlerine ağırlık verir.

## 2.2. Platform Türü

- TV → Çarpıcı görüntülere sahip haberlere öncelik verir.
- Dijital medya → “Tıklanma potansiyeli yüksek” konular öne çıkar.
- Gazete → Analiz ve arka plan bilgisi içeren haberlere ağırlık verir.

## 2.3. Algoritmaların Etkisi

Dijital platformlarda haberi görünür yapan çoğu zaman algoritmalaradır. Bu nedenle haber değeri, sadece editör değil **teknoloji** tarafından da şekillenir.

### Örnek:

Bir afet haberinin “#deprem” etiketinin trend olmasıyla çok daha hızlı yayılması.

## 3. Haber Güvenilirliği

Haber güvenilirliği, bir haberde verilen bilgilerin **doğru, doğrulanabilir, tarafsız, şeffaf ve etik** şekilde aktarılmasıdır. Bir haber değerli olabilir fakat **güvenilir değilse**, hem bireyleri hem toplumu yanıltma potansiyeli taşır. Bu nedenle medya okuryazarlığının en kritik boyutu, **haber güvenilirliğini değerlendirebilme becerisidir**.

Aşağıda güvenilirlik ölçütleri alt başlıklar hâlinde ayrıntılı şekilde ele alınmıştır.

---

### **3.1. Kaynak Güvenilirliği**

Bir haberin ilk sorgulanması gereken yönü kaynağıdır.

#### **A. Kaynağın Açıkça Belirtilmesi**

Güvenilir haberde kaynağın **adı, unvanı, konumu ve olaya yakınlığı** belirtilir.

**Zayıf örnek:**

- “Uzmanlar diyor ki...”

- . “Bazı çevreler iddia etti...”
- . “Kulislere göre...”

Bu tür ifadeler somut bir kaynak vermez, manipülasyona açık kapı bırakır.

### **Güçlü örnek:**

- . “Hacettepe Üniversitesi Deprem Mühendisliği Uzmanı Prof. Ayşe Demir’e göre...”
- . “TÜİK tarafından bugün açıklanan verilere göre...”

---

## **B. Birincil ve İkincil Kaynak Ayrımı**

- . **Birincil kaynak:** Olayı yaşayan, yöneten, bizzat gözlemleyen kişiler veya resmi kurumlar.
- . **İkincil kaynak:** Olayı birincil kaynaklardan öğrenip aktaranlar.

### **Örnek:**

- . Depremle ilgili en güvenilir bilgi AFAD'dan gelir (birincil kaynak).
- . Bir gazetecinin AFAD açıklamasını yorumlaması ikincil kaynaktır.

### **Soru:**

Bir haberde sadece ikincil kaynak kullanılmışsa, nelere dikkat etmeliyiz?

---

## **3.2. Kanıt ve Veri Sunumu**

Güvenilir haber, iddialarını **veri, belge, uzman görüşü, istatistik** gibi kanıtlarla destekler.

### **A. Veri Kullanımı**

#### **Güvensiz örnek:**

- . “Ekonomi kötüye gidiyor.” → Veri yok.

#### **Güvenilir örnek:**

- . “TÜİK verilerine göre işsizlik oranı geçen yıl %9,5 iken bu yıl %11,2’ye yükseldi.”

## B. Bağlamın Korunması

Veri doğru olabilir ancak **bağlamından koparıldığında** yanıltıcı hâle gelir.

### Örnek (Yanıltıcı):

“Türkiye’de günlük vaka sayısı 10.000’i geçti!”

→ Ancak test sayısı o gün rekor düzeyde artırılmış olabilir.

### Sağlıklı versiyon:

“Günlük vaka sayısı 10.000’i geçti; test sayısı ise önceki haftaya göre %40 arttı.”

---

## 3.3. Dil ve Üslup Güvenilirliği

Haberde kullanılan dil de güvenilirliği belirleyen önemli bir unsurdur.

## A. Tarafsız Dil

Güvenilir haberde değer yargıları yerine **gözlem ve bilgi** vardır.

### Tarafli örnek:

- “Belediye yine beceriksizliğini kanıtladı.”
- “Muhteşem bir başarıya daha imza atıldı!”

### Tarafsız örnek:

- “Belediye tarafından planlanan proje üçüncü kez ertelendi.”
- “Spor Toto Süper Lig’de X takımı Y takımını 2-1 mağlup etti.”

## B. Aşırı duygusal veya sansasyonel başlıklar

Clickbait başlıklar genellikle güvenilirliği düşürür.

### Örnek:

- “ŞOK! Bilim dünyasını yıkan gelişme!”
- “İnanamayacaksınız! Bu değişiklik herkesi etkileyecek!”

Bunlar genellikle içerikle tam uyumlu değildir.

---

### 3.4. Çoklu Kaynak Doğrulaması (Triangulation)

Güvenilir haber tek bir kaynağa dayanmaz.

Bir iddia en az **iki bağımsız kaynaktan** doğrulanmalıdır.

#### Örnek:

Bir belediyede yolsuzluk iddiası ortaya atıldıysa:

- Belediye açıklaması
  - Savcılık/Resmi kurum
  - Bağımsız uzman değerlendirmesi
  - Haberi araştıran gazeteciler
- Hepsi birlikte değerlendirilmelidir.

## **Soru:**

Bir olay hakkında yalnızca bir kişinin sosyal medya paylaşımına dayanarak haber yapmak neden risklidir?

---

### **3.5. Görsel ve Video Doğruluğu**

Günümüzde yanlış bilgilerin çok büyük kısmı **manipüle edilmiş görseller** üzerinden yayılır.

#### **A. Eski Görseli Yeni Gibi Sunmak**

Bu en sık rastlanan manipölasyon türüdür.

#### **Örnek:**

- 2012'deki Suriye savaşından bir fotoğrafın 2024'teki bir protesto haberiyle paylaşılması.

#### **B. Montaj / Yapay Zekâ Üretimi**

Yapay zekâ destekli sahte görüntüler artık çok yaygın.

### **Örnek:**

- . Bir siyasetçinin konuşuyormuş gibi gösterildiği deepfake video.

### **Doğrulama teknikleri:**

- . Google reverse image search
- . Yandex görsel arama
- . FotoForensics
- . Teyit.org incelemeleri

---

## **3.6. Haberin Sunuluş Biçiminin Şeffaflığı**

Güvenilir haber kuruluşları bazı etik şeffaflık ilkelerine uyar:

### **A. Muhabir ve Editör İsimleri Açıkça Yazar**

Anonim haber, hesap verilebilirliği azaltır.

## **B. Düzeltme ve Özür Yayınlama Kültürü**

Hata yapıldığında açıkça belirtilir.

### **Örnek:**

“Dün yayımlanan haberimizde yer alan rakam hatalıdır. Doğrusu şöyledir...”

## **C. Reklam / Sponsor İçerik Ayrımı**

- “Advertorial” veya “sponsorlu içerik” ibaresi yoksa okur yanlış yönlendirilebilir.

### **Örnek:**

Bir telefon markasının yeni modelini öven haberin, aslında sponsorlu içerik olduğunun belirtilmemesi.

---

## **3.7. Haberde Algı Yönetimi (Framing) ve Güvenilirlik**

Haberin **hangi açıdan anlatıldığı** (framing), okuyucunun algısını şekillendirir.

## Örnek:

Aynı olay → iki farklı çerçeveleme

- “Göstericiler polisle çatıştı.”
- “Polis, toplanan gruba müdahale etti.”

Her iki cümle de doğru olabilir ama okurun algısı farklılaşır.

## Öğrencilere sorulacak:

Bir haber doğru olsa bile çerçeveleme ile güvenilirliği nasıl etkilenebilir?

---

## 3.8. Uzmanlık Sahteciliği

Haberde “uzman” diye sunulan kişinin aslında uzman olmayışı.

## Güvensiz örnek:

- “Enerji uzmanı Ahmet Kaya...” → Google’da geçmişine bakıldığında bir uzmanlığı olmadığı görülüyor.

## Güvenilir yaklaşım:

- Uzmanın eğitim bilgisi, çalıştığı kurum ve yetkinlik alanı belirtilmeli.
- 

### 3.9. Duygusal Manipölasyon ve Güvenilirlik

Bazı haberlerde amaç bilgi vermek değil, **duygu sömürüsü** yoluyla tepki üretmektir.

#### Örnekler:

- Ağlayan çocuk fotoğrafıyla desteklenmiş “felaket” haberleri
- Kurmaca hikâyelerle süslenmiş politik içerikler

Bu tür haberlerde doğruluk değil, etki önceliklidir.

---

### 3.10. Haberde Alıntı ve Montaj Hataları

Haberde kullanılan alıntılar bağlamından koparıldığında güvenilirlik kaybolur.

### **Yanıltıcı örnek:**

Bir siyasetçinin uzun açıklamasından sadece şu kısmın kesilmesi:

- “Bu durumda elimizden bir şey gelmiyor.”

Oysa tam cümle şöyle olabilir:

- “Gerekli önlemler alınmadığı sürece elimizden bir şey gelmiyor.”

## **4. Güvenilir Haber Kaynaklarının Özellikleri**

Bir haberin güvenilir olması kadar, haberi üreten **kurumun güvenilirliği** de medya okuryazarlığı açısından belirleyicidir. Güvenilir medya kuruluşları sadece doğru bilgi paylaşmaz; aynı zamanda **şeffaflık, etik, hesap verebilirlik ve profesyonellik** ilkelerine uygun hareket eder.

Aşağıda güvenilir haber kaynaklarının temel özellikleri ayrıntılı biçimde ele alınmıştır.

---

## 4.1. Editoryal Bağımsızlık

### Açıklama:

Haber kuruluşunun siyasi, ekonomik veya kurumsal baskılardan bağımsız olarak çalışabilmesi anlamına gelir. Bir medya kuruluşunun haberi seçerken veya sunarken herhangi bir aktörün talimatına göre davranmaması gerekir.

### Neden Önemlidir?

Bağımsız olmayan medya, çoğu zaman propaganda, tek taraflı anlatı veya manipülasyon üretir.

### Örnek:

- BBC, hükümet tarafından fonlansa bile bağımsız editoryal kurul tarafından yönetilir.
- The Guardian, okuyucu destekli bir modele sahip olduğu için ekonomik reklam baskıları daha sınırlıdır.

### Gündelik Hayattan Örnek:

Bir gazetede sürekli olarak yalnızca bir siyasi partiyi öven haberler çıkıyorsa ve eleştirel haberlere yer verilmiyorsa o medya kuruluşunun bağımsızlığı sorgulanabilir.

---

## **4.2. Şeffaf Yayın Politikası**

### **Açıklama:**

Güvenilir medya kuruluşları:

- Haber üretim süreçlerini,
- Etik ilkelerini,
- Kaynak kullanım politikalarını,
- Okurla iletişim yollarını

açık şekilde paylaşır.

### **Örnek:**

- New York Times etik ilkelerini web sitesinde açıkça yayımlar: haber toplama süreçleri, çıkar çatışmaları, anonim kaynak kullanımı kuralları vb.
- Al Jazeera'nın "Editorial Standards" bölümü kamuya açıktır.

## **Öğrenciler İçin Basit Test:**

Bir haber sitesinin "Hakkımızda", "Yayın İlkelerimiz" ve "Haber Politikamız" bölümleri yoksa o sitenin güvenilirliği şüphelidir.

---

### **4.3. Haberde Kaynak Açıklama Şeffaflığı**

#### **Açıklama:**

Güvenilir medya, haberde kullanılan:

- Röportaj yapılan kişileri,
- Resmi kurumları,
- Akademik kaynakları,
- Araştırma raporlarını

açık ve net şekilde belirtir.

### **Örnek:**

Güvenilir:

“UNICEF’in 2024 Çocuk Refahı Raporu’na göre...”

“Boğaziçi Üniversitesi deprem uzmanı Dr. Ayşe Koç, görüşmede şunları söyledi...”

Güvensiz:

“Uzmanlar böyle olduğunu söylüyor.”

“Bazı kaynaklara göre...”

---

## **4.4. Haberde Doğrulama ve Çoklu Kaynak Kullanımı**

**Açıklama:**

Güvenilir kuruluşlar haberi yayımlamadan önce farklı kaynaklardan doğrulama yapar. Aynı iddiayı birden fazla bağımsız kaynak doğruluyorsa haber daha güvenilir hâle gelir.

## **Örnek:**

Bir terör saldırısı haberi yapılmadan önce:

- Emniyet açıklaması
  - Sağlık Bakanlığı verileri
  - Olay yerinden muhabir raporu
  - Bağımsız haber ajansı bilgisi
- hepsi birlikte değerlendirilir.

## **Türkiye'den Örnek:**

- Anadolu Ajansı
  - Reuters'in Türkiye bürosu
  - Independent Türkçe
- haberleri genellikle çoklu kaynaktan doğrulayarak verir.

---

## 4.5. Düzeltme (Erratum) Yayınlama Kültürü

### Açıklama:

Güvenilir haber kaynakları hata yaptıklarında bunu saklamaz. Yanlış bilgiyi düzeltmek profesyonelliğin göstergesidir.

### Örnek:

BBC düzenli olarak “Corrections and Clarifications” bölümü yayımlar. The New York Times her günün sonunda düzeltmeleri listeleyen bir bölüm kullanır.

### Ders İçin Örnek Olay:

Bir haber sitesinin yanlışlıkla bir ünlünün öldüğünü duyurduğunu düşünün. Güvenilir bir kuruluş:

- . 10 dakika içinde “YANLIŞ BİLGİ - DÜZELTME” bildirisi yayımlar.  
Güvenilir olmayan bir site:
  - . Haberi sessizce siler, özür veya düzeltme yayınlamaz.
- 

#### **4.6. Haber-Tanıtım Ayrımının Belirgin Olması**

##### **Açıklama:**

Reklam, sponsorlu içerik veya yerleştirilmiş pazarlama haber gibi sunulmamalıdır.

##### **Güvenilir Yaklaşım:**

- . “Bu içerik Samsung sponsorluğunda hazırlanmıştır.”
- . “Advertorial / reklam içeriktir” uyarısı.

##### **Güvensiz Örnek:**

Bir telefon incelemesi “bağımsız değerlendirme” iddiasıyla verilir ama gerçekte markayla anlaşmalı olarak yapılır.

### **Ders İçin Soru:**

Sizce sponsorlu içerikler haber gibi sunulduğunda toplum nasıl etkilenir?

---

## **4.7. Muhabir ve Editör İsimlerinin Açıkça Belirtilmesi**

### **Açıklama:**

Haberin altında muhabirin ve editörün isminin olması:

- Hesap verebilirliği artırır
- Haber üretim zincirinin şeffaflığını sağlar

### **Örnek:**

“Hazırlayan: Zeynep Kara • Editör: Mehmet Çelik”

Bu, okura “Bu haberin sorumlusu belli” mesajı verir.

## **Şüphe uyandıran durum:**

“Anonim Editör”

“İnternet Haber Merkezi”

“Haber Merkezi” gibi çok genel isimler.

---

## **4.8. Gazetecilerin Uzmanlık Alanlarının Belirli Olması**

### **Açıklama:**

Güvenilir kuruluşlarda muhabirler genellikle belirli bir alanda uzmanlaşır:

- Sağlık muhabiri
- Ekonomi muhabiri
- Diplomasi muhabiri
- Spor muhabiri

Bu, hata riskini azaltır.

### **Örnek:**

Bilimsel bir araştırmayı aktaran haberi, bilim muhabirinin yazması gerekir. Moda muhabiri böyle bir haberi yazıyorsa doğruluk risk altındadır.

---

#### 4.9. Haberde Bağlam Sunumu

Güvenilir kaynaklar bir olayı sadece “ne oldu?” sorusuyla değil, **“neden oldu, nasıl oldu, tarihsel bağlamı nedir, etkileri ne olabilir?”** sorularıyla birlikte verir.

**Örnek:**

**Bağlamı Eksik Haber:**

“Döviz kuru yine yükseldi.”

**Bağlamlı Güvenilir Haber:**

“Döviz kuru küresel piyasalardaki faiz artışı ve petrol fiyatlarındaki artış nedeniyle yükseldi. Uzmanlara göre bu, gelişmekte olan ülkelerde daha belirgin.”

---

#### 4.10. Anonim Kaynak Kullanımının Sınırlı Olması

Bazı durumlarda anonim kaynak gerekli olabilir (ör. can güvenliği riski). Ancak güvenilir kuruluşlar anonim kaynağı **istisna olarak** kullanır.

##### Örnek (Güvenilir):

“Güvenlik gerekçesiyle adının açıklanmasını istemeyen bir diplomat...”

##### Örnek (Güvenilmez):

Haberin tamamı anonim kaynaklara dayanıyorsa → manipülasyon riski yüksek.

---

#### 4.11. Küresel ve Yerel Gerçek Kontrol Mekanizmalarıyla Çalışma

##### Açıklama:

Güvenilir medya, doğrulama platformlarıyla işbirliği yapar veya kendi içinde teyit ekipleri kurar.

### **Örnekler:**

- BBC Reality Check
- AFP Fact Check
- Türkiye’de Teyit.org
- PolitiFact
- FullFact

Bu kuruluşlar hem haberleri teyit eder hem de yanlış bilgileri düzeltir.

---

## **4.12. Sahiplik Yapısının ve Finans Kaynaklarının Şeffaf Olması**

### **Açıklama:**

Bir medya kuruluşunun kime ait olduğu önemlidir. Sahiplik gizliyse veya siyasi bağlantılar açıklanmıyorsa güven şüphelidir.

## Örnek:

The Guardian'ın sahibi "Scott Trust"tır; bu yapı editoryal bağımsızlığı korumak için oluşturulmuştur.

Birçok yerel haber sitesinde ise sahiplik bilgisi yoktur; bu durum manipulation riskini artırır.

---

### 4.13. Hızlı Ama Doğru Haber Üretme Dengesi

Güvenilir kaynaklar "ilk ben vereyim" baskısına kapılmaz.

Hızlı ama yanlış habere göre **yavaş ama doğru haber** daha değerlidir.

## Örnek:

Bir patlama haberi sonrası bazı siteler "10 ölü var!" diye yazarken, güvenilir kuruluşlar:

"Resmi açıklama bekleniyor" der.

## 5. Güvenilir Olmayan Haberlerin Belirtileri

1. **Kaynağın belirsiz olması**
  - “Uzmanlar söylüyor ki...” → hangi uzman?
2. **Duygusal manipülasyon**
  - “Şok! İnanamayacaksınız!”
3. **Görsel manipülasyon**
  - Farklı bir olayın fotoğrafının yeni gibi sunulması
4. **Sansasyon başlıkları (Clickbait)**
  - Başlık ile içerik uyumsuzluğu
5. **Bilginin doğrulanamaması**
  - Hiçbir başka güvenilir kaynakta bulunmaması
6. **Aşırı kutuplaştırıcı dil**
  - “Onlar her zaman kötü niyetlidir” gibi genellemeler

---

## 6. Örnek Olaylar ve Çözümleme

### Örnek 1: Manipülatif Başlık

**Başlık:** *“Bilim insanları, kahvenin ölüm riskini artırdığını açıkladı!”*

**Gerçek İçerik:** Sadece fazla kafein tüketiminin bazı rahatsızlıklarla ilişkili olabileceği belirtilmiş.

### **Analiz:**

- Başlık abartılı → güvenilirlik düşer.
- İçerikte verilen bilgi bilimsel bağlamından koparılmış.
- Kaynak yok veya belirsiz.

---

### **Örnek 2: Görsel Yanıltma**

Sosyal medyada bir protestoya ait fotoğraf “son dakika” diye paylaşılmış; oysa fotoğraf 2012’de başka bir ülkede çekilmiş.

### **Analiz:**

- Fotoğrafın EXIF bilgileri ya da tersine aramayla doğrulanabilir.
- Kaynak doğrulanmadı.

- Amaç yanıltıcı bir algı oluşturmak olabilir.
- 

### **Örnek 3: Kaynak Çeşitlendirme**

Bir ekonomik gelişme hakkında sadece bir köşe yazarının yorumuna dayanan haber → eksik bilgi üretir.

Güvenilir haber:

- Ekonomistlerden alıntı + resmi kurum açıklaması + veri analizi içerir.

### **7. Haber Doğrulama Yöntemleri (Fact-Checking)**

Haber doğrulama (fact-checking), medyada yer alan bilgi, iddia, görüntü, video veya haberlerin gerçekliğini sınamak için kullanılan sistematik yöntemler bütünüdür. Günümüz medya ekosisteminde bilgi kirliliği, manipülasyon ve propaganda tekniklerinin artması nedeniyle doğrulama becerileri, medya okuryazarlığının en kritik unsurlarından biridir.

Haber doğrulama iki temel yaklaşımdan oluşur:

1. **Profesyonel doğrulama:** Gazetecilerin, doğrulama platformlarının ve uzmanların yaptığı doğrulama (Teyit.org, Snopes, AFP Fact Check vb.)
2. **Bireysel doğrulama:** Her kullanıcının günlük hayatında uygulayabileceği kontrol yöntemleri

Aşağıdaki teknikler her iki yöntemde de kullanılır.

---

## 7.1. Kaynak Doğrulama

Bir haberin güvenilirliği büyük ölçüde kaynağın güvenilirliğine bağlıdır.

### Kontrol adımları

- Haberi kim yazmış?
- Yazar/kurum daha önce yanlış bilgi yaymış mı?
- Haberin yayımlandığı site bilinir bir medya kurumu mu?
- Kaynak anonim mi yoksa açık mı?

## Örnek

Bir sosyal medya hesabında “şehir suyuna kimyasal karıştırıldı” şeklinde bir iddia dolaşıyor.

Kontrol ettiğinizde:

- Haberi yayan hesabın yeni açıldığını, profil fotoğrafının stok olduğunu,
- Kaynak gösterilmediğini,
- Resmî kurumların (belediye, valilik) açıklama yapmadığını görürseniz, bilginin **güvenilir olmadığına** dair güçlü işaretler vardır.

## Ders içi tartışma sorusu

- Bir haberin kaynağı açıklanmıyorsa bu, haberin doğruluğu hakkında nasıl bir ipucu verir?

---

## 7.2. Tarih ve Bağlam Kontrolü

Bazı doğru bilgiler yanlış **zamanda, yanlış bağlamda** veya **manipüle edilmiş bir anlatı içinde** kullanıldığında yanıltıcı hâle gelir.

### **Kontrol adımları**

- Haber ne zaman yayınlandı?
- Görsel/video daha önce paylaşılmış olabilir mi?
- Olay gerçekten söylendiği yerde mi yaşandı?

### **Örnek 1: Eski Görüntülerin Yeni Olay Gibi Sunulması**

Deprem sonrası sosyal medyada paylaşılan bir video “Türkiye’deki depremden görüntüler!” şeklinde veriliyor.

Tersine görsel arama yaptığınızda videonun aslında **2015 Nepal Depremi’ne** ait olduğu ortaya çıkıyor.

Bu durum **bağlam hatası/manipülasyonu** oluşturur.

### **Örnek 2: Sözlerin Bağlam Dışı Paylaşılması**

Bir politikacının 10 dakika boyunca ekonomi hakkında konuştuğu bir videonun yalnızca 15 saniyelik kısmı kesilip “Ekonomiyi önemsemiyoruz” şeklinde çarpıtılmış bir anlam verilmesi.

Bu, **selective editing** (seçici kırpma) olarak bilinen bir manipölasyon tekniğidir.

---

### 7.3. Görsel ve Video Doğrulama

Dijital manipölasyon teknolojilerinin (Photoshop, deepfake, AI görüntü üretimi) gelişmesiyle birlikte görseller ve videoların doğrulanması çok daha kritik hâle gelmiştir.

#### Kullanılan teknikler

- **Tersine görsel arama:** Google Images, Yandex, TinEye
- **Video keyframe analizi:** Video karelerinin çıkarılıp tek tek aratılması
- **Yüzeysel ipuçları:** Gölgeler, perspektif, arka plan tutarsızlıkları
- **Meta veri analizi:** Fotoğrafın EXIF bilgilerini inceleme

## Örnek

Bir görselde ünlü bir oyuncunun bir siyasi mitinge katıldığı iddia ediliyor. Tersine görsel arama yaptığınızda fotoğrafın 4 yıl önce çekilmiş bir film setinden olduğu ortaya çıkıyor.

## Örnek – Deepfake

Bir devlet başkanının ağlayarak konuştuğunu gösteren video sosyal medyada yayılıyor. Uzmanlar:

- . Dudak senkronunun doğal olmadığını,
- . Ses tonunun yapay olduğunu,
- . Karelerde bozulmalar olduğunu tespit ediyor.

Sonuç: Deepfake.

## Ders içi tartışma sorusu

- . Bir görüntünün gerçek olup olmadığını belirlemek için hangi ipuçlarını kullanırsınız?

---

## 7.4. Çapraz Kaynak Kontrolü (Cross-Verification)

Haber tek bir kaynakta yer alıyorsa risk yüksektir.

### Kontrol adımları

- Aynı haber başka güvenilir kurumlarda var mı?
- Uluslararası ajanslar bu konuyu bildirmiş mi?
- Birbirinden bağımsız kaynaklar aynı bilgiyi doğruluyor mu?

### Örnek

“Yeni bir virüs yayıldı” haberinin sadece bir blog sayfasında olduğunu, ancak WHO, UNICEF, CDC, Reuters, AP gibi kurumların hiçbir duyuru yapmadığını görüyorsunuz. Bu durumda habere **şüpheyle yaklaşılır**.

---

## 7.5. Uzman Görüşü ve Resmî Açıklamalar

Bazı haberlerde doğrulama yalnızca uzmanların bilgisi ile yapılabilir.

## Örnek

- “Yeni bir tedavi yöntemi kanseri %100 iyileştiriyor” haberi  
→ Tıp doktorları ve sağlık kurumları tarafından yalanlanabilir.
- “Göktaşı çarpacak ve büyük deprem olacak” haberi  
→ Astronomlar ve yer bilimciler tarafından değerlendirilebilir.

## Uyarı

“Uzman dediğimiz kişiye güvenebilir miyiz?” sorusu önemlidir.

*Uzmanın kim olduğu, hangi kurumda çalıştığı ve alanıyla ilgili bir yetkinliği olup olmadığı mutlaka kontrol edilmelidir.*

---

## 7.6. Metin İçeriği Analizi (Dil, Tutarlılık, Mantık)

Güvenilmez haberlerde genellikle dilsel ve mantıksal bozukluklar görülür.

## Şu ipuçlarına dikkat edilir:

- Aşırı duygusal ve kışkırtıcı dil
- Büyük harfle yazılmış iddialar (ŞOK! FLAŞ!)
- Kanıt yerine “duyduğuma göre”, “iddialara göre” gibi ifadeler
- Tutarsız rakamlar, kaynak belirtmeme

## Örnek

“Bilim insanları önceki yüzyıllarda yaşamış bir uygarlığın Mars’ı kolonileştirdiğini doğruladı!” şeklindeki haber,

→ Kaynak yok,

→ “bilim insanları” kim belli değil,

→ Konu bilimsel olarak tutarsız.

Bu ipuçları haberin güvenilirmez olduğuna işaret eder.

---

## 7.7. Manipülasyon Tekniklerini Tanıma

Haberlerin doğruluk testinde, kullanılan manipölasyon tekniklerini çözmek oldukça önemlidir.

## **Manipölasyon türleri**

- **Clickbait (tık tuzağı)**
- **Yanıltıcı başlık**
- **Seçici veri kullanımı**
- **Çarpıtma**
- **Uydurma haber (fake news)**
- **Bot hesaplar tarafından yayılma**

## **Örnek – Clickbait**

Başlık: “Ünlü oyuncu gözaltına alındı!”

Habere giriyorsunuz; aslında gözaltı değil, film setinde canlandırılan bir sahne.

---

## **7.8. Teknolojik Doğrulama Araçları**

- . **Google Tersine Görsel Arama**
- . **TinEye**
- . **InVID (video doğrulama aracı)**
- . **Foto Forensics**
- . **Wayback Machine (silinen içerikleri bulma)**
- . **WHOIS (site kimin?)**