



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı

İletişim Bilimleri

VERİ GAZETECİLİĞİNDE ETİK

Başak ÖZEN

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2022

VERİ GAZETECİLİĞİNDE ETİK

BAŞAK ÖZEN

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı

İletişim Bilimleri

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2022

KABUL VE ONAY

Başak ÖZEN tarafından hazırlanan Veri Gazeteciliğinde Etik başlıklı bu çalışma, 11.01.2022 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Ruhdan UZUN (Başkan)

Prof. Dr. Mutlu BİNARK (Danışman)

Prof. Dr. Ruhdan UZUN (Üye)

Doç. Dr. Nevin YILDIZ (Üye)

Prof. Dr. Mutlu BİNARK (Üye)

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylım.

Prof.Dr. Uğur ÖMÜRGÖNÜLŞEN

Enstitü Müdürü

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kağıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinleri yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan **“Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge”** kapsamında tezim aşağıda belirtilen koşullar haricince YÖK Ulusal Tez Merkezi / H.Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

- Enstitü / Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir. ⁽¹⁾
- Enstitü / Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ay ertelenmiştir. ⁽²⁾
- Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. ⁽³⁾

...../...../.....

[İmza]

[Öğrencinin Adı SOYADI]

1“Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge”

- (1) Madde 6. 1. Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez **danışmanının** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulu** iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.
- (2) Madde 6. 2. Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez **danışmanının** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulunun** gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.
- (3) Madde 7. 1. Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, **tezin yapıldığı kurum** tarafından verilir *. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, **ilgili kurum ve kuruluşun önerisi** ile **enstitü** veya **fakültenin** uygun görüşü üzerine **üniversite yönetim kurulu** tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir. Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

* Tez **danışmanının** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulu tarafından karar verilir.**

ETİK BEYAN

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu, **Prof. Dr. Mutlu BİNARK** danışmanlığında tarafımdan üretildiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.

Başak ÖZEN

ADAMA

Yalnızca gerçeğin peşinde koşan, bana hayata sevgiyle ve cesurca bakmayı öğreten babam, Gazeteci Kadri Özen için...

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans hayatımda kendisiyle karşılaştığım için şanslı hissettiğim, öğrencisi olmaktan gurur duyduğum, tez süreci boyunca değerli zamanını, bilgisini ve deneyimini benimle paylaşan tez danışmanım Prof. Dr. Mutlu Binark'a çok teşekkür ederim. Bana sabırla yol gösterdiği ve yeni kapılar açtığı için kendisine minnettarım.

Bu yolculukta benimle birlikte yürüyen, karşılaştığım engellerde elimden tutarak bana destek olan sevgili eşim Berk Can Özen'e ne kadar teşekkür etsem az kalır. Bana sağladığı huzurlu çalışma ortamı ve yaptığı güzel yemekler için çok teşekkür ederim.

Hayattaki neşe kaynağım, esprileriyle beni hep güldüren, rehberim, canım Annem Emine Özen'e her koşulda yanımda olduğu için teşekkür ederim.

Tez çalışmasına verdikleri değerli katkılar için Doç. Dr. Nevin Yıldız'a ve Prof. Dr. Ruhdan Uzun'a çok teşekkürler.

Bu süreçte çok sık görüşmesek de beni hep motive eden, desteklerini hissettiren biricik dostlarım Bengü, Ece ve Şelale'ye çok teşekkür ederim.

Bana zaman ayırıp, tüm sorulara eksiksiz ve kapsamlı yanıtlar veren, benimle değerli bilgilerini ve deneyimlerini paylaşan tüm katılımcılara sonsuz teşekkürler.

ÖZET

ÖZEN Başak. *Veri Gazeteciliğinde Etik*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2022

Dijital iletişim teknolojileriyle birlikte her türlü enformasyon sayılarla ifade edilmektedir. Bilgisayarlar, internet, akıllı telefonlar gibi teknolojiler, bireylerin gündelik hayatında geniş yer kaplamaktadır. Bu teknolojiler bireylere, enformasyona hızlı ulaşım, gündelik işlerin çevrimiçi yapılabilmesi, etrafta olup biten olaylarla etkileşime geçilmesi gibi pek çok konuda kolaylık sağlarken yeni etik problemlerin belirlenmesine neden olmuştur. Dijital iletişim teknolojileri gazeteciliği dönüştürmüştür. Bu kapsamda haberin yapısı, haber merkezlerinin görünümü değişirken yeni etik ilkelere ihtiyaç duyulmaktadır.

İnternet gazeteciliği, yeni medya ortamlarının yaygın kullanılması, yeni haber türlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Veri gazeteciliği, dijital iletişim teknolojilerinin dönüştürdüğü gazetecilik ortamında popülerliği artan bir haber türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu araştırma, gazeteciliğin dönüşümü ekseninde veri gazeteciliğinde etik sorunları ortaya koymayı amaçlamaktadır. Şimdiye kadar yapılan tez çalışmalarında, veri gazeteciliğinde etik meselesini ele alan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu araştırma, alana bu bağlamda bir katkı sunacaktır. Araştırmanın temel sorusu, “veri gazeteciliğinde etik sorunlar nelerdir?” sorusudur. Araştırmanın ana sorunsalı ise “veri gazeteciliğinde etik sorunlara neden olan hususlar nelerdir?” sorusudur. Bu kapsamda, veri gazetecileri, akademisyenler ve haber portallarında çalışan gazetecilerle derinlemesine görüşmeler yapılmıştır.

Araştırmaya göre veri gazetecileri Türkiye’de açık veriye erişimde sorun yaşamaktadır. Bu nedenle, haber kaynağı olarak resmi kaynaklardan çok sivil toplum kuruluşlarının verilerinden yararlanmaktadır. Araştırmada, veri gazeteciliğinde bağlamın ortaya konması, kullanıcı gizliliği, kullanılan metodolojinin haberde yer alması, veri görselleştirmesi gibi konularda etik sorunların meydana geldiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Gazeteciliğin dönüşümü, iletişim teknolojileri, veri, etik, veri gazeteciliği, veri gazeteciliğinde etik.

ABSTRACT

ÖZEN, Başak. *Ethics in Data Journalism*, MSc, Ankara, 2022

With digital communication technologies, all kinds of information are expressed in numbers. Technologies such as computers, the internet, and smartphones play a big part in the daily life of individuals. While these technologies provide convenience to individuals in many areas like rapid access to information, doing daily work online, interacting with the events going on around, they have led to the determination of new ethical issues. Digital communication technologies have transformed journalism. In this context, the structure of the news and the appearance of newsrooms are changed. However, new ethical principles are needed.

With the emergence of internet journalism and the widespread use of new media environments, new types of news have emerged. Data journalism emerges as a type of news whose popularity is increasing in the journalism environment transformed by digital communication technologies. This research aims to reveal ethical problems in data journalism on the axis of the transformation of journalism. In the thesis studies conducted so far, no research has been found that addresses the issue of ethics in data journalism. This research will make a contribution to the field in this context. The main question of the thesis study is "What are the ethical issues in data journalism?" is the question. The main problematic of the research is "What are the issues that cause ethical problems in data journalism?". In this context, in-depth interviews were conducted with data journalists, academics, and journalists are working in news portals.

According to the research, data journalists have problems accessing open data in Turkey. For this reason, they benefit from the data of non-governmental organizations rather than official sources as news sources. In the research, it was concluded that ethical issues occur in data journalism, such as some areas: Revealing the context, user privacy, including the methodology used in the news, and data visualization.

Keywords: Transformation of journalism, communication technologies, data, ethics, data journalism, ethics in data journalism

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI	ii
ETİK BEYAN.....	iii
ADAMA	iv
TEŞEKKÜR	v
ÖZET.....	vi
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	viii
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM DİJİTAL İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİYLE GAZETECİLİĞİN DÖNÜŞÜMÜ	16
1.1. GELENEKSEL HABER MERKEZLERİNDEN DİJİTAL İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİYLE DÖNÜŞEN GAZETECİLİKTE HABER MERKEZLERİNE.....	16
1.1.1 Geleneksel Haber Merkezleri.....	16
1.1.2. Dijital İletişim Teknolojileriyle Dönüşen Haber Merkezleri.....	18
1.2. HABERİN YAPISININ DEĞİŞİMİ	22
1.2.1. Geleneksel Gazetecilikte Haberin Yapısı	22
1.2.1.1. Geleneksel Gazetecilikte Haberin Dolaşımı	24
1.2.1.2. Geleneksel Gazetecilikte Haberin Kaynağı	24
1.2.1.3. Geleneksel Gazetecilikte Haberin Dili.....	25
1.2.1.4. Geleneksel Gazetecilikte Haber Türleri	26
1.2.2. Dijital İletişim Teknolojileriyle Dönüşen Gazetecilikte Haberin Yapısı.....	27
1.2.2.1. Dijital İletişim Teknolojileriyle Dönüşen Gazetecilikte Haberin Dolaşımı	27

1.2.2.2 Dijital İletişim Teknolojileriyle Dönüşen Gazetecilikte Haberin Kaynağı	28
1.2.2.3. Dijital İletişim Teknolojileriyle Dönüşen Gazetecilikte Haberin Dili ...	29
1.3. DİJİTAL İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİYLE DÖNÜŞEN GAZETECİLİKTE YENİ HABERCİLİK UYGULAMALARI.....	29
1.3.1. Yurttaş Gazeteciliği.....	30
1.3.2. Mobil Gazetecilik.....	30
1.3.3. Sosyal Medya Gazeteciliği.....	31
1.3.4. Robot Gazetecilik.....	32
1.3.5. Veri Gazeteciliği	32
1.4. DİJİTAL İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİYLE DÖNÜŞEN GAZETECİLİK ve ETİK SORUNLAR.....	33
1.4.1. Etik	34
1.4.2. Meslek Etiği	35
1.4.3. Gazetecilik Meslek İlkeleri	38
1.5. DİJİTAL İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİYLE DÖNÜŞEN GAZETECİLİKTE HABER ETİĞİNİ ETKİLEYEN HUSUSLAR	43
1.5.1. İnternet Gazeteciliği	43
1.5.1.1. İnternet Gazeteciliğinde Haber Etiğini Etkileyen Hususlar	45
1.5.1.2. Habercilikte Hız Sorunu.....	50
1.5.1.3. Haberin Doğrulanması	52
1.5.1.3.1 Dezenformasyon ve Mezenformasyon	55
1.5.1.4. Kullanıcı Türevli İçerik ile Çalışmak.....	56
1.6. BÖLÜM DEĞERLENDİRMESİ.....	58

2. BÖLÜM VERİ GAZETECİLİĞİ: YENİ BİR HABERCİLİK PRATİĞİ Mİ YOKSA MEVCUT HABER PRATİĞİNİN DEVAMI MI?	60
2.1. VERİ GAZETECİLİĞİNİN TANIMI	60
2.1.1. Verinin Tanımı	60
2.1.1.1. Büyük Veri	61
2.1.1.2. Açık Veri	62
2.1.1.3. Açık Hükümet Verisi	63
2.1.1.4. Yapılandırılmış, Yapılandırılmamış, Yarı Yapılandırılmış Veri	63
2.2. VERİ GAZETECİLİĞİNİN ORTAYA ÇIKIŞI	64
2.2.1. Bilgisayar Destekli Gazetecilik	67
2.2.2. Bilimsel Gazetecilik	67
2.3. VERİ GAZETECİLİĞİNDE HABER ÜRETİM SÜRECİ	68
2.3.1. Veri Gazeteciliğinde Kullanılan Araçlar	73
2.3.1.1. Veri Analizinde Kullanılan Araçlar	74
2.3.1.2. Veri Görselleştirmede Kullanılan Araçlar	75
2.4. DÜNYADA VERİ GAZETECİLİĞİ.....	76
2.5. TÜRKİYE'DE VERİ GAZETECİLİĞİ	78
2.6. BÖLÜM DEĞERLENDİRMESİ.....	80
3. BÖLÜM VERİ HABERCİLİĞİNDE ETİK SORUNLAR	81
3.1. VERİ GAZETECİLİĞİNDE ETİK	81
3.1.1. Açık Veriye Erişim	85
3.1.2. Verinin Kaynağı	91
3.1.3. Kullanıcı Gizliliği	93
3.1.4. Verinin Doğrulanması.....	99
3.1.4.1. Verinin Doğruluğunun Tespiti	100

3.1.4.2. Tekrar Eden Verilerin Farkına Varılması	101
3.1.5. Veri Haberciliğinde Haberin Sunumu.....	101
3.1.5.1. Kaynağın Belirtilmesi	101
3.1.5.2. Bağlamın Ortaya Konması: Tarihsel Perspektif Gereği.....	102
3.1.5.3. Veri Analizinde Hata Payının Belirtilmesi	104
3.1.5.4. Verilerin Güncellik Durumunun Belirtilmesi	105
3.1.6. Veri Görselleştirmede Ortaya Çıkabilecek Etik Sorunlar	106
3.2. VERİ GAZETECİSİNİN HABERE KATKISI	110
3.3. BÜYÜK VERİYE ERİŞİMDE EŞİTSİZLİKLER	113
3.4. VERİ OKURYAZARLIĞI.....	115
3.5. BÖLÜM DEĞERLENDİRMESİ.....	118
SONUÇ.....	119
KAYNAKÇA	127
EK 1 – TEZ GÖRÜŞME SORULARI (VERİ GAZETECİLERİ İÇİN).....	136
EK 2 – TEZ GÖRÜŞME SORULARI (AKADEMİSYENLER İÇİN).....	139
EK 3 – TEZ GÖRÜŞME SORULARI (GAZETECİLER VE MEDYA PROFESYONELLERİ İÇİN).....	141
EK 4 – ORJİNALLİK RAPORU	143
EK 5 – ETİK KURUL MUAFİYET FORMU.....	144

GİRİŞ

2000 yılında, henüz 10 yaşındayken bilgisayarla tanıştım. Babam gazeteci olduğu için bilgisayarı küçük yaşta keşfetme fırsatı yakalamıştım. Babam internetin açılış sayfasını *Hürriyet Gazetesi*'nin web sitesi olarak ayarlamıştı. Haberler benim de ilgimi çekiyordu, sayfa açılır açılmaz okumaya başlıyordum. İnternetin ve yazıcının verdiği olanaklarla kendi gazetemi yapmak istedim. Hürriyet ve diğer başka büyük medya kuruluşlarının web sitelerini araştırıyordum. Seçtiğim internet haberlerini yazıcıdan çıktığı alıp, makasla kesip, A4 boyutundaki kağıtlara yapıştırıyordum. Oluşturduğum sayfaları belirli bir sıraya göre (politik haberler, kültür-sanat, spor vb.) dizip, zımbayla tutturuyordum. Ortaya çıkan gazeteden birkaç kopya daha hazırlayıp komşulara dağıtıyordum. O zamanlar gazete, apartmanımızda hemen her dairenin günlük olarak aldığı, gündelik hayatın içinde yer kaplayan bir olguydu. 1990'lı yıllardan itibaren internet gazeteciliğinden söz edilmeye başlansa da 1990'ların sonu, 2000'lerin başında gazetenin güçlü yerini koruduğunu söylemek mümkündür. O dönemdeki gazete tirajları bu bilgiyi desteklemektedir. Türkiye'de gazete tirajları, 2000'li yılların ortasına doğru düşüşe geçmiştir. 2005 yılında internet abonealarının sayısının artmasıyla, internet gazetelerinin sayısı da artmıştır (Kösedağ, 2019).

Çocukluğuma dair bu anı internet gazeteciliğinin o zamanki mevcudiyetiyle bugünü arasındaki farkı, kişisel tarihim üzerinden görmemi sağlıyor. Önceleri internet gazetelerinin amacı, basılı gazeteler için hazırlanan haberlerin dijital ortama aktarılması idi (Birsen, 2013, s.39). Törenli, bu dönemdeki gazeteleri “basının internet üzerindeki dijital sürümleri” olarak ifade etmektedir (Törenli, 2005, s.208-209). Oluşturduğum gazete, farklı gazetelerin web sitelerindeki haberlerin yeniden basılı hale getirilmesiydi aslında. Günümüzde ise internet haberciliği başlı başına bir mecra halini almıştır.

İnternet gazeteleri günümüzde, anlık haber akışına uyum sağlamaya çalışan, kendine özgü bir dili ve formatı olan ortamlar haline gelmiştir. “İnternetin doğasının değişimi ve farklılaşmayı zorunlu kılmasıyla” (Birsen, 2013, s. 39), yeni olanaklar ve habercilik pratikleri ortaya çıkmıştır. Dijital iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte habercilikte hızın artması; ses, video, fotoğraf ve metnin bir arada kullanılması,

gazeteciliği dönüştürmüştür (Yıldırım, 2010, s.230). İnternet ile kullanıcılar, basılı gazetelere alternatif olarak, haberleri internet üzerinden takip etmeye başlamışlardır. Akıllı telefonların ortaya çıkmasıyla, haber takibi çok daha hızlı olmuştur. Yeni medya ortamlarının kullanılmasıyla birlikte, bireyler haberleri anlık olarak sosyal medya platformlarından takip etmekte ve şahit oldukları olayları yine aynı platformlarda duyurarak haberin kaynağı haline gelmektedirler.

Dijital iletişim teknolojilerinin bir sonucu olarak, yeni habercilik uygulamaları ortaya çıkmıştır. Yurttaş gazeteciliği, robot gazetecilik, sosyal medya gazeteciliği, veri gazeteciliği bunlara örnektir. Tez çalışmasının da konusu olan veri gazeteciliği, kısaca, veriyle gazetecilik yapmak anlamına gelmektedir (Data Journalism Handbook, 2012). Veri gazeteciliği, büyük veri setlerinin analiz edilmesi, bu verilerden anlamlı bir hikaye yaratılması ve sonuçların görselleştirilmesi süreçlerini içermektedir. Veri gazeteciliğinin kaynağının büyük veri olması, habercilikte etik sorunlara yol açmaktadır. Örneğin, büyük veri setlerinin kamusal erişime açık hale getirilmesi ve veri gazetecileri tarafından kullanım şekli. İster hükümet verileri ister gazetecilerin veri kazıma yöntemiyle elde ettikleri veriler olsun, büyük veriyi paylaşmanın heyecanı ile etik sorunlar göz ardı edilmektedir. Büyük veri setinin kişisel veriler içerip içermediğine bakıp öyle paylaşmak, büyük veri setinin toplumun tüm kesimlerini kapsadığı yanılığısına düşmemek gerekmektedir (Lewis ve Westlund, 2014).

Veri gazeteciliğinde tartışılan bir diğer etik sorun ise, veriye erişimde yaşanan eşitsizliklerdir. Ekonomik, sosyal ve politik gücü elinde bulunduranlar büyük veriye kolaylıkla erişmektedir. Algoritmaların platform sahipleri tarafından şekillendirildiği mevcut düzende, gazeteciler büyük veriyi platform sahiplerinin çıkarları için kullanma tehlikesiyle karşı karşıyadırlar (Narin vd., 2017). Veri gazeteciliği ayrıca, salt istatistikî verinin analizine yer vererek, tarihsel perspektifi geri planda tutmasıyla eleştirilmektedir. Bu araştırma, veri gazeteciliğinde etik sorunlara yol açan hususları, gazetecilerin ve akademisyenlerin görüşlerine başvurarak araştırmayı amaçlamaktadır. Araştırmada, bu hususları ortaya koymak için gazeteciliğin dijital iletişim teknolojileriyle birlikte dönüşümü serimlenmiştir. Araştırma kapsamında “veri gazeteciliğinde etik sorunlar nelerdir?” sorusuna yanıt aranmaktadır.

Veri gazeteciliğinde etik sorunların araştırılması öncelikle veri gazeteciliğinin nasıl ortaya çıktığına bakmayı gerektirmektedir. Veri gazeteciliğinin ortaya çıkışı, bundan iki yüzyıl öncesine dayanmaktadır. Veri gazeteciliğini ve bilgisayar destekli haberciliği son dönemin elektronik habercilik eğilimleri olarak gören Simon Rogers, habercilikte verilerden faydalanmanın verinin var olduğu tarih kadar eski olduğunu belirtmektedir. İlk veri gazeteciliği örneği Rogers'ın işaret ettiği gibi, 1821 yılında *The Guardian*'da yer alan bir haberdur. Haberde, Manchester'daki tüm okullara ilişkin okul ücretleri ve okula devam eden öğrenci sayılarının yer aldığı bir tablo bulunmaktadır. Veri gazeteciliğinin ortaya çıkışına İkinci Bölümde detaylı olarak değinilecektir. Günümüzde Irak ve Afgan savaş günlüklerinin WikiLeaks Belgeleri aracılığıyla sızdırılmasıyla (Gray, Bounegru ve Chambers, 2012) veri gazeteciliğinin popülaritesi artmıştır. Teknolojinin haberciliğe yeni araçlar, yeni bakış açıları sunması, haber yapma pratiklerinin dönüşmesi yeni haber türlerini ortaya çıkarmıştır. Bu türlerden biri olan veri gazeteciliğindeki etik sorunları anlamak için öncelikle gazeteciliğin dönüşümü irdelenecektir.

Gazetecilik, siyasal, kültürel, ekonomik pek çok gelişmenin etkisiyle dönüşüme uğramıştır. Schudson, gazetecilik mesleğinin, 19. yüzyılda, gazetelerin endüstrileşmesinin bir sonucu olarak dönüşüm geçirdiğini ifade etmektedir (2010, s.208-209). Medyanın sahiplik yapısı gazetecinin endüstrideki konumunun ve haber içeriklerinin belirlenmesinde başat rol oynamıştır. Gazeteciliğin dönüşümünde medyanın sahiplik yapısının temel etkisini göz ardı etmemekle birlikte, bu tez çalışması dijital iletişim teknolojilerinin haberin yapısı ve türünde yol açtığı dönüşüme odaklanmaktadır. Çalışmada veri gazeteciliğindeki etik meselesi, gazetecilik pratikleri açısından (haber sunumu, görselleştirilmesi, veriye erişim vb.) ele alınmıştır. Bu nedenle dijital iletişim teknolojilerinin, gazetecilik pratiklerini nasıl dönüştürdüğü üzerinde durulacaktır.

Dijital İletişim Teknolojileriyle Gazeteciliğin Dönüşümü

Geleneksel gazetecilik, web 1.0 ortamlarından web 2.0 ortamlarına geçişle birlikte dönüşüme uğramıştır. Geleneksel gazetecilik kavramını geleneksel medya kavramı üzerinden tanımlamak faydalı olacaktır. Geleneksel medya tanımı, *Oxford Dictionaries*'de "old media" kavramına karşılık gelmektedir: Yeni iletişim araçlarına

kıyasla, interaktif olmayan ya da içinde internetin yer almadığı medya olarak tanımlanmaktadır (<https://www.oxforddictionaries.com/>). Gazete, radyo, televizyon gibi medya ortamları, ana akım (mainstream), geleneksel (traditional) veya eski (old) medya olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlamaya ihtiyaç duyulmasının sebebi, iletişim teknolojilerindeki yeniliklerin ve gelişmelerin, medya ortamlarında meydana getirdiği değişikliklerdir (Törenli, 2005, s. 87). Paul Gaillard'ın gazetecilik mesleği tanımı, geleneksel gazeteciliği anlamak açısından yol göstericidir: Gaillard gazeteciliği “sürekli bir yazılı basında, bir ajansta ya da görsel işitsel bir iletişim aracında maaşlı olarak çalışan, haber peşinde koşan kişilerin mesleği” olarak tanımlamıştır (Gaillard, 1971, s.20). Dijital iletişim teknolojileri ile gazeteciliğin tanımı değişmiştir.

Gazetecilik tarihi endüstrileşmiş üretim yapan kitle iletişim araçlarının tarihi ile kesiştiği için, geleneksel gazeteciliği dijital iletişim teknolojileri öncesi yapılan gazetecilik olarak tanımlamak mümkündür. Kısacası web 2.0 öncesi yapılan gazetecilik olarak tanımlanabilen geleneksel gazeteciliğin kökü, sanayi devrimini takiben ortaya çıkan endüstri toplumuna dayanmaktadır. Geleneksel gazetecilik, dijital iletişim teknolojileri ile değişen gazeteciliğin aksine tek yönlü bir iletişim akımını ifade etmektedir. Yani geleneksel gazetecilikte enformasyona, gazetecinin hazırladığı haberler üzerinden ulaşılmaktadır (Tokgöz, 2013).¹

[1]Dünyada geleneksel gazeteciliğin başlangıcı, ilk gazetenin yayımlandığı 17. yüzyıla dayanmaktadır. Bu dönemde, gazeteciliğin temel görevlerinden olan haber verme işlevi, bir kitle iletişim aracı olarak gazeteler aracılığı ile yapılmaktadır. İlk sürekli yayın olarak gazetenin nerede çıktığı konusunda kesin bir bilgi yoktur (Tokgöz, 2013). İlk gazetenin 1609 yılında Strasburg'da yayınlanan, Avisa, Relation oder Zeitung adlı haftalık bir gazete olduğu belirtilmektedir (İnuğur, 2005). Oya Tokgöz, 17. yüzyılda çıkan ilk gazetelerin “Avrupa’da mutlak monarşi ile yönetilen ülkelerde değil, dağınık bir birliği olan ve ekonomik anlamda gitgide güçlenen ülkelerde” ortaya çıktığını belirtmektedir (Tokgöz, 2013, s.70). Ayrıca 17. yüzyıl gazetelerinde haber, hikaye, şiir türlerinde yazılar mevcuttur fakat siyasi yazılar görülmemektedir. Bu dönemde gündelik gazeteler çıkmaya başlamıştır (İnuğur, 2005). 18. yüzyılda gazeteciliğin gelişmesi üzerinde etkisi olan iki önemli olaydan söz edilmektedir: Amerikan Bağımsızlık Savaşı ve Fransız İhtilali (Tokgöz, 2013, s. 70). Bu iki olayla birlikte İngiltere ve Fransa’da siyasi gazetecilik başlamıştır. Özgür basın anlayışı yaygınlaşmıştır ve Amerikan Bağımsızlık Bildirgesi ile İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi’nde yazılı bir şekilde ifade edilmiştir (Özer, 2010, s.66) 19. yüzyılda demokrasi, sanayi ve bilimin geliştiği toplumsal yapı, gazeteciliğe de etki etmiştir. Bu dönemde telgraf ve telefonun icadı, haberin kaynaktan hızlı alınıp, hızlı yapılması ve dağıtılması gibi çağdaş basın ilkelerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (İnuğur, 2005). 19. yüzyılda gazetecilikte insanların ilgisini çekme ilkesi de ortaya çıkmıştır. Bu ilke, gazeteciliğin belirli bir zümre için değil halkın haber alma ihtiyacına yönelik yapılan bir meslek olarak gelişmesini sağlamıştır.

Matbaanın ortaya çıkması, gazetecilik mesleğinin hem dünyada hem de Türkiye’de gelişmesini sağlamıştır. Osmanlı döneminde ilk matbaa 1494 yılında David ve Samuel isimindeki Musevi kardeşler tarafından kurulmuştur. Osmanlı’daki ilk Türkçe matbaa ise, yaklaşık 300 yıl sonra, 1726 yılında kurulmuştur (Gevgilili, 1983). Türkiye’de geleneksel gazeteciliğin tarihini, 1831 yılında ilk Türkçe gazete olan Takvimi Vakayi ile başlatmak mümkündür (Tokgöz, 2013). İlk özel gazete olarak kabul edilen gazete ise, Ceride-i Havadis’dir. 1839-1876 yılları pek çok gazete yayın hayatına başlamıştır fakat Osmanlı’da ilk gazete, Avrupa’da çıkan ilk gazeteden 200 yıl sonra çıkmıştır (Yılmaz, 2009, s. 135). Gazete, toplumu aydınlatma, topluma bilgi verme işlevini zamanla kazanmıştır. 1864 yılına kadar memurlar tarafından, ek mesai olarak, para kazanmadan yapılan gazetecilik, Mehmet Nuri İnuğur’a göre 1864’ten sonra “meslek” olarak yapılmaya başlanmıştır (İnuğur, 2005, s. 204).

Cumhuriyet Dönemi ve Tek Partili Dönem olarak görülen 1923-1946 yıllarında otoriter bir basın görülmektedir (Yalçın, 2015). 1935’lerden itibaren gazetecilik bir meslek olarak tartışılmaya başlanmıştır. Birinci Basın Kongresi Ankara’da 1935 yılında toplanmıştır. Tek partili hayatta çoğulculuktan bahsedilmezken, çok partili hayata geçiş ile birlikte medyada da çoğulculuk başlamıştır (Tokgöz, 2013). 1946-1960 yılları arasındaki çok partili dönem, basındaki engellerin aşıldığı bir dönem olarak öne çıkmaktadır. 1946-50 yılları arasında muhalif gazetelerin sayısının arttığı görülmektedir. 1946 yılında İstanbul’da Gazeteciler Cemiyeti, 10 Temmuz 1952 yılında ise Gazeteciler Sendikası kurulmuştur. 1950 yılında Cemiyetin başvurusu ile İstanbul Üniversitesi’nde ilk gazetecilik okulu açılmıştır. 1952 yılında çıkarılan Basın İş Kanunu’nda, gazetecilerin sosyal haklarını koruyan maddeler yer almıştır. Bu maddelerde, işveren ile ilişkilerinde basın mensupları korunmuştur. 1961 yılında darbe sonrası basın iş yasasında iyileştirmeler görülmüştür. 12 Mart 1971 tarihinde Türkiye’de askerler ikinci k siyasete müdahalede bulunmasıyla, otoriter yönetime geçilmiştir. Bunun sonucunda 1402 sayılı Sıkıyönetim Kanunu yayınlanmıştır. Kanununun 3. Maddesinin b fıkrasında sıkıyönetim komutanına “Türkiye Radyo- Televizyon Kurumunun yayımları dahil olmak üzere telefon, telsiz, radyo, televizyon gibi her çeşit araçlarla yapılan yayım ve haberleşmeye sansür koymak, kayıtlamak veya durdurmak ve hizmetin gerektirdiği ahvalde bunlardan öncelikle faydalanmak” yetkisi verilerek (Resmi Gazete, 15 Mayıs 1971: 13837) basın

özgürlüğü kısıtlanmıştır. Gazetelerin sahiplik yapısına baktığımızda, 1950-1970’li yıllarda, gazeteci ailelerden gelen kişilerin medya sahibi olduğu görülmektedir. 1970’li yıllar, Türkiye’de renkli gazetecilik teknolojisine yatırım yapılmıştır. Daha kaliteli bir baskı ile çıkan gazetelerin, reklam gelirleri de artmıştır. 1980’li yıllarda Türkiye’de medyanın sahiplik yapısında değişimler görülmüştür. 1990’lı yıllarla birlikte ise basında tekelleşmeler giderek artan oranda başlamıştır (Tokgöz, 2013).

Gazeteciliğin dijital dönüşümü, ekonomi-politik bakış açısına başvurulmadan anlatıldığında, tekno-determinist bir yaklaşımla sınırlı kalmaktadır. Geleneksel gazeteciliğin bugün geldiği noktanın daha kapsamlı ortaya konması; haberin sunumu, dili, içeriği ve basın odalarının yapısının daha net anlaşılması için medyanın sahiplik yapısına detaylı bakmak gerekmektedir.

Ceren Sözeri’ye (2015, s. 10) göre, 1980’li yıllarda Türkiye’de gözlemlenen ekonomi politik dönüşümler medyayı doğrudan etkilemiş ve özellikle 1980 Darbesi’yle birlikte basın ağır bir sansür sürecine girmiştir. Mevcut siyasal krizlere paralel olarak 1980’li yıllarda gelişim gösteren ekonomide liberalleşme politikaları, basının yapısında ve içeriğinde birtakım değişimlere neden olmuştur. Medya sahipliği, medya dışındaki alanlarda yatırım yapan sermaye sahiplerinin eline geçmiştir. 1980’li yıllarda Türkiye’de medyanın ekonomi-politiğine ilişkin gözlemlenen değişimleri 24 Ocak Kararları ve 12 Eylül darbesi gibi ekonomi-politik dönüm noktaları çerçevesinde açıklayan Gülseren Adaklı (2010, s. 68) 1980 öncesinde basın sektöründe kontrol sahibi olan sermaye sahiplerinin bir taraftan medyanın farklı alanlarına yayılma eğilimi gösterirken, bir taraftan da kamu ihaleleri yoluyla medya sektörünün dışındaki alanlarda söz sahibi olmaya çalıştığını belirtmektedir. 1980 öncesinde medyanın mevcut yapısına dahil olamayan gruplar da medya sektöründe kendilerine yer edinmiştir. Böylelikle basın sektörü güçlü sermaye gruplarının söz sahibi olduğu bir alan haline gelmiştir. Gülseren Adaklı, Türkiye medyasına hakim olan gruplar üzerine yazdığı “Dünyada ve Türkiye’de Medya Endüstrisinin Dönüşümü” başlıklı makalesinde, “basının eleştiri özgürlüğünün çeşitli yollarla sınırlandırılmaya çalışıldığını belirtmektedir. Ayrıca Adaklı, “siyasi iktidarın elini kuvvetlendirecek biçimde basın sermayelerine çeşitli imtiyazlar tanıdığını” ve kontrol mekanizmasının bu dönemde güçlendiğini belirtmektedir (2010).

1980’li yıllarda sermayenin önemli bir bileşeni haline gelen medya sektörü, bu etkiler doğrultusunda iktisadi ve politik açıdan güçsüz grupların müdahalesini reddetmiş, çalışma koşulları giderek kötüleşmiş ve sendika üyeliklerine ilişkin şartlar giderek zorlaşmıştır. Benzer bir ifadeyle Sözeri de (2015, s. 10), pazarda artan rekabet anlayışının ve güçlü sermaye sahiplerinin sendika karşıtı hareketlerinin sonucu belirli sonuçları olduğunu vurgulamaktadır. Sözeri’ye göre gazetecilerin siyasal iktidar ve medya patronları karşısındaki gücünün giderek zayıflamıştır (2015, s.10). Darbe sonrası sürekli sansür uygulanan basın sektörü üzerindeki askeri vesayet nedeniyle özellikle muhalif kesim gazeteciler ciddi baskılarla karşılaşmışlardır. Genel olarak 1980’li yıllarda Türkiye medyasının güçlü sermaye grupları arasındaki rekabetten ve ülkedeki rejim krizlerinden doğrudan etkilendiği, ekonomik ve politik anlamda zarar gördüğü anlaşılmaktadır.

Adaklı’ya (2014, s. 18) göre, kapitalizmin 1970’lerdeki küresel kriziyle birlikte medyaya yapılan yatırımlar hızlanmıştır. Türkiye medyası, 1980’li ve 1990’lı yıllarda güçlü sermaye gruplarının kontrolüne girmiştir. Adaklı, neoliberalizmin makro seviyede dünya medyası üzerindeki ve mikro seviyede ise Türkiye medyası üzerindeki etkilerini incelediği makalesinde, 1990’lı yıllarda Avrupa’da olduğu gibi Türkiye’de de kamu yayıncılığı tekellerinin yıkılıp yerini “özel-tekellere” bıraktığını belirtmektedir. Adaklı, büyük sermaye gruplarının medyanın bütün alanlarında yatay, dikey ve çapraz bütünleşmeye yöneldiğini belirtmektedir (2010, s. 75). 1990’lı yıllarda medya üzerindeki kontrol mekanizması, 1990’lı yıllarda yürürlüğe giren birtakım hukuki düzenlemelerle günümüze kadar uzanmayı başarmıştır. Bunun en önemli örneklerinden birisi, 1991 yılında yürürlüğe giren ve halen yürürlükte olan 3713 sayılı Terörle Mücadele Kanunu’nun 6, 7 ve 8. maddeleri olmuştur. Bu maddeler basın ve ifade özgürlüğünün önündeki en önemli engellerden biri olmayı halen sürdürmektedir (Sözeri, 2015, s. 10). 1990’lı yıllarda medya üzerindeki baskıları gösteren örnekleri sıralayan Sözeri (2015), medyada güçlü konumda bulunan holdinglerin kendilerini korumak ve daha da güçlenebilmek adına birbirleriyle rekabet halinde olduklarını ve bu noktada medyanın sürekli “promosyon savaşlarına” sahne olduğunu belirtmektedir. Buna ek olarak siyasi yönetimde de söz sahibi olmayı hedefleyen sermaye grupları, siyasal kurumların işleyişini de doğrudan etkilemiştir. Ayrıca ordu ile de yakın ilişkiler kurmuştur. Bu

dönemde güçlü sermaye gruplarının, özelleştirilen kamu kuruluşlarının satın alınmasında ön planda olduğu görülmektedir. Gülseren Adaklı'nın (2010, s. 75-76) çalışmasında, 1992-1998 yılları arasında özelleşen önemli kurumların çoğunun medya sahipliğine yöneldikleri; Uzan Grubu'nun ise bu özelleştirmelerde en fazla pay alan yayın organı olduğu belirtilmektedir. Bu dönemde de 1980'li yıllarda olduğu gibi basın sektörüne yönelik baskılar artmıştır. Demokratikleşme konusunda geriye gidilmiş, basın sektörü güçlü sermaye gruplarının ekonomik ve politik amaçlarından oldukça etkilenmiştir. Benzer bir ifadeyle, kamu çıkarı gözetmesi gereken medya daha çok ekonomik ve politik iktidar odaklarının ve şirketlerin çıkarlarını gözetmiştir. Bu doğrultuda 1980-2000 yılları arasındaki dönemi kapsayan süreç, Türkiye'de basın sektörünün sermaye grupları, ekonomik ve politik iktidar grupları arasındaki ilişkileri gözetken, bu gruplar arasındaki çıkar ve çatışmaları besleyen bir yapıda olmuştur.

2000'li yılların başında Türkiye'de medya sahipliğinin büyük oranda beş şirket grubunun elinde olduğu görülmektedir: Doğan, Bilgin, İhlas, Çukurova ve Uzan grupları. 2000 yılında Türkiye'de basılan 34 ulusal gazetenin satış rakamının yüzde 98'i, bu grupların bünyesinde toplanmıştır (Ekzen, 1999). Bu yıllarda Türkiye'de yaşanan ekonomik kriz, medya sektörünü de derinden etkilemiş ve sektörde farklı pozisyonlarda görev alan yaklaşık dört bin kişinin işsiz kalmasına neden olmuştur (Çakır, 2007). Bu dönemde pek çok gazeteci internet gazeteciliğini seslerini duyurabilecekleri yeni bir alan olarak görmüşlerdir. Bunun yanı sıra internet haber portalları kurulmuş ve pek çok haber sitesi haberleri en hızlı biçimde ulaştırma yarışına girmiştir (Gürcan, 2005).

2002 yılında AKP'nin iktidara gelmesiyle birlikte medyanın sahiplik yapısı, ifade özgürlüğü ve basının yapısı üzerindeki tahakkümüyle değişmeye başlamıştır². 2006 yılından sonra Ergenekon ve KCK davalarıyla gazeteciler yargılanmaya başlanmış,

² Özgürlük Araştırmaları Derneği (ÖAD) tarafından Ağustos 2020-Eylül 2021 tarihleri arasında yürütülen, "Türkiye'de Basın Özgürlüğü Raporu"nun sonuçları bu görüşü desteklemektedir. Raporu basın özgürlüğü, yasal kısıtlamalar, finansman ve kutuplaşma kavramları etrafında ele alınmıştır. Raporu, hükümetin medya üzerindeki deneyiminin artarak devam ettiği ortaya konmaktadır. Ayrıca rapora göre, basının finansmanı piyasa dinamiklerinin yerine kamu kaynaklarına bağımlı hale gelmiştir. Raporu medyanın ticari bir girişimden çok, siyasi bir girişim halini aldığı belirtilmektedir. Raporu Türkiye'de hali hazırda 57 gazeteci ve medya çalışanının tutuklu olduğuna, erişime engellenen web sitesi sayısının ise 467.011 olduğuna yer verilmiştir.

OHAL süreciyle birlikte gazetecilere yapılan baskı artmıştır. 2008 yılında Tasarruf Mevduat Sigorta Fonu (TMSF) tarafından hisselerine el konulan ATV ve Sabah Gazetesi'nin Turkuaz Radyo Televizyon Gazetecilik ve Yayıncılık A.Ş.'ye satılması AKP'nin kendi medyasını oluşturma çabalarından biri olarak görülmektedir (Kaya, 2020). 2000 yılları sonrası dönem, gazeteciliğin failliğinin ortadan kalkarak, gazetecilik mesleğinin iktidarın “gölgesinde” yapılmaya çalışıldığı bir dönemdir. Bu dönemde pek çok gazeteci işsiz kalma korkusuyla haberlerde kendi görüşlerine yer vermemeye ya da görüşlerini sınırlandırmaya yönelmişlerdir. İnternet gazeteciliğinin sunduğu olanaklarla büyük medya kuruluşlarından ayrılıp, açtıkları yeni kanallar aracılığıyla seslerini duyuran gazeteciler de mevcuttur. Örneğin Ruşen Çakır, Medyascope adlı YouTube kanalında siyasetçi, gazeteci, ekonomist vb. pek çok konuya yer vererek gündemi değerlendirmektedir. Gazetecilerin kendi girişimleriyle ortaya çıkan bu gibi örnekler birtakım zorluklar barındırmaktadır. Endüstride reklam gelirlerine ayrılan payın az olması ve güvencesiz çalışma koşulları, bu zorluklardan bazılarıdır.

Tez çalışması kapsamında, dijital iletişim teknolojileriyle dönüşen gazetecilikte etik sorunlara odaklanılacağı için dijital medyanın ekonomi-politik yapısına kısaca değinilmiştir.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu araştırma veri gazeteciliğindeki etik sorunları ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmada veri gazeteciliği, WikiLeaks belgelerinin basına sızdırılmasıyla popüleritesi artan (Doğu, 2015) bir gazetecilik pratiği olarak ele alınmıştır. Türkiye’de veri gazeteciliğiyle ilgili şimdiye kadar yapılan lisansüstü çalışmalar, etik meselesine odaklanmamış; veri gazeteciliğinin Türkiye’deki durumuna, veri görselleştirme örneklerine, veri gazeteciliğinde haber üretim pratiklerine odaklanmıştır. Bu çalışmaları kısaca özetleyecek olursak:

Duygu Furuncu (2015) “Haber üretim pratikleri bağlamında veri gazeteciliği: Türkiye'deki gazetecilerin veri gazeteciliğine yaklaşımı” başlıklı doktora tez çalışmasında, veri gazeteciliğini teknolojik gelişmeler sonucu önem kazanan bir pratik

olarak ele almıştır. Araştırmada veri gazeteciliğinin Türkiye’de nasıl uygulandığı, veri gazeteciliği algısı medya profesyonelleri ve akademisyenlerle yapılan derinlemesine görüşmelerle ortaya konmuştur.

İrem Oran (2017), “Türkiye’de veri gazeteciliği uygulamalarına yönelik bir nitel araştırma” başlıklı yüksek lisans tezinde veri gazeteciliğinin Türkiye’deki durumunu ve medya ekonomisinin alana etkilerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Oran, veri gazeteciliğinin geleceğine ilişkin bir bakış açısı sunmaya çalışmıştır. Araştırma yöntemi olarak medya profesyonellerinin yanı sıra alanda çalışan öğrenciler, editörler ve uzaktan çalışanlarla derinlemesine görüşmeler yapmıştır.

Gökhan Bayraktar (2018) “Türkiye’de veri gazeteciliği: Medya profesyonellerinin veri gazeteciliği algısı üzerine bir araştırma” başlıklı yüksek lisans çalışmasında veri gazeteciliğinden, gelişen teknolojiyle birlikte artan verilerin analizinde kullanılan bir pratik olarak söz etmektedir. Araştırmada 151 medya profesyoneline anket uygulanarak, veri gazeteciliğine nasıl baktıkları ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmanın sonucunda medya profesyonellerinin veri gazeteciliği algısının yaş, cinsiyet ve gelir durumuna göre değişiklik gösterdiği tespit edilirken, eğitim durumu açısından bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır.

Amir Fadlı Nasution (2019) “Araştırmacı gazetecilikte veri gazeteciliği kullanımı: Panama belgeleri konusunda bir analiz çalışması” başlıklı yüksek lisans tez çalışmasında, bir veri haberciliği örneğine odaklanmaktadır. Araştırmada, 2016 yılında Panama merkezli hukuk firması Mossack Fonseca’ya ait 40 yıllık belgelerin sızdırılmasıyla ortaya çıkan bir veri haberciliği olan *Panama Papers (Panama Belgeleri)* nitel ve nicel araştırma yöntemleriyle incelenmiştir. Araştırma özellikle, *Tempo Gazetesi*’nin yapmış olduğu veri gazeteciliği çalışmasındaki iş akış süreçlerini ortaya koyarak veri gazeteciliği pratiğiyle ilgili bilgi vermiştir.

Murat Koç (2019) “Türkiye’de veri gazeteciliği ve infografik uygulamaları: Anadolu Ajansı’nın veri gazeteciliği kullanımı üzerine bir inceleme” başlıklı yüksek lisans tezinde veri gazeteciliğini bilgisayar tabanlı gazeteciliğin bir sonucu olarak ele almış, internetle

birlikte haberlere kaynak olan verilerin artmasının infografik tabanlı haberciliğe ortam hazırladığını belirtmiştir. Koç, tez çalışmasında Anadolu Ajansı'nın infografik çalışmalarını değerlendirmiştir.

Ümmü Ümare Nesibe Altun (2019) “Bilginin görselleştirilmesi ve veri gazeteciliği: Anadolu Ajansı'nın infografik üretimi üzerine bir değerlendirme” başlıklı yüksek lisans tezinde yeni haberin dijitalleşmesiyle birlikte bilginin görselleştirilmesine olanak tanıyan yeni haber formatlarını açıklamaktadır. Bu bağlamda araştırma, Anadolu Ajansı'nda yer alan infografik haberleri (2 ay boyunca yayınlanan 309 haberi) betimsel olarak incelemiştir. Tez çalışmasında haberin konusunun ve türünün, oluşturulan infografik biçiminde yani görselleştirmede belirleyici olduğu tespit edilmiştir.

Veri gazeteciliği ile ilgili YÖK tez tarama kataloğunda yer alan lisansüstü tezler tarandığında, bu tez çalışmalarının büyük çoğunluğunun veri gazeteciliğini dijital iletişim teknolojileri sonrası gelişen bir tür olarak ele aldığı görülmüştür. Bu araştırma veri gazeteciliğinin ortaya çıkışını teknoloji öncesi (geleneksel) döneme atıfta bulunarak tartışması bakımından farklılaşmaktadır. Ayrıca yapılan araştırmalarda, gazetecilik pratikleri açıklanırken etik konusunun ele alınmadığı görülmüştür. Bu araştırma veri gazeteciliğinde etik sorunlara odaklanacaktır. Araştırmanın ana sorunsalı “veri gazeteciliğinde etik sorunlara neden olan hususlar nelerdir?” sorusudur.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Türkiye’de yapılmış tezlere bakıldığında veri gazeteciliğinde etik sorunu odağa alan bir yüksek lisans çalışmasına rastlanmamıştır. Bu araştırmada, veri gazeteciliğindeki etik sorunlar, alanda üretim yapan gazetecilerin deneyimlerine ve akademisyenlerin görüşlerine başvurularak ele alınmıştır. Verilerin toplanması, analizi, görselleştirilmesi ve hikayeleştirilmesi gibi farklı alanlarda uygulamaları içeren veri gazeteciliğinde, her bir pratik farklı etik sorunlara yol açabilir. Bu nedenle gazetecilerin deneyimlerinden yola çıkarak ortaya koydukları görüşleri, çalışmanın bulgularını oluşturmaktadır.

Araştırma, nitel bir araştırmadır. Olayları istatistikî analizle değil sözlü ve niteliksel analizle değerlendiren nitel araştırmada, determinist yaklaşım ön planda değildir ve neden-sonuç ilişkisine başvurulmaz. Bunun yerine olaylar kendi bağlamları içerisinde değerlendirilir (Neumann, 2012). Araştırma tekniği, nitel araştırma tekniklerinden “derinlemesine görüşme” tekniğidir. Katılımcıların konuyla ilgili sözlü veya yazılı görüşlerine başvuru bu araştırma tekniğinde, katılımcı araştırma konusunu nasıl kavramsallaştırıyor ve değerlendiriyor gibi sorular açığa kavuşturulmaktadır (Greasley ve Ashworth, 2007).

Katılımcılar akademisyenler, haber portallarında çalışan gazeteciler, veri gazetecileri ve veri haberciliği projelerinde çalışan profesyonellerden oluşmaktadır.

#	Kişi Adı	Görevi / Çalıştığı Kurum	Görüşme Tarihi	Görüşülen Platform	Görüşme Süresi
1	Ceyda Ulukaya	Veri Gazetecisi / kadincinayetleri.org	24/05/2020	E-posta yoluyla	-
2	Denizcan Sarı	Veri Gazetecisi / izlemedeyiz.org	02/04/2020	E-posta yoluyla	-
3	Sadettin Demirel	Veri Gazetecisi / <u>serbest çalışıyor</u>	20/04/2021	Çevrimiçi Görüşme (Zoom)	01:22:57 sn.
4	Onur Mat	Veri Gazetecisi / serbest çalışıyor	07/07/2021	Çevrimiçi Görüşme (Zoom)	51:41 sn.

5	Prof. Dr. Süleyman İrvan	Akademisyen / Üsküdar Üniversitesi	10/02/2021	Çevrimiçi Görüşme (Zoom)	1:17:27 sn.
6	Doç. Dr. Bilge Narin	Akademisyen / Hacı Bayram Veli Üniversitesi	04/04/2021	Çevrimiçi Görüşme (Zoom)	40:13 sn.
7	Burak Tatarı	Gazeteci / Medyascope	08 02/2021	Çevrimiçi Görüşme (Zoom)	19:13 sn.
8	Faruk Bildirici	Gazeteci / farukbildirici.com	23/02/2021	Çevrimiçi Görüşme (Zoom)	58:59 sn.
9	H. Kerem Fındık	Gazeteci / turkishtechnews.com	11/02/2021	Çevrimiçi Görüşme (Zoom)	48:12 sn.
10	Engin Esen	Gazeteci / Hürriyet Daily News	09/02/2021	Çevrimiçi Görüşme (Zoom)	34:23 sn.

Tablo 1: Katılımcı Listesi

Katılımcılara gazeteciliğin dönüşümü ve veri haberciliğinde etik sorunlar ile ilgili yarı yapılandırılmış sorular yöneltilmiştir. Sorularla katılımcıların karşılaştıkları etik sorunlar ve veri gazeteciliğine ilişkin görüşleri anlaşılmaya çalışılmıştır. Görüşmeler (10 katılımcıyla Haziran 2020-Mayıs 2021 tarihleri arasında) katılımcıların uygunluk durumuna göre çevrimiçi ve soruların e-posta olarak iletilmesi yoluyla

gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmelerin deşifre edilmesi sonrası veriler, temalara göre tasnif edilmiştir. Görüşmeler kapsamında katılımcılardan onam formu alınmıştır.

Birinci Bölümde dijital iletişim teknolojileriyle birlikte gazeteciliğin dönüşümü anlatılmıştır. Haberin ve haber merkezlerinin geleneksel gazetecilikten bugüne nasıl değiştiği açıklanmıştır. Ayrıca Birinci Bölümde, tez çalışmasının odağında bulunan etik meselesine değinilmiştir. Bu kapsamda etik ve basın etiği kavramları açıklanmış, gazetecilik meslek ilkeleri sıralanmıştır. Araştırmanın İkinci Bölümünde veri gazeteciliğinin ortaya çıkışı, veri gazeteciliğinde kullanılan araçlar, dünyada ve Türkiye’de veri gazeteciliğinin gelişimi, literatür taramasıyla serimlenmiştir. Araştırmanın Üçüncü Bölümü veri gazeteciliğinde etik sorunların ele alındığı bölümdür. Bu bölümde, öncelikle dijital iletişim teknolojileriyle birlikte dönüşen gazetecilikte etik sorunlara yer verilmiştir. Ardından veri gazeteciliğindeki etik sorunlar, araştırmanın bulgularıyla birlikte tartışılmıştır. Bu bölümde, veri gazeteciliğindeki etik sorunlar, dönüşen gazetecilikteki etik sorunlarla ilişkisi bağlamında ele alınmıştır. Araştırmanın sonuç bölümünde ise genel değerlendirme ve veri gazeteciliğinde etik sorunların çözümüne ilişkin önerilere yer verilmiştir.

ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırma kapsamında görüşlerine başvurmak için iletişime geçilen katılımcıların hızlı dönüş yapmaları, görüşme tarih ve saatinin belirlenmesi konusundaki hassasiyetleri araştırmada karşılaşılan avantajlardan ilkidir. Ayrıca katılımcılar tüm sorulara eksiksiz ve kapsamlı yanıtlar vererek yüksek lisans tez çalışması için önemli bulgular elde edilmesini sağlamışlardır. Veri gazeteciliğinin Türkiye’de henüz yaygın olmaması araştırmayla ilgili belirli dezavantajlar doğurmuştur. Bunlardan ilki, araştırma kapsamında görüşülecek veri gazetecisi bulmada yaşanan zorluktur. Toplamda dört veri gazetecisiyle görüşülmüştür. Konuyla ilgili bir diğer dezavantaj da veri gazeteciliğinde etik meselesiyle ilgili sınırlı sayıda bulguya ulaşılmasıdır. Veri gazeteciliğinde etik meselesi, henüz Türkiye’de yeteri kadar tartışılan bir mesele değildir. Araştırmanın bir diğer dezavantajı ise veri gazeteciliğinde etik meselesiyle ilgili, özellikle Türkiye’de, fazla çalışma yapılmamış olmasıdır. Alanla doğrudan ilgili kaynaklar sınırlıdır, bu durum

bir dezavantaj yaratmıştır. Ayrıca katılımcıların cinsiyet dağılımları konusu, araştırmacının açıklama yapmak zorunda hissettiği bir husustur. Araştırma kapsamında görüşülen katılımcılardan sekizi erkek, ikisi kadındır. Araştırma kapsamında ikisi akademisyen ikisi veri gazetecisi olmak üzere dört kadın katılımcıyla daha iletişime geçilmeye çalışılmıştır. Fakat kendilerinden dönüş alınamamıştır. Alanda çalışan kişi sayısının zaten sınırlı oluşu, böyle bir dağılıma neden olmuştur.

Araştırmanın amacı, yöntemi, önemi ve sınırlılıklarından bahsettikten sonra birinci bölüme geçilecektir. Birinci bölüm, araştırmanın ana sorunsalı olan “veri gazeteciliğinde etik sorunlar nelerdir?” sorunsalına yanıt bulmanın ilk adımıdır. Bu bağlamda dijital iletişim teknolojileriyle birlikte gazeteciliğin dönüşümü ortaya konacaktır.

1. BÖLÜM

DİJİTAL İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİYLE GAZETECİLİĞİN DÖNÜŞÜMÜ

Bu bölümde dijital iletişim teknolojilerinin gazeteciliği nasıl dönüştürdüğü üzerinde durulacaktır. Geleneksel haber merkezlerinden günümüze, haber yapma pratiklerinin nasıl değiştiği ortaya konacaktır. Ayrıca geleneksel gazetecilikten bu yana haberin yapısındaki (haber kaynağı, haberin dolaşımı, haber dili vb.) değişiklikler serimlenecektir. Dijital iletişim teknolojileriyle birlikte ortaya çıkan yeni habercilik türlerinden söz edilecektir. Ayrıca bu bölüm, gazetecilik etiğinin dönüşümünü irdelemek açısından bir başlangıç noktası olacaktır. Bu bölümde, etik ve meslek etiği kavramlarına, gazetecilik meslek ilkelerine yer verilecektir.

1.1. GELENEKSEL HABER MERKEZLERİNDEN DİJİTAL İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİYLE DÖNÜŞEN GAZETECİLİKTE HABER MERKEZLERİNE

1.1.1 Geleneksel Haber Merkezleri

Geleneksel haber merkezleri, dikey örgütlenmenin yaşandığı, belirli bir hiyerarşik düzene sahip mekanlardır. Geleneksel haber merkezleriyle ilgili kaynaklar tarandığında, haber merkezlerinin bir işletme olarak ele alındığı görülmüştür. Paul Gaillard'a göre haber merkezleri, olayları habere dönüştürme işini yapan bir işletmedir (Gaillard, 1991, s. 20). Geleneksel gazetecilikte gazete işletmeleri ve dergi işletmeleri olmak üzere iki tür işletme görülürken; günümüz basın işletmeciliğine çevrim içi (internet) gazete işletmeleri de dahil olmuştur (Kuyucu, 2013). Geleneksel gazetecilik döneminde Gaillard, basın işletmelerini üç servise ayırmıştır: İdare servisi, reklam servisi ve imalat servisi. İdare servisi yönetim işleri ve mali işlerle ilgilenir; gazetenin abonelere ve dağıtım servisine ulaştırılması işlerini organize eder. Reklam servisi, reklam verenlerin isteklerinin matbaa tarafından yerine getirilmesini sağlar. İmalat servisi, matbaanın işlerini kapsar. Basın işletmesinin genel müdürü tüm bu servislerden sorumludur

(Gaillard, 1991). Basın işletmeciliği denilince, örgüt (organizasyon) kavramı da akla gelmektedir. Örgüt, birden fazla insanın ortak bir amaç ile hareket ettiği her yerde söz konusu olan bir kavramdır.

Basın işletmelerinde hiyerarşik bir yapılanma olduğu görülmektedir. Hiyerarşinin en üstünde yönetim kurulu bulunmaktadır. Yönetim kurulunun görevi, işletmenin genel amaçlarını ve politikasını belirlemektir. Genel yayın yönetmeni, bir gazetede en yetkili kişidir ve gazetede çıkacak yazıların yayınlanmasından sorumludur. Basın işletmelerinin olmazsa olmazı yazı işleri birimi, basın işletmesinin haber üretmesini ve ürettiği haberleri okuyuculara sunmasını sağlamaktadır. Geleneksel bir haber ajansında yazı işleri birimi, muhabirler ve yazı işleri çalışanları olarak ikiye ayrılmaktadır. Yazı işleri çalışanları, haber yazarlarından ve sayfa sekreterlerinden oluşmaktadır. Muhabirler ise haber değeri olabilecek bir olay aramak ve o olayı izlemek için sürekli sahadadırlar (Gaillard, 1991, s. 22).

Her basın işletmesi yurtiçi ve yurtdışı muhabirlerinden oluşan bir kadroya sahiptir fakat bu iletişim ağının güncel olayların tümüne hakim olması olanaksızdır (Gaillard, 1991, 43). Bu nedenle haber ajanslarına ihtiyaç duyulmuştur. Haber ajansları gazetecilik yapan kuruluşlara haber bulma görevini yüklenmektedir. Hohenberg haber ajansını, “gazete, dergi, radyo, televizyon gibi iletişim araçlarına haber üreten kuruluş” olarak tanımlamaktadır (Akt.Tokgöz, 2013, s. 187). Haber ajansı her durumda ve zamanda bir olayı ilk öğrenen kuruluş olmak zorundadır. Bu nedenle etkili bir muhabir ağına, bu ağ ile sürekli bağlantıda olmaya ve etkili bir yazı işleri kadrosuna ihtiyaç vardır (Gaillard, 1991, s. 44). Geleneksel gazetecilikte haber toplama ve yazma işini muhabirler gerçekleştirmektedir (Tokgöz, 2013, s. 187). Haber ajansı herhangi bir bölgeden, ülkeden günlük haber alabileceğini düşündüğünde, o bölgeye muhabir atamaktadır. Bunun dışında bir de kadrolu olmayan ama bölgeye özel muhabir gönderilmesi gibi durumlarda devreye giren, stringer denilen muhabirler vardır. Bu gazeteciler, ilettikleri habere göre sayfa başına ücret almaktadırlar. Dünya çapındaki ajanslar dünyanın bazı bölgelerinde bölge büroları oluşturmuşlardır. Bu bürolarda çalışan bölge muhabirlerinden gelen haberler, ajansın merkezinde toplanmaktadır. Muhabirler, bürolar ve merkezler arasındaki bağlantılar kabloyla, radyo ve uydu aracılığı ile kurulmaktadır. Muhabirler,

haberlerini ajans merkezlerine bilgisayarla, teleks ile veya telefonla aktarırlar. Bürolar da merkezle, bilgisayarlar aracılığı ile sürekli bağlantı halindedirler. Merkez yazı işlerinin görevi haberleri en kısa sürede toplamak, ayıklamak, tercüme etmek ve aktarmaktır. Dünya çapındaki bir ajansta, verilen servis sayısı kadar masa ve yazı işleri sekreterliği bulunmaktadır. Ajans merkezlerinde haber doğrudan bilgisayara gelmekte ve burada depolanmaktadır. Bu haberlerin ilk satırları, bilgisayar aracılığıyla, masalarda bulunan ekranlara gönderilmektedir. Her masa bu haberleri işlemektedir. Haberlerin işlenmesi önce ayıklama yolu ile başlar. İlginç olmayan haberlerin çıkışı masa çalışanı tarafından durdurulmaktadır. Diğer haberler, başında bir redaktörün bulunduğu bilgisayara gönderilmektedir. Haberler burada denetlenir, düzeltilir. Bu işlemin hızlı yapılması gerekir çünkü haberin dağıtımını geciktirilemez. Haberin dağıtımını, her servis için, masa şefinin saptadığı öncelik sıralamasına göre ve şefin haberi onaylamasından sonra bilgisayarlar aracılığı ile yapılmaktadır (Gaillard, 1991, s. 44-45)

Yazılı basın, radyo ve televizyona ek olarak internet teknolojisinin de kullanılmaya başlanmasıyla haberlere 24 saat erişim sağlanmaktadır. Bu durum haberin sürekli güncellenmesi ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Bunun bir sonucu olarak haber yapma pratikleri değişmiştir. Pavlik'e göre "Dijital iletişim teknolojileri ile birlikte geleneksel basın odasının hiyerarşik yapısı yerini gittikçe merkezsiz ve esnek bir hal alan çevrimiçi haber merkezlerine bırakmaktadır" (2013, s. 151).

1.1.2. Dijital İletişim Teknolojileriyle Dönüşen Haber Merkezleri

Dünyadaki ilk dijital basın odası, 1995 yılında Hawaii'de başlatılan Honolulu *KHNL-TV*'dir. Kanal, dijitalleşme sürecine Avid Technology ile birleşerek başlamıştır. Kanalın baş yapımcısı Alex McGehee, haber merkezinin doğrusal olmayan, yeni bir yapıya büründüğünü ifade etmiştir. McGehee, tüm personellerin yeni teknolojilerle baş edebilmeleri için gereken doğrusal olmayan düşünme tarzı öğrenmek için eğitimler aldığını ifade etmektedir (Pavlik, 2013). Mehmet Özçağlayan, ABD'de *New York Times* ve *Gannet*, Avusturya'da *Österreich*, Almanya'da *Die Welt* gibi dünyanın farklı bölgelerinden çeşitli gazeteler internet haberciliğini de yazılı haber merkezine

taşıdıklarını belirtmektedir (Özçağlayan, 2008). Böylece tüm yazılı ve dijital yayınlar tek bir haber merkezinde hizmete sunulmaktadır.

Her medya kuruluşu bilgi toplama, haber üretimi / kurgulama ve dağıtım olmak üzere üç alanda faaliyet göstermektedir. Geleneksel medyada her bir faaliyet için ayrı bir birim bulunmaktadır. Fakat dijital iletişim teknolojileri ile farklı medyaların haber büroları arasında iş birliği sağlanmıştır (Deuze'dan akt. Yıldırım, 2010). Tümüleşik haber merkezleri ile, içeriğin üretimi ve dağıtımını tümleşik bir iş yapma pratiği olarak gerçekleşmektedir. Tümüleşik haber merkezleri, yapısı gereği çoklu beceriyi gerektirmektedir. İnternetle birlikte içeriğin sürekli güncellenebilir bir yapıda oluşu, haberde hızın artmasına ve daha fazla çalışmaya neden olmuştur. Böylelikle oluşan yeni çalışma sistemi geleneksel gazetecilikten ayrılmaktadır (Singer'dan akt. Yıldırım, 2012).

İçinde bulunduğumuz dijital çağda, medya sahiplerinin haber kuruluşlarına yaptıkları baskının da etkisiyle, gazetecilerin iş yükü artmıştır. Pek çok medya kuruluşu, çalışan sayısını azaltmaktadır; kalanların ise 24 saatlik haber akışına, çoklu medya ortamlarına çıktı sağlaması zorunlu kılınmaktadır (Haak, Parks ve Castells, 2012). Dönüşen yeni haber merkezlerinde, gazeteciler birden fazla medyanın (gazete, televizyon, internet) taleplerini tek bir mesai içerisinde tamamlayan esnek çalışanlar olmaktadır. Bu durum gazetecilerde zaman baskısına ve strese neden olmaktadır (Klinenberg, 2005). Çevrimiçi haber merkezlerinde geleneksel basın kültürünün muhafaza edilmesinin zorlaştığını belirten Pavlik (2013) ortak endişenin editöryal kontrollerin gerektiği gibi yapıp yapılmayacağı yönünde olduğunu ifade etmektedir. Araştırma ve editöryal süreçler konusunda gazetecilere yeni sorumluluklar eklenmektedir (Klinenberg, 2015). City Üniversitesi'nde gazetecilik profesörü ve 1990-91 yılları arasında *Daily Mirror*'ın editörlüğünü yapmış olan Roy Greenslade, *The Guardian*'daki yazısında yeni basın odalarında haber yapma pratiğinin gazetecileri araştırmaya sevk etmediğini eleştirmektedir. Greenslade, gazeteciliğin yeni haber merkezlerinde bir haberin yeniden yazılıp, habere fotoğraf eklendiği bir tür internet sitesi admini olma işine doğru gittiğini ifade etmektedir. Greenslade, aynı kelimelerden oluşan tek bir haberin düzinelerce web sitesinde, haberi yapan kişinin kimliği belirtilmeden yayınlandığını belirtmektedir. Greenslade ayrıca, dijitalleşen haber merkezlerinde çoklu beceriye sahip genç

gazetecilere yeni sorumluluklar verildiğini fakat gazetecilerin oldukça düşük ücretlerde çalıştırıldıklarını eklemektedir
(<https://www.theguardian.com/media/greenslade/2014/jan/14/newspapers-digital-media>).

Pavlik çevrimiçi haber merkezlerinde aşağıda sıraladığı değerlerden taviz verilmemesi gerektiğini söylemektedir:

- İnternet teknolojisini kötüye kullanmadan, etkili bir şekilde kullanmak,
- Birden fazla ve doğrulanmış kaynağa yer vermek,
- Çıkar çatışmalarından kaçınmak,
- Hikayeyi doğru elde etmek, gerekli doğrulama kontrollerini yapmak,
- Çeşitli düzenlemeleri yapmak için haber içerisinde hiper bağlantılara başvurmak (2013, s. 166).

Günümüzde dijitalleşmek, haber merkezlerinin temel hedefi haline gelmiştir. *NewsLabTurkey* Yayın Yönetmeni Dr. Sarphan Uzunoğlu, Almanya'daki haber merkezlerine yaptığı ziyareti haberleştirdiği yazısında gözlemlerini aktarmaktadır:

“Bazı editörler, gazetelerini anlatmaya yeni felsefeleri olan “önce dijital” sloganını dile getirerek başlarken, birçok haber merkezinde geleneksel yayında çalışanlarla dijital yayının çalışanlarının sayıca neredeyse denk olduğu gözlenebiliyor.”

Almanya'daki haber merkezlerinde haberlerin performansını ölçen Chartbeat³ uygulamasının yansıtıldığı büyük bir ekran kullanımından bahseden Uzunoğlu, “*Die Welt*’in duvarında geniş bir ekranda anlık ziyaret performansını görmek insanda daha iyi habercilik yapma yönünde orada çalışmasa bile bir hırs uyandırabiliyor” diye eklemektedir (<https://journo.com.tr/once-dijital-almanya-habercilik>, Erişim Tarihi: 07.02.2021). *CNN*, *The Atlantic*, *New York Times* ve *The Washington Post*, Chartbeat’in dünyadaki ortakları arasında bulunmaktadır. Hollanda Gazetecilik Fonu’nun “Haber Nedir: Gazeteciliğin Geleceği ile İlgili Senaryolar” başlıklı, gazeteciliğin 2025 yılındaki konumunu senaryolaştıran raporunda, haber merkezlerinin geleceğine dair şu çıkarımlar yapılmıştır: Haber masaları küçülür fakat daha esnek bir hale gelir. Haber merkezlerinde görevler iç içe geçer, haber masaları herkesin her işi yaptığı bir düzene göre kurulur (<http://www.journalism2025.com>, Erişim Tarihi: 08.02.2021). Pavlik, geleceğin basın odalarının çevrimiçi yani fiziksel sınırları ortadan kaldıran basın odalarına evrilebileceğini belirtmiştir. Pavlik’e göre, bir editörün tek bir bilgisayar üzerinden tüm yazı işleri çalışanlarına, haberlere erişebileceği; çalışanların editörlerle bilgi alışverişinde bulunabileceği bu yeni deneyim, dijital haber merkezlerinin sonunu getirme potansiyelini taşımaktadır (Pavlik, 2013).

Günümüzde pek çok gazetenin çevrimiçi habercilik için ayrı haber merkezleri bulunmaktadır. Bunun yanı sıra farklı gazetecilik türlerine ilişkin haber kuruluşları haber merkezlerinde ayrı birimler açmaktadırlar. *The Guardian*’ın bünyesinde kurulan “Datablog” veri gazeteciliğine dair oluşturulan ayrı bir birime örnektir. Oluşturulan bu yeni birimde, farklı katlarda bulunan editör ve grafik ekibi bir arada çalışmaya başlamıştır (Gray vd, 2012, s.34). Dijital iletişim teknolojileriyle, haber merkezlerinin yanı sıra haberin yapısı da değişmektedir. Geleneksel gazetecilikte sade ve basit bir haber dili kullanılırken zamanla ses, video ve grafiklerin iç içe geçtiği zengin haber içerikleri

³ Chartbeat bir real-time analytics yazılımıdır. Haber sitelerinin performanslarını anlık olarak ölçmelerini sağlar. Dünya üzerinde 50.000’den fazla medya sitesinin analitik ortağıdır. Haber sitelerinin içeriklerinin okunma sayılarını, haber sitelerinin görüntülenme sayılarını her saniye izler böylelikle veriler haber siteleri tarafından anlık olarak takip edilir (<https://chartbeat.com/>).

üretilmeye başlanmıştır. Dijital iletişim teknolojileriyle birlikte haber kaynakları çeşitlilik göstermiştir. Haberin dolaşımı ve dağıtımında yeni kanallar ortaya çıkmıştır.

1.2. HABERİN YAPISININ DEĞİŞİMİ

Geleneksel gazetecilikten dijital iletişim teknolojileriyle dönüşen gazeteciliğe baktığımızda, haberin yapısında bir dönüşüm gözlenmektedir. Gerek haber merkezlerinin örgütlenme yapısı gerekse haberin dili zamanla farklılaşmıştır. İnternet gazeteciliğinin yaygınlaşmasıyla hız artmıştır. Bu durum haber merkezlerindeki gazetecilik pratiklerine etki etmiştir. Bununla birlikte haber metinleri geleneksel gazetecilikten günümüze daha zenginleşmiştir. Bu kısımda haberin yapısındaki değişim detaylı olarak açıklanacaktır.

1.2.1. Geleneksel Gazetecilikte Haberin Yapısı

Haberin yapısındaki değişimi anlamak için öncelikle haber kavramının nasıl tanımlandığına bakmak gerekmektedir. Haberin tanımı, Türk Dil Kurumu güncel Türkçe sözlüğünde “Bir olay, bir olgu üzerine edinilen bilgi, salık” ve “İletişim veya yayın organlarıyla verilen bilgi” olarak ifade edilmektedir (<http://www.tdk.gov.tr>). Chambers Twentieth Century Dictionary, Türkçe karşılığı haber olan *news* kelimesini “yeni olan ya da önceden bilinmeyen bir şey hakkındaki ilk bilgi” olarak tanımlamaktadır (Chambers 20th Century Dictionary). Geleneksel gazetecilikte haber, “olayın veya olayların hikayesi veya özeti” olarak tanımlanmaktadır (Tokgöz, 1981). Cohen ve Young’a göre haber, gazeteciler tarafından üretilendir. Hohenberg’e göre ise haber, dün bilmediğimiz her şeydir (Akt. Girgin, 2013) Tokgöz haberi, bir olayın tarafsız biçimde anlamlandırılması olarak tanımlamaktadır (1994, s. 127). Geleneksel gazeteciliğin zirvesi olarak kabul edilen 19. yüzyıl, haberlerin okuyucunun ilgisini çekme ilkesine göre yazıldığı, haber içeriklerinin değiştiği bir dönemdir (Tokgöz, 2013). *New York Sun Gazetesi*’nden John Bogart’ın 1880 yılında habere getirdiği şu tanım, bunu doğrular niteliktedir: Bir köpek birini ısırırsa bu haber olmaz fakat bir adamın köpeği ısırması haberdir.

Haberin farklı tanımlarına değinildiğine göre, geleneksel gazetecilikte haberin çatısını oluşturan 5n1k kuralından söz edilebilir. Paul Gaillard, 5n1k kuralının, bir haberin yazılmasında bütün mesajların yapısında yer alan ve gazetecilikten daha eski olan bir kural olduğunu belirtmektedir. Kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden (niçin) sorularından oluşan bu kural, haberin bütünüdür (Gaillard, 1978). Bu sorulara verilen yanıt, haberciliğin temelini oluşturan haber değerleri ile de yakından ilişkilidir. Bu değerler, “zamanlılık (immediacy)”, “önemlilik (prominence)”, “yakınlık (proximity), “insanın ilgisini çekme (human interest) ve sonuç (consequence)’tur, Tokgöz (1981).

Zamanlılık ilkesi haberde “ne zaman?” sorusuna cevap vermektedir. Geleneksel gazetecilikte haberin zamanının, öğrenildiği anda belirtilmesi ön koşuldur. Örneğin bir haber yaşandığı günden 1 gün sonra duyulmuşsa o haber, “geçtiğimiz gün/gece/akşam” şeklinde duyurulur. Haberde zaman ögesini belirleyen üç adet unsur bulunmaktadır: Bu unsurlar, yenilik, anılık ve geçerliliklerdir. Yenilik, enformasyonun yeni öğrenilmesini ifade eder. Anılık, kitle iletişim araçları ve haber merkezleri arasındaki etkileşim sonucunda haberin izleyici ya da dinleyiciye ulaşmasıdır. Geçerlilik ise habere haber değerini veren unsurdur. Geçerlilik, ilgi çekme ilkesi ile bağlantılıdır. Yakınlık ilkesi “nerede?” sorusunu cevaplandırmaktadır. Geleneksel gazetecilikte, belirli bölgelerdeki olayların insanların daha çok ilgisini çekeceği görüşü hakimdir. Bununla birlikte insanların yakınında olan olayların onların daha çok ilgisini çekeceği görüşü üzerinden de haber yapılmaktadır. Önemlilik ilkesi “nasıl, neden?” sorularına yanıt vermektedir. Tanınmış kişiler, bazı kentler, kuruluşlar insanların ilgisini çekmekte, haber değeri olabilmektedirler. Sonuç ilkesi “kim, ne?” sorularına cevap vermektedir. Bu ilke ile habere konu olan olayın ne olduğu, olayın büyüklüğü ortaya konmaktadır (Tokgöz, 1981, s. 66). Haberin yapısını oluşturan 5n1k kuralı, tez çalışmasının 1.4 numaralı “Dijital İletişim Teknolojileriyle Dönüşen Gazetecilik ve Etik Sorunlar” başlığı altında eleştirel olarak ele alınacaktır. Geleneksel gazetecilikte haberin yapısı, aşağıda sıralanan haberin dolaşımı, kaynağı, dili ve haber türleri başlıklarıyla daha da şekillenecektir.

1.2.1.1. Geleneksel Gazetecilikte Haberin Dolaşımı

Geleneksel gazetecilikte haberlerin dolaşımı kitle haberleşme araçları ve ajanslar aracılığı ile olmaktadır (Tokgöz, 1981). İnternet öncesi bu dönemde enformasyona ulaşılması ve bu enformasyonun gazeteler, radyo, televizyon, ajanslar tarafından dağıtımı sağlayan teknoloji, haberleşme uydularıdır (1981). 19. yüzyıla kadar gazetelerde ulusal haberlere yer verildiği görülmekte fakat dış haberlerin postaya bağlı olduğu görülmektedir. 1832 yılında kurulan Havas Ajansı ile birlikte dış haberlerin de çeşitli ülkelere ulaştığı görülmektedir. Havas Ajansı, Avrupa haberlerini gazetelere satarak bu durumu sağlamıştır. Bu dönemde optik telgraf ve haberci güvercinler kullanılmıştır. Fakat bu iletişim türü, enformasyonun ulaşması açısından yetersiz görülmektedir. 19. yüzyılın ikinci yarısında, elektrikli telgraf teknolojisi ile dış basındaki haberlerin aktarılması kolaylaşmıştır. 20. yüzyılda tele yazıcıların, telefonun, teleksin keşfiyle bu süreç daha da hızlanmıştır (Gaillard, 1978). Bu iletişim araçlarıyla birlikte haber kaynakları çeşitlenmiştir.

1.2.1.2. Geleneksel Gazetecilikte Haberin Kaynağı

Atilla Girgin, geleneksel gazetecilikte haber kaynaklarını iç kaynaklar ve dış kaynaklar olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Buna göre iç kaynaklar:

1. Gazetenin ya da ajansın kendi istihbarat kadroları,
2. Bölgedeki muhabirler,
3. Her bir haber için ücretli çalışan muhabirler,
4. Haber ajanslarının bültenleri,
5. Diğer gazetelerin veya ajansların yayınları,
6. Düzenlenen basın toplantıları,

7. Çeşitli kurum ve kuruluşlara ait basın bültenleri,
8. Diğer özel haber kaynaklarıdır (Girgin, 2002, s.84).

Dış kaynaklar ise ulusal ve yabancı ajansın bültenleri, ülkede çıkan yabancı dildeki yayınlar, uluslararası kuruluşların bültenleri, örneğin UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), Dışişleri Bakanlığı sözcüsünün basın toplantıları, yurt dışındaki büro ve muhabirlerden gelen haberler, mesleki dergi ve gazeteler ile tanıtım broşürleri olarak sıralanmaktadır (Schlapp ve Roe'den akt. Girgin, 2002). Geleneksel gazeteciliğin yapısını oluşturan unsurlardan bir diğeri de haberin dilidir.

1.2.1.3. Geleneksel Gazetecilikte Haberin Dili

Geleneksel gazetecilikte habercilik dilini oluşturan temel öğeler şunlardır: Yalınlık, kesinlik, canlılık, özgünlük, açıklık ve doğruluk. Geleneksel gazetecilikte dilin amacı, güncel olayları olabildiğince çok sayıda okura ulaştırmak ve okurların haberi anlamasını sağlamaktır (Gaillard, 1991: 86) Geleneksel gazetecilikte haberde kullanılan dilin basit olmasına ve kısa cümleler kullanmaya özen gösterilir. Tokgöz'e göre haber yazarken dikkat edilmesi gerekenler şunlardır:

- Gereksiz kelimeler kullanılmamalıdır.
- Sade bir dil kullanılmalıdır.
- Haberi yazan gazeteci kendi görüşünü ifade etmemeli, "ben, benim, bana" gibi ifadeleri yalnızca haberdeki kişinin ifadeleriyle kullanılmalıdır.
- Haberde bahsi geçen kişiler yeterince tanıtılmalıdır.
- Haber kaynağı iyi belirtilmelidir (Tokgöz, 1981, s. 103).

Crump (1974), *Fundamentals of Journalism* kitabında benzer bir ifadeyle, haberde ben, benim, bana gibi kişi zamirlerinin kullanılmayacağını belirtmektedir. Crump'a göre editör uygun gördüğü takdirde, muhabir eğer haberin içinde yer almışsa haberi kendi dilinden aktarabilir. Fakat muhabir, haberde iyi-kötü gibi yargılayıcı ifadelerden kaçınmalıdır. İşinin ehli bir muhabir, yazdığı haberde yorumu okuyucuya bırakmalıdır. Geleneksel gazetecilikte pek çok haber türü bulunmaktadır.

1.2.1.4. Geleneksel Gazetecilikte Haber Türleri

Tokgöz, gazetecilik eğitiminde haberleri niteliklerine göre, genel, basit, karmaşık ve özel konulu olmak üzere dört başlık altında kategorize etmektedir. Genel haberler, hemen her gün yayınlanan haberlerdir. Konuşmalar, mülakatlar, törenler, toplantılar genel haberlerin konusuna örnektir. Basit haberler ise hava durumu, kaza haberleri, doğal afetleri bildiren haberler, ölüm ya da hastalık haberleri, cinayet haberleridir. Karmaşık haberler, gazetecilikte uzmanlık gerektiren haberlerdir. Mahkeme, duruşma, dava haberleri; eğitim, araştırma, bilim haberleri; hükümet ve politika haberleri karmaşık haberlere örnek gösterilebilir. Özel konulu haberler ise spor, edebiyat, eleştiri, sosyete haberlerine konu olan haberlerdir (Tokgöz, 1981).

Yukarıda bahsedildiği üzere geleneksel gazetecilikte haberin kuralları önceden belirlenmiştir. Gazeteci, bir haberi yaparken mevcut kuralların dışına çıkmamaktadır. Bu dönemde yapılan habercilikte gazeteci habere özgün yorumunu katmamaktadır. Haber, ajanslardan alınan kaynağın oldukça sade bir anlatımla haberleştirilerek, okuyucuya sunulması işlevine sahiptir. Geleneksel gazetecilikte haber kaynakları ne kadar çeşitli olsa da yazılı kaynaklar ya da yerinde edinilen kaynaklar olarak iki temayla sınırlanmıştır. Gazeteci, kaynağı arayıp bulan kişidir. Günümüzün aksine yurttaşlar haber üretimine katılmamaktadırlar.

1.2.2. Dijital İletişim Teknolojileriyle Dönüşen Gazetecilikte Haberin Yapısı

Dijital iletişim teknolojileriyle birlikte haberin dolaşım hızı artmıştır. Okuyucu ve haber arasında etkileşimden söz edilmeye başlanmıştır. Okuyucular haberin kaynağı haline gelmişlerdir. Haberin dili zenginleşmiştir.

1.2.2.1. Dijital İletişim Teknolojileriyle Dönüşen Gazetecilikte Haberin Dolaşımı

Dijital çağda haberin dolaşımı geleneksel gazeteciliğe göre çok daha hızlı olmaktadır. Artık habere ulaşmak basılı medya, televizyon ya da radyo gibi geleneksel kitle iletişim araçları ile sınırlı değildir (Pavlik, 2013). Yeni medyanın okuyucunun gündelik yaşamının bir parçası haline gelmesi, haberin dolaşımını da farklılaştırmaktadır (Bulunmaz, 2012). Haberler sosyal medya platformları aracılığı ile kullanıcılar tarafından anında görüntülenmektedir. Ayrıca akıllı cep telefonlarına haber sitelerinden gelen bildirimler ile haberleri, yayınlandığı anda öğrenmek mümkün olmaktadır. Bunun yanı sıra sosyal medya ağlarında herhangi bir haber sitesini takip etmeseniz bile bir arkadaşımızın paylaşımıyla bir habere ulaşmak mümkündür. Dönüşen gazetecilikte haberin yayılımının hızlı olması, etik sorunları da beraberinde getirmektedir. Kaynağı doğrulanmadan paylaşılan haberler, yanlış haberlerin yayılmasına sebep olmaktadır. Mutlu Binark ve Günseli Bayraktutan (2013), *Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik* başlıklı çalışmalarında yeni medyadaki etik sorunların neler olduğuna ilişkin, akademisyen, aktivist, STK temsilcisi ve medya profesyonelleriyle görüşmüşlerdir. Bu çalışma sonucunda yeni medyanın yol açtığı etik sorunlar aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

“• Özel yaşamın gizliliği

• Telif-patent hakları

• İçeriğin asıl kaynağının gösterilmemesi

• Üretilen içeriklerin doğruluğu teyit edilmeden yayımlanması

- Kişisel verilerin güvenliğinin sağlanamaması
- Veri madenciliği
- Dijital gözetim
- Haber ve ticari enformasyonun sınırlarının belirsizleşmesi
- Yeni medya ortamındaki yoğun reklam içeriği
- Yanıltıcı etiketleme ve başlıklandırma
- Nefret söylemi
- Bireyin yeni medya ortamında sadece tüketici olarak konumlandırılması” (Binark ve Bayraktutan, 2013, s.39).

Yeni medyada haberin dolaşımı çok hızlı olmaktadır. Geleneksel gazetecilikte tek yönlü bir haber akışı bulunurken, yeni medyada haberler pek çok farklı kaynaktan ulaşmaktadır.

1.2.2.2 Dijital İletişim Teknolojileriyle Dönüşen Gazetecilikte Haberin Kaynağı

Gazeteciler günümüzde olay yerine gidip haber yapmanın yanı sıra, küresel ağ toplumundaki enformasyon ihtiyacını karşılamak için yeni iletişim araçları ve teknolojilerinden yararlanmaktadırlar. Günümüzde gelişen ağ tabanlı gazetecilikte (networked journalism) gazeteciler ağın olanaklarından faydalanmaktadırlar. Bu olanaklar internetteki materyallerden, yurttaşların paylaşımına; haber yorumlarından, siyasetçilerin sosyal medya paylaşımlarına kadar çok çeşitli olmaktadır. *The Guardian*, *The New York Times* gibi haber siteleri kullanıcıların ürettikleri içerikleri (user-generated content) paylaşmalarını sağlayan uygulamalar geliştirmişlerdir. Okuyucuların paylaştıkları fotoğraf, video, metin gibi materyaller gazeteciler için, doğrulandıktan sonra haberi yapılacak kaynaklar olarak görülmeye başlanmıştır (Haaks, Parks ve

Castells, 2012). Yeni kaynaklarla sınırları genişleyen gazetecilik pratiğinde, haberin dili de yeni olanaklarla birlikte zenginleşmiştir.

1.2.2.3. Dijital İletişim Teknolojileriyle Dönüşen Gazetecilikte Haberin Dili

Gazeteciler, yeni medya ortamlarında, görsel ve işitsel öğelerden yararlanarak dijital hikayeler yaratma fırsatına sahiptirler. Böylelikle haber üretim sürecine farklı boyutlar eklenmiştir. Yeni medya ortamlarında ses, grafik, video ve yazı gibi çeşitli formatlardaki dökümanlar dinamik olarak birbirine bağlanmaktadır. Böylelikle haber okuma pratiği zenginleşmektedir. Yeni medya ortamlarında okuyucular haberlere yorum yapabilmekte, hatta yaptıkları yorumlar ile gazetecilerin haber üretim süreçlerine etki edebilmektedirler (Pavlik, 2013). Hiper bağlantıların yer aldığı haber siteleri, haberde yer verdikleri görüntü, ses, video gibi öğelerle kullanıcılara daha fazla enformasyon sağlamaktadır (Cohen, 2010). Bu bilgiler ışığında dijital iletişim teknolojileriyle dönüşen gazetecilikte haber dilinin hem metinsel hem görsel hem de işitsel olduğu görülmektedir. Yeni medyanın dağınık, düz çizgisel olmayan yapısı haber metinlerine sirayet etmiştir. Yeni medya ortamlarındaki haberler tek bir ara yüzde okunmamaktadır. Hiper bağlantılarla farklı sayfalara atlanmakta, farklı medya ortamlarına geçiş yapılmaktadır. Teknolojik gelişmelerin haberciliğe sunduğu yeni olanaklardan birisi de yeni habercilik uygulamalarının ortaya çıkmasıdır.

1.3. DİJİTAL İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİYLE DÖNÜŞEN GAZETECİLİKTE YENİ HABERCİLİK UYGULAMALARI

Dijital iletişim türleriyle dönüşen gazetecilikte pek çok yeni habercilik uygulamasından söz edilmektedir. Yurttaş Gazetecilik, Mobil Gazetecilik, Sosyal Medya Gazeteciliği, Robot Gazetecilik, Veri Gazeteciliği bunlardan bazılarıdır. Yurttaşların tanık oldukları olayları sosyal medyada, haber sitelerine e-posta yoluyla ya da doğrudan gazetecilerle iletişime geçerek aktarmaları yurttaş gazeteciliği doğurmuştur. Mobil telefonların olayları kaydedebilmesi ve paylaşmaya olanak vermesi sayesinde, mobil gazetecilik yeni bir habercilik türü olarak kullanılmaktadır. Yurttaşların sosyal medya paylaşımları ve haber kuruluşlarının haberleri internet sitelerinden önce sosyal medya hesaplarında

duyurmaları, sosyal medya haberciliğinin oluşmasını sağlamıştır. Bunun yanı sıra verileri anlık olarak işleyip otomatik haber yazan yazılımlar geliştirilmiş ve robot gazetecilik ortaya çıkmıştır. Günümüz teknoloji çağında, artan verilerin analiz edilmesi ve bu verilerden anlamlı hikayeler yaratılması ihtiyacı doğmuştur. Böylelikle veri gazeteciliği, yeni bir tür olmasa da dijital iletişim teknolojileriyle birlikte dönüşen habercilikte kullanılan bir tür olarak görünürlük kazanmıştır. Yeni habercilik uygulamaları detaylı olarak sıralanacaktır.

1.3.1. Yurttaş Gazeteciliği

Yurttaş gazeteciliği, gazetecilik eğitimi almamış ve bu işi meslek olarak yapmayan bireylerin internet üzerindeki çeşitli platformlarda yaptıkları habercilik faaliyetleriyle ilişkilendirilmektedir (Kim ve Lowrey, 2015). Quinn ve Lample, yurttaş gazeteciliğinin iki forma sahip olduğunu ifade etmektedirler: İlki, mesleği gazetecilik olmayan yurttaşların geleneksel basın içeriklerine katkı yaptıkları türdür. İkinci tür ise yurttaşların adeta bir gazeteci gibi davranarak bloglar, haber paylaşım platformları gibi yerlerde yayın çıkarmalarıdır. (Quinn ve Lambale; 2008, ss.43-44). Yurttaş gazeteciliği, dönüşen gazetecilikte hem haber kaynağı olarak hem de bir gazetecilik pratiği olarak kendisine yer bulmaktadır. TGC Olağan Genel Kurulu'nda kabul edilen Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nde, yurttaş gazeteciliğe de yer verilmiştir. Bildirge kapsamında, “profesyonel mesleği gazetecilik olmayan, sosyal paylaşım sitelerini haber amaçlı kullanan ‘Yurttaş Gazeteciler’ de bilgi toplama, haber yapma ve yayma sürecinde meslek ilkelerinden sorumlu tutulmuştur” (TGC Olağan Genel Kurulu, 2019).

1.3.2. Mobil Gazetecilik

İnsanlar ve kurumlar, her yeni teknoloji ürününü tasarımcıların başlangıçta ona attikleri amacı aşacak şekilde farklı amaçlar için kullanmaktadırlar (Castells, Ardevol, Qui ve Sey'den akt. Ünal, 2009). Yani teknoloji geliştikçe, tasarlanan ürünlere yeni özellikler eklenmekte bu da farklı kullanım pratiklerini doğurmaktadır. Mobil cihazların habercilik için kullanımı da benzer bir durumu ifade etmektedir. Mobil gazetecilik, mobil cihazların kullanımının giderek artması ve gazetecinin haber yapabilmesi için gerekli

olan fonksiyonların (ses kaydı, görüntü kaydı, metin hazırlama, canlı bağlantı yapabilme, konum bilgisi yayınlama vs.) tek bir cihazda toplanması gibi faktörler sonucu ortaya çıkmıştır (Aslan, 2010: 26-33). Pek çok medya profesyoneli, mobil gazeteciliği akıllı telefon ile video çekme, bu videoları düzenleme, ardından haberi yazma ve yayınlama süreci (Borum ve Quinn, 2016: 56) yani videolarla hikaye yaratma süreci olarak görmektedirler. Mobil gazetecilik videografi, fotoğrafçılık, yazma, düzenleme ve yayınlamayı birleştiren; farklı formatlarda içerik oluşturmak için sonsuz olanaklar sunan ve yeni hikaye anlatma yollarına kapı açan bir türdür (Borum ve Quinn, 2016: 63).

Mobil gazeteciliğin kavramsal karşılığı olan Mojo kelimesi “mobile ve journalism kelimelerinin birleşiminden” (Martyn, 2009: 209) oluşmaktadır. Haberin hızlı paylaşılmasının önemli olduğu günümüzde, mobil cihazlar haberi anında izleyiciye aktarma işlevi görmektedirler. Fotoğraf makinesi, kamera, tripod, ses kayıt cihazı, mikrofon gibi cihazlar sahada haber peşinde koşan gazetecilere zorluk çıkarabilmektedir. Mobil gazetecilik, gazetecilerin daha serbest hareket etmelerini ve böylelikle habere odaklanmalarını sağlamaktadır. Ancak mobil gazetecilikteki kolaycılık, haber içeriklerinin gelişmiş güzel hazırlanarak niteliğinin bozulacağı riskini bünyesinde taşımaktadır. Akıllı telefonların kullanımıyla yaygınlaşan yeni haber türlerinden bir diğeri de sosyal medya gazeteciliğidir.

1.3.3. Sosyal Medya Gazeteciliği

Dijital iletişim teknolojileriyle gazeteciliğin dönüşümü ile birlikte yeni platformlar ortaya çıkmaktadır. Hollanda Gazetecilik Fonu'nun 2025'te gazeteciliğin akıbetinin ne olacağına dair Temmuz 2015'te yayınladığı raporda Facebook, Twitter, Snapchat gibi sosyal medya kuruluşlarının haber endüstrisinde geleneksel medya kuruluşlarının yerini alacağı görüşüne yer verilmektedir (aljazeera.com.tr). Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü'nün 26 ülkede, 50.000'den fazla çevrimiçi haber takipçisi ile yaptığı araştırmanın sonuçlarında (Reuters Digital News Report, 2019) ise sosyal ağların kullanımının yaygınlaşması ile birlikte internet haberciliğinin gitgide büyüdüğü vurgulanmaktadır. Raporda, kullanıcıların %51'inin, sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullandıkları ifade edilmektedir. Anket yapılan her on kişiden biri için ise (%12)

sosyal medya, habere ulaşmada ana kaynak olarak işlev görmektedir. Araştırma sonuçlarına göre Facebook, haber almada birincil kaynaktır.

1.3.4. Robot Gazetecilik

Robot gazetecilik “veriyi, -başlangıçtaki programlama aşaması hariç, herhangi bir insan müdahalesi olmadan- haber metnine dönüştüren algoritmik süreç” olarak tanımlanmaktadır. Web 3.0 gazetecilik, otomatize haber yazımı, otomatik olarak üretilen içerik gibi farklı isimlerle de anılmaktadır (Clerwall’dan akt. Narin,2017). Robot gazetecilik ve büyük veri arasında bir ilişki bulunmaktadır: İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle büyük verinin toplanması, depolanması ve analiz edilmesi kolaylaşmıştır (Lewis ve Westlund, 2014). Bunun yanı sıra verilerin analizinde insan faktörü giderek azalmaktadır (Carlson’dan akt. Narin, 2017).

İlk robot gazeteciliği örneği olarak, 2014 yılında Los Angeles Times’da çıkan deprem haberi gösterilmektedir. Ken Schwenke’nin yazmış olduğu algoritma ile haber, depremin meydana gelmesinden yalnızca üç dakika sonra yayına girmiştir (Oremus, 2014). Günümüzde hava durumu raporları, finans tabloları, seçim sonuçları gibi haberler robot gazetecilik sayesinde, otomatik olarak yapılabilmektedir. Robot gazeteciliğin, vakit alabilecek bu gibi haberleri otomatik yapması sonucu gazetecilerin daha nitelikli haberler yapmasına imkân tanıdığına ilişkin görüşler bulunmaktadır. Bunun yanı sıra robot gazeteciliğin, gazetecileri mesleklerinden alıkoyacağına ilişkin bir endişe de mevcuttur.

1.3.5. Veri Gazeteciliği

Veri güdümlü gazetecilik (Data Driven Journalism), Yapılandırılmış gazetecilik (Structured Journalism), Excel gazeteciliği (Excel Journalism) gibi adlandırmalarla ifade edilen veri gazeteciliği kısaca, veriyle gazetecilik yapmak anlamında gelmektedir (Open Data Handbook, 2015). Veri artışının hızlı ve kontrol edilmesinin güç oluşu, gazetecilerin veriyle çalışması ihtiyacını doğurmuştur. Dünya’da Wikileaks araştırmaları ile bilinirliği artan veri gazeteciliğini sayısız çalışma izlemiş, günümüzde *The Guardian*, *Ny Times* gibi gazetelerde veri gazeteciliği birimleri kurulmuştur.

Veri gazeteciliğinde yeni araçlar ve yöntemlerle verilerin toplanması, filtrelenmesi, analiz edilmesi, görselleştirilmesi ve hikayeleştirilmesi süreçleri bulunmaktadır (Bradshaw, 2012). Programlamanın veri gazeteciliğinin özünü oluşturduğunu ifade eden Gray, Chambers, & Bounegru, binlerce doküman arasındaki bağlantıların kurulması, grafikler aracılığıyla interaktif hikayelerin oluşturulması, verilerin işlenmesi ve bunların sonucunda hikâyenin yaratılmasının bu özün iş akışları olduğunu belirtmektedirler (2012).

Bunun yanı sıra web 2.0 çağının etkileşime olanak veren karakteri, bu haberleri okuyan kullanıcıların / okuyucuların yorum yapmalarına; bu hikayelere dahil olmalarına olanak tanımaktadır. Veri gazeteciliği, çeşitli araçları kullanarak, verileri ortaya çıkarmayı ve bu verilerden yeni hikayeler yaratmayı sağlamaktadır (Rogers, 2013). Veri gazeteciliğine tez çalışmasının İkinci Bölümünde detaylı olarak değinileceği için, bu kısımda veri gazeteciliği kısaca özetlenmiştir.

Dijital iletişim teknolojileriyle haber yapma pratikleri dönüşmüştür ve yeni haber türleri ortaya çıkmıştır. Tüm bu yenilikler yeni etik sorunların belirmesine neden olmuştur.

1.4. DİJİTAL İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİYLE DÖNÜŞEN GAZETECİLİK ve ETİK SORUNLAR

Dönüşen gazetecilikle birlikte etik değerlerin de uygulanması ve korunmasında değişim söz konusudur. Gazetecinin içinde bulunduğu endüstriyel koşulların göz ardı edilip, gazeteciye bireysel bir etik sorumluluk yüklemenin olumsuz sonuçlarını tartışan araştırmalar duruma mevcut organizasyon yapısı içerisinde bakmanın önemini vurgulamaktadır (Çığ ve Çığ 2011). Dijital iletişim teknolojileri ile 24 saatlik yayın akışına ayak uydurmak zorunda kalan gazeteciler etik sorunlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Dönüşen yeni haber merkezlerinde, gazeteciler birden fazla medyanın (gazete, televizyon, internet) taleplerini tek bir mesai içerisinde tamamlayan esnek çalışanlar olmaktadır. Bu durum gazetecilerde zaman baskısına ve strese neden olmaktadır (Klinenberg, 2005). Bu bölümde etiğin tanımından, meslek etiğinden ve

gazetecilik meslek ilkelerinden bahsedilecektir. Ardından gazeteciliğin dönüşümü sonrası ortaya çıkan etik sorunlar sıralanacaktır.

1.4.1. Etik

Etik sözcüğünün etimolojik kökeni Yunanca ethos kelimesinden gelmektedir. Ethos terimi Ahmet Cevizci'ye göre ilk bakışta, bir cemiyet, kurum, toplum, kültür veya halkın karakteristik tinine işaret etmektedir (2005). Pieper etiğin insanın eylemlerini konu edindiğini belirtmektedir. Buna rağmen etik, karakteristik bir eylem kuramı değildir. Çünkü etiğin konusunu her türlü insan faaliyeti ve eyleminin yerine, öncelikle ahlakiliği vurgulayan, yani ahlaki eylemler oluşturmaktadır (Pieper, 2012). Mutlu Binark ve Günseli Bayraktutan etiğin ahlak felsefesi olarak da bilindiğine vurgu yapmaktadırlar ve etiği “insan davranışlarını, yargılarını, davranış kurallarını ve ilkelerini ahlakilik temelinde araştıran, savunan ya da eleştiren bir felsefe dalı” olarak tanımlamışlardır (2013, s. 25). Pieper'e göre etiğin asıl amacı bireyin toplum içinde diğerleriyle yaşarken kendini nasıl gerçekleştirebileceğinin yollarını göstermektir. Etik, insanın hiçbir otoriteye bağlı kalmadan kendi başına karar verebilmesinin önünü açar (99).

Ruhdan Uzun, etiğin betimleyici ve normatif olmak üzere iki yöntemi olduğundan söz etmektedir: Betimleyici yöntem, insanı eylem ve davranışları içinde bulunduğu topluluktaki etkin değerler bağlamında ele almaktadır. Normatif yöntem ise, var olanı betimlemekten çok tanımlamayı önermektedir; eylemi ahlak çerçevesinde yeniden değerlendirmeye yarayan ölçütler geliştirmeye çalışmaktadır. İletişimle ilgili sorunlar açısından en uygun yöntem normatif yöntem olarak görülmektedir (2007:14). Normatif yöntem iki temel etik anlayışı içerisindedir: Teolojik (Erekbilimsel) ve Deontolojik (Ödevbilimsel). Teolojik yaklaşım yapılan eylemin değerini, eylemin ürettiği sonucun belirlediğini öne sürmektedir. Buna karşılık deontolojik yaklaşımda yapılan eylemin sonucu salt bir ahlâkiler kriteri değildir; eşitlik, tarafsızlık ve evrensellik gibi biçimsel ölçütler dikkate alınmaktadır (Cevizci 2002). Deontolojik kuramın en önemli temsilcisi Immanuel Kant'tır (1723-1804). Kant'a göre ahlâki eylemin iyiliği onun herhangi bir amaca hizmet etmesi bakımından değil, yalnızca iradesinin ya da niyetinin “iyi” olmasında yatmaktadır. Kant bu durumu “guter wille” (iyi isteme)

kavramıyla ifade eder (2002:9). Kant'a (2002:59) göre, ahlâklılık, başkalarıyla ilişkilerde isteklerin her türlü kişisel çıkardan bağımsız olmasında bulunur. Ahlâk ve etik kavramları günlük hayatta birbirlerinin yerine kullanılmaktadır fakat farklı anlamları ifade etmektedirler. Ahlâk, toplumsal vicdanla ilgili bir olgu iken, etik bu olguyu araştıran felsefedir (Özgen, 1998).

Andrew Belsey ve Ruth Chadwick (2011) etiğin izlenmesi gereken davranış kodlarından ibaret olmadığını savunmaktadırlar. Etik, insan davranışının doğruları ve yanlışlarıyla ilgili ilkelerin nesnellik ve tarafsızlığı merkeze alarak araştırılması ve iyileştirilmesini içermektedir. Bu araştırma süreci, sonlu bir süreç değil; hep kendini yenileyen, akla yatkın ve demokratik bir süreçtir. Felsefi bir olgu olarak etik, meslek gruplarının uymaları gereken ilkeleri oluşturmalarında, işlerini toplumsal faydayı gözeterek yapmalarında temel bir etkidir. İonna Kuçuradi (2004), 20.yüzyılın sonlarından itibaren etik teriminin anlayış açısından farklılaştığını; bir meslek grubunun “norm kodlarını” oluşturan “meslek etiğinden” söz edilmeye başlanıldığını ifade etmektedir.

1.4.2. Meslek Etiği

Bütün meslek gruplarının ahlakları, genel ahlaki ilkeye, mesleğinde olabildiğince iyi olma ilkesine dayanmaktadır. Burada, çalışma ve emeğin kendisine bir değer yüklenmektedir. İş, sadece teknik kurallar aracılığıyla değil; diğer insanları doğrudan ya da dolaylı olarak ilgilendiren ahlaki kurallar temelinde icra edilecek bir etkinlik olarak tanımlanmaktadır (Uzun, 2007). İş ahlaki kavramının tartışılması Platon'un düşüncelerinde de yer bulmuştur: Platon, toplumun doğuşunu iş bölümüyle açıklamaktadır: Platon'a göre bir çiftçinin tek başına yiyeceğini sağlayıp, evini inşa edip, elbisesini dikmesi mümkün değildir (Platon, 2009, s. 55). Platon bireylerin tek bir işe yoğunlaşması gerektiğini açıklayarak mesleklerin ortaya çıkış nedenini göstermiştir.

Meslek etiği, belirli bir mesleği icra ederken kişinin ne yapması ya da ne yapmaması gerektiğini ile ilgili ilkeleri içermektedir. İonna Kuçuradi, günümüzde meslek etiklerinin normlardan oluştuğunu ve mesleklere atfedilen normların kültür, ideoloji, din gibi kişilerin sahip oldukları değerlerden bağımsız olması gerektiğini belirtmektedir

(2003, s.7-8). Etik kavramı hemen her meslek kuruluşu ve çalışanı için önem arz etmektedir fakat Hasbi Aslan'a göre (2013, s.243) medya kuruluşları söz konusu olduğunda -mesleğin getirdiği sosyal sorumluluk, geniş bir kitleye hitap etmesi ve misyonu düşünüldüğünde- çok daha özel bir konumdadır. Gazetecilik etiği söz konusu olduğunda, gazetecilik ahlâkı, meslek ilkeleri, davranış kodları, gazetecilik deontolojisi ve gazetecilik etik kuralları gibi, mesleği düzenleyen davranış kuralları bulunmaktadır. Gazetecilik etiği hem uyulması gereken kuralları hem de gazetecilik ahlak kurallarının incelenmesini kapsamaktadır (Uzun, 2007: 12). Gazetecilik etiğinin oluşumundan kısaca söz edecek olursak: Metelik dönemi (Penny press) gazetecilik etiğinin ortaya çıkması açısından kritik bir dönemdir. Bu dönemde haber siyasal bağlantılardan uzaklaşmıştır. Habercilikte “evrenselleştirilebilir” ilkeler ve normlar belirlenmeye başlanmıştır. Metelik basın, ucuz fiyatıyla tüm yurttaşların eşit bilgiye erişmesine olanak tanımıştır (Taş, 2009). Bahsi geçen dönem, nesnellik, bağımsızlık, kamusal fayda gibi normların haber yapısında inşa edilmesine katkıda bulunmuştur (Schillerden akt. Taş, s.11). Böylelikle gazetecilik etiğinin toplumsal işlevinden söz edilmeye başlanmıştır.

Uzun, “liberal yaklaşımda gazetecilik etiğinin demokratik toplumlarda basına yüklenen işlevlerle yakından ilgili” olduğunu vurgulamaktadır. Uzun'a göre gazetecilik etiği, demokrasiyle ilişkisi çerçevesinde tanımlanmaktadır (2007, s. 25). Belsey ve Chadwick de etiğin ancak demokratik bir toplumda uygulanabileceğini ifade etmektedirler (1999). Chicago Üniversitesi Rektörü Robert Maynard Hutchins'in başkanlığında oluşturulan ve basın özgürlüğü kavramı üzerine çalışmalarını yoğunlaştıran Hutchins Komisyonu 1947 yılında yayınladığı raporda, basının toplumsal rolünün ne olması gerektiğine ilişkin beş öneri sunulmuştur: (1) günün olaylarını profesyonel bir şekilde, kapsamlı, doğru ve açıklayıcı bir bağlamda sunmak, (2) yorumların ve eleştirilerin mübadelesi için bir forum oluşturmak, (3) toplumun temsili bir portresini sunmak, (4) toplumun temel değer ve amaçlarını sunmak ve açıklığa kavuşturmak, (5) günün haberlerine kesintisiz erişim sağlamak (Hutchins Komisyonu, 1947 akt, Taş, 2011, s.27). Liberal yaklaşıma göre gazeteciliğin temel amacı gerçeği anlatmaktır. Fakat gazetecinin dünyanın nesnel bir resmini, kendi öznelliğinden sıyrılarak sunmasının mümkün olup olmadığı tartışma konusudur. David Berry, gazetecilik pratiğinin iki kutup arasında sıkıştığını ifade etmektedir: Bir yanda etik bir diğer yanda ise ticari gazetecilik (2008, s. 93). Louis Alvin

Day de (2006) kapitalist toplumda bireylerin mesleklerinin amacına değil, kapitalist toplum düzeninin gerekliliklerine göre hizmet ettiğini ifade etmektedir: Gazetecilik mesleğinde mesleğin sorumluluklarını yerine getirmekten çok basın kuruluşunun ekonomik olarak büyümesinin önemli görüldüğünü belirtmektedir. Penn Kimball, hız ve rekabete dayalı bir ekonomik yapı içerisinde gazetecinin “hakikat arayıcısı” olarak bir rol üstlenmesinin mümkün olmadığını ifade etmektedir (akt. Taş, 2011, 126). Eylem Çamuroğlu Çığ ve Ünsal Çığ, haber üretiminde ekonomik, sosyolojik ve kültürel koşulların etkili olduğunu ve haberin bu süreçlerden geçtikten sonra son haline geldiğini ifade etmektedir. Onlara göre, habercilikteki evrensel ilkelerden olan nesnellik ilkesi, haber metninin kurgulanışını gizleyerek gazeteciliğin etik kodları içerisinde meşrulaşmıştır (2011).

Gazetecinin içinde bulunduğu toplumsal koşullardan bağımsız olmadığını savunan görüşlerin yanısıra, gazetecilerin etik sorumluluğa sahip bireyler olduklarını savunan görüşler de mevcuttur. Reetu Jaiswal ve Puja Rai, etik sorumluluğun her bireyin hayatında önemli olduğunu fakat gazeteciler için çok daha önemli olduğunu ifade etmektedirler (2017, s. 3). Jaiwal ve Rai, eylemlerin belirlenmesinde sosyal ve ekonomik koşulların etkisini yadsımazlar fakat bu koşullara rağmen gazetecilerin etik varlıklar olduğunu ve ahlaki eylemde bulunmaları gerektiğini belirtirler (2017). Süleyman İrvan, “Medya ve Etik” başlıklı makalesinde habercilikte etik sorunlara neden olan durumları sıralamıştır. Doğruluk sorunu, özel yaşama müdahale, ayrımcılık, haber ve yorum ayrımının muğlaklaşması, haber kaynağının gizliliği, çocuklarla ilgili haberlerde karşılaşılan etik sorunlar bunlardan bazılarıdır (İrvan, 2005, s.69-89).

İrvan’ın yukarıda değindiği, etik sorunlara yol açan hususlar gazetecilerin haber yaparken dikkat etmesi gereken hususlardır. Kuçuradi gazetecilikteki etik sorunların belirtilen sebeplerden değil daha temel başka bir sebepten kaynaklandığını ifade etmektedir. Kuçuradi’ye göre gazetecilikteki etik sorunlara neden olan şey, gazetecinin gazeteciliğin temel amacına uymamalarıdır. Kuçuradi’ye göre gazeteciliğin amacı, bireylerin etrafında olup bitenler hakkında kendi düşüncelerini inşa etmelerine katkı sağlamaktır. Gazetecilerin farklı amaçlar için mesleklerini icra etmeleri, etik sorunlara neden olmaktadır (1999, s. 12-13). Huub Evers, gazetecilik etiğinin gazetecilere kararsız

kaldıklarında yol gösterme işlevi olduğunu ifade etmektedir. Evers'a göre gazetecilik etiğinde dört düzey bulunmaktadır: Kişisel ilkeler, örgütsel ilkeler, mesleki ilkeler ve toplumsal ilkeler (Evers, 2010, s. 52-53).

1.4.3. Gazetecilik Meslek İlkeleri

Gazetecilikle ilgili meslek kuruluşları, gazetecilere yol göstermek, gazetecilerin hangi kural ve davranışlara uymaları gerektiğini belirlemek için gazetecilik meslek ilkeleri geliştirilmiştir. Bu meslek ilkelerine geçmeden önce gazetecilikteki evrenselleşen etik ilkelerden söz etmek faydalı olacaktır. Bu ilkeler, nesnellik, doğruluk, dengelik, tarafsızlık, özel yaşamın gizliliği, haberin dili ve kamu yararı olarak sıralanabilir. Yukarıda da bahsedildiği gibi, gazetecilikte evrensel ilkeler, 19. yüzyılın ortalarında penny press dönemi ile ortaya çıkmıştır. Oldukça ucuz fiyatıyla her kesimden yurttaşın alıp okuyabildiği bu gazetelerde, toplumu ilgilendiren konularda haberler yayınlanmaya başlanmıştır. Bu dönemde haberler nesnellik, kamu yararı, objektiflik gibi ilkeler temelinde oluşturulmuştur. Metelik basın dönemi, gazetecilik etik ilkelerinin oluşmasında bir kilometre taşı olmuştur. Metelik basın, toplumun tüm kesimlerine hitap eden bir içerik sunmuştur. Gazetecilik toplumsal bir işlev kazanmıştır. Bu dönemde yapılan haberler bağımsızlık, özgürlük, kişilik hakları temelinde yapılmaktadır. Ayrıca metelik basın, toplumsal gerçekleri aydınlanmacı bir temelde ve "bilimsel" yollarla sunma misyonunu üstlenmiştir (Schillerden akt, Taş, 2009, s. 11). Burada söz edilen bilimsellik, haberin neyi anlatıp neyi dışarıda bırakacağına dair bir ön kabul içermektedir. Hatta gazetecilik etik kodlarında vurgulanan nesnellik ilkesiyle örtüşmektedir. Nesnellik, haberde hiçbir bireysel değer yargısı bulunmamalı ve kişisel veriler yer almamalı anlamına gelmektedir. Tarafsız gazeteci, tarafları ve onların görüşlerini nesnel bir şekilde okuyucuya aktarmaktadır. Tokgöz, bu ilkenin benimsendiği 19. yüzyılda haberin meta olarak değerinin arttığını belirtmiştir ve nesnel habercilik anlayışının ilk olarak ABD'de kullanıma girdiğini, ardından diğer ülkeler tarafından benimsendiğini belirtmiştir. (Tokgöz, 2012, s. 348).

Ünsal Çığ ve Eylem Çamuroğlu Çığ, pozitivist bilim anlayışıyla, gazetecilik etik kodları arasında bir bağlantı olduğuna dikkat çekmektedir (Çığ ve Çığ, 2011, s. 39) Pozitivizm,

olgulara, neden-sonuç ilişkisine ve deney-gözleme dayanır. Pozitivizmde gözlemci, araştırmasına karşı mesafelidir. Gözlemci, araştırmaya kendi yorumunu katmaz (Işıklı, 2014). Evrensel etik ilkelerden olan nesnellik ilkesi, pozitivist bilim anlayışıyla örtüşmektedir. Ayşe İnal, nesnellik ilkesinin “değer yargılarından arınmış bir gazeteci metaforu” ürettiğini söylemektedir (İnal, 1996, s. 21). Bu ilkeye göre gazeteci, tarafsız olmalıdır ve haberde kendi görüşlerine yer vermemelidir. Bunun yerine gazeteci, güç / iktidar sahibi kişilerin, siyasi partilerin, sendikaların, bilim insanlarının görüşlerine yer vermelidir. Tabii burada dengelilik ilkesi de devreye girmektedir. Gazeteci, bu görüşlere eşit oranda yer vermelidir. Örneğin A kişinin görüşüne, B kişinin görüşünden daha fazla yer ayırmamalıdır. İnal, bahsi geçen kişi ve kurumların görüşlerinin dolaşıma girmesiyle, gazetecinin kaynaklara bağımlı hale geldiğini ifade etmektedir. Böylelikle gazeteci “haber kaynaklarının yeniden üreticisi haline gelir” (İnal, 1996, s. 22). Görüldüğü üzere, haber yapımının temel kurallarından olan nesnellik ilkesi, pozitivist bir anlayışla oluşturulan haberin dolaşıma sokulmasında etkindir. Burada tartışılması gereken, nesnel bir bakış açısıyla yapılan haberlerin ne ölçüde yoruma kapalı ve salt olguları aktaran bir dille yapıldığıdır. Bu noktada haberin dilinden söz etmekte fayda vardır. Liberal çoğulcu yaklaşım, haberin diline en çok benzeyen metnin, bilimin dili olduğunu söylemektedir. Burada da yine haberin yazımıyla pozitivist bilim anlayışı arasında paralellikler göze çarpmaktadır. Habercilikteki nesnel ve bilimsel yaklaşım, haber endüstrisindeki problemleri görmezden gelmeye neden olmaktadır. İnal, eleştirel bir bakış açısıyla, haberin dilinin bir söylem olduğunu ifade eder. İnal’a göre haber, toplumdaki hakim görüşün söylemini yansıtır. Haberin hangi siyasal, kültürel, ekonomik yapı içinde üretildiğinin bilinmesi gerekmektedir (İnal, 1996).

Gazetecilikteki evrensel etik ilkeler, haberin sınırlı bir bakış açısından değerlendirilmesine yol açmaktadır. Bu ilkelerden birisi, habercilikte nesnellüğün sağlanmasında ön koşul olarak görülen 5n1k ilkesidir. Tez çalışmasında da detaylı olarak açıklanan bu ilke, dünyanın pek çok ülkesinde kullanılan bir habercilik normu haline gelmiştir. Reuters, bu ilkeden “denenmiş”, “geçerliliği kanıtlanmış” bir ilke olarak bahsetmektedir ve muhabirlerinden, ters piramit denilen bu yöntemi kullanmalarını talep etmektedir (Reuters, 2008, s. 26). Haberde Ne? Kim? Nerede? Ne Zaman? Neden? sorularının sorulduğu bu yöntem, haberi teknik bir anlatıya dönüştürmektedir (Çığ ve

Çığ, 2011). Bu yöntem yukarıda açıklandığı üzere pozitivist bilim anlayışının yöntem kavrayışına benzerdir. Bu tür bir haber metninde amaç, olguları olduğu gibi, neredeyse hiç müdahale etmeden okuyucuya aktarmaktır. Bu anlatıda, haberin içeriğinden çok haber yapma biçimine odaklanılmaktadır. Ters piramit yöntemiyle haber yazmak, gazeteciliğin ön koşulu haline gelmiştir. Bu yöntemle yazılan haber metinlerinde okuyucu, haberin nasıl bir süreçten geçerek oluştuğunu görmemektedir. Ayrıca haberin içinde bulunduğu toplumsal yapı da gizli kalmaktadır. Nesnelliğin, etik kodlar içinde meşrulaşması bahsi geçen durumların gizlenmesine neden olmaktadır. Haber üretim sürecini ele alan liberal çoğulcu yaklaşım, haberin nesnel olması gerektiği vurgusunu taşımaktadır (Hackett, 1998). Eleştirel yaklaşım ise bunu kabul etmez ve haberin belirli kaynakların ideolojik söylemini yarattığını öne sürer (Özer, 2006, s.44).

Gazetecilik evrensel ilkelerinden kamu yararı ilkesi özel yaşamın gizliliği ilkesiyle iç içe geçmiştir. Kamu yararı ilkesine göre, paylaşılan bir haber topluma fayda sağlıyorsa, özel yaşamın gizliliği sınırlandırılabilir. Örneğin bu bilgi bireylerin bir siyasi partiyle ilgili doğru karar vermesinden, çevreyle ilgili farkındalık kazanmasına kadar pek çok konuda olabilir. Bu ilke ve özel yaşamın gizliliği ilkesine tezin üçüncü bölümünde detaylı değinileceği için burada kısaca bahsedilmiştir. Fakat şunu söylemekte yarar bulunmaktadır: Kamu yararı ilkesi, kamu yararının ve özel yaşamın sınırlarının nerede başlayıp nerede bittiğinin bilinmemesi nedeniyle eleştirilmektedir (Çaplı, 2002). Bu sınırların bulanık olması, kamu yararını meşrulaştırarak kişilerin ifşa edilmesine, haberden bağımsız bilgilerinin paylaşılmasına neden olmaktadır.

Gazeteciliğin evrensel ilkelerinden olan doğruluk ilkesi, günümüze kadar geçerliliğini korumuştur. Haberi çarpıtmadan olduğu gibi yansıtmak anlamına gelen doğruluk ilkesinin önemi internet gazeteciliğinde daha çok artmıştır. Dezenformasyonun hızlı yayıldığı günümüz haberciliğinde, haberde doğruluk ilkesini ilk sıraya koymak gerekmektedir. Bu ilkeye ve bu ilkenin hayata geçmesi için gereken doğrulama yöntemlerine tezin ilerleyen kısımlarında detaylı olarak değinilecektir.

Evrensel ilkelerin ardından günlük kullanımda gazetecilik etiği denilince akla gelen meslek ilkeleri sıralanacaktır. Uzun, gazetecilikteki meslek ilkelerini şöyle sıralamıştır (2007, s. 41-42):

- Haber-yorum ayrımının yapılması,
- Şiddeti özendiren, insani değerleri inciten yayınlardan kaçınılması,
- Haberde kaynağın gizliliğinin korunması,
- Off the record olarak yani gizli kalması şartıyla verilen bilgileri kamu yararı dışındaki durumlarda yayınlamamak,
- Haber malzemesini oluştururken yanıltıcı yöntemlere başvurmamak,
- Mahremiyetin ihmal edilmemesi,
- Haberde hiç kimsenin cinsiyet, dini inanç, ırk, yaş gibi nedenlerle aşağılanmaması,
- Bireyleri küçük düşüren yayınlardan kaçınılması,
- Yargı kararı olmaksızın kimsenin suçlu ilan edilmemesi,
- Kişilerin cevap hakkına saygı gösterilmesi,
- Başka medya kuruluşlarından alınan haber ve görüntülerin kaynak belirtilmeden paylaşılmaması.

Bu ilkelere ek olarak, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından yayınlanan, Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nde şu ilkeler yer almaktadır:

- Fotoğraflarda yansıtılan gerçekliği deforme edecek ekleme, çıkarma, kolaj veya montaj yapılmamalıdır.
- Gazeteci, rekabet nedeniyle de olsa, bir başka gazeteciye bilinçli ve açık, mesleki zarar vermekten kaçınmalıdır.
- Sahibinin izni dışında belge, fotoğraf, ses veya görüntü, ancak doğrudan kamu yararı bulunması ve başka hiçbir şekilde elde edilmeyeceğine kesin kanaat getirilmesi halinde alınabilir.

Bunların yanı sıra çocuk, kadın hakları, cinsel saldırı mağdurlarının korunması, barış gazeteciliği, ifade özgürlüğü, nefret söylemi, hayvan hakları ile çevre ve iklim değişikliği konularında ilkeler belirtilmiştir (TGC Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, 2019).

Bu temalar altında ortaya konan ilkeler Kuçuradi'nin belirttiği, gazeteciliğin temel amacına uyum ilkelere dir. Çünkü bu ilkeler, okuyucu/dinleyici/izleyicilerin çıkarlarını korumaya yöneliktir. Fakat gazetecinin çıkarlarını koruyan etik ilkeler de mevcuttur. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'ndeki "Gazetecinin Hakları" başlıklı bölüm buna örnek olarak gösterilebilir:

"Gazeteci; tüm bilgi kaynaklarına serbestçe ulaşma ve kamu yaşamını belirleyen, halkı ilgilendiren tüm olayları izleme, araştırma hakkına sahiptir. Gazetecinin karşısına çıkarılacak gizlilik ve sır gibi engeller, hukuka ve uluslararası normlara uygun olmalıdır. Gazeteci; doğruluğuna, tarafsızlığına ve nesnellikğine inanmadığı bir görüşü savunmaya veya meslek ilkelerine aykırı bir iş yapmaya zorlanmamalıdır. Gazeteci; basın-yayın işletmesinin işleyişini belirleyen, etkileyen önemli kararlardan haberdar edilmeli ve gereğinde kararların alınmasına katılmalıdır. Gazeteci; ekonomik bağımsızlığını güvence altına alacak bir ücret almalıdır. Gazeteci, örgütlenme hakkına sahiptir. Gazeteci; kaynakların gizliliği ilkesi uyarınca, kaynağını ve elindeki belgeleri açıklamaya, tanıklık yapmaya zorlanamaz. Gazeteci ancak kaynağının izin vermesi ve kaynağı tarafından yanıtlanmış olması hallerinde kaynağını açıklayabilir" (Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, 2019).

Gazeteciliğin temel etik ilkelerine baktığımızda nesnellik, kamu yararı, özel yaşamın gizliliği gibi ilkelerin eleştirmeye açık olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra, yukarıda

sıralanan, haber yaparken dikkat edilecek ilkeler pratikte fayda sağlasa da etik sorunların çözümü için geniş kapsamlı bir reçete sunmamaktadır. Özellikle konu veri gazeteciliği olduğunda bu ilkeler yetersiz kalmaktadır. Veri gazeteciliği içerisinde görselleştirme, açık veriye erişim, kullanılan metodoloji gibi farklı pratikleri barındıran bir habercilik uygulamasıdır. Söz konusu ilkelerden bazıları veri gazeteciliğiyle paralellik oluşturmaktadır (bu konu çalışmanın Üçüncü Bölümünde ele alınacaktır) fakat veri gazeteciliğinde yapılan etik ihlalleri tümüyle açıklamamaktadır. Dolayısıyla veri gazeteciliği için yeni etik ilkeler belirlemeye ihtiyaç duyulmaktadır.

Veri gazeteciliğinde etik konusuna geçmeden önce dijital iletişim teknolojileriyle dönüşen gazetecilikte haber etiğini etkileyen hususlar aşağıda ele alınacaktır.

1.5. DİJİTAL İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİYLE DÖNÜŞEN GAZETECİLİKTE HABER ETİĞİNİ ETKİLEYEN HUSUSLAR

Dijital iletişim teknolojileriyle birlikte haberin yapısı, haberin kaynağı ve dili; haber merkezlerinin organizasyonu dönüşüm göstermiştir. Bu dönüşüm, yukarıda ele alınmıştır. Bahsedilen dönüşümle birlikte yeni etik sorunlar ortaya çıkmıştır. Bu sorunlara yol açan bazı hususlar bulunmaktadır. Bu hususlar, internet gazeteciliğinin temel karakteristikleri açıklandığında daha iyi anlaşılacaktır.

1.5.1. İnternet Gazeteciliği

1990'lı yıllardan itibaren gazeteler internet haberciliğine geçmişlerdir. The Washington Times, New York Times gibi gazeteler, 1995 yılının başlarında haberlerinin tamamını internet üzerinden yayınlamaya başlamışlardır. Yine aynı dönemde *Daily Mirror* ve *International Herald Tribune* gibi gazeteler çevrimiçi gazetecilik faaliyetlerine başlamışlardır (Çakır, 2007).

İnternet gazeteleri, geleneksel gazetelere göre okuyucunun haberi daha kapsamlı anlayabilmesi için bünyesinde pek çok araç barındırmaktadır. Görüntü, metin, hipermetin, video ve ses ile desteklenen haberler, okuyucu için ilgi çekici olmaktadır.

Washington Post'un 1996 İran başkanlık seçimlerini İran haber sayfalarından referanslar ve çeşitli online materyaller ile sunması, konuya ilişkin ilk örneklerdendir (Pavlik, 2013). Çevrimiçi ortamda yapılan haber yazımı bir metnin ele alınmasından farklıdır: Geleneksel medyada haber yazımı doğrusal iken, yeni medyada haber yazımı döngüselidir. İnternet kullanıcısı örneğin 10 sayfalık bir haberi önce dördüncü sayfaya gidip hareketli görüntüleri izleyerek; ardından dokuzuncu sayfada bulunan fotoğraf galerisine göz atarak “okuyabilir” (Deuz'den akt. Akdaş, 2007).

İnternet gazeteciliğinin John Pavlik'e göre esas işlevi, okuyucunun ilgi alanı ile ilgili habere ulaşımını kolaylaştırmasıdır. Böylelikle vakti değerli olan okuyucu sanat, gezi, finans, spor gibi ilgi duyduğu alanlardaki haberlere etkin bir şekilde ulaşmaktadır (2013, s. 49). Ayrıca internet gazeteciliğinin ortaya çıkmasının yurttaşların küresel bir diyaloga katılmasını sağladığına ilişkin görüşler de mevcuttur. Pavlik'e göre internet gazeteciliği, geleneksel gazeteciliğin aksine izleyiciyi aktif katılıma teşvik etmektedir. Pavlik internet teknolojisinin, fiziksel sınırlarla birbirinden ayrı olan insanları, küresel bir ağda bir araya getirdiğini ifade etmektedir (2013, s. 57).

Oya Morva, internet gazeteciliğinin gelişiminin dönemlere ayrılarak tartışıldığını belirtmektedir. Buna göre birinci dönem gazetecilerin içerikleri haber siteleri için üretmedikleri, var olan içerikleri haber sitelerine aktardıkları dönemdir. 1996 yılı ile başladığı dile getirilen ikinci dönem, gazetecilerin haber içeriklerini web sayfaları için ürettikleri; web sitelerinin okuyucuların farklı kategorilerdeki haberlere kolay ulaşabilmesinin amaçlandığı dönem olarak görülmektedir. Üçüncü dönem ise haberleri hikayeleştirmede yeni yolların arandığı bir dönemdir. Bu dönemde, okuyucuların yalnızca haberi okumakla kalmayıp haberin içine girmeleri, hatta haberin içinde gezinmeleri olanaklı kılınmaktadır. *New York Times*'in internet sitesinde 360 derecelik görüş açısı ile okuyucunun haber içinde gezinmesini sağlayan yeni medya teknolojisine yer vermesi, üçüncü döneme örnek olarak gösterilebilir (Morva, 2006). Pavlik 360 derecelik görüş açısı yakalayan tüm yönlü kameraların, dijital çağda haber aktarımındaki önemine değinmektedir. Pavlik, günümüzde gazetecilerin tek kişilik bir haber ekibi gibi çalıştıklarına dikkat çekmektedir. Gazeteciler hem hikayeyi bulmak hem doğru soruları sormak hem de doğru videoyu çekmek gibi donanımları aynı anda yüklenmişlerdir. Bu

bağlamda Pavlik, tüm yönlü kameraların muhabirlere, görüntü akarken, doğru soruları sormaya odaklanmalarında yardımcı olacağını savunmaktadır (2013, s. 17).

Görüldüğü üzere internet gazeteciliği, okuyucunun haberle etkileşim kurmasına olanak tanımaktadır. İnternet gazeteciliği haberde yeni hikâye anlatım tekniklerine alan açmaktadır. Öte yandan internet gazeteciliği anlık haber akışının olması, gazetecinin birden fazla görevi yapmak zorunda olması gibi bazı karakteristik özellikleri bünyesinde barındırmaktadır. İnternet gazeteciliğiyle birlikte gazetecilik etiğini etkileyen bazı hususlar ortaya çıkmıştır. Bu hususlar aşağıda sıralanacaktır.

1.5.1.1. İnternet Gazeteciliğinde Haber Etiğini Etkileyen Hususlar

Gazeteciliğin, dijital iletişim teknolojileriyle birlikte dönüşümü, yeni etik sorunların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Ancak daha önce bahsedilen, gazeteciliğin evrensel etik ilkeleri olan doğruluk, tarafsızlık, gerçeklik gibi ilkeler günümüzde geçerliliğini korumaktadır. Araştırma kapsamında görüşülen katılımcıların büyük çoğunluğu, gazetecilikteki temel etik ilkelerin aynı kaldığını ancak yeni etik ilkelerle kapsamının genişlediğini ifade etmektedirler:

Esasında gazeteciliğin temel etik ilkelerinin çok değiştiğini düşünmüyorum. Bunlar belki ayrıntılandırılabilir, detaylandırılabilir ama temel ilkeler yani gerçeklere bağlılık, en hızlı şekilde haberin sunulması, haber toplama teknikleri, süzgeçten geçirme, doğruluk vb. sayabileceğimiz temel ilkeler, 5N1K gibi haberin temel unsurları sayabileceğimiz ilkeler yerli yerinde duruyor (Engin Esen, 09.02.2021).

Engin Esen, temel etik ilkelerin değişmediğini ifade etmektedir. Esen, bu ilkelerin hayata geçirilmesinde bazı zorluklarla karşılaştığını söylemektedir. Bu zorluklar Esen'e göre çevrimiçi haber platformlarının sayısının artmasıyla birlikte ortaya çıkmıştır. Bahsedilen zorluklar şunlardır: Rekabet, standardın düşmesi ve zaman baskısı. Bu zorluklarla birlikte Esen, günümüzde farklı kaynaklara ulaşarak haberleri teyit etmenin kolaylaştığını da eklemektedir (Engin Esen, 09.02.2021). Burak Tatari (08.02.2021) ise internette okuduğu haberlerde 5N1K kuralına riayet edilmediğini; bağlam vurgusundan yoksun haberlerle karşılaştığını ifade etmektedir. Katılımcıların büyük oranda uzlaştıkları nokta ise "doğruluk ilkesi" olmuştur. Katılımcılar yeni medya ortamlarında doğruluk ilkesinin halen en önemli ilke olduğunu ifade etmişlerdir. Gerçeği olduğu gibi

yansıtmak, saptırmamak anlamına gelen doğruluk ilkesi (Büyükaşar ve Özçağlayan, 2019, s.45), geleneksel gazetecilikten beri kullanılmaktadır. Bu ilkenin önemi dijital haber platformlarının ortaya çıkmasıyla daha da artmıştır. Çünkü doğruluk ilkesine uyulmadığı zaman, yalan haberin yayılması bu platformlarda çok daha hızlı olmaktadır. Bu durum sonucunda, doğru bilgiye ulaşmak için yeni haber doğrulama pratiklerine ihtiyaç duyulmuştur.

Faruk Bildirici (23.02.2021), geleneksel gazetecilik etiğinin değişimden ziyade geliştiğine, gazeteciliğe yeni etik ilkeler eklenmesi gerektiğine inanmaktadır. Bildirici, dijital medyanın kendine özgü birtakım sorunlar doğurduğunu, bu sorunlara ilişkin ilkelerin belirlenmesi gerektiğini dile getirmektedir. Bu kapsamda yakın zamanda bir adım atılmıştır: Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, Altan Öymen (Başkan), Belma Akçura (Yazman), Orhan Erinç, Faruk Bildirici, Gökhan Küçük, Hilmi Hacaloğlu, Prof. Dr. Yasemin İnceoğlu, Tuğrul Eryılmaz, Dr. Öğretim Üyesi Gökmen Karadağ, Doç. Dr. Ulaş Karan'dan oluşan Meslek İlkelerini İzleme Komisyonu'nun çalışmaları sonucu, 17 Nisan 2019 tarihinde, TGC Olağan Genel Kurulu'nda kabul edilmiştir. 31 Mart 2000 tarihli bir önceki Bildirgenin ardından güncellenen yeni Bildirgenin 2. Bölümündeki "Gazetecinin Doğru Davranış Kuralları" başlığına "Dijital Medya" ve "Yurттаş gazeteciliği / Sosyal medyada yayın hakları / Bireylerin özel alanlarının sınırları" alt başlıkları eklenmiştir. Dijital platformda yapılan yayıncılık, gazete ve dergilerin sosyal medyadaki faaliyetlerini kapsayan yeni bildirgede dijital medyada gazetecilik yapmakla ilgili şu kurallar yer almaktadır:

"Gazeteci, dijital platformlarda mesleki kimliğini dikkate alarak; hak ve sorumluluk bildirgesine uygun olmayan davranışlardan kaçınmalıdır. Gazeteci dijital platformlarda meslek etik kurallarını zedeleyici üslupla, içerik üretilip yaymamalıdır. Gazeteci, haber içeriklerini sosyal medya hesapları, web siteleri ile bloglarında paylaşırken çarpıtma, yanıltma, yönlendirme yapmamalı, kişi ya da kurumları, teyit edilmemiş bilgilerle zan altında bırakmamalıdır. Dijital platformda unutulma hakkı başvuruları ve düzeltme talepleri titizlikle incelenerek bekletilmeden değerlendirilmelidir. Gazeteci insanların lekelenmeme hakkına özen göstermek ve korumakla yükümlüdür." (TGC Olağan Genel Kurulu, 2019).

Yukarıdaki maddeler gazeteciliğin temel etik ilkelerini (doğruluk, unutulma hakkı bunlardan bazılarıdır) dijital haber platformlarına uyarlayan maddelerdir. Ayrıca yeni bildirgede, dijital dünyanın bir terimi olan "içerik üretmek" terimine yer verilmiştir. Araştırma kapsamında görüşülen gazeteciler ve akademisyenler, dijital platformlarda

mesleğin icra edilmesini ve haberin yapılışını etkileyen belli başlı hususlardan söz etmişlerdir. Bu sorunlar hem gazeteciliğin mevcut etik ilkeleriyle hem de dijital platformların kendine has özellikleriyle ilgilidir. Etik sorunlara yol açan bu hususları aşağıda sıralayacak olursak:

- Hız baskısı

Yeni medyada haber üretimi basılı gazetelere göre çok daha hızlı olmaktadır. Geleneksel gazetecilikte olan bir olay ancak ertesi gün sabah gazetelere yansırken, yeni haber platformlarında olaylar anlık olarak duyurulmaktadır. Her bir medya platformu haberi ilk paylaşan olmak için adeta yarışmaktadır. Bu durum gazetecilerde hız baskısına neden olmaktadır.

- Kopyala-yapıştır habercilik

İnternetin bir haber üretim ve dağıtım kanalı olarak kullanılmasıyla pek çok yeni haber platformu ortaya çıkmıştır. Dijital iletişim teknolojileriyle birlikte iletişim kanallarının sayısı artmış fakat içerik çeşitliliği azalmıştır. Bu platformların ekonomik olarak kendilerini devam ettirmeleri reklam gelirlerine ve “tıklama oranlarına” bağlı olmaktadır. İlgi çekici haber içeriklerinin yerine okuyucuyu haberi tıklamaya yönlendiren etkili başlıklar önem kazanmıştır. Böylelikle aynı içerik sayısız platformda “kopyala-yapıştır” yöntemiyle paylaşılmaktadır.

- Algoritmik yanlılık

Algoritma terimi, dijital iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle gündelik hayatta yaygın olarak kullanılmaktadır. Bireyler, sık sık “algoritmalar tarafından gözetleniyoruz” diyerek endişelerini belirtmektedirler. Çünkü yeni medya ortamlarında bireyler, önceki arama geçmişlerine uygun içeriklerle karşılaşmaktadırlar. Hatta daha da ileriye gidersek, bir arkadaş sohbetinde konuşulan bir konu internet ortamında karşılıklarına çıkmaktadır. Bu durum ilk başta bireylerin hayatını kolaylaştırıyor gibi görünse de bireyleri kendi

bilgi fanuslarının içine hapsedmektedir. Peki algoritmalar, bireylerden bağımsız, kendi başlarına var olan, mekanik birer öge midirler? Cem Sütçü, algoritmaların insan düşüncesinin ürünü olduğunu belirtmektedir. Sütçü, algoritmaların asıl sahiplerinin bireyler olduğunu fakat büyük şirketlerin, sosyal ağlar aracılığıyla bireylerin verilerini alıp kullandıklarını ifade etmektedir (Sütçü, 2021).

Bireylerin kendi siyasi tercihlerine uygun fikirlerle karşılaşp, karşıt görüşlerle ilgili içeriklerle karşılaşmamaları tek yanlı bir düşünce biçimini beslemektedir. Bilge Narin, algoritmik yanlılıkla ilgili şunları ifade etmiştir:

Burada da kişiselleştirilmiş haber içerikleriyle manipülasyon yapıldığına dair iddialar. Bunun da kutuplaşmış bir okur kitlesi yarattığı... Sürekli olarak aynı şekilde enforme edilen kitlenin diğer farklı görüşlere bir türlü maruz kalamadığı... Benin İngilizcede de çok sevdiğim bir sözcük var: Serendipity. Mutlu tesadüf demek. Bundan tamamen muaf bir medya atmosferi. Çünkü o kadar sizin gördüğünün şeyler sizin seçtiğiniz şeyler ki. Aslında bir kitapçıya gittiğinizde hiç aklınızda olmayan bir kitabı da alıp çıkabilirsiniz. Geleneksel gazetecilik döneminde ilginizi çekmeyen bir haberle de karşılaşabiliyordunuz. Fakat şu an o kadar hem haber kategorisi olarak -teknoloji okur, siyaset okumaz, spor okur- size sadece belli tür haberler gönderiyor ya da gösteriyor. Belki de ideolojik olarak belli, sizin beğendiğiniz partiye yönelik şeyler gösteriyor (Bilge Narin, 04.04.2021).

Algoritmaların bireysel etkilerinin yanı sıra toplumsal etkileri de bulunmaktadır. Örneğin 2016 ABD seçimlerinde Trump'ın kazanmasında büyük bir payı olduğu iddia edilen Cambridge Analytica skandalı. Cambridge Analytica adlı şirket, 2014 yılından başlayarak 50 milyon Facebook kullanıcılarına ait tanımlayıcı bilgileri toplamıştır. Şirket, elde ettiği verilerle kişilerin oy verme eğilimleri arasında bağlantı kuran bir algoritma geliştirmiştir. Bu algoritma, 2016 ABD seçimlerinde propaganda amaçlı kullanılmıştır. Algoritma sonucu seçmen, “bireyselleştirilmiş, bağlamı kopuk, yanıltıcı ve dayanaksız sahte haber bombardımanı” ile karşı karşıya kalmıştır (Binark, 2017, s.21). Mutlu Binark, geliştirilen bu algoritmanın bireyselleştirilmiş içerik ilettiğini yani seçmenin maruz kaldığı içeriğin doğruluğunu teyit edebilmesi için “ara-yüzeyinde bir tartışma dahi meydana gelmediğini” ifade etmektedir (Binark, 2017, s.21).

Algoritmalar şirketlerin ideolojilerinden bağımsız değildir. Örneğin bir şirketin ürünü etnik ayrımcılık ya da cinsiyet ayrımcılığı içeriyorsa, bu ürünle etkileşime geçen kullanıcılar bu ayrımcı dile maruz kalacaklardır. Böylelikle algoritmalar yoluyla ayrımcılık yeniden üretilmiş olacaktır. Örneğin Google şirketinin çeviri amaçlı sunduğu

“Google Translate” ürününde çeviri yapılırken mesleklerin cinsiyetlere göre sınıflandırıldığı ortaya çıkmıştır. “O bir doktor” cümlesi Türkçe’den İngilizce’ye çevrilirken “he is a doctor” diye çevrilmiştir. Burada doktor, erkek bir birey olarak sınıflandırılmıştır.

- Hipermetinselliğin unutulma hakkını engellemesi

Unutulma hakkı, Avrupa Birliği Adalet Divanı’nın c-131/12 sayılı kararı kapsamında “dijital hafızada yer alan bireylere ait rahatsız edici her türlü kişisel içeriğin, yine bireylerin talebi üzerine bir daha geri getirilemeyecek biçimde ortadan kaldırılması/silinmesi” olarak tanımlanmıştır (Akt. Nalbantoğlu, 2018). Unutulma hakkı dijital platformdaki tüm verilerin silinebilmesini sağlamaktadır. Dijital platformlarda, unutulma hakkı ilkesinin uygulanması zorlaşmaktadır. Bilge Narin, bunun nedenini dijital platformlarda hiper metinlerin kullanılmasına bağlamaktadır:

Eskiden siz bir tekzipi götürüp bir gazeteye yapıyordunuz aynı sayfada aynı büyüklükte yayınlamakla yükümlüydüler. Hakkında bir iddia var ve yalan ve ben aynı birinci sayfada 14 puntoda yayınladıysa, 1.sayfada aynı büyüklükte benim tekzipim yayınlanıyordu. Şimdi linki kaldırabiliriz ama o link elli tane haber sitesine copy-paste ile yayılmış durumda. Dolayısıyla hipermetinselliğin yarattığı müthiş bir problem olarak karşımıza çıkıyor unutulma hakkı (Bilge Narin, 04.04.2021).

Dijital haber platformlarında paylaşılan bir haber, kopyala-yapıştır yöntemiyle diğer haber platformlarında, sosyal medyada hızla yayılmaktadır. Yeni medya ortamındaki haber içerikleri birden çok platformda, dağınık bir yapıdadır. Dolayısıyla unutulma hakkıyla ilgili taleplerin yerine getirilmesi, geleneksel gazeteciliğe göre daha zordur.

- Ajanslardan gelen haberlerin doğrudan paylaşılması

Habercilikte karşılaşılan hız baskısı haber içeriklerinin yeteri kadar kontrol edilmeden paylaşılmasına neden olmaktadır. Süleyman İrvan, ajansların ilettikleri haberlerin editör süzgeçinden geçirilmeden yayınlanmasını eleştirmektedir. Bu durumun, içeriklerde varsa nefret söylemi, hakaret gibi olumsuz unsur oluşturacak öğelerin yeniden üretilmesine neden olduğunu ifade etmektedir:

Bir kere yayınladığın her haberin sorumluluğunu almak zorundasın... Biz mesela sosyal medyayı niye eleştiriyoruz? İşte bu yorumlar için, nefret söylemi olmasın, bunları engelleyin demiyor muyuz? E haber sitesindeki yorumları da aynı şekilde değerlendirmek lazım. Orada editör süzgecinden geçmesi lazım. Yani hakaret varsa, nefret söylemi varsa bunlara sen izin veremezsin. Bunların sorumluluğunu almak zorundasın, bu senin mecran. Sen izin vermezsen yayınlanmaz orada (Süleyman İrvan, 10.02.2021).

Yeni medya ortamlarını belirleyen özelliklerden birisi de paylaşımların anlık yapılmasıdır. Bu ortamlara uyum sağlamak, haber platformlarının ayakta kalması için gerekli olmuştur. Reklam gelirlerinin ve tıklama oranlarının sermaye getirmesi, haberin hızlı yayılmasını zorunlu kılmaktadır. Fakat editör kontrolü yapılmadan yayınlanan haberler, toplumda nefret söyleminin yayılması gibi olumsuz sonuçlara neden oluyorsa, burada gazetecilerin etik sorumluluk almaları gerektiği söylenebilir.

- Fotoğrafta manipülasyon

Dijital teknolojilerin gelişmesiyle görsel anlamda üretim yapmaya yarayan pek çok araç çıkmıştır. Bu araçlar aracılığıyla fotoğrafların arka planı değiştirilmekte, fotoğraflara yeni objeler eklenebilmektedir. Bu becerilerin yeni medyadaki bir haber içeriğinde kullanımı yalan haberin yayılmasına ve okuyucunun gerçeğe arasındaki ilişkinin zayıflatılmasına neden olmaktadır:

Mesela fotoğrafta manipülasyon. Eskiden yapılıyor muydu bu kadar şey bilmiyorum ama şimdi çok kolay, değil mi? İnsanlar kendi selfilerinde bile manipülasyon yapıyor, fotoğrafların paylaşırken. Obje ekliyor, obje çıkarıyor mesela. Dolayısıyla aslında neyin gerçek, neyin manipülatif olduğunu bulmak o kadar kolay olmuyor (Süleyman İrvan, 10.02.2021).

Belirtilen etik sorunların yanı sıra habercilikte hız sorunu, haberin doğrulanması, kullanıcı türevli içerikle çalışmanın ortaya çıkardığı etik sorunlar daha detaylı olarak incelenecektir. Bunun nedeni, araştırma kapsamında yapılan görüşmelerde, katılımcıların yoğun olarak bu temaların üzerinde durmasıdır.

1.5.1.2. Habercilikte Hız Sorunu

Gazetecilikte hız, her zaman en önemli faktörlerden birisi olmuştur. Muhabirler, medya kuruluşları ya da çevrimiçi haber platformları haberi okura en hızlı ulaştıran kişi / kuruluş / platform olmak için çaba sarf etmektedirler. Özellikle basılı gazetelere rağbetin

azaldığı, haberlerin çoğunlukla internet üzerinden takip edildiği günümüz gazeteciliğinde, anlık gündem değişimlerine ayak uydurmada “hız”, ön koşul haline gelmiştir. Günümüzde hız geleneksel gazeteciliğe göre artmıştır. Haberi hızlı bir şekilde sunma isteği, haberlerin doğrulanmadan paylaşılmasına ve yanlış haberin yayılmasına yol açmaktadır. Bilge Narin, hız baskısının her zaman önemli olduğunu fakat günümüzde anormal bir seviyeye ulaştığını belirtmektedir; gazeteciliğin olmazsa olmazı olan “double check” denilen, haberi ikinci kez kontrol etmek anlamına gelen niteliğin kaybedildiğine dikkat çekmektedir. Narin, internetin en genel özellikleri olan, hız baskısı, multimedya ve hiper metinselliğin gazeteciliğe de sirayet ettiğine işaret etmektedir (Bilge Narin, 04.04.2021).

En bilineni, herkesin söyleyeceği tahmin ediyorum ki: Hız baskısı. Anormal bir baskı olarak karşımıza çıktı, hız her zaman önemliydi ama basılı bir gazetede ertesi gün aldığımız bir metinden bahsediyoruz biz. Ya da radyoda bile saat başı haberi için belirli bir süreniz var, 40 dakika gibi önünüzde ya da 50 dakika gibi. Ama internet gazeteciliğinde böyle bir imkanınız yok. Televizyonda da keza, akşam primetimedda haber bültenine hazırlanırken bir doğrulama süreci vardı ama biz double check dediğimiz, gazeteciliğin olmazsa olmazı olarak nitelediğimiz bir özelliğini kaybediyoruz ve kaybettik açıkcası. Tıpkı internetin en genel özellikleri- hız baskısı, multimedya, hiper metinsellik gibi- gazeteciliğe de sirayet etti. İnterneti dönüştüren her şey gazeteciliği de dönüştürdü (Bilge Narin, 04.04.2021).

Günümüzde haber üzerinde yeteri kadar düşünmek, haberi gözden geçirmek ya da daha iyi bir hale getirmek için uğraşmak yerine, eldeki enformasyonu en kısa sürede yayına verme eğilimi yaygınlaşmıştır. Engin Esen (09.02.2021) günümüzde bir haberi teyit etmenin daha kolay hale geldiğini ifade ederken ancak bunu uygulamak için yeterli zaman bulmanın 90’lar dönemindeki gazeteciliğe göre daha zor olduğunu aktarmıştır. Faruk Bildirici (23.02.2021) ise insanlara haberi eskimeden aktarmanın, bir avantaj olduğunu belirtmiştir fakat haberin yeterince araştırılmadan paylaşılmasının yanlış bilginin yayılmasına yol açacağına dikkat çekmiştir. Okurlar artık eksiksiz bir haberi mi yoksa işlenmemiş bir haberi mi okuduklarını bilmemektedir. Süleyman İrvan (10.02.2021), gazeteciliğin dönüşümüyle hızın arttığına fakat haber içeriklerinde kalitenin aynı oranda azaldığına vurgu yapmaktadır:

Tabii ki. Etkiledi ama şey vardır ya, "hızla kalite ters oranlıdır." Trafikte bile öyledir aslında ne kadar hız yaparsanız risk o kadar artıyor. Hız limitleri falan koyuyorlar sonuçta. Habercilik için de geçerlidir bu mesela, hız arttığı anda siz kaliteden ödün vermeye başlıyorsunuz. Yani haberi bir an önce verme kaygısıyla hareket ettiğiniz için hata yapma oranınız artıyor. İnternet gazeteciliğinde şöyle bir şey yapıyorlar: Cumhurbaşkanı bir açıklama yapıyor mesela, şöyle bir şey oldu diyor, habere girip bakıyorsunuz, “haber hazırlanıyor” diyor. Daha ortada haber

yok yani, duyuru olarak giriyor. Şunu diyorlar yani biz haberi bu şekilde verelim...Bu ajans mantığıdır. Ajanslar çok önemli bir şey olduğunda bunları flash olarak geçerler. Sonra gazeteler beklerler, buradan iyi bir şey gelecek diye kendi sayfalarında yer ayırırlar. Şimdi internette de bu şekilde çalışmaya başladı. "Ayrıntılar geliyor" deniyor. Hiçbir ayrıntı yok ortada, sadece başlık girilmiş bir de fotoğraf girilmiş. Tamam da yani bu biraz okurda beklenti de yaratıyor (Süleyman İrvan, 10.02.2021).

İrvan'ın da belirttiği gibi haberlerin hızlı verilme kaygısı içeriğin önüne geçmektedir. Bu durumda titizlikle yazılan haberlerin yerini hız kaygısıyla içerikten yoksun başlıklar almaktadır. Bu nedenle, okur haberin güvenilirliği hakkında şüpheye düşmektedir.

1.5.1.3. Haberin Doğrulanması

Doğrulama, haberin temel ilkelerinden birisidir. Bir haberin kaynağının ve içeriğe ilişkin enformasyonun, öncelikte teyit edilmesi ardından yayına sunulması gerekmektedir. Haberin doğruluğu denilince, haberin içeriğindeki bilgilerin doğru olduğu ve yanlış bilginin haberde yer almadığı anlaşılmaktadır. Habercilikte haberin kaynaktan en hızlı şekilde alınması ve doğru alınması ilkeleri birbiriyle çatışmaktadır. Haberi ilk yayınlayan olma uğruna doğruluktan vazgeçilmesi, "doğru bilgi aktarma" ilkesine uyulmadığını ve etik sorunlara zemin hazırlandığını göstermektedir (Aslan, 2002, s. 61-63). Hızın egemen olduğu, yayın yapma baskısının arttığı yeni medya ekosisteminde doğruluk ve haberin eksiksiz sunumu gibi gazetecilik ilkelerinin uygulanıp uygulanmayacağı soru işaretidir. Faruk Bildirici haberlerin yeterince araştırılmadan, doğrulama yapılmadan aktarılmasıyla okuyucuya yanlış bilgi aktarımının arttığını ifade etmiştir. Bildirici, haberde doğrulamanın günümüzde çok daha hızlı yapılması gerektiğini savunmaktadır:

"Gazetecilikte temel ilkelerden biri şudur (bize okulda öğretilen de oydu): Bugün gazeteye bir haber yazdıysam ertesi gün o haberi yazarken de birinci günkü haberi özetlemek durumundasın. (...) Her okur her haberi okumak zorunda değildir. Dolayısıyla onu özetleyerek, ondan da bahsederek girmek zorundasınız. Burada da aynı şekilde. Siz internette bir haber verdiniz diye, bir okur sizin düzeltme haberinizi de okumak zorunda değil. Dolayısıyla onun belleğinde o yanlış bilgi kalır. O nedenle bence düzeltme ve kontrol, 5N1K unsurlarının hazırlanması meselesinin de daha hızlı yapılması gerekiyor. Yani gazetecilikte her zaman zamanla yarış vardı. Şimdi daha da arttı, şimdi daha hızlı doğrulamak zorundasınız" (Faruk Bildirici, 23.02.2021).

Süleyman İrvan (10.02.2021) da gazetecilik denilince aklına gelen ilk ilkenin "doğruluk" olduğunu belirterek, aktarılan haberin doğru olmasının ön koşul olduğuna vurgu yapmaktadır. İrvan'a göre temel etik ilkeler hem geleneksel gazetecilikte hem de dijital

gazetecilikte aynıdır, fakat bu ilkelerin günümüz gazeteciliğinin koşullarına göre yeniden düzenlenmesi gerekmektedir:

Aslında geleneksel gazetecilikteki etik ilkeler günümüz gazeteciliğindeki etik ilkelerden farklı değil. Birçok ilke zaten temel ilkeler. Mesela “gazetecilik nedir?” diye sorunca, ilk ilke aklıma gelen, doğruluk mesela. Bu o kadar önemli ki, bu olmayınca hiçbir şeyin değeri kalmıyor. Öncelikle haberin, gazeteciliğin doğru yapılması, aktarılan haberin doğru olması gerekiyor. Bu ister internette olsun, ister geleneksel medyada olsun fark etmiyor. Dolayısıyla temel ilkeler değişmiyor. Sadece ne değişiyor mesela, dijital teknolojilerle birlikte örneğin fotoğraf konusunda yeni sorunlar ortaya çıkıyor. Mesela fotoğrafta manipülasyon. Eskiden yapılıyor muydu bu kadar şey bilmiyorum ama şimdi çok kolay, değil mi? İnsanlar kendi selfilerinde bile manipülasyon yapabiliyor, fotoğrafların paylaşırken. Obje ekliyor, obje çıkarıyor mesela. Dolayısıyla aslında neyin gerçek, neyin manipülatif olduğunu bulmak o kadar kolay olmuyor. Geleneksel gazetecilikteki ilkeler büyük bir çoğunlukla yeni medyadaki gazetecilikteki ilkeler için de geçerli sadece onların güncel koşullara göre revize edilmesi gerekiyor. Aslında etik alanı biraz böyle sürekli gelişen bir alan olduğu için sürekli revizyon yapıp yeni hale getirmeniz lazım ilkeleri (Süleyman İrvan, 10.02.2021).

Yanlış bilgi insanlık tarihi kadar eskidir ancak günümüzde yanlış bilginin hızlı yayılması çok daha büyük problemlere neden olmaktadır (Metzger & Flanagin, 2013, s. 210). Haberin birkaç kaynaktan teyit edilerek yapılması gerektiğini ifade eden Burak Tatari (08.02.2021) de, yanlış bilginin yayılması konusuna dikkat çekmiştir:

Türkiye gibi ülkede özellikle, ortaya bir şey çıktığı zaman bunu birkaç kaynaktan teyit etmeden söylüyor olmak çoğu zaman yanlış bir bilginin yayılmasına aracılık etmenize hizmet edebilir. Hiç istemediğiniz bir durumda bulabilirsiniz kendinizi. Daha sonra özür dileseniz bile üzerinizdeki o güvenilmezlik her zaman kalacaktır. Dolayısıyla evet, insanı çok çeken bir şey son dakika haberleri. (...) Çok daha temkinli, çok daha soğukkanlı durmaya çalışıyoruz ki bir yanlışın parçası olmayalım (Burak Tatari, 08.02.2021).

Yeni medya ekosisteminde, tüm olguların doğrulanması büyük bir çaba gerektirmektedir (Evers, 2010). Bu noktada Süleyman İrvan (10.02.2021), medyanın ciddi bir güven sorunuyla karşı karşıya kaldığını, okunan haberlerin gerçek mi değil mi konusunda okurun şüpheye düştüğünü vurgulamaktadır:

Ben bazen haber okuduğumda bazen diyorum ki "bu haber gerçek olabilir mi?" Bir güven kaybı oluşmuş hepimizde. Ben paylaşmaya cesaret edemiyorum bazen. Çünkü diyorum ki yanlış çıkma ihtimali var haberin. Halbuki medyanın, ciddi medya kuruluşlarının böyle bir riske girmemesi lazım. Paylaştıkları zaman bir haberi, artık ona itimat etmemiz lazım. (...) Bence gazetecilerin kısa vadeli değil de uzun vadeli düşünmesi lazım ve bu haberciliğin gazetecilik mesleğine verdiği zararı değerlendirmesi lazım. Çünkü yani bir süre sonra artık toplumun size olan güveni kaybolmaya başlıyor. Aslında uzun vadede gazetecilik kaybediyor. İllaki doğru düzgün haberlere ulaşmamız lazım. Bu da gazetecilerin görevi (Süleyman İrvan, 10.02.2021).

Paylaşılan bu bulgulardan hareketle, geleneksel gazetecilikteki etik ilkelerin günümüzde de gerçekliğini koruduğu fakat günümüz koşullarına göre uyarlanmaları gerektiği sonucu çıkmaktadır. Dijital iletişim teknolojilerinin gelişmesi sonucunda ortaya çıkan yeni teknikler -İrvan'ın belirttiği, fotoğrafta manipülasyon yapabilmeyi sağlayan- ve araçlar habercilikte yanlış bilgi üretimine neden olabilmektedir. Bu nedenle yeni doğrulama yöntemlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Etik ilke aynı kalırken, bu ilkeyi korumak için yeni araçlara ve bu araçları kullanma becerisine sahip olmak gerekmektedir.

Yalan haberin, yanlış bilginin sosyal medya platformları ve haber siteleri aracılığıyla hızla yayıldığı günümüzde, haberlerin doğrulanması ihtiyacı doğmuştur. Çeşitli doğrulama araçlarını ve yöntemlerini kullanarak okurun doğru enformasyona ulaşmasına yardımcı olmak amacıyla Türkiye’de pek çok doğrulama platformu ortaya çıkmıştır.

Alandaki ilk girişimlerden birisi doğrulukpayi.com adlı oluşumdur. 2013 yılında, Ortak Gelecek İçin Diyalog Derneği'nin girişimiyle kurulmuştur (<http://www.dogrulukpayi.com/>). Siyasi partilerin seçim vaatleri, siyasilerin demeçleri, gündeme dair söylemler gibi konularda doğruluğu ölçmek amacını taşımaktadır. Kendilerini bir “köşe yazarı yanlışlama girişimi” olarak tanımlayan, köşe yazarlarının yazdıklarının doğrulandığı Malumatfuruş ise 2015 yılında kurulmuştur. Malumatfuruş'ta ayrıca gündemdeki haberlerle ilgili doğrulama da yapılmaktadır. (<http://www.malumatfurus.org/hakkinda/>). Teyit Medya Araştırmaları tarafından, 2016 yılında kurulan bağımsız girişim teyit.org, bir diğer haber doğrulama platformudur. teyit.org, sosyal medyada gündem olan, yaygın medyada yer alan şüpheli bilgilerden şehir efsanelerine pek çok alanda doğrulama yapmaktadır (<https://teyit.org/>). Bunun yanı sıra 54ezenfo.org. adlı internet sitelerinde kendilerini “kamuoyunun faydası için dezenformasyon ve bilgi kirliliğiyle mücadele eden bağımsız bir girişim” olarak tanımlayan (<https://dogrula.org/>) bir platform da bulunmaktadır. Bir diğer doğrulama platformu ise “Şüpheli ve temelsiz iddiaları irdelemek” amacıyla gönüllü olarak çalışanların oluşturduğu Yalansavar adlı platformdur (<https://yalansavar.org/>). Doğru enformasyona ulaşmayı engelleyen, dezenformasyon ve misenformasyon kavramlarıyla tanımlanan etkenler, medya ekosisteminde yalan haberin nasıl üretildiğine ilişkin bilgi

vermesi açısından önemlidir. Bu bağlamda öncelikle enformasyon, dezenformasyon ve 55ezenformasyon kavramını açıklamak gerekmektedir.

1.5.1.3.1 Dezenformasyon ve Mezenformasyon

Dezenformasyon ve 55ezenformasyon kavramlarını açıklamadan önce enformasyon kavramına değinmek faydalı olacaktır. Enformasyon, Türkçe sözlükte, “danışma, tanıtma”, “haber alma, haber verme, haberleşme” (Türk Dil Kurumu 2021) olarak tanımlanmaktadır. Enformasyon kavramı günümüzün “bilgi toplumu”, “enformasyon toplumu”, “bilişim toplumu” gibi kavramlarla anılan, dijital toplumunda veri ve bilgi kavramlarıyla ilişkilendirilerek de açıklanmaktadır. Cem Sütçü ve Çiğdem Aytekin enformasyon kavramını açıklamadan önce veri kavramına dikkat çekmişlerdir: Onlara göre veri, bir olayın sonucunda ortaya çıkan durumdur. Veri, gerçektir ve bir olay sonucu ortaya çıktığı için geçmiş zamana aittir; o olayı tanımamızı sağlayan unsurları oluşturmaktadır. Enformasyon ise söz konusu olayı duyduğumuzda veya okuduğumuzda ortaya çıkan şeydir. Yani böyle bir durumda veri, enformasyona dönüşmektedir. Bilgi kavramı ise enformasyonun alıcı için taşıdığı anlamdır (Sütçü ve Aytekin, 2018, s. 39-41). Aktaş veriyi geçmişteki; enformasyonu bugünkü ve bilgiyi gelecekteki karar alma süreçleri olarak açıklamaktadır (Aktaş’tan akt. Medeni ve Aktaş, 2010). Günümüzde kaynağı yeterince doğrulanmadan paylaşılan haberler yanıltıcı olabilmektedir. Bu bağlamda enformasyon kaynağı, doğru bilgiye ulaşmada önemli role sahiptir.

Dezenformasyon ve 55ezenformasyon kavramları “manipülasyon, parodi, çarpıtma, taklit, uydurma, hatalı ilişkilendirme, bağlamından koparma gibi kavramlarla birlikte ele alınmaktadır (Wardle’dan akt. Binark vd., 2020, s.14). “Yanlış Bilgileri Çürütme El Kitabı 2020”de dezenformasyon, “kasıtlı olarak yanıltma amacı güdülen yayılan yanlış bilgiler”, olarak tanımlanmaktadır (Lewandowsky ve diğer., 2021. S. 5). Enformasyon akışının anlık olarak yaşandığı günümüzde, dezenformasyonun yayılımı da kontrolsüz bir şekilde olmaktadır. Binark vd., COVID-19 pandemisi döneminde 65 yaş üstü bireylerin enformasyona erişimleri ve bu konudaki eşitsizlikleri ele aldıkları çalışmalarında bu duruma değinmektedirler. Binark vd., doğru enformasyona erişimin,

dezenformasydan korunmayı sağladığını, üstelik pandemi gibi bir dönemde hayati öneme sahip olduğunu belirtmektedirler (Binark vd., s.27).

Gazetecilik mesleğinin temel ilkelerinden olan doğruluk, günümüzde yapılan gazetecilikte sekteye uğramıştır. MIT'nin yaptığı ve Science Dergisi'nde yayınlanan bir çalışmaya göre, yalan haberin sosyal medya platformlarında yayılma hızı, doğru habere oranla altı kat daha fazladır. Çalışma, yalan haberin Twitter'da yayılma ihtimalinin, doğru habere göre yüzde 70 daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. (Bilecen ve Bayraktutan, 2018). Gazeteciliğin etik ilkelerinden olan kaynağın doğrulanmadan paylaşılması ilkesinin günümüzde ihmal edildiğini belirten Burak Tatari (2021), bu bağlamda yalan haberlerin sosyal medyada yayılımına dikkat çekmektedir:

Sosyal medya dezenformasyon, mezenformasyon kaynağı olmuş durumda ve engellenemez bir şekilde (...) Çeşitli kurumlar ama buna eski geleneksel medyayı katmıyorum artık onların öyle dertleri kalmadı ama medyascope gibi kurumlar bu etik ilkeleri hala korumaya bu değerlere göre yayın yapmaya çalışsa da ülke genelinde çok fazla dezenformasyon var. Ve bunların teyidini yapmak kolay değil. Yetmek kolay değil (Burak Tatari, 08.02.2021).

Tatari'nin de belirtmiş olduğu mezenformasyon kavramı “kasıtlı olarak yanıltma amacı olup olmadığına bakılmaksızın yayılan yanlış bilgiler” olarak tanımlanmaktadır (Levandowsky ve diğer., 2021. s. 5). Kullanıcıların aktif olarak içerik ürettiği, haberlerle etkileşime geçebildiği yeni medya ortamında mezenformasyonun yayılması kaçınılmaz olmaktadır.

1.5.1.4. Kullanıcı Türevli İçerik ile Çalışmak

Web 2.0. platformları ses, yazı, video, metin gibi farklı öğelerin kullanıldığı platformlardır. Web 1.0'dan Web 2.0'a geçişle birlikte bireyler sosyal medya, blog siteleri, YouTube gibi platformlarda kendi içeriklerini üretip paylaşabilmektedirler. Örneğin bir haber kaynağı olarak sosyal medya platformlarında, bireylerin paylaştıkları bazı içerikler gazetecilerin dikkatini çeken, haber değeri taşıyan enformasyon olarak kullanılmaktadır. Kullanıcı türevli içerik üretimi ilk olarak; gündelik yaşam, müzik, sinema vb. konularda görüşlerin paylaşıldığı bir etkileşim ortamı olan bloglarda görülmüştür ve alternatif bir haber kaynağı olma potansiyeline taşımaktadır (Grosser vd'den akt. Çalışkan, 2016). Geleneksel habercilikte eşik bekçisi olarak görev alan

editörler, bir haberin nasıl verileceği hakkında söz sahibi iken günümüzde dijital teknolojilerin etkisiyle, yurttaşların paylaşımı editörün kontrolünden bağımsız bir şekilde dolaşıma sokulmaktadır. Dolayısıyla eşik bekçilerinin haber üzerindeki gücü azalmıştır (Bowman & Willis'den akt. Çalışkan, 2016).

Mutlu Binark ve Koray Löker, kullanıcı türevli içeriğin bireylerin yeni medya okuryazarlığı ile ilgili becerilerinin gelişmesini sağladığını ve böylelikle ifade özgürlüğünü artırdığını belirtmişlerdir. Ayrıca yeni medya okuryazarlığı sonucunda yurttaşlar, kamusal alanda siyasal üretime katılma fırsatı yakalamaktadırlar (Binark ve Löker, 2011, s. 11). Özellikle Occupy Wallstreet, Arap Baharı gibi yeni toplumsal hareketler sırasında yurttaşlar, yaymış oldukları içeriklerle siyasal eylemin bir parçası olmaktadır. Alternatif medya platformları, bu içerikleri haber kaynağı olarak kullanmaktadır. Bununla birlikte kullanıcı türevli içeriklerin, kullanıcının rızası olmadan paylaşılması etik sorunlara zemin hazırlamaktadır.

Gazeteci Engin Esen (09.02.2021), sosyal medyada paylaşılan bir içeriğin yayınlanma izninin olmadığını, fakat bu konuda halen kesin bir yargıya varılmadığının altını çizmektedir:

Yani Twitter'dan gördüğünüz bir şeyi alıp yayınlama hakkınız yoktur. Pek çok mecrada görüyoruz, Twitter'dan yayınlanmış bir şey kamuya mal olmuştur diye kabul edildiğine de denk geliyoruz. Burası sanırım biraz gri bir alan. Onu paylaşan kişi ya da kurum, yayınlama hakkı verdi mi vermedi mi bize, bu tartışmalı bir süreç (Engin Esen, 09.02.2021).

Faruk Bildirici (23.02.2021) ise kaynağın, isminin gizli tutulmasını istediği her durumda gerek Türkiye'deki basın yasası gerekse Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nin kararları ışığında, açıklanmayacağını altını çizmektedir:

(...) Eğer kaynak isminin gizli tutulmasını istemişse ya da koordinatlarının verilmesini istememişse vermeyiz. Tek koşulla gizli tutulması istenen kaynak açıklanabilir: Eğer kaynak sizi yanıltmışsa. Yani bilgi verdi, yanlış olduğu çıktı ortaya, o zaman açıklayabilirsiniz. Aksi halde asla açıklanmaz. Zaten Türkiye'de basın yasası dahil olmak üzere, gazetecinin kaynağını açıklamaması ilgi ilgili özel hükümler var. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi kararlarında da gazetecinin haber kaynağıyla ilişkisinin gizli tutulmasına ilişkin hem karar var hem de gazetecinin haber kaynağının gizli tutulmasının basın özgürlüğüyle yakın ilişkili olduğuna dair ifadeler var zaten (Faruk Bildirici, 23.02.2021).

Bildirici, Amerika’da 1972 yılında ortaya çıkan ve dönemin başkanı Richard Nixon’ın istifa etmesine neden olan Watergate Skandalı’nı örnek vererek, kaynağın gizli tutulmasının kişiyi koruduğunu belirtmektedir:

Örneğin Bob Woodward’un Amerika’da Watergate olayında “derin gırtlak” denilen kişiyi koruması gibi. Orada gizli kaynak olarak veriyor tabii ki. Neden, çünkü açıklarsa o insanın hayatı tehlikeye girecek. O nedenle yapıyor. Bir de, bu bilgileri verirken iki şeyi ayırmak gerekiyor: Aktardığınız şey bilgi mi, düşünce atfetmek mi? Kaynağı gizli kişiye atfen düşünce aktarımı yapamazsınız. Yani x kişi falan siyasinin, iyi bir kişi olmadığını söyledi diyelim. O kişinin ismini vermezseniz noluyor, onun düşüncesini aktarmasına aracılık etmiş oluyorsunuz (Faruk Bildirici, 23.02.2021).

Burak Tatari (08.02.2021) de kaynağın kişinin izni olmadan paylaşılmamasının gazeteciliğin temel ilkelerinden biri olduğunu ifade etmektedir:

Tabii ki... Eğer kaynak bizim onu söylememizi istemiyorsa -ki zaten gazeteciliğin temel ilkelerinden biri kaynağın gizli kalması- söylemiyoruz. Ama adının açık olmasını uygun görüyorsa da ismiyle birlikte yayınlıyoruz tabii ki (Burak Tatari, 08.02.2021).

Kaynağın gizli tutulması, gazetecilikteki temel etik ilkelerden birisidir. Dönüşen gazetecilikte bu ilke, kişisel verilerin korunması temelinde tartışılmaya başlanmıştır. Veri artışının kontrol edilemez olduğu bir dönemde, kullanıcı gizliliği veri gazeteciliğinde de etik sorunlara neden olmaktadır. Tez çalışması boyunca bahsedilen bilgiler ışığında veri gazeteciliğinde etik sorunların neler olduğu aşağıda serimlenmeye çalışılacaktır.

1.6. BÖLÜM DEĞERLENDİRMESİ

Dijital iletişim teknolojileriyle birlikte geleneksel gazeteciliğin etik ilkeleri yetersiz kalmaktadır. Yeni etik ilkelere ihtiyaç duyulurken, gazeteciliğin temel etik ilkeleri olan doğruluk, tarafsızlık, kaynağın belirtilmesi gibi ilkeler günümüzde de mesleğin temelini oluşturmaktadır. 1990’lı yıllarla birlikte internetin habercilikte kullanımı, tek bir platformda hiper bağlantılarla birden çok haber yapabilme, kaynaklara kolay ulaşabilme ve en önemlisi okuyucuyla etkileşime geçebilme gibi olanaklar sağlarken; günümüzde sosyal medya platformlarının yaygınlık kazanmasıyla haber üretiminde yeni imkanlar ortaya çıkmış, bireylerin paylaştıkları içerikler haber kaynağının kendisi haline gelmiştir. Bununla birlikte gazeteci aynı anda hem muhabir, hem redaktör, hem kameraman hem

de editör gibi birden çok görevle kuşanmıştır. Akışın saniyelerle değiştiği günümüzde, en hızlı haberi yapmak, haber platformunun “tıklama” almasını sağlamak -gazetecilerin üzerindeki zaman baskısının da etkisiyle- neredeyse haber yapmanın önüne geçmiştir. Böylelikle “kopyala-yapıştır” denilen, haber kaynağının sorgulanmadan verildiği ve yanlış bilginin yayılmasına yol açan bir habercilik anlayışı ortaya çıkmıştır.

Gazetecilikte, her meslekte olduğu gibi o mesleğin icra edilmesi için gereken ilkelere ihtiyaç duyulmuştur. Gazetecilik meslek ilkeleri, Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’nde belirtilmiştir. Bunun yanı sıra gazetecilikte evrensel meslek ilkeleri bulunmaktadır. Bunlar nesnellik, doğruluk, tarafsızlık, özel hayatın gizliliği gibi ilkelerdir. Nesnellik ilkesi, haberi pozitivist bir anlatıya dönüştürmesi açısından eleştirilmektedir. Özel hayatın gizliliği ve doğruluk ilkelerinin günümüz gazeteciliğinde de geçerliliğini koruduğu görülmektedir. Özellikle doğruluk ilkesi, bilginin hızla yayıldığı internet haberciliğinde dikkat edilmesi gereken bir ilkedir. Gazetecilikte bu ilkelerin uygulanışıyla ilgili iki farklı görüş bulunmaktadır. Bunlardan ilki gazetecinin etik ilkelere uymada bireysel bir sorumluluğa sahip olduğu görüşüdür. Bu görüşe göre herhangi bir etik ihmal, tamamen gazetecinin sorumluluğundadır. Gazeteci, mesleğini amacına uygun icra etmelidir. Bir diğer görüş ise gazetecinin toplumsal koşullardan bağımsız düşünemeyeceği görüşüdür. Bu görüşe göre ekonomi-politik yapı, gazetecilik mesleğinin icrasına etki etmektedir. Bu tez çalışması her iki görüşün de gazetecilikte etik ilkelerin hayata geçirilmesinde dikkate alınması gerektiğini savunmaktadır. Öte yandan bu bölümde bahsi geçen ilkeler, veri gazeteciliğinde etik sorunların çözümü için yetersiz kalmaktadır. Bazı ilkeler veri gazeteciliğinde etik sorunların çözümü için başvuru rolüne sahip görülmele birlikte, veri gazeteciliği için yeni bazı etik ilkeler oluşturulmalıdır.

2. BÖLÜM

VERİ GAZETECİLİĞİ: YENİ BİR HABERCİLİK PRATIĞI MI YOKSA MEVCUT HABER PRATIĞININ DEVAMI MI?

Veri gazeteciliğini daha önce duymamış olan bireyler, -veri haberlerine sık maruz kalmadıkları için -bu haberciliği yeni bir tür olarak düşünmektedirler. Oysa gazetecilik tarihine baktığımızda çok eski dönemlerde veri gazeteciliği haberleri yapıldığı görülmektedir. Veri gazeteciliği ile ilgili mevcut tez çalışmaları da veri gazeteciliğini yeni bir haber türü olarak görme eğilimindedir. Bu tez çalışması veri gazeteciliğinin ortaya çıkışını bilgisayar destekli gazetecilik ve bilimsel gazetecilikle birlikte açıklayarak, veri gazeteciliğinin mevcut bir haber pratiğinin devamı olduğunu savunmaya çalışacaktır. Öncelikle veri gazeteciliğinin tanımına bakmak gerekmektedir.

2.1. VERİ GAZETECİLİĞİNİN TANIMI

Gazeteci ve akademisyen Paul Bradshaw, *Veri Gazeteciliği El Kitabı'nda (Data Journalism Handbook)*, veri gazeteciliğini en basit anlamıyla “verilerle gazetecilik yapmak” olarak tanımlamaktadır. Daha geniş anlamıyla, şeffaf gazetecilik, artırılmış gazetecilik gibi tanımların da kullanılabileceğini ifade eden Bradshaw’a göre veri gazeteciliği, dijitalleşen haber merkezlerini dönüştüren, bilinç değişikliği yaratan bir gazetecilik türüdür (2012). Philip Meyer’e göre veri gazeteciliği ise, veri ile çalışmayı bilen kişilerin uyguladığı “hassas gazeteciliğin özüdür” (Meyer’dan akt. Royal ve Blasingame, 2015). Veri gazetecisi ve yazar Simon Rogers ise veri gazeteciliğini yeni dönemin elektronik habercilik eğilimlerinden biri olarak görmektedir (2013). Veri gazeteciliğini tanımlamak için öncelikle verinin tanımına bakmak gerekmektedir.

2.1.1. Verinin Tanımı

Etimolojik olarak veri kelimesi, Latince "vermek" anlamına gelen "dare" kelimesinden türetilmiştir. Bu anlama göre veri, farklı şekillerde ölçülebilen ve kaydedilebilen ham bir fenomen olarak görülmektedir. Bununla birlikte veri kelimesi, kelimenin işlevsel

kullanımı düşünüldüğünde Latince almak anlamına gelen "capare" kelimesiyle daha çok uyuşmaktadır (Kitchen, 2014) Kitchen, veri kelimesi tarihte datumdan (verilen) ziyade captum (alınan) kelimesiyle ifade edilmelidir, demektedir: Bilimin perspektifinden bakınca, veriler doğanın bilim insanlarına verdiği nüveler değil; bilim insanlarının doğadan aldıkları şeylerdir. Veriler potansiyel olarak verilebilecek şeylerin tümünden almayı seçtiğimiz şeylerdir. Bu nedenle, veriler doğuştan kısmi, seçici ve temsilidirler (30). Rosenberg veri kelimesinin (data) İngilizcede ilk olarak 17.yüzyılda kullanıldığını vurgulamaktadır (Akt Kitchen, 2014). TDK Güncel Türkçe Sözlüğünde veri, “bir araştırmanın, bir tartışmanın, bir muhakemenin temeli olan ana öge, muta, done” olarak tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr). Merriam-Webster Dictionaries ise veriyi muhakeme, tartışma veya hesaplama yapmada temel olarak kullanılan, gerçeğe dayalı (ölçümler veya istatistikler gibi) bilgi olarak tanımlamaktadır (www.merriam-webster.com). Data Journalism Hand Book ise günümüz dijital çağında fotoğrafların, seslerin, videoların; kariyer geçmişimizin, arkadaş çevremizin, gizli belgelerin yalnızca iki sayıyla tanımlandığını belirtmektedir: sıfırlar ve birler. Dolayısıyla 20.yüzyıl gazeteciliğinde veri denilince akla elektronik bir tabloda toplanmış herhangi bir sayı topluluğu gelirken, günümüz gazeteciliğinde cinayetlerin, hastalıkların, yolsuzlukların, siyasi oyların kısacası hemen hemen her şeyin sıfır ve birlerle ifade edildiği dijital verilerden söz edilmektedir (2012, s. 2).

2.1.1.1. Büyük Veri

Büyük veri kavramı ilk kez 1997 yılında düzenlenen Proceedings of the 8th Conference on Visualization adlı konferansta, “Application- Controlled Demand Paging for Out-of-core Visualization” adlı makalede kullanılmıştır (akt. Cox ve Ellsworth, 1997, s.235). Büyük veri geleneksel veri analiz yöntemleriyle işlenemeyen, farklı hacimlere sahip ve heterojen veriyi tanımlayan bir kavramdır (akt. Aktan) (Gahi, Guennoun ve Mouftah, 2016, s. 953). Diebold, Big Data Dynamic Factor Models for Macroeconomic Measurement and Forecasting adlı çalışmasında büyük veriden, fizik, biyoloji ve sosyal bilimlere dâhil olmak üzere, birçok bilim alanında kendisinden yararlanılması gereken bir “fenomen” olarak bahsetmektedir (Diebold’dan akt. Aktan, 2016, s. 3). Seth C. Lewis ve Oscar Westlund (2015) ise büyük veriyi sosyal, kültürel ve teknolojik bir fenomen olarak

görmektedirler. Büyük veriyi karakterize eden bu üç dinamiği boyd ve Crawford'dan alıntılararak (2015, s. 2) şu şekilde ifade etmektedirler:

- Teknoloji: Hesaplama gücünü, büyük veri kümelerini toplamak, analiz etmek, bağlantılandırmak ve karşılaştırmak için en üst seviyeye taşımak.
- Analiz: Sosyal, teknik ve yasal iddialarda bulunabilmek amacıyla, büyük veri setlerindeki örüntüleri ortaya koymaya çalışmak.
- Mitoloji: Büyük veri kümelerinin, daha önce nesnellik, doğruluk ve gerçeklikle üretilemeyecek kadar zengin bir bilgi içerdiğine ve yüksek bir zekanın ürünü olduğuna dair yaygın bir inanç.

Zinderen, Lokke'den alıntılararak, büyük veri kavramının hacim, hız ve çeşitlilikle açıklandığını belirtmektedir: Hacim verilerin büyüklüğünü, hız büyük verinin ne kadar hızlı işlendiğini, çeşitlilik ise video, metin, e-posta gibi farklı formatlardaki verileri ifade etmektedir. Bu kavramlara ek olarak, SAS Enstitüsü tarafından, değişkenlik ve karmaşık kavramları eklenmiştir. Değişkenlik, büyük verinin nasıl ele alınacağını, karmaşıklık ise veriler arasındaki bağlantıları anlamayı ve işlemeyi belirtmektedir. (Akt. Zinderen, 2019, s.11).

2.1.1.2. Açık Veri

Open Definition.org, açık veriyi “herhangi bir yasal sınırlama olmaksızın herhangi biri tarafından ücretsiz, serbestçe kullanılan ve dağıtılabilen bilgi” olarak tanımlamaktadır (The Open Definition). The full open definition bu tanımlamayı açarak açık verinin şu özelliklerini ortaya koymuştur:

- Ulaşılabilirlik ve Erişim: Veri, internette belirli bir ücret karşılığında indirmeye gerek duyulmadan, ulaşılabilir olmalıdır. Ayrıca veri, yeniden düzenlenebilir formatta olmalıdır.
- Yeniden Kullanma ve Yeniden Dağıtım: Veri, diğer veri setleriyle birlikte kullanmayı da içeren; yeniden kullanım ve yeniden dağıtımına izin vermelidir.

- Uluslararası Katılım: Herkes veriyi kullanma, yeniden kullanma ve yeniden dağıtma hakkına sahip olmalıdır; belirli kişilere ya da gruplara ayrımcılık yapılmamalıdır (Open Definition 2.1).

2.1.1.3. Açık Hükümet Verisi

Açık hükümet verileri, kamu sektörünün ürettiği veriler olarak tanımlanmaktadır. Bu verilerin herhangi bir kısıtlama olmadan makineler tarafından okunabilen, kullanılabilen ve yeniden kullanılabilen veriler olmaları gerekmektedir (Eroğlu, 2017). Teknolojik gelişmelerin ışığında, devletlerin yönetim anlayışları açısından yeni bir katma değer olarak görülen açık hükümet verileri, kamu sektöründeki tüm paydaşlara (bireylerden, sivil toplum kuruluşlarına) fayda sağlamaktadır (Vickery'den akt. Eroğlu, 2017).

2.1.1.4. Yapılandırılmış, Yapılandırılmamış, Yarı Yapılandırılmış Veri

Cem Sütçü ve Çiğdem Aytekin, yapılandırılmış veriyi en basit haliyle bir Excel tablosu olarak ifade etmektedirler (2018).

Adı Soyadı	Müşteri No	Doğum Tarihi	Eğitim Durumu	Çalıştığı Sektör	Medeni Hali
Ahmet Koç	3759949	20.10.1981	Lisans	Eğitim	Bekar
Ayşe Deniz	3864567	11.08.1975	Ortaöğretim	Üretim	Evli

Tablo 2: Yapılandırılmış Veri Biçimi: Müşteri Verisi Örneği

Örneğin müşteri bilgilerinin yer aldığı bu tablo, her bir sütun başlığının içeriğine uygun, yapısı belli bir değer içermektedir. Bu tabloda eğitim bilgisi, ilköğretim, ortaöğretim, lisans gibi seçeneklerle sınırlanmıştır. Dolayısıyla yapısı belirlidir. Yapılandırılmamış veri ise her türlü ses dosyası, resim, pdf dosyalar, e-postalar, sosyal medya verileri olarak ifade edilmektedir. Örneğin bir müşterinin bir marka hakkındaki fikirlerini ifade eden yorum, yapılandırılmamış veridir. Yarı yapılandırılmış veri ise müşteri verisi tablosunda

bir sütun daha açarak müşterinin yorumu kısmına yer verildiğinde ortaya çıkan, analiz edilemeyen veridir (2018, s. 90-93). Veri, açık veri, büyük veri, hükümet verisi gibi kavramlar hem veri gazeteciliğini anlamak hem de tez çalışması boyunca sık kullanılacakları için açıklanmıştır. Bu kavramların ardından artık veri gazeteciliğinin nasıl ortaya çıktığına göz atılacaktır.

2.2. VERİ GAZETECİLİĞİNİN ORTAYA ÇIKIŞI

Veri gazeteciliğini, tek başına bir olgu olarak açıklamak yerine bilgisayar destekli gazeteciliğin devamı olarak tanımlamayı tercih eden gazeteciler bulunmaktadır (Coddington, 2015). Jonathan Gray, Liliana Bounegrou ve Lucy Chambers, veri gazeteciliği ve veri setlerini analiz etmek için bilgisayarlardan yararlanılarak yapılan geleneksel gazetecilik pratikleri arasındaki ilişkiye dair tartışmaların devam ettiğini vurgulamakta ve habercilikte verilerin kullanılmasının uzun bir geçmişe sahip olduğunu belirtmektedir: Veri gazeteciliği dediğimiz şeyin haberleri zenginleştirmek için veri toplama ve analiz etmede bilgisayarların kullanıldığı ilk sistematik yaklaşım olan “bilgisayar destekli habercilik” (computer-assisted reporting) olabileceğini ifade etmektedir (2012). Kavramsal tartışmalara bakıldığında, veri gazeteciliğinin yeni bir habercilik türü olmaktan ziyade, haberleri hikayeleştirmek için belirli teknolojik araçları kullanma becerisi gerektiren bir tür olduğu görüşü yaygındır. İnternetin gelişimi, bilgisayarların gazetecilikte kullanılmaya başlanması, veriye erişimin kolaylaşması, veri setlerini görselleştirmeye dair merakın artması, açık veri hareketi gibi gelişmeler bu pratiğin hayata geçmesini sağlamıştır (Hewett ve Rogers, 2013).

Veri gazeteciliği ve bilgisayar destekli haberciliği son dönemin elektronik habercilik eğilimleri olarak gören Simon Rogers, habercilikte verilerden faydalanmanın verinin var olduğu tarih kadar eskiye dayandığını belirtmektedir. İlk veri gazeteciliği örneği Rogers’ın işaret ettiği gibi, 1821 yılında *The Guardian*’da yer alan, Manchester ve Salford’daki okullara kayıtlı olan öğrenci sayısını ve kaç öğrencinin ücretsiz eğitim

aldığı bilgisini içeren bir tablodur. Rogers'a göre bu haber resmi kaynaklarda belirtilenden daha çok sayıda ücretsiz eğitim gören öğrencinin olduğunun bilinmesine katkı sağlamıştır (2013). Tablo, bugünkü örneklerine göre “basit” olarak görülse de, belirtilen şehirlerde kaç dezavantajlı öğrencinin yaşadığını ortaya koyması, kentsel eşitsizlikleri öne çıkarması bakımından önem teşkil etmektedir. Doktor John Snow’un 1854 yılında Londra’da ortaya çıkan kolera salgınının bulunduğu yerlerin taramasını yaptığı çalışma, büyük veri ile yapılan bir grafik çalışmasıdır. Snow’un yaptığı bu araştırmayla, salgının Broad Street’teki su pompasının olduğu bölgede ortaya çıktığı görülmüştür. Bu haritalama sayesinde kolera hastalığının nedeni açığa çıkmış böylelikle salgının yayılması önlenmiştir (Lokke, 2018, s. 59).

Veri gazeteciliğinin bir diğer kilometre taşı ise 1960’ların sonlarında Amerika’da doğan bilgisayar destekli haberciliktir (Bril, Valeeva ve Radchenko, 2016). İlk örneği ise 1952’de CBS’de yayınlanan, başkanlık seçimlerinin sonuçlarını tahmin etmek üzere gerçekleştirilen haber çalışmasıdır (Gray, Bounegru ve Chambers, 2012). Ardından, on beş yıl sonra, Philip Meyer, 1967’deki Detroit isyanlarını takip etmek için IBM 360 bilgisayar sistemini kullanmıştır. Meyer’in bilgisayar aracılığıyla veri setini incelediği ve Detroit isyanlarını çıkaranları ortaya koyduğu bu haber Pulitzer Ödülü’nü kazanmıştır. Bir haber merkezinde, sosyolojinin ve davranış bilimlerinin araştırma yöntemlerini kullanarak yapılan bu haber, alandaki ilk girişimlerden olmuştur. Philip Meyer bu tür haberciliği, kitabına da adını veren “Precious Journalism”, “Hassas Gazetecilik / Bilimsel Gazetecilik” olarak tanımlamıştır (Bril, Valeeva ve Radchenko, 2016). Günümüzde ise veri gazeteciliğinin adından söz edilmeye başlanması, 2010 yılında Irak ve Afganistan’daki savaşa dair doksan iki bin gizli belgenin sızdırıldığı Wikileaks ile olmuştur (Carson, 2019). 2010 yılının ardından haber merkezleri veri haberciliğini denemeye devam etmişlerdir. Berlin’deki Zeit Online, 2011 yılında çeşitli projeler ortaya koymuştur. Paris’teki Le Monde, yine aynı yıl OWNI adlı veri gazeteciliği platformundan bir geliştirici-gazeteciye göreve başlatmıştır. Avrupa’daki pek çok küçük ve büyük çaplı haber merkezi veri gazeteciliği araçlarını ve tekniklerini denemiştir. Zeit Online, 2012 yılında “developer-journalist”, “geliştirici-gazeteci” pozisyonlarını yaratmıştır. Zürih’te Neue Zürcher Zeitung, aynı yıl başında Sylke Grunwald ile özel bir veri gazeteciliği ekibi oluşturmuştur. Financial Times, Londra’da

etkileşimli ekibini 2013 yılında Martin Stabe'nin rehberliğinde yeniden organize etmiştir. Heilbronn'daki Stimme.de veya Belçika'daki bir bölgesel gazete grubu olan L'Avenir gibi bölgesel satış noktaları, 2013'ten beri veri haberciliği ile alakalı programları sürdürmektedirler. Bu durum, haber merkezinin büyüklüğü ile veri haberciliği yapmak arasında bir doğru orantı olmadığını göstermektedir. Örneğin veri gazeteciliğini ilk deneyenlerden Le Monde ve Le Figaro gibi bazı medya kuruluşları, geliştiricilerin ve gazetecilerin birlikte çalışabilecekleri ekipler oluşturmamışlardır. Yani oradaki veri gazeteciliği faaliyetleri kolektif olarak değil, birbirinden bağımsız gerçekleşmiştir (Bril, Valeeva ve Radchenko, 2016). Haber merkezlerindeki üretkenliği azaltan ve yeni fikirlerin ortaya çıkmasını engelleyen bu yöntemin, veri gazeteciliğinin birlikte üretmeye olanak veren doğasına aykırı olduğunu söylemek mümkündür.

Wikileaks sızıntısının üzerinden 6 yıl geçmesinin ardından Panama Belgeleri, büyük bir veri sızıntısı olarak, Uluslararası Araştırmacı Gazeteciler Konsorsiyumu (ICIJ) tarafından ortaya çıkarılmıştır. Dört yüze yakın gazetecinin 2.6 terebayt büyüklüğündeki belgeleri haberleştirdiği Panama Belgeleri dikkatli, sistemli ve planlı bir çalışmanın ürünüdür. Belgelerle, dünya liderleri, iş insanları, bürokratlar ve ünlülerin olduğu uluslararası düzeydeki vergi kaçırma, para aklama gibi yasadışı faaliyetler ortaya konmuştur. Büyük veri ile yapılan bir habercilik örneği olan Panama Belgeleri, 2017 yılında her yıl Columbia Üniversitesi tarafından verilen ve dünyanın sayılı gazetecilik ödüllerinden biri olan Plutzer Ödülü'ne layık görülmüştür. İstatistiklerle hikaye anlatmak olarak tanımlayabileceğimiz veri gazeteciliği, ilk ortaya çıktığı 1821 yılından bu yana günümüzde *The Guardian*, *New York Times* gibi sayılı haber kuruluşlarında ayrı bir birim olarak faaliyet göstermektedir. 19.yüzyılda başlayan bu habercilik biçiminin günümüz 21.yüzylında artarak devam etmesini, teknolojik gelişmelerle birlikte ortaya çıkan veri artışının ve sayılarla hikâye anlatmaya dair merakın bir sonucu olarak görmek mümkündür. Veri gazeteciliği bilgisayar destekli gazetecilik ve bilimsel gazeteciliğin özelliklerini bünyesinde barındırarak varlık göstermektedir.

2.2.1. Bilgisayar Destekli Gazetecilik

Bilgisayar destekli habercilik, 1960'ların sonlarında, teknolojik gelişmelerin sosyal bilimlerle buluştuğu Amerikan haber merkezinde doğmuştur (Bril, Valeeva ve Radchenko, 2016). İlk örneğinin 1952'de CBS'de yayınlanan, başkanlık seçimlerinin sonuçlarını tahmin etmek üzere gerçekleştirilen haber çalışması olduğu (Gray, Bounegru ve Chambers, 2012) bilgisayar destekli gazetecilik, günlük hikayelere bağlam ve derinlik kazandırabilmek için veri tabanları aracılığıyla veri analizi yapmak anlamına gelmektedir. (Houston 2015, s. 6). Veri gazeteciliğinin öncülü olarak kabul edilen bilgisayar destekli habercilikte veri tabloları ve hesap tabloları bilgisayar aracılığıyla haberleştirilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde 1970'li yıllarda haber merkezlerinde bilgisayarların kullanılması, haber üretimine etki etmiştir. 1989 yılında Bilgisayar Destekli Raporlama Ulusal Enstitüsü'nün (NICAR) kurulmasıyla birlikte habercilikte bilimsel teknikleri kullanan gazetecilerin sayısı artmıştır (Fink ve Anderson'dan akt. Furuncu, 2019, s. 34). Böylelikle Philip Meyer tarafından öne sürülen "Bilimsel Gazetecilik" anlayışı ön plana çıkmıştır.

2.2.2. Bilimsel Gazetecilik

Bilimsel gazetecilik, nesnellik vurgusuna ve veri analizine dayanan habercilik anlayışı olarak ifade edilmektedir (Erkmen, 2018). 1971'de ilk kez Evarette E. Dennis tarafından, Oregon Üniversitesi'nde verdiği bir seminerin parçası olarak ifade edilen Precision Journalism / Bilimsel Gazetecilik kavramı (Lavrakas, 2008), sosyal bilimlerin ya da davranış bilimlerinin araştırma yöntemlerinin gazetecilik mesleğine uyarlandığı bir gazetecilik türüdür. Philip Meyer *Bilimsel Gazetecilik* isimli kitabında, "gazetecinin; bir veri tabanı yöneticisi, veri işleyicisi ve veri analizcisi olması gerektiğini" ifade etmektedir (Meyer, 1998, s.1). Loffelholz (akt, Alver, 2007, s. 58) da gazeteciliği, "Kuram ve pratiğin birleşiminden oluşan bilimsel bir disiplin" olarak açıklamaktadır. Bill Kovach ve Tom Rosenstiel (aktaran, Alver, 2007, s. 34) gazeteciliği bir sistem olarak ele almaktadırlar ve "toplumun ihtiyaç duyduğu haberi sağlamak için insanların geliştirdiği bir sistem" olduğunu ifade etmektedirler. Günümüzde de haberleri verilere

dayandırarak yazmanın, haberin nesnellliğini artırdığını ve okuyucunun medyaya olan güvenini tazelediği görüşleri tartışılmaktadır (Rogers, Schwabish ve Bowers, 2017).

Vladimir de Semir ise “Bilimsel Gazetecilik: Sorunlar ve Bakış Açıları” başlıklı makalesinde gazetecilik ve bilimselliği birbirinden ayrı olarak ele almak gerektiğinden söz etmektedir: Semir (2000) gazeteciliğin belirli kurallarının (haber hızı verilmesi, verilen haberin yalnızca gerçeği yansıtması yani olasılıklara açık olmaması gibi) bilimin kurallarından ayrıştığını belirtmektedir. Bilim, birikimli olarak ilerlemektedir ve bilimsel bilgi olasılıklara dayanmaktadır. Çünkü yapılacak yeni araştırmalar yeni bilgi kırıntılarını ortaya çıkarmakta böylelikle araştırmanın sonuçları sürekli olarak değişmektedir. Ayrıca bir bilimsel bilgiye ulaşmak, bir habere ulaşmaktan çok daha uzun araştırmalar gerektirmektedir (s.125,126). Bu makalenin yazıldığı tarihteki gazeteciliği dikkate alırsak, günümüzden farklı olduğunu görebiliriz: 2000’li yıllar internet haberciliğinin yeni yeni yaygınlaştığı ve haberciliğin “geleneksel” kurallarının halen geçerli olduğu, basılı medyanın gücünün baskın olduğu bir dönemdir. Dolayısıyla habercilikte yeni olanaklar henüz ortaya çıkmamış, habercilik basılı ortamlardan dijital ortamlara taşınmıştır. Günümüz haberciliğine baktığımızda veri gazeteciliği gibi günlük değil de belirli bir araştırma sürecinin (verileri toplama, ayıklama, analiz etme, görselleştirme ve hikayeleştirme) sonucu olan, aylık ve hatta yıllık dönemleri kapsayan habercilik anlayışının “kabul gördüğünü” görmekteyiz. Bir veri haberi yapıldığı anda içerdiği konunun nihai görüntüsü vermemektedir: Haberle ilgili yeni verilere ulaşıldığında, sürekli olarak güncelleme yapılarak ulaşılan haber yeniden şekillenmektedir. Bu haliyle veri gazeteciliği, bilimin olasılıklara dayanan ve sürekli olarak değişip dönüşen yapısına uygundur, denilebilir. Peki günümüzde veri gazeteciliği nasıl yapılmaktadır? Veri gazeteciliği araçları nelerdir?

2.3. VERİ GAZETECİLİĞİNDE HABER ÜRETİM SÜRECİ

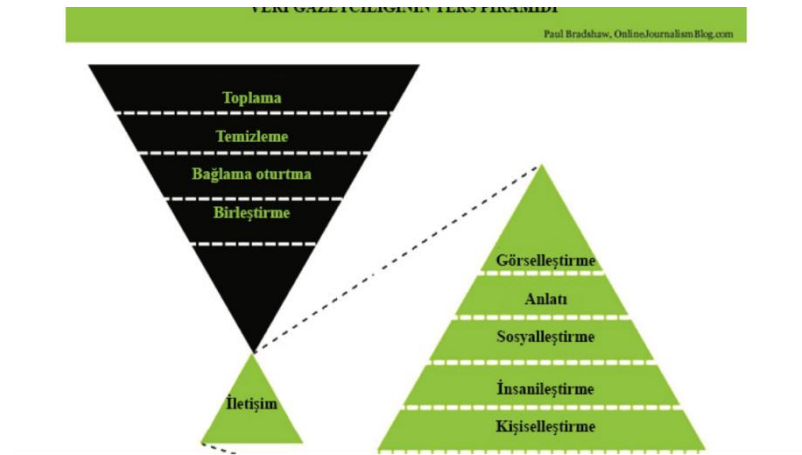
Veri gazeteciliğinde yeni araçlar ve yöntemlerle verilerin toplanması, filtrelenmesi, analiz edilmesi, görselleştirilmesi ve hikayeleştirilmesi gerekmektedir (Bradshaw, 2012). Programlamanın veri gazeteciliğinin özünü oluşturduğunu ifade eden Gray, Chambers, & Bounegru, binlerce doküman arasındaki bağlantıların kurulması, grafikler

aracılığıyla interaktif hikayelerin oluşturulması, verilerin işlenmesi ve bunların sonucunda hikayenin yaratılmasının bu özün süreçleri olduğunu belirtmektedirler (2012). Veri gazetecileri bu süreçler boyunca bazı konulara dikkat etmektedirler: Kullandıkları metodoloji, araştırdıkları verinin arka planının ne olduğu yani verinin doğruluğu ve yapılan analizin gerçekliği.

Veri gazeteciliğinde programlı çalışmanın önemini vurgulayan Robert Niles, enformasyonun kullanımıyla ilgili üç hususu vurgulamaktadır:

1. Enformasyonun Toplanması (Gathering information): Dokümanların incelenmesi, kaynaklara başvurulması gibi basit raporlama tekniklerinin kullanımı.
2. Enformasyonun Damıtılması (Distilling information): Editöryel aşama olan bilginin damıtılması süreci, hangi verinin önemli olduğuna ve birbiriyle bağlantılı verilerin hangilerinin olduğuna karar verilmesi süreçlerini içermektedir.
3. Enformasyonun Sunulması (Presenting information): Enformasyonun hikayeleştirilerek haber formatına getirilmesi ve yayınlanması sürecini ifade etmektedir (2006:28).

Yukarıda bahsi geçen bilgi kullanımının bu üç önemli yönü, veri gazeteciliğinin salt bir hikaye anlatısının yanı sıra habercilik yapısına uygun hale gelmesine yardımcı olmaktadır. Verinin haber dönüşüm sürecini betimleyen bu üç aşama veri gazeteciliğinin temelleridir.



Görsel 1: Veri gazeteciliğinin ters piramidi (Bradshaw, 2011)

Bradshaw, veri gazeteciliğini disiplinler arası iş birliğine dayalı yöntemleri barındıran, görsel iletişim yönelimli, etkileşimsellik ve kişiselleştirmenin temele yerleştiği, ağ tabanlı, kullanıcı türevli hikaye anlatımı formlarını beraberinde getiren bir habercilik pratiği olarak açıklamaktadır (2014, 202). Bradshaw (2010) veri haberciliğinin ters piramidi olarak uyarladığı çalışmasında veri haberciliğinde 5 temel süreçten söz etmektedir: Derleme (compile), temizleme (clean), bağlam (context), birleştirme (combine) ve iletme (communicate).

- Derleme aşamasında haberin kaynağını oluşturan veriye ulaşılmaktadır. Bu aşamada gazeteci Google Bulut Platformu (Google Cloud Platform, GCP), FiveThirtyEight, DataHub (datahub.io) gibi veri setleri sunan platformları kullanarak ya da kendi verisini sağlayarak veriye ulaşma yolunu seçmektedir.
- Temizleme aşamasında verideki hatalar (örneğin yanlış ya da tekrar eden verileri tespit etmek gibi) giderilmektedir. Bu aşamada veri, diğer aşamalara geçilebilmesi için kullanılabilir hale getirilmektedir.
- Bağlam, veri gazeteciliğinde önem teşkil eden unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bradshaw (2012) veri haberlerinde bağlamın önemine dikkat çekmektedir:

Veri haberlerinde belirtilen bölgede; yerel nüfusun büyüklüğü, tarihsel arka plan bilgisi, demografik özellikler gibi hikâyenin geniş bağlamda ele alınmasını mümkün kılacak özelliklere yer verilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

- Birleştirme aşamasına haberde tek bir veri kümesi yerine farklı veri kümelerinin karıştırılması istendiğinde başvurulmaktadır.
- İletme kısmı ise hikâyenin oluşturulduktan sonra nasıl sunulacağını ortaya koymaktadır. Bradshaw (2011) çıktının iletişimselliğini artırmaya yönelik altı unsurdan söz etmektedir: Görselleştirme (visualisation), anlatı (narration), sosyalleştirme (socialise), insanileştirme (humanise), kişiselleştirme (personalise) ve işlerlik kazandırma (utilise).

Paul Bradshaw ve Liisa Rohumaa'nın (2011) *The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age*, başlıklı kitabında ise veri gazeteciliğinde haber üretim süreci şu 4 temel aşama ile ortaya konmuştur: Veriyi bulmak (finding data), veriyi sorgulamak (interrogating data), veriyi görselleştirmek (visualising data) ve veriyi eşleştirmek (mashing data).

Bu aşamalar şöyle açıklanmaktadır:

Veriyi bulmak (Finding Data)

Veri gazeteciliğinin ilk aşaması, kaynağı bulmayı yani büyük veri setlerine ulaşmayı içermektedir. Verilere erişmek için çevrimiçi, çevrimdışı; açık ya da kapalı pek çok kaynak mevcuttur:

- Ulusal ve yerel yönetimler
- Bilimsel ve akademik enstitüler

- Sağlık organizasyonları
- Yardım kuruluşları
- Medya organizasyonları

Veriyi bulmak, bilgisayar destekli raporlama becerilerini kullanmak, MySQL veya Python gibi teknik becerilere sahip olmayı gerektirmektedir. Örneğin bir sosyal medya platformundan verileri çekebilmek için R kodlama dili bilgisine ihtiyaç duyulmaktadır.

Bradshaw ve Rohumaa bu verilerin kullanımında etik boyutun üzerinde durmuştur: Eriştiğimiz kaynaklardaki veriler açık dahi olsa, o kaynakta, verinin kullanımıyla ilgili yer alan “hükümler ve koşullar” kısmına mutlaka göz atmamız gerektiğini belirtişlerdir (Bradshaw ve Rohumaa, 54).

Veriyi Sorgulamak (Interrogating Data)

Veriyi anlamada en önemli ve en az teknik beceri gerektiren yeteneklerden birisi de veriye doğru soruları sormaktır. Veri setine eriştikten sonra yapılacak ilk iş o verinin nasıl bir hikaye anlatacağı üzerine düşünmektir; böylelikle araştırma, verilerin yalnızca analizine dayanan sıkıcı bir matematik uygulamasından sıyrılıp, araştırmacının kendi bakış açısını ortaya koyduğu bir çerçeveye oturmaktadır. Verinin hikayesini bulduktan sonra analiz etmek için veri setinin doğru formatta olup olmadığına bakılmaktadır. JSON, XML, RDF, Spreadsheet (E-tablolar), CSV, Metin Dosyası (Text Document), Plain Text (Düz Metin), Scanned Image (Taranmış Görsel), Proprietary formats (Tescilli Formatlar), HTML (Hiper Metin İşaretleme Dili, Hypertext Markup Language) gibi pek çok veri formatı bulunmaktadır. Yeniden kullanım ve düzenleme için excell çalışma tablosuna aktarılması uğraşı gerektiren PDF, word vb. uzantılı, Metin Dosyası (Text Document) formatındaki dosyalarla çalışmak oldukça zor olmaktadır. Böyle durumlarda veri kazıma (data scraping) yönteminden faydalanılmaktadır (Bradshaw ve Rohumaa, 55).

Veriyi Görselleştirmek (Visualising Data)

Tufte, sayısal verilerin ortaya koyduğu bir anlatıyı ifade etmenin, özetlemenin ya da keşfetmenin en etkili yolunun o verileri görselleştirmek olduğunu ifade etmektedir (Akt. Bradshaw ve Rohumaa, 2011). Verileri görselleştirmede dilim grafik (pie chart) ve grafik gibi geleneksel yöntemler halen kullanılırken günümüzde hiyerarşik verileri görselleştirmede kullanılan ağaç grafik, büyük veri setlerindeki verilerin kendi içinde büyüklük / küçüklük bakımından görmeyi sağlayan balon grafik gibi görselleştirme uygulamaları verilerin daha iyi okunmasını ve dikkat çekmesini sağlamaktadır (61). Bradshaw'a göre verilerin görselleştirilmesi de haberin doğru anlaşılmasında önem taşımaktadır: Grafiklerde mutlaka "0" çizgisinin yer alması; haber dairesel bir grafik içeriyorsa dairelerin içine yerleştirilen yuvarlakların büyüklüğünün, ifade ettiği sayı değerleriyle orantılı olarak artması / azalması gibi noktalara dikkat etmek gerekmektedir (Bradshaw, 2012).

Veriyi Eşleştirmek (Mashing Data)

Web 2.0 ile birlikte ortaya çıkan bir kavram olan mashing data, birbirinden bağımsız uygulamaları ya da web sayfalarını bir araya getirerek yeni bir uygulama ya da web sayfası yaratmak olarak tanımlanabilir. Bu kaynaklar çevrimiçi tablolardan, haritalara; Twitter'daki tweetlerden blog yayınlarına çeşitlilik göstermektedir.

2.3.1. Veri Gazeteciliğinde Kullanılan Araçlar

Veri gazeteciliğinin popülerliğinin artmasıyla birlikte gazetecilerin veri gazeteciliği projelerini gerçekleştirmelerinde en büyük avantajlardan birisi de çevrimiçi kaynaklardır: Veri gazeteciliğinde verilerin analizi ve görselleştirilmesi için pek çok çevrimiçi, açık kaynak kodlu yazılım bulunmaktadır. Günümüzde gazetecilerin veri setlerine erişmeleri, bu verileri temizlemeleri, analiz etmeleri ve görselleştirmeleri için pek çok araç bulunmaktadır. Bazı veri gazetecileri ise R, Python gibi kodlama dillerini kullanarak kendi araçlarını geliştirmektedirler.

2.3.1.1. Veri Analizinde Kullanılan Araçlar

Büyük veri yığınlarından anlamlı haberler çıkarabilmek için verilerin analiz edilmesi gerekmektedir. Bu programlar sayesinde verileri çekmek, temizlemek ve makine işlenebilir formatlara getirmek mümkün olmaktadır.

Data Miner

Veri madenciliği yapmaya yarayan, bir chrome eklentisidir. Verileri yalnızca birkaç saniyede almaya yardımcı olan Data Miner, verileri .csv ve .xlsx gibi veri analizi için kolaylaştırıcı olan formatlarda indirmeyi ve düzenlemeyi sağlamaktadır. Data Miner ekibi tarafından geliştirilen Recipe Creator ise kod bilgisi gerektiren, bu sayede verileri çekmeye yarayan bir programdır. Her iki programın da ücretsiz oluşu veri gazetecilerine kolaylık sağlamaktadır (<https://dataminer.io>, Erişim Tarihi: 20 Kasım 2021).

Import.io

Yine büyük veri yığınlarıyla çalışırken, veriyi çekmeye, analiz etmeye yarayan Import.io ücretsiz olarak yalnızca 7 günlük kullanım süresi vermesi açısından, işletmeler için kullanımı daha uygun olacak programlar arasında gösterilebilir (<https://www.import.io>, Erişim Tarihi: 20 Kasım 2021)

Tabula

Açık kaynak kodlu bir yazılım olan Tabula, PDF formatındaki verileri kazımak için kullanılabilir ücretsiz bir programdır (<https://tabula.technology>, Erişim Tarihi: 20 Kasım 2021).

OpenRefine

Data Miner, Tabula gibi veri analizi için kullanılan programlarla elde edilen veriler bazen düzensiz ve karmaşık olabilmektedir. Bu verileri temizlemek gerektiğinde başvurulan programlardan birisi de OpenRefine programıdır. Tabula gibi açık kaynak kodlu bir yazılım olan yani yazılım geliştiricisinin üzerinde düzenleme yapmasına olanak tanıyan OpenRefine ile birçok farklı veri düzenleme işlemi (gereksiz satır veya sütunların atılması, dil farklılığından dolayı oluşacak sorunların giderilmesi gibi) yapmayı sağlamaktadır (<https://openrefine.org>, Erişim Tarihi: 20 Kasım 2021).

2.3.1.2. Veri Görselleştirmede Kullanılan Araçlar

Pek çok veri görselleştirme aracı, kullanıcıların kod bilgisi olmadan ilgi çekici grafikler hazırlamalarını sağlamaktadır.

Datawrapper

Datawrapper kullanıcı dostu veri görselleştirme uygulamalarından birisi olarak gösterilmektedir. 14 farklı veri grafiği oluşturma, 4 farklı veri yükleme seçeneğine sahip Datawrapper, verileri düzenlemeye de yardımcı olmaktadır. Oluşturulan veri grafiğine başlık, açıklama, kaynak ve yayıncının bilgisini ekleme seçeneği sunan Datawrapper, kullanıcı tarafından teyit edilebilir grafikler oluşturmayı sağlamaktadır (www.datawrapper.de, Erişim Tarihi: 20 Kasım 2021)

Flourish

Haber merkezi kullanıcılarına ücretsiz Premium hesabı veren Flourish, haber merkezleri için önemli veri görselleştirme programlarından birisidir. Kod bilgisi olmayanlar için veri görselleştirmeye yarayan Flourish, animasyon destekli hikaye anlatımını da bünyesinde barındırmaktadır. Flourish ile 20 farklı veri grafiği yapılabilmektedir (<https://flourish.studio>, Erişim Tarihi: 20 Kasım 2021).

iNZight

Açık kaynak kodu bir görselleştirme aracı olan iNZight, Yeni Zelanda'da bulunan Auckland Üniversitesi'ndeki İstatistik Bölümü tarafından; ortaöğretim ve lise çağındaki öğrencilerin veriyi rahatça görselleştirmeleri için geliştirilmiştir. R programlama diliyle oluşturulan iNZight, çevrim içi olarak kullanılabilmesi gibi, Windows, Mac ve Linux işletim sistemlerine indirilip kurulabilmektedir. Bu programların yanı sıra veri kazıma, temizleme, analiz etme görselleştirme işlemlerini tek bir platformda yapmaya olanak tanıyan Workbench ve DIVE gibi araçlar da bulunmaktadır. Herkese açık bir program olan Workbench, kod bilgisi olmadan veri haberciliği süreçlerini (veri analizi, veri temizleme, veri kazıma, veri görselleştirme) yerine getirmeye yaramaktadır. Ayrıca Workbench Twitter kullanıcılarının tweetlerini canlı takip etmeye yarayan bir uygulamaya sahiptir. Bu uygulama ile habercinin belirlediği filtrelere göre, canlı olarak konuşulan tweetleri toplamak ve bunu haberleştirmek mümkün olmaktadır (mysql.com). Dive ise verileri kod yazmaya ihtiyaç duymadan istatistiksel analiz ve görselleştirme yöntemleriyle hikayelere dönüştürmeyi sağlamaktadır. Dive, kullanıcılarına veri tablolarına uygun veri grafiği önerileri sunmaktadır ve herkes tarafından anlaşılır raporlar üretmeye olanak sağlamaktadır (<https://inzight.nz>, Erişim Tarihi: 20 Kasım 2021). Veri haberleri, bahsedilen yöntem ve araçlarla dünyada ve Türkiye'de yapılmaktadır. Öncelikle dünyada veri gazeteciliğe bakılacaktır.

2.4. DÜNYADA VERİ GAZETECİLİĞİ

Veri gazeteciliği kavramı Araştırmacı Gazetecilik Ağı tarafından kabul edilen bir kavramdır. 2014 yılında Ulusal Bilgisayar Destekli Habercilik Enstitüsü (NICAR)'ın düzenlediği, 20'den fazla ülkeden gazetecinin yer aldığı ve Baltimore'da gerçekleşen toplantılarda katılımcıların çoğu kendini veri gazetecisi olarak tanımlanmıştır (Dağ, 2015:6).

Veri gazeteciliğinin giderek yaygınlaştığı bu süreçte, 2014 yılında, Nata Silver günlük olarak veri gazeteciliği yapacağını belirtmiş ve FiveThirtyEight.com sitesini kurmuştur. Ardından Vox Media kurulmuştur. New York Times'ın bünyesindeki UpShot,

Washington Post veri bölümü gibi girişimlerle veri haberciliği yapan medya kuruluşlarının sayısı artmıştır. Bu kuruluşlara, Asya ve Afrika'dan yayın yapan haber kuruluşları da eklenmiştir. School of Data, Data Driven Journalism gibi oluşumlar da veri gazetecilerini ve alanda üretim yapan kuruluşları bir araya getirerek yeni projeler üretilmesini sağlamaya devam etmektedir.

“The Global Data Journalism”, “Küresel Veri Gazeteciliği” anketi 3 Aralık 2016-10 Mayıs 2017 tarihleri arasında aktif olarak çalışan tüm gazetecilere ve veri gazetecilerine açık olarak gerçekleştirilmiştir. İnternet tabanlı, Google Formlar üzerinden soruların cevaplandığı ankete 43 ülkeden 181 gazeteci katılmıştır. Ankette gazetecilere, çalıştıkları basın odalarında özel bir veri birimi, ekibi, bölümü olup olmadığı sorulmuştur. Katılımcıların yüzde 46’sı böyle bir birimin varlığından söz ederken, yüzde 29’u haber merkezlerinde bununla ilgili bir birim, ekip bulunmasa da veri kaynaklı projeler ürettiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların yüzde 7’si önlerindeki 6 ay boyunca bir veri haberciliği projesi planladıklarını ifade ederken; geri kalan yüzde 7’si veri haberciliğiyle ilgili herhangi bir eylem planlarının olmadığını belirtmişlerdir. Katılımcıların yüzde 70’i haber merkezlerinde 1 ile 5 arası kişilerden oluşan küçük veri ekiplerinin bulunduğu bilgisini vermişlerdir (Lorenz ve Heravi, 2020).

Veri haberciliğinin yaygınlaşmasıyla birlikte alanda üretim yapan diğer gazetecileri yüreklendirmek, veri gazeteciliği topluluklarını desteklemek ve dünyadaki “iyi” veri gazeteciliği örneklerini ödüllendirmek için yarışmalar düzenlenmektedir. 2020 yılının şubat ayında ikincisi düzenlenen, 66 ülkeden 510 projenin başvurduğu Sigma Data Journalism Awards (Sigma Veri Gazeteciliği Ödülleri) sonucunda 31 ülkeden 82 proje seçilmiştir. Ödül kategorileri: En iyi veriye dayalı haber, en iyi veri görselleştirmesi, en iyi haber uygulaması, inovasyon ve genç veri muhabiridir. Brezilya, Almanya ve Amerika’daki projelerin ağırlıklı olarak seçildiği, ödüllerin “büyük haber merkezleri” ve “küçük haber merkezleri” olmak üzere 2 farklı kategoride verildiği yarışma sonucunda seçilen projeler şu şekildedir: Büyük haber merkezleri alt kategorisinde en iyi veriye dayalı haber ödülünü alan proje, “Troika Çamaşırhanesi”, Rus politikacıların vergi kaçırma, para aklama, gizli yatırım vb. usulsüzlüklerini incelemektedir. Çalışma, 15 ülkeden 3 bin şirketin 7 yıllık verilerine dayanmaktadır ve OCCRP, *The Guardian*,

Global Fitness gibi dünyanın farklı ülkelerinden 20’den fazla organizasyonun birlikte çalışmasıyla ortaya çıkmıştır. Küçük haber merkezleri alt kategorisinde ise DISCLOSE adlı organizasyon tarafından ortaya konulan “Made in France” projesi seçilmiştir: Suudi Arabistan’a satılan Fransız yapımı silahların Yemen savaşında sivil halka karşı nasıl kullanıldığının belgelendiği, altı ay süren bir araştırmanın ürünü olan projedir. En iyi haber uygulaması ise TEXTY adlı küçük organizasyon tarafından, özellikle Rusya’dan manipülatif haberlere yönelik verileri toplayan; dezenformasyonun kaynağına yer veren “Hot Disinfo From Russia” adlı projedir. En iyi veri görselleştirmesi ise -büyük haber organizasyonu olarak- New York Times’ın okuyucuların yaşadıkları yerdeki hava kirliliği durumunu (havadaki partiküllerin ekranda görselleştirilmesi ile) anlık olarak takip edebildikleri ve kirlilik oranını dünyadaki en kötü hava kirliliği tabloları ile karşılaştırmalarını sağlayan proje olmuştur (Carson, 2019).

2.5. TÜRKİYE’DE VERİ GAZETECİLİĞİ

Dünyada veri gazeteciliği yaygınlaşırken Türkiye’de de Dağ Medya, www.verigazeteciliği.com gibi platformlar yayın hayatına başlamıştır. 2011 yılında kurulan Dağ Medya’da veri haberleri, veri haberciliğiyle ilgili gelişmeler ve çevirilere yer verilmiştir. Ayrıca Dağ Medya veri gazeteciliğinin bilinirliğinin artması amacıyla verilen çevrimiçi eğitimlere de katkı sağlamıştır. Dağ Medya tarafından kurulan www.verigazeteciliği.com sitesi ise Türkiye’de veri okuryazarlığının gelişmesine katkı sunmak amacıyla 2012 yılında hayata geçmiştir. Açık veriden, veri görselleştirmeye çeşitli atölyeler ve eğitimler düzenlemekte ve alanda çalışan gazetecileri, profesyonelleri, tasarımcıları, veri analistlerini dünyadaki gelişmelerden haberdar etmektedir (Veri Gazeteciliği, 2021). Bunun yanı sıra 2017’de yayın hayatı sona eren Al Jazeera Türk’te haber analiz, interaktif, kronoloji bölümleri yer almıştır. Şu an aktif olarak devam etmese de Sol Haber Portalı’nın interaktif başlıklı bölümünde veri gazeteciliği örneklerine rastlanmıştır. Günümüzde NewsLabTurkey’de, veri görselleştirme, veri analizi, veri gazetecileri için gerekli araçlar ve yöntemler hakkında bilgi veren haber dosyaları yayınlanmaktadır (NewsLabTurkey, 2021). Haber ajanslarından Anadolu Ajansı’nda 2016 yılından bu yana düzenli olarak infografik haberler üretilmektedir (Koç, 2019).

Veri haberlerinin okuyucular tarafından anlaşılması ve takip edilmesi için veri okuryazarlığına ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü bar grafikten pasta grafiğe pek çok çeşidi olan ve haberi görsel olarak anlatmaya yarayan grafiklerin okunabilmesi ancak öğrenmekle mümkündür. VOYD (Veri Okuryazarlığı Derneği), Türkiye’de veri okuryazarlığı becerisini kazandırmak amacıyla kurulan dernekler biridir. 2018 yılında, veri haberciliği alanında eğitim almış 8 kişiyle kurulan dernek; açık veri, veri görselleştirme, veri madenciliği, veri etiği, algoritmaların denetlenmesi ve şeffaflığı gibi alanlarda çalışmalar yapmaktadır (Veri Okuryazarlığı Derneği, 2021). VOYD her hafta veri gazeteciliği alanında Türkiye’den ve dünyadan gelişmeleri derlediği bir bülten yayınlamaktadır.

Verinin hükümetlerin açıklığı, sivil toplum, gazetecilik gibi alanlarda önemini geliştirmek için 2015 yılında AVVG (Açık Veri ve Veri Gazeteciliği Derneği) kurulmuştur. Dernek, Britanya merkezli School of Data’nın resmi üye kuruluşu olarak 2016 yılında “School of Data Turkey” ismiyle de faaliyetlerine başlamıştır (Açık veri ve veri gazeteciliği derneği, 2021). Aynı yıl AVVG tarafından Antalya’da Türkiye’nin ilk Ulusal Açık Veri Konferansı düzenlenmiştir. Türkiye’deki ilk veri gazeteciliği kursu ise 2013 yılında #uclanmade projesi kapsamında atölye ortamında düzenlenmiştir. Veri gazeteciliği dönem projesi olarak 2013-2014 yılları arasında Kadir Has Üniversitesi Yeni Medya bölümünde verilmiştir ve bu kapsamda ilk ders kataloğu çıkarılmıştır. 2020 yılına gelindiğinde ise Türkiye’de lisans düzeyinde 40 üniversitedeki 86 programdan yalnızca 12 programın müfredatında veri gazeteciliği yer almaktadır (Duran, 2020).

Türkiye’de öne çıkan bazı veri haberciliği projeleri bulunmaktadır. Bunlardan ilki olan “İşçi Ölümleri Açık Veri Tabanı” 2015 yılında düzenlenen Uluslararası Veri Gazeteciliği ödülleri Açık Veri kategorisinde finale kalmıştır. Dağ Medya tarafından hazırlanan projede Soma Maden Ocağı’nda hayatını kaybeden işçilere ait verilerin yanı sıra ölen işçilerin yanı sıra 20 işkolunda meydana gelen ölüm sayıları da bulunmaktadır. Proje olumsuz çalışma şartlarından dolayı hayatını kaybeden işçilerin ölümlerini görünür kılmayı ve bilgileri sürekli güncelleyerek bir veritabanı oluşturulmak amaçlanmıştır. Veriler MySQL programı kullanılarak işlenmiştir. Bir diğer veri haberciliği projesi ise 2016 yılında yine Dağ Medya tarafından hazırlanan “İmam Hatip Okulları” projesidir.

Din eksenli eğitimin değişimini ortaya koymak amacıyla oluşturulan projede: İmam Hatip Liseleri'ne son 10 yılda ayrılan bütçe, değişen öğrenci, öğretmen sayıları; müfredatın detayları, zorunlu din dersi gibi başlıklar ele alınarak kapsamlı bir analiz yapılmıştır. Sayısal verilerin yanı sıra röportaj verilerinin de yer aldığı analizler, interaktif görsellerle haberleştirilmiştir.

2.6. BÖLÜM DEĞERLENDİRMESİ

Verilerle gazetecilik yapmak olarak tanımlanan veri gazeteciliğinin tarihi -Wikileaks belgeleriyle popülerite kazanmış ve günümüz habercilik anlayışında haberin etkileyici infografiklerle anlatılması bakımından “yeni” bir biçim olarak karşımıza çıksa da- 19.yüzyıla dayanmaktadır. İlk örneğinin Manchester'daki bir okulda ücretli ve ücretsiz okuyan öğrencilerin ortaya konduğu bir tablo olan veri gazeteciliği, günümüzde dünyanın pek çok ülkesinde, *NY Times*, *The Guardian* gibi dünya çapında tanınmış haber kuruluşlarında ve sayısız lokal haber platformunda yapılmaktadır. Veri haberciliği yaparken internet tabanlı pek çok kaynaktan yararlanılmaktadır. Kaynağı bulmak, bulunan verileri analiz etmek ve hatalarından arındırmak, haberde bağlamı ortaya koymak, varsa bulduğumuz verileri karşılaştırmak ve en son hikayeleştirerek görselleştirmek gibi çeşitli aşamalardan oluşan veri gazeteciliği, etik sorunlara açık bir konumdadır. Üçüncü Bölümde veri haberciliğinin uygulandığında ortaya çıkan etik sorunlar hakkında gazeteciler, akademisyenler ve medya profesyonellerinin görüşlerine yer verilecektir. Bu kapsamda veri gazeteciliğinde etik sorunların neler olduğu ve bunların çözümü için neler yapılması gerektiği serimlenmeye çalışılacaktır.

3. BÖLÜM

VERİ HABERCİLİĞİNDE ETİK SORUNLAR

Üçüncü Bölüm araştırmanın bulgularına yer verilen bölümdür. Bu bölümde veri gazeteciliğindeki etik sorunların neler olduğu gazeteciler, akademisyenler ve medya profesyonelleri ile yapılan görüşmelerden elde edilen bulgularla açıklanacaktır.

3.1. VERİ GAZETECİLİĞİNDE ETİK

Veri gazeteciliğinde etik meselesini ele alan makalelere bakıldığında, şeffaflığı merkeze koyan çalışmalara rastlanılmıştır: Kuutti (2016), Mc Bride (2016) ve Porlezza (2019) şeffaflığı veri gazeteciliğinde uyulması gereken temel ilke olarak ele almışlardır. Kamunun güveninin kazanılması için şeffaflığın önemini vurgulayan araştırmalarda gazetecilerin elde ettikleri verilerin kaynakları, verilere nasıl ulaştıkları ve yöntemleri hakkında açık olmaları gerektiği belirtilmiştir.

Veri gazeteciliğinde etik sorunları ele alan ilgili literatürdeki ortak nokta ise bağlam vurgusudur. Veri gazeteciliğinde sayılar haberin oluşmasını sağlarken, hikayenin hangi bağlamda ele alındığı bilgisi okuyucunun okuduğu haberi içselleştirmesinde önemli bir etken olmaktadır. Anlatılan hikayenin tarihsel arka planı, konuya dair yapılan önceki haberlerden veriler, olaya dair görsel ve metinsel diğer bilgiler haberi sayıların egemen olduğu soğuk bir anlatıdan, detaylı anlatılmış bir hikayeye dönüştürmektedir. Bradshaw (2015), Kuutti (2016) ve Mc Bride (2016) verilerin hikayenin bağlamıyla birlikte ortaya konması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Yapılan araştırmalarda kişisel verilerin korunması ile ilgili endişeler de dile getirilmiş ve mahremiyetin önemi vurgulanmıştır. Fairfield ve Shtein (2014) “Big Data, Big Problems: Emerging Issues in the Ethics of Data Science and Journalism” başlıklı makalelerinde büyük veri ve mahremiyet ilişkisine değinmişlerdir. Craig vd. (2017) de yaptıkları araştırmada mahremiyetin ihlal edilmesinin veri gazeteciliğinde etik bir problem olduğunu ortaya koymuşlardır.

Alanda yapılan çalışmalar hakkında daha detaylı bilgi vermek adına, bahsi geçen makaleler aşağıda özetlenmiştir.

2016 yılında yazdığı “Ethics of Data Journalism: Four Ethical Phases in the Working Process” başlıklı makalesinde Heikki Kuutti, günümüzde veri gazeteciliğinin odağında veriye erişmek, verilerden hikaye yaratmak ve bunu paylaşmak konularının yer aldığını fakat etik sorunlara değinilmediğini vurgulamaktadır. Veri gazeteciliğinde haber üretim sürecinin yanı sıra verinin etik boyutuna da değinilmesi gerektiğini ifade eden Kuutti, makalesinde şu dört nokta üzerinde durmaktadır:

- 1- Veriye Erişim
- 2- Verinin Analizi
- 3- Verinin Hikayeleştirilip Yayınlanması
- 4- Okuyucunun Geri Bildirimini Alınması

Veri gazeteciliğindeki etik sorunların bu dört aşama vasıtasıyla incelenebileceğini belirten Kuutti, bunları şu şekilde açıklamıştır (s. 15):

“Veriye erişimde gazeteciler, veri setlerinin kaynağını, içeriğini ve yazmayı planladıkları hikâyeye uygunluğunu değerlendirmek durumundadırlar. Özellikle gazetecilerin verileri yeterince temizlemediği durumlarda, yanlış içeriklere sahip olan veriler haberin hazırlığında çeşitli riskler doğurmaktadır. Verilerin analizinde, ön yargılardan kaçınmak ve gazetecilerin veri setlerine taraflı yaklaşımlarını önlemek için doğrulamak ve dikkatli inceleme yapmak gerekmektedir. Bununla birlikte gazetecilerin kendi çıkarımlarından emin olmaları zorunludur. Bir hikaye paylaşılırken verinin yalnızca gazetecilikte bir araç olduğu ve analizin sürecin yalnızca başlangıcı olduğunu unutmamak gerekmektedir. Gazeteciler tüm varsayım ve bulgularını gerçek olanla karşılaştırarak sorgulamalıdır.

Gazeteciler okuyuculardan paylaştıkları verideki olası hataları belirtmelerini istemeliler ve gerekli düzeltmeleri yapmaya hazır olmalılar.”

Rebekah E.D. McBride (2016) ise "The Ethics of Data Journalism" başlıklı makalesinde veri gazeteciliğinin günümüzde bilinirliğinin arttığından ve üniversite müfredatlarında yer aldığından bahsederken, eğitim içeriklerinde etik konusunun yer almamasını eleştirmektedir. Geleceğin gazetecilerinin bu bilgiden yoksun olarak meslek hayatlarına atıldıklarını ifade eden McBride, uyulması gereken bazı etik ilkelere değinmiştir. Bu ilkeleri sıralayacak olursak:

- Gazeteciler yayınlamayı planladıkları verileri iyice gözden geçirmeli ve bu konuda sorumluluk almalıdırlar.
- Verilerinin nereden ve hangi amaçla üretildiğini iyi bilmelidirler.
- Eksik verilerin farkına varmalıdırlar.
- Yalnızca tek bir kişiyi ilgilendiren değil, toplumu çevreleyen sorunları anlatan verilere odaklanmalıdırlar (Mc Bride, 2016, s.24-25).

Craig vd. (2017) yaptıkları çalışmayla, veri gazeteciliğinin etik boyutlarını örnek bir vaka çerçevesinde tartışmaktadır. ABD'nin Connecticut eyaletindeki Sandy Hook İlköğretim Okulu'nda 20 çocuğun ve 6 personelin vurularak öldürülmesinden kısa bir süre sonra *Journal News*'den bir gazetecinin oluşturduğu veri gazeteciliği çalışması tartışmalara sebep olmuştur: New York banliyölerindeki iki bölgeye ait çevrimiçi haritalarda silah ruhsatı sahiplerinin adlarını ve adreslerini içeren çalışma, mahremiyet ve güvenlik endişesi etrafında hem yerel hem de ulusal düzeyde eleştirilere yol açmıştır. Makale, bu tartışmalardan yola çıkarak veri gazeteciliğinin etik boyutlarını keşfetmeye çalışmış ve veri haberi yaparken kişisel verilerin korunması ile ilgili bir dizi öneri sunmuştur. Craig vd. de alanda etik ile ilgili fazla çalışmanın olmamasına vurgu yaparak, sundukları katkıyı ifade etmişlerdir.

Colin Porlezza (2019) ise veri gazeteciliğinde şeffaflık ve katılım kavramlarına yer vererek, açık kaynak kültürü etrafında İsviçre ve İtalya'daki veri gazeteciliği eğilimlerini şu sorular etrafında karşılaştırmıştır: Veri gazetecileri açık kaynak kültürünü, etik bağlamda, günlük iş rutinlerine ne derece yansıtıyorlar? Açık kaynaklara erişimi kolaylaştıran iyi uygulamalar hangileridir? Araştırma kapsamında, 2015-2017 yılları arasında İsviçre ve İtalya'da bulunan 20 veri gazetecisi ile; veri gazeteciliği hakkındaki bakış açıları, üretim süreçleri, iş birlikleri, profesyonel hayatlarından beklentileri konularında görüşmeler yapılmıştır. Karşılaştırmalı olarak, İtalya ve İsviçre'deki veri gazetecilerinin açık kaynak etiğiyle ilgili şeffaflık, katılım vb. ilkeleri uygulayıp uygulamadıkları ortaya konmaya çalışılmıştır. Araştırma kapsamında gazetecilerin şeffaflık ve scibilirlik temalarıyla ilgili yaşadıkları etik sorunların bireysel durumlarından ziyade içinde buldukları toplumsal yapıyla ilgili olduğu sonucuna varılmıştır. Öte yandan, etik sorunların gazetecilerin bireysel beceri eksikliklerinden de kaynaklanabileceğini ifade eden Craig vd., gazetecilerin hassas verilerle çalışma, sızıntı durumlarında kişisel verilerin korunması vb. konularında hiçbir eğitim almadıklarını ifade etmiştir (s.199).

Her iki ülkedeki gazeteciler, şeffaflık ilkesinin temel ilkelerinden olduğunu ifade etmektedirler. Fakat İsviçre'deki gazeteciler her durumda verileri ve kaynak kodlarını paylaşmazken, İtalya'da şeffaflık temel bir gazetecilik normu olarak, İsviçre'ye kıyasla daha aktivist bir duruşla ele alınmaktadır. Açık gazetecilik fikri İtalyan gazeteciler arasında savunulan bir ilke olarak yerleşmiştir.

Türkiye'de veri gazeteciliğinde etik meselesiyle ilgili çok fazla çalışmaya rastlanmamıştır. Burak Doğu, "Veri Haberciliği: Demokratik Medya için Olanaklar" başlıklı çalışmasında veri gazeteciliği ve demokrasi ilişkisini değerlendirirken, veri gazeteciliği uygulamalarındaki olası riskleri de sıralamıştır. Bu risklerin ilki farklı bağlamlardaki verilerin aynı konu çerçevesinde ele alınmasından doğan risktir. Bir diğeri, ham veriyle o verinin işlenmesinden sonraki hali arasındaki tutarsızlık riskidir. Üçüncü risk, kişisel raporlamalara bağlı sonuçların, toplumun geneli yansıtmıyacağı riskidir. Dördüncü risk, veri görselleştirmelerinde, grafik seçimiyle yapılan manipülasyon riskidir. Son risk ise veri gazeteciliğinde doğrulamanın kapsamlı

yapılmaması sonucu ortaya çıkan risktir (s.190-191). “Özlem Erkmén (2018) “Büyük Veri ve Gazetecilik: Veri Gazeteciliği Demokrasi, Katılım ve Gazeteciliğe Dair Anlayışımızı Nasıl Dönüştürebilir?” başlıklı makalesinde veri gazeteciliğinin demokrasi ve katılıma dair anlayışı nasıl dönüştüreceğini ele aldığı çalışmasında, mahremiyet, kişisel verilerin korunması, unutulma hakkı, doğrulama gibi etik sorunları içeren başlıklara yer vermiştir.

Bilge Narin vd. (2017) “Büyük Veri ve Gazetecilik İlişkisi Bağlamında Veri Gazeteciliği” başlıklı makalesinde büyük veri ve gazetecilik ilişkisini irdelemiş ardından kavramın yeni medya ile ilişkisine yer vermiş ve büyük verinin neden olduğu etik sorunları serimlemişlerdir. Makalede kullanıcı gizliliğinin ihlali, bilgi güvenliği, veriye ulaşımda eşitsizlikler ve gazetecinin failliliğinin ortada kalkması ile ilgili problemlere yer verilmiştir.

Türkiye’de veri gazeteciliği konusunda yazılan tezlere bakıldığında, etiği merkeze alan herhangi bir yüksek lisans tez çalışmasına rastlanmamıştır. Ezgi Çay’ın (2020) “Türkiye’de Veri Gazeteciliğinin Yapısal Sorunları” başlıklı yüksek lisans tez çalışmasında “Veri Gazeteciliği ve Etik Tartışmalar” başlığına yer verilmiştir. Tez çalışmasında, veriye ulaşım ve açık veri engellerinin etik sorunlara yol açan temel konular olduğu bilgisi yer almıştır. Açık veriye erişim, veri gazeteciliği pratiklerine doğrudan etki etmektedir. Çünkü veri gazeteciliğinde haberin kaynağı, açık verilerdir. Veri gazeteciliğinde etik sorunlara neden olan bu konu, aşağıda detaylı olarak incelenecektir.

3.1.1. Açık Veriye Erişim

Açık veri, herhangi bir yasal sınırlama olmaksızın ücretsiz olarak, serbestçe kullanılabilen ve dağıtılabilen bilgi olarak tanımlanmaktadır (The Open Definiton). Açık verinin temel özelliklerinden biri, kolaylıkla erişilebilir olmasıdır. Herkesin veri setlerini yeniden kullanma ve dağıtma hakkına sahip olması gerektiğini savunan açık veri hareketi, herkesin katılımının önemine vurgu yapmaktadır (The Open Definition 2.1). Kamuoyunun kullanımına açık, erişilebilir olan verilere en temel örnek, hükümet

verileridir. Hükümetlerin verilerini açması, açık veri kavramı sonrası “açık devlet” kavramıyla açıklanmaktadır. Açık devlet, toplumun tüm üyelerinin açık veri portalları üzerinden sağlık, çevre, eğitim vb. pek çok alandaki verilere ulaşması anlamına gelmektedir. Açık devletlerin salt verilerini paylaşmaları yeterli değildir. Paylaşılan verilerin “açık veri” olarak tanımlanması için belli özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu özellikler, 8 Aralık 2007 tarihinde, public.resource.org tarafından yapılan Açık Devlet Çalışma Grubu toplantısında ilan edilmiştir. Toplantıdan çıkan, verilerin açık veri kabul edilmesini sağlayan sekiz özellik şu şekildedir:

- Complete / Tam ve Eksiksiz: Veriler tüm bilgileri içermelidir, tüm kamu verileri kullanıma sunulmalıdır yani veriler tam olmalıdır.
- Primary / Birincil: Verileri toplarken birincil kaynaklara başvurulmalıdır.
- Timely / Güncel: Alınan verilerin güncelliği korunmalıdır.
- Accesible / Erişilebilir: Veriler en geniş kullanıcı grubuna hitap etmelidir.
- Machine Processable / Makina Okunabilir: Veriler bilgisayarlar tarafından işlenebilir olmalıdır.
- Non-discriminatory / Ayrımcı Olmayan: Verilere herkes erişebilmelidir.
- Non-proprietary / Patentsiz: Veri formatları diğer kişiler tarafından tescil edilmemiş olmalıdır; formatlar üzerinde hiçbir tüzel kişinin kontrolü bulunmamalıdır.
- License-free / Lisanssız: Kabul edilebilir gizlilik ve güvenlik kısıtlamalarıyla birlikte, veriler lisansa tabi olmamalıdır (Kara ve Cömert, 2019, s.3).

Hükümetlerin bu sekiz özelliği dikkate alarak verilerini paylaşmaları gerekmektedir. Verilerin paylaşılması şeffaflık, yolsuzlukla mücadele, hesap verilebilirlik gibi pek çok

amaca hizmet etmektedir. Bahsedilen amaçların ortaya konması için 2011 yılında Açık Hükümet Ortaklığı (Open Government Partnership) adlı bir oluşum ortaya çıkmıştır. Brezilya, İngiltere, Amerika Birleşik Devletleri, Endonezya, Filipinler, Norveç, Güney Afrika ve Meksika kurucu ülkeler arasında yer almaktadır. Türkiye 2012 yılında imza atarak bu oluşuma katılmıştır. Türkiye'nin gerekli standartlara uymaması ve kriterleri yerine getirememesi sonucu üyeliği, 2016 yılında pasif konuma getirilmiştir. Bir yıl sonra Türkiye, üyelikten çıkarılmıştır (Open Government Partnership, 2016).

Hükümetlerin verilerini paylaşması, yukarıda bahsedilen amaçların yanı sıra veri gazeteciliğinin etik olarak uygulanması için de faydalıdır. Çünkü okuyucunun doğru bilgiye erişimini sağlamaktadır. World Wide Web Vakfı, devletlerin açık veri girişimlerini ortaya çıkarmak, ülkelerin açıklık ilkesine hangi oranda uyduklarını yıl bazlı olarak takip etmek ve böylelikle dünya genelinde açık verinin yaygınlığını ve etkisini ölçmek amacıyla Açık Veri Barometresi (Open Data Barometer (ODB))'ni üretmiştir. Vakfın raporunun dördüncü baskısında, 115 ülkeden, 15 farklı sektöre ait, 1725 veri seti değerlendirilmiştir. İlk bulgu, 10 hükümet veri setinden 9'unun açık olmadığı yönündedir. Tamamen açık veriler ise yüzde yedilik bir dilimi oluşturmaktadır. 115 ülkeden 79'unun açık veri portalı varken en kapsamlı veriler, çoğunlukla (%61), devletlerin diğer kurumları tarafından yayınlanmaktadır. Verilerin yarısından fazlası (%53) makine okunabilir formatta bulunurken, bu verilerin yalnızca %24'üne erişilebilmektedir (Open Government Barometer, 2016). Dünyada Almanya, İsveç, ABD, Singapur, Tayvan, Norveç, Kanada, Finlandiya, Fransa, Avustralya gibi pek çok ülkenin açık veri portalı bulunmaktadır. Hükümetlerin paylaştıkları veriler nüfus, eğitim, spor, enerji, ekonomi finans, adalet, sağlık vb. temalarda farklılık göstermektedir.

Türkiye'de devlet düzeyinde bir açık veri portalının bulunmadığı görülmektedir. Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi web sitesinde "vatandaşlarımıza ve bilim insanlarımıza sunulacak anonimleştirilmiş ve mahremiyeti sağlanmış veriden değer üreten veri paylaşım projesi" açıklamasıyla, bir açık veri portalı projesinden bahsedilmektedir (<https://cbddo.gov.tr/projeler/acik-veri/>, Erişim Tarihi: 28.09.2021) fakat proje henüz hayata geçmemiştir. Veri gazetecisi Sadettin Demirel, Türkiye'nin ulusal düzeyde bir açık veri portalı olmadığından yakınmaktadır (20.04.2021). Demirel,

verilerin tamamen açık ve CC BY 4.0 (verinin orijinal sahibine atıfta bulunmak koşuluyla her türlü paylaşım ve düzenlemeye izin veren bir lisans) gibi yazılımlarla lisanslanmış olduğu portallara açık veri portalı denebileceğini belirtmektedir. Demirel'e göre İstanbul, İzmir, Balıkesir gibi bazı belediyelerin bu lisanslarla oluşturdukları veri portalları buna örnek gösterilebilir (Demirel, 20.04.2021). Akademisyen Bilge Narin de Türkiye'de açık veriye erişimin sorunlu olduğunu ifade etmektedir. Ancak Narin'e göre belediyeler, bu konuda çaba göstermektedir. Belediyelerin ihalelerden kamuyu ilgilendiren pek çok konuya değin verilerini açtığını söyleyen Narin, genel itibariyle Türkiye'de şeffaflık ve açıklık konularında problemler olduğunu eklemektedir (04.04.2021).

Açıklık ve şeffaflık denilince tüm verilerin açık olması gerektiği anlamı çıkmamalıdır. İçinde kişisel verilerin, katılımcının rızasının olmadığı verilerin, gizli kalması gereken verilerin (örneğin nesli tükenmekte olan canlılar, arkeoloji bölgeleri vb.) olduğu veri setleri bulunmaktadır. Bu gibi durumlarda anonimleştirme çalışmaları yapmak, verilere sınırlı erişim sağlayan düzenlemeler yapmak gerekmektedir. Özellikle kişisel veriler söz konusu olduğunda, sınırlı erişim çok önemlidir. Katılımcının rızasının alındığı durumlarda bile araştırmacı etik sorumlulukla hareket etmelidir. Açıklık ve şeffaflıkla ilgili tartışmalarda bu kısım genellikle göz ardı edilmektedir (Sezgin, 2021). Bu noktada, bazı kısımların açığa kavuşması, mahremiyetin korunmasına yardımcı olabilir. Örneğin kullanılan verinin dijital olarak çoğaltılma izni var mı? Araştırmacı verilere erişme hakkına sahip mi? Araştırmada kullanılan kaynaklar hangi ulusal mevzuata bağlı? Kullanılan veriler, kişilerin kimliğini açığa çıkarıyor mı? (Harrower vd., 2020, s.21).

Burada bahsedilen sorular yalnızca bilimsel bir araştırma için değil, medyadan sosyal bilimlere veri alanında yapılacak tüm çalışmalar için geçerlidir. Harrower, tüm verilerin açık olması yerine "yeterince açık, gerektiği kadar kapalı" ilkesiyle hareket eden "FAIR Data (Adil Veri) yaklaşımını önermektedir. FAIR Data, *Findable* (bulunabilir), *Accessible* (erişilebilir), *Interoperable* (birlikte çalışılabilir) ve *Reusable* (yeniden kullanılabilir) veri anlamına gelmektedir (Harrower vd., 2020, s.3-5). Adil veri mümkün olan en geniş sınırdaki açık veriye erişmeyi benimsemektedir. Adil veri kavramının hem bilimsel araştırmalarda hem de veri gazeteciliğinde benimsenmesi, açık veriler ile hassas

veriler arasında bir dengenin kurulmasını sağlayacaktır. Bu bağlamda Avrupa Komisyonu, FAIR ilkelerin sağlanması konusunda bazı hususlara değinmiştir:

- Adil olmayan veriye erişim kısıtlanması
- Veriler mümkün olan en geniş sınırlarda açık ve adil olmalıdır
- Araştırmacı, hangi veriyi ne şekilde adil olarak kabul ettiğini, kapsamlı bir şekilde açıklamalıdır (Akt., Sezgin, 2021, s. 172).

Görüldüğü üzere, verilerin şeffaf olması her zaman olumlu sonuçlar doğurmamaktadır. Açık veriye etik bir sorumlulukla yaklaşmak gerekmektedir. Mahremiyetin korunması konusunda veriyle çalışan tüm disiplinlere sorumluluk düşmektedir. Öte yandan, FAIR Data tartışmaları hükümetlerin verilerini açmaması için bir dayanak olmamalıdır. Toplumla ışık tutan, ekonomik, sosyal, politik konularda bireylerin bilgi almalarını sağlayan veri gazeteciliği projelerinin oluşmasında, kamu verilerine erişim elzemdir.

Bu bağlamda katılımcılar, Türkiye’de kamu verilerine erişimde bazı zorluklar yaşadıklarını dile getirmiştir. Süleyman İrvan (10.02.2021), Türkiye’de veriye ulaşmanın zor olduğunu ifade ederek, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)’nun bazı verileri açıkladığını, fakat bir projesi için ihtiyacı olan verilere ulaşamadığını belirtmektedir:

Ben mesela CİMER üzerinden, Basın İlan Kurumu’nun verdiği cezaların kaydını istemiştim, yıl yıl, 1994’ten günümüzde kadar. Çünkü 1994’te basın ahlak ilkeleri belirlenmiş ve bu ilkelere göre cezalar veriyor medya kuruluşlarına. İlan kesme cezası vs. bana 1994 yılından bugüne hangi medya kuruluşlarına, hangi maddeden ve ne kadar ceza verdiğinizi lütfen ayrıntılı olarak verin. Yani verselerdi çok güzel bir şey olacaktı ama... Ellerinde var yani bu veriler ama bunu paylaşmıyorlar. Herhangi bir yerde yayınlamıyorlar. Yayınlasalar zaten benim istememe gerek kalmayacak ki. Sayfalarından alacağım bu verileri (Süleyman İrvan, 10.02.2021).

Veri gazetecisi Ceyda Ulukaya (24.05.2020) da kadın cinayetleri konusunda yaptığı çalışma kapsamında, resmi kaynaklardan ulaştığı verilerin güvenilir, tutarlı ve açık olmadığını belirtmektedir:

Kadın cinayetleri konusunda resmi kaynaklardan sağlanan güvenilir ve tutarlı bir açık veri olmayışının, ki son dönemde İstanbul Sözleşmesi'yle de zorunlu hale gelmesine rağmen, bu meseleye dair yapıcı politikalar üretmenin önünde bir engel olduğunu düşünüyorum. Bunu, başka bir meselede başka bir veri türü için de söyleyebiliriz sanırım (Ceyda Ulukaya, 24.05.2020).

Hali hazırda açıklanan verilere ulaşmakta bir sorun yaşamadığını; TÜİK üzerinde istediği verilere ulaşabildiğini belirten Sadettin Demirel (20.04.2021), ulaştığı verilerin bazen güncel olmadığını ifade etmektedir.

TÜİK tarafında bir sıkıntı yok her türlü veriye ulaşabiliyoruz ama bazı veriler güncel olmayabiliyor. Çalışma 3 yılda 1 yapıyor ya da belli bir yıl yapılmış, belli bir yıl yapılmamış oluyor; bu bir sorun oluşturabiliyor (Sadettin Demirel, 20.04.2021).

Bunun yanı sıra, PDF ile aktarılan, makine okunabilir formatta olmayan verilerin sorun yarattığını dile getiren Demirel, bu verilerin ancak kazınarak ve makine okunabilir formata taşınarak analiz edilebileceğini ifade etmektedir (20.04.2021). Veri gazetecisi ve yazarı Onur Mat da benzer soruna değinmektedir. Makine okunabilir formatta olmayan verilerin -örneğin bir dosyanın imaj olarak taranıp sayfaya konmasının- açık veri anlamına gelmediğini ifade etmektedir. Mat, bu gibi verileri dönüştürmenin, yazarı olduğu için kendisi için aşılabilir zorlukta olduğunu fakat sosyal bilimciler ve gazeteciler için ciddi bir engel teşkil ettiğini söylemektedir. Bununla birlikte Mat, açık veri anlamında kaynak sayısının az olduğundan da yakınmaktadır (07.07.2021). Veri gazetecisi Ceyda Ulukaya, toplumsal meselelerin daha şeffaf çözümü için açık verinin önemine dikkat çekmektedir:

Açık (olması gereken) veri, sorunu çok boyutlu analiz edebilmeyi sağladığı ölçüde çözüm üretmeyi kolaylaştırmanın yanı sıra veriye erişimi olan herkesin soruna bir anlamda katkı sunabilmesine de olanak tanıyor. Dolayısıyla toplumsal meseleleri daha şeffaf, akılcı ve katılımcı bir biçimde ele almanın bir yolu olarak açık veriye ihtiyacımız olduğunu düşünüyorum (Ceyda Ulukaya, 24.05.2020).

Özetle Türkiye'de açık veriye erişimde yaşanan zorluklarla ilgili araştırmacılar, aşağıdaki sorunlara değinmişlerdir:

- Türkiye'nin açık veri portalının olmaması,

- Türkiye’de kurumların verilerine ulaşmanın zor olması,
- Makine okunabilir formatta verilerin olmaması,
- Kaynağın az olması,
- Bazı verilerin güncel olmaması,
- Belirli konularda, resmi kaynaklardan sağlanan verilerin güvenilir ve tutarlı olmaması.

Açık veriye erişimde yaşanan sorunların çözümü, yukarıda bahsedilen FAIR Data meselesi gözetilerek yani mahremiyet ve kişisel verilerin korunması temelinde yapılmalıdır. Bu konuya 3.1.3. Kullanıcı Gizliliği başlığında daha detaylı değinilecektir. Veri gazeteciliğinde açık veriye erişim konusuna değindikten sonra, veri haberciliğinde hangi kaynakların kullanıldığından söz etmek faydalı olacaktır.

3.1.2. Verinin Kaynağı

Veri gazeteciliği yalnızca kodlama gerektiren, matematiksel hesaplamalara dayalı bir habercilik türü değil, kaynak olarak verilerden hikaye yaratmaya olanak tanıyan bir gazetecilik türüdür. Veri gazetecisi Pınar Dağ, veri gazeteciliğini sayılarla haber anlatmak, sayılardan haber bulmak ve veriye kaynak olarak yaklaşmak olarak tanımlamaktadır (2015, s.2). Geleneksel gazeteciliğin basılı kaynaklarının yerine, dijital iletişim teknolojileriyle dönüşen gazetecilikte farklı türde kaynaklar mevcuttur. Günümüzde veri gazeteciliğinde kullanılan, dijital platformlardan alınan kaynaklar bulunmaktadır. Açık veri platformları, sivil toplum kuruluşlarının, derneklerin web sitelerinde yer alan veri setleri buna örnektir. Bu kaynaklardan birisi de Araştırmacı Gazeteciler ve Editörler Derneği (IRE)’nin veri tabanıdır. IRE, basılı ve çevrimiçi olmak üzere 25.000’den fazla kaynak içermektedir. “Veri Gazeteciliği Kaynak Havuzunun” güncellendiğini duyuran IRE, gazetecilere veri haberleri için aranabilir bir kitaplıkta, pek çok farklı türde kaynak sunmaktadır. Bu kaynaklar şunlardır:

- Ses kaynakları: Geçmiş IRE konferanslarından ve panellerden kayıtlar.
- Kitaplar: Veri gazeteciliği ve araştırmacı gazetecilik üzerine dijital ve basılı yayımlar.
- Veri Setleri: Gazetecilerin ihtiyaç duyduğu farklı konulardaki veri setleri.
- IRE Journal: Üç aylık The IRE Journal Dergisi'nin sayıları.
- Web Seminerleri: Ücretsiz ve arşivlenmiş web seminerleri (<https://www.ire.org>).

Veri gazetecileri, IRE gibi gazetecilik için kurulan oluşumların yanı sıra pek çok farklı kaynaktan beslenmektedirler. Araştırma kapsamında görüşme yapılan gazeteciler, verilere ulaşmak için yaralandıkları kaynakları şu şekilde açıklamışlardır:

Tablo 3: Veri Gazeteciliği Kaynakları

Ulusal Kaynaklar	Uluslararası Kaynaklar
TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu)	World Bank
Bakanlık ve Kamu Verileri	Eurastat
Sivil Toplum Kuruluşlarının Raporları ve Araştırmaları	FAO
Think Thank Kuruluşlarının Çalışmaları ve Verileri	OECD

Bunun yanı sıra akademik çalışmalardan, çeşitli medya kaynaklarından, sosyal medya platformlarından (özellikle Twitter) verileri elde ettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde, toplumu ilgilendiren belirli konularda hükümet verilerinin yerine sivil toplum kuruluşlarının verilerinden yararlandıkları bilgisine ulaşılmıştır. Denizcan Sarı, kadın cinayetleri, bireysel silahlanma, asgari ücretli çalışan sayısı gibi toplumsal araştırmalar için akademik çalışmalardan ve/veya sivil toplum kuruluşlarının

raporlarından yararlandıklarını ifade etmiştir (2020). Veri gazetecileri, Türkiye’de hükümet verilerine erişimin zor olması ve mevcut hükümet verilerine şüpheyile yaklaşılması sonucu alternatif kaynaklara yönelmektedirler.

Veri gazeteciliğinde açık veriye erişim bir sorundur ancak açık verinin etik ilkelere göre kullanılıp kullanılmayacağı da bir diğer sorundur. Büyük veri setlerine erişmenin heyecanıyla, kişisel verilerin korunması gözden kaçmaktadır. Tam da bu nedenle, kullanıcı gizliliği konusu, veri gazeteciliğinde etik sorunlardan söz ederken merkezde bulunması gereken konulardan biridir.

3.1.3. Kullanıcı Gizliliği

Büyük veri setleriyle nicel, istatistiki sonuçlara dayalı çalışmalar yapılıyor olması, kişisel verilerin korunmasına gerek olmadığı yanılsamasına neden olmaktadır. Oysa büyük veri setlerinin içinde kullanıcı türevli içerik ve kişisel veriler bulunmaktadır. Verilerin kamuya açık olması, veri gazetecilerinin kullanıcıların ürettikleri içerikler hususunda hassasiyet göstermemelerine neden olmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak bireylerin rızasını almadan bu veriler kullanılmaktadır (Boyd ve Crawford, 2015).

Gazeteci, okura ve haber kaynaklarına olduğu kadar, habere konu olan kişilere karşı da sorumludur. Bu kişilerin özel yaşamlarının ihlal edilmemesi ve kişilik haklarının korunması gazetecinin sorumluluğundadır (Uzun, 2011, s.123). Gazeteciliğin temel etik ilkelerinden olan, özel hayatın korunması meselesi “kamu yararı” ve “mahremiyet” kavramları etrafında tartışılmaktadır. Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’nde “özel hayat” başlığı altında, “asıl olan kamu yararadır” denmektedir. Bildirgeye göre, aşağıdaki durumlarda, özel hayat geçersiz sayılabilir:

- “Büyük bir suç yahut yolsuzluk üstüne araştırma ve yayın.
- Toplumı kötü etkileyici bir tutumla ilgili araştırma ve yayın.
- Toplumun güvenliğinin veya sağlığının korunması.
- İlgili kişinin sözleri yahut eylemleri sonucu halkın yanılmasının, yanıltılmasının veya yanlış yapmasının engellenmesi” (TGC Olağan Genel Kurulu, 2019).

Yukarıda belirtilen durumlardan da görüleceği üzere, toplumu tehdit eden ya da toplumun çıkarını ilgilendiren bir olay olduğunda, bu olayla ilgili bilgilerin açıklanması kamu yararı olarak nitelendirilmektedir. Fakat bu durumda bile özel hayatın gizliliği ile ilgili bazı sınırlar vardır. Bu sınırlar, bahsi geçen bildirmede şu şekilde belirtilmiştir: “Bu durumlarda dahi, özel hayatın kamuya açılan kesiti mutlaka konuyla doğrudan ilgili olmalı veya ilgili kişinin özel hayatının onun kamusal faaliyetini de etkileyip etkilemediği gözetilmelidir” (TGC Olağan Genel Kurulu, 2019). Yani olaya konu olan kişinin kimliği, eğer kamu yararı için gerekliyse açıklanabilir fakat kişiyle ilgili bilgiler yalnızca olayı aydınlatacak çerçevede kalmalıdır. Kamu yararı söz konusu olduğunda, sıradan bireylerin yanı sıra siyasetçi, sanatçı, bilim insanı gibi kişilerin özel hayatlarının toplumda ne derece görünür olması gerektiği tartışılmaktadır. Belsey ve Chadwick, siyasetçilerin özel hayatlarının görünür olmasında bir sakınca olmadığını belirtmektedir. Onlara göre halkın, gücü elinde bulunduranların bu gücü nasıl kullandıkları hakkında bilgi sahibi olması gerekmektedir. Sanatçılar da görünür olmak için medyaya ihtiyaç duymaktadırlar. Bu nedenle daha sınırlı bir mahremiyet alanını kabul etmişlerdir (Belsey ve Chadwick, 2011).

Andrew Belsey ve Ruth Chadwick mahremiyeti, “başkalarının istenmeyen yaklaşımlarından korunma hali” olarak tanımlamaktadır. Mahremiyet, bireyin kendini gerçekleştirme, psikolojik ihtiyacını gidermesi, kendini güvende ve bütün hissetmesi için gereklidir. Gizlilik ise mahremiyeti sağlayan, oluşturan şeydir (Belsey ve Chadwick, 2011, s.107). Kişisel yaşamda mahremiyetin oluşmasında üç alana bakılmaktadır: Bedensel / fiziksel mahremiyet, zihinsel / iletişimsel mahremiyet ve bilgi mahremiyeti.

Bedensel / Fiziksel Mahremiyet: Bedenin dış müdahalelerden uzakta, özgürce hareket edebilmesini ifade eder. Bu tür bir mahremiyet hem tinsel yakınlık gibi fiziksel teması hem de göz ve kameralarla izlenme yoluyla yapılacak müdahaleleri kapsar.

Zihinsel / İletişimsel Mahremiyet: İnsanın herhangi bir müdahale olmadan, gizlice dinlenilmeden çevresindekilerle iletişim kurabilmesini ifade eder.

Bilgi Mahremiyeti: Kullanıcı gizliliği konusunda bakılması gereken kısım, bilgi mahremiyetidir. Bilgi mahremiyeti, kişinin bilgisi ve rızası dışındaki bilgilerin, üçüncü şahıslarla paylaşılmasını ifade eder. Bu bilgiler, kişilerin eğitim, sağlık, finans vb. her türlü alandaki dosyalarını, kişisel kayıtlarını kapsar (Belsey ve Chadwick, 2011, s.110).

Faruk Bildirici, mahremiyet kavramının modernizm ile ortaya çıktığını (aslında daha önce var olmasına rağmen, kavramın önemi bu dönemde anlaşıldı da denilebilir) ifade etmektedir. Bildirici, teknolojinin, iletişim ve ulaşım olanaklarının gelişmesi; devletin gözetiminin artması ile özel hayatın korunmasının zorlaştığına işaret etmektedir. Hayatın her alanında görülen dijitalleşme, sosyal medya kullanımının yaygınlaşması gibi gelişmeler mahremiyet, kişisel veri gibi kavramların daha sık tartışılmasına yol açmıştır (Bildirici, 2018, s. 201).

Bu girişin ardından kişisel verinin ne olduğundan söz etmek anlamlı olacaktır. Kişisel veri kavramı bilgisayar, cep telefonu, akıllı saat vb. teknolojik cihazların kullanımında, internet sitesi tercihlerinde sıkça karşımıza çıkan ve dikkat edilmesi gereken bir kavramdır. Kişisel verilerin kullanıcının rızası olmadan paylaşılmasının hukuki yaptırımları bulunmaktadır. OECD'nin 1980 yılında yayınladığı "Özel Yaşamın Korunması ve Kişisel Verilerin Sınır Ötesi Transferine İlişkin Rehber İlkeler" başlıklı metinde ve 7 Nisan 2016 tarihinde Türkiye'de yürürlüğe giren, 6689 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nda ifade edildiği üzere kişisel veri, "kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgidir". Üzerinde uzlaşılan bu tanımın, farklı ülkelerce farklı yorumlanabileceği endişeleri doğrultusunda Avrupa Birliği danışma organı Article Working Party (Çalışma Grubu) bir görüş metni hazırlayarak kişisel verinin üç unsurunu belirlemiştir:

- Bilgi içermesi,
- Bilginin kişiye ilişkin olması,
- Kimliği belirli veya belirlenebilir bir kişiye ait olması (Ekin, 2020, s. 7)

Kişisel verinin hukuki tanımının yanı sıra iletişim çalışmalarında yer alan tanımları şu şekildedir: Mutlu Binark ve Günseli Bayraktutan'a göre kişisel veri, "genel hatlarıyla bir bireyin şahsen tespit edilmesine veya bir kişinin bir birey olarak diğerlerinden ayırt edilmesini sağlayan her türlü bilgi" demektir (Binark ve Bayraktutan, 2013, s. 73). Bilge Narin, kişisel veriyi kullanıcı sözleşmelerinde "evet, kabul ediyorum" seçeceğini işaretleyerek indirdiğimiz pek çok uygulamayla birlikte üçüncü kişilere verdiğimiz her türlü bilgi olarak tanımlamaktadır (Narin, 2021). Süleyman İrvan ise kişiyi anlatan her türlü veriye kişisel veri demektedir:

Kişinin kendisine özel olan, her tür veri, her tür bilgi. Cinsiyetinizden tutun, yaşınıza, eğitiminize, gelir durumunuza kadar her bilgi kişisel veri kapsamında değerlendirilen veridir diye düşünüyorum (Süleyman İrvan, 2021, 10.02.2021).

Kişisel veri kavramı görüldüğü üzere, kişiye ait tüm bilgileri kapsamaktadır. Kişisel verilerin gizliliği, mahremiyetin korunması açısından önemlidir. Çünkü mahremiyet, bireyin özel yaşamını kapsar. Özel yaşam ise bireylerin temel insani gereksinimleri olan, psikolojik ihtiyaçlarını giderdikleri bir alandır. Bu alanda bireyler amaçları, hedefleri, arzu ve istekleri doğrultusunda hareket ederler. Bu alana herhangi bir müdahale bireylerin psikolojik gelişimleri açısından sarsıcı olabilir (Çaplı, 2002, s. 111). Yeni medya platformları, alışveriş siteleri, markalar kar elde etmek için, kişisel verileri üçüncü şahıslara, hükümetlere satmaktadırlar. Bu durum hem mahremiyet ilkesinin ihlal edilmesine hem de hükümetin gözetiminde olan bireylerin birer metaya dönüşmesine neden olmaktadır. Kişisel verilerin izinsiz kullanımı bahsedilen örneklerde aleni olarak görülmediği için, durumun ciddiyeti anlaşılmamaktadır. Kişisel verilerin medyaya yansıyan bir haberde kullanımı ise çok daha fazla tepki toplamaktadır.

Hükümetlerin, yerel yönetimlerin, ulusal / uluslararası kuruluşların, derneklerin açık verilerine ulaşabiliyor olmak veri gazetecilerine kaynak bulmada kolaylık sağlamaktadır. Bir diğer yandan, büyük veriyle çalışmak, kişisel verilerin kontrolü açısından gazetecilerin sırtına bir sorumluluk yüklemektedir. Kişisel bilgilerin bireylerin rızası olmadan paylaşılması, günümüz gazeteciliğinde de geçerliliğini koruyan bir ilkedir. Fakat bu ilkeye uymada belli zorluklar bulunmaktadır. Örneğin veri gazetecisinin büyük veri setleri içinden her bir bireye ulaşarak izin alınması mümkün değildir (Fairfield ve Shtein'dan akt. Narin vd., 2017). Yine de veri gazetecilerinin kişisel bilgilerin

paylaşılması konusunda belirli etik davranışlara uymaları gerekmektedir. David Craig, Stan Ketterer ve Mohammad Yousuf tarafından gerçekleştirilen *Ethical Questions in data Journalism and the Power of Online Discussion. Developing Ethical Standards for Working with Data* başlıklı çalışmada, etik sorunları önlemek için gazetecilerin yanıtlaması gereken hususlar yer almıştır. Bu hususlar kullanıcı gizliliği konusunu da içermektedir:

1- Bilgiler gazeteciliğe ve kamusal bir amaca hizmet ediyor mu, ediyorsa ne ölçüde ediyor?

2- Bilgiler bir kişinin hayatına zarar veriyor mu, veriyorsa ne ölçüde veriyor?

3- Açık isim ve adres vermek yerine, temel kişisel verileri toplamaya yönelik; zararı en aza indirebilecek alternatifler var mı?

4- Kişisel bilgiler yayınlanmadan önce kişilere gerekli bilgilendirme yapıldı mı? (Craig vd., 2017).

Kişisel verilerin gizliliği açısından yukarıda sıralanan bu hususlara uymayan ve tartışmalara yol açan veri gazeteciliği projeleri bulunmaktadır: *Journal News*'deki bir gazetecinin, ABD'de bir ilkokulda gerçekleşen silahlı saldırıyla ilgili yaptığı haber tepki çekmiştir. Haberde, New York'taki iki bölgeye ait çevrimiçi haritada silah ruhsatı sahiplerinin isim ve adres bilgilerine yer verilmiştir. Gazetecinin çalışması hem mahremiyet hem de güvenlik açısından eleştirilmiştir. Bireylerin tek tek rızasını almak her ne kadar zor olsa da kişisel verilerin korunması ilkesine uymak gerekmektedir.

Süleyman İrvan (10.02.2021) kişisel verilerin öncelikle kişilik hakları kapsamında korunması gerektiğini ifade etmektedir. Google arama geçmişinden, çevrimiçi görüşme platformlarına bireylerin pek çok kez kişisel verilerini paylaştıklarını ifade İrvan, önemli olanın kişinin rızası olduğunu belirtmektedir. Veri gazetecileriyle yapılan görüşmelerde kişisel verilerin paylaşımında nelere dikkat ettikleri sorulduğunda, genellikle sayısal

değerleri paylaştıkları için herhangi bir etik ihlale mahal vermediklerini ifade etmişlerdir. Sadettin Demirel, verilerin çoğunu açık veri platformlarından aldığını ve anonimleştirilmiş verileri kullandığını söylemiştir:

Aldığım verilerin çoğu ya uluslararası kuruluşlardan ya da TÜİK'ten ve bu veriler zaten anonimleştirilmiş. Yani belli bir araştırma var, belli oranları ve sayıları gösteriyor: İşsizlik oranı, doğum oranı vs. Ama tabii ki bu veriyi kurumların, kişilerin vb. bilgilerini içeriyorsa tabii ki anonimleştirilmeli veya habere konu dahi edilmemeli (Sadettin Demirel, 20.04.2021).

Denizcan Sarı (02.04.2020) da temel olarak açık veri kaynaklarıyla çalıştığını dolayısıyla kişisel verilere tehlike yaratacak bir içerik paylaşmadıklarını belirtmiştir:

Temel olarak açık veri kaynaklarından faydalandığımız için kişisel veriler özelinde tehlike yaratacak bir içerik paylaşmıyoruz. Fakat kurumsal iletişim çalışmalarımızda ve web sitemizdeki fonksiyonlarda Kişisel Verileri Koruma Kanunu'na uygun hareket etmeye büyük bir çaba gösteriyoruz (Denizcan Sarı, 02.04.2020).

Onur Mat (07.07.2021) da benzer bir görüşü ifade ederek, kendi çalışma alanlarında bireyleri etkileyecek verileri değil, sayısal verileri paylaştığını eklemiştir:

Benim zaten öncelikli olarak ilgin kamuoyu araştırmalarına bir alternatif yaratmak olduğu için orada zaten kişilerin söyledikleriyle ilgilenmiyorum alan olarak. Dolayısıyla benim paylaştığım verileri de kişisel olarak değil, sayısal olarak paylaşıyorum (Onur Mat, 07.07.2021).

Katılımcıların bu görüşlerine karşın, anonimleştirilmiş verilerin yani bireylerin kod adlarıyla ya da sayısal olarak paylaşılan bazı çalışmalarda bile kişilerin kim olduğu bilgisine ulaşıldığı görülmektedir. Arvind Narayanan and Vitaly Shmatikov'un "Robust De-anonymization of Large Sparse Datasets" başlıklı çalışmaları görünüşte kişisel olmayan verilerin, uygun verilerle eşleştirildiğinde kişilerin tespit edilebileceğine bir örnektir. Netflix, 50.000 abonesinin film derecelendirmelerini, kimliği ifade eden hiçbir bilgiye yer vermeyerek yani anonimleştirmiş bir şekilde yayınlamıştır. Ardından veri uzmanları, IMBb.com ve diğer çevrimiçi kaynaklardaki puanlamaları inceleyerek, çapraz referanslama yöntemiyle kişilerin kim olduğu bilgisine ulaşmıştır (Narayan ve Shmatikov, 2008). Bu örnek, anonimleştirmenin kişisel verilerin gizliliğinin korunmasında yeterli olmadığını göstermektedir. Anonimleştirme bireyleri isim, e-posta bilgisi gibi doğrudan tanımlayan bilgilerin paylaşılmamasında etkilidir. Fakat bireyleri dolaylı olarak tanımlayan IP adresleri, iş bilgileri, coğrafi kayıtlar vb. bilgilerin

paylaşımına da dikkat etmek gerekmektedir. Bu bilgiler kişisel verilerin korunmasına karşı bir tehlike olarak değerlendirilmelidir (Mc Gregor ve Brennan, 2019).

Veri gazeteciliğinde kullanıcı gizliliğine dikkat edilmesi hem bireylerin mahremiyet hakkının korunması hem de verilerin üçüncü şahıslarla paylaşılarak kar amaçlı kullanımının önlenmesi açısından önemlidir. Kullanıcı gizliliğinin ardından veri gazeteciliğinde dikkat edilmesi gereken bir diğer husus verinin doğrulanmasıdır.

3.1.4. Verinin Doğrulanması

Veri gazeteciliğinde kaynağın kendisi veri olduğu için elde edilen veri setlerinin doğrulanması, anlatılmak istenen hikayenin doğru aktarılması için önemlidir. Veri setinin doğrulanabilir olması, veritabanındaki değişikliklerin tespit edilmesi ve güncellemeler için gerekli adımların atılması gerekmektedir (Craig vd., 2017). Verinin doğrulanması öncelikle elde edilen kaynağa alternatif kaynakların bulunması ve bu kaynakların karşılaştırılmasıyla mümkündür. Sivil toplum örgütleri başta olmak üzere, resmi olmayan kaynakların kullanımına imkan veren çeşitli kuruluşların ve okuyucuların veri üretimine katılımlarının artması faydalı olacaktır. Böylelikle farklı kaynaklardan elde edilen bilgiler birer doğrulama aracı olarak kullanılacaktır (Erkmen, 2018).

Gazetecilerin her türlü veriye şüpheyle yaklaşması gerekmektedir. *Araştırmacı Gazetecilik için Doğrulama El Kitabı* adlı yayında araştırmacılar, Dünya Bankası gibi köklü bir kurumun açık veri setlerinde bile temizlenmemiş, tekrar eden verilere rastlanıldığını ifade etmektedirler (Silverman, 2017). Pınar Dağ, Türkiye’de Doğruluk Payı, teyit.org gibi oluşumların veri gazeteciliği ile ilgilendiklerini fakat bu kuruluşların Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)’nun verilerini doğrudan kullandıklarını ifade etmektedir. Bu durum, veri setlerinin doğrulanarak kullanılması gerektiğini göstermektedir (5harfliler.com). Sadettin Demirel (20.04.2021) ise kamu kurumlarından alınan verilerin doğrulanmasının güç olduğunu çünkü bu verileri karşılaştıracak veri setlerinin hali hazırda bulunmadığına dikkat çekmektedir.

Örneğin işsizlik verisine bakıyoruz...İşsizlik verisini yurtdışıyla kıyaslayamıyorum çünkü ILO dediğimiz uluslararası kuruma veri gönderen de TÜİK. Yani karşılaştıracağım bir mekanizma yok. Şöyle olsaydı çok iyi olurdu: Bir Think Tank kuruluşu TÜİK ile aynı alanda çalışmalar yapmış olsaydı -Amerika'da sanırım var bu tip kuruluşlar- o iki araştırmayı karşılaştırabilirdik ve belli bir doğrulama yapılabilirdi (Sadettin Demirel, 20.04.2021).

3.1.4.1. Verinin Doğruluğunun Tespiti

Verilerin doğrulanması konusunda görüşülen veri gazetecileri, metodolojinin, kullanılan yöntemin okuyucuyla paylaşılması noktasında ortak görüş belirtmişlerdir. Sadettin Demirel'e (20.04.2021) göre doğrulamada en önemli husus, paylaşılan verinin kime ait olduğunun ve verinin nasıl toplandığının bilinmesidir. Öncelikle birincil kaynaklara başvurarak ve güncel raporları tarayarak araştırmaya başladığını ifade eden Denizcan Sarı (02.04.2020) da özellikle Statista gibi açık veri portallarından faydalanırken kaynağın metodolojisini mutlaka incelediğini söylemektedir. Veri gazetecisi Onur Mat (07.07.2021) kullandığı verinin metodunu açıkladığını hatta mümkünse kod parçacığını paylaşarak hangi yöntemle veriyi çekip hangi yöntemle analiz ettiğini ve bulgularını araştırmasına eklediğini ifade etmektedir. Ceyda Ulukaya (24.05.2020) ise doğrulamanın temel bir gazetecilik pratiği olarak her zaman gerekli olduğunu fakat veriye erişimin sınırlı olmasının doğrulamayı pratikte mümkün kılmadığını belirtmektedir. Veriye ilk erişimin yanı sıra bulguların elde edilmesinden sonra yani analizin ardından da doğrulama yapılmaktadır. Gazeteci Giionia Segnini Kosta Rika'da katıldığı bir çalışmada, düşük gelirli ailelerin çocuklarına eğitim yardımı yapan bir kuruluşun veri setlerine ulaşmıştır. Ailelerin ekonomik durumları, sahip oldukları mülkler vs. ile ilgili bilgileri içeren veri setleri, ülkedeki diğer veri setleriyle karşılaştırılarak sonuçlar doğrulanmıştır. Analiz sonucunda tüm öğrencilerin kötü koşullarda yaşamadığı, bazı öğrencilerin babalarının oldukça yüksek maaşlar aldıkları ve lüks araç ve mülke sahip olduklarını göstermiştir. Fakat verilerin söyledikleri yeterli gelmeyip ailelerin evlerine giderek durumu gören araştırmacı, söz konusu ailelerin çocuklarının babaları tarafından terk edildiklerini dolayısıyla bu yardıma muhtaç olduklarını görmüştür. Araştırmacı, sahada yapılan doğrulamanın hikaye açısından çok daha fazla şey söyleyebileceğini; en iyi veri analizinin bile sahada yapılan doğrulamanın yerini dolduramayacağını ifade etmiştir (Araştırmacı Gazetecilik için Doğrulama El Kitabı, 2017).

3.1.4.2. Tekrar Eden Verilerin Farkına Varılması

Büyük veri setleriyle çalışırken her bir verinin farklı bir veri olduğu ön kabulüyle yola çıkmak, tekrar eden verilerin gözden kaçırılmasına neden olmaktadır. Çeşitli algoritmalarla, excel, microsoft gibi yazılımların kendi geliştirdikleri özellikler sayesinde ya da belirli yazılımlarla tekrar eden verilerin tespit edilmesi mümkündür. Bunun yanı sıra Dünya Bankası'nın projelerini ölçen Bağımsız Ölçüm Grubu (IEG) gibi kuruluşlarda, uzmanlar ölçümler yapmakta ve bu ölçümlerin sonuçları bağımsız raporlar olarak hazırlanmaktadır (Silverman, 2017).

3.1.5. Veri Haberciliğinde Haberin Sunumu

Veri haberciliğinde haber yaparken göz önünde bulundurulması gereken bazı hususlar vardır. Kaynağın belirtilmesi, bağlamın ortaya konması, veri analizinde hata payının belirtilmesi, verilerin güncellik durumunun kontrol edilmesi bunlardan bazılarıdır. Ayrıca verileri görselleştirirken bazı etik ilkelere uyulması gerekmektedir. Haberin sunumunda, gazetecilerin bakış açısını habere katıp katmayacakları konusunda görüş ayrılıkları bulunmaktadır. Bu hususlar, aşağıda sıralanacaktır. Ayrıca büyük veriye erişimde yaşanan eşitsizliklere değinilecektir.

3.1.5.1. Kaynağın Belirtilmesi

Kaynağın belirtilmesi, gazeteciliğin temel ilkelerinden birisidir. Veri gazeteciliğinde kaynağın belirtilmesi, gazetecilik etik ilkelerinin yanı sıra şeffaf ve hesap verilebilir bir habercilik anlayışının yerleşmesini sağlamaktadır. Duygu Furuncu Kutluhan ve Aslıhan Zinderen'in Kovid-19 Döneminde Veri Gazetecilik: Koronavirüs Haberlerinin Betimsel Analizi başlıklı çalışmalarının (2021) sonuçları konuya ilişkin bir örnek olarak gösterilebilir: *The New York Times*, *The Guardian* gazetelerinde çıkan Kovid-19 ile ilgili veri haberlerinin analizini içeren çalışma sonucunda, tüm haberlerde açık verilerin kullanıldığı; kaynakların belirtildiği ve veri dosyalarının habere eklendiği görülmüştür.

Sadettin Demirel (20.04.2021) haberde kaynağın belirtilmesinin hem gazeteciliğin hem de veri gazeteciliğinin temel ilkelerinden olduğunu belirterek, elde edilen kaynaktaki

verilerin paylaşılması gerektiğini eklemektedir. Denizcan Sarı (02.04.2020) da yaptıkları veri haberciliği projelerinde, tüm kullanıcıların veri setleri ile ilgili bilgilere ulaşabildiklerini ifade etmiştir.

3.1.5.2. Bağlamin Ortaya Konması: Tarihsel Perspektif Gereği

Habercilikte bağlamin yani habere konu olan olayın tarihsel arka planından bahsedilmesi gereği, temel ilkelerden birisidir. Veri gazeteciliğinde etik sorunlara yol açan bu ilkeyi Bilge Narin, çerçeveleme teorisi⁴ üzerinden şu şekilde açıklamıştır.

Ben bunu da bir haber çerçeveleme teorisi üzerinden söyleyebilirim: Temalarına yönelik iki çeşit çerçeve vardır, konusal ve olaysal. Konusal olan da tam da sizin de söylediğiniz gibi bir terör haberi veriliyorsa, daha önce yapılmış terör haberleri, terörün mağdurları, tarafları gibi tüm bunları anlatarak da verebilirsiniz. Buna konusal çerçeve, konusal framing diyoruz. Ya da olaysal dediğimiz, örneğin: Ankara’da patlama meydana geldi, 3 ölü. Gördüğüm tek anlatı budur. Terörle ilgili etik tartışmalar, dünyadaki terör olayları, terörün o an Türkiye’deki ve dünyadaki durumuna ilişkin uzman görüşleri yoktur da sadece o olayı anlatan bir anlatı vardır. Aslında aynısı veri gazeteciliği için de geçerli. Siz sadece olayı anlatan verilerden hareketle bir görsel de yapabilirsiniz ama yılları, aynı konuyla ilgili daha önceki verileri, alternatif verileri karşılaştıran bir anlatı da hazırlayabilirsiniz. Belki de anlatıyı güçlendiren şey verinin fazlalığı ve görselin süper olması, en son teknolojiyle yapılması değil; sizin bağlamsal dediğiniz benim ise konusal çerçeve dediğim şeydir diyebilirim (Bilge Narin, 04.04.2021).

Faruk Bildirici, haberde bağlam vurgusuna yer verilmesinin temel ilkelerden olduğunu vurgulamaktadır.

Gazetecilikte temel ilkelerden biri şudur (bize okulda öğretilen de oydu): Bugün gazeteye bir haber yazdıysam ertesi gün o haberi yazarken de birinci günkü haberi özetlemek durumundasın yani şunu söylemek istiyorum. Hocalar bize hep şunu söylerlerdi: Her okur her haberi okumak zorunda değildir. Yani bir gün önce yazdığımız gazetede bir haberi, bugün okuyan kişi okumak zorunda değildir. Dolayısıyla onu özetleyerek, ondan da bahsederek girmek zorundasınız (Faruk Bildirici, 23.02.2021).

Veri haberlerinde -geleneksel gazetecilikte olduğu gibi- bağlam vurgusuna yer verilmesi, etik habercilik açısından önemlidir. Veri gazeteciliği yalnızca istatistikî verilerin ortaya konması değildir. Bu verilerden bir hikaye yaratılması amacını taşımaktadır. Haberin

⁴ Çerçeveleme kavramı ilk kez Goffman tarafından, bireylerin gündelik yaşamları ile ilintili olarak kullanılmıştır. Goffman, bireylerin olayları, edindikleri bilgileri konumlandırmak, tanımlamak, algılamak ya da etiketlemek için çerçeveler oluşturduklarını söylemektedir. Todd Gitlin, çerçeveleri ideolojinin taşıyıcıları olarak görmektedir. Medya çalışmalarında çerçeveleme kuramı, medya metinlerinde olayların nasıl kurgulandığı, anlamın nasıl kurulduğu, söylemin nasıl oluştuğu gibi noktaları araştırmayı hedefler (Durur, 2011).

hikayeleştirilmesi, Van Ham (2010) tarafından etkileşimli bir iletişim biçimi olarak tanımlanmaktadır (Ham'dan akt. Kutluhan ve Zinderen, 2021). Bradshaw, veri haberciliğinde kaynak olarak kullanılan verilerin, hikaye anlatmada bir araç olduğunu ifade etmektedir (2012). Verilerin anlam ifade edebilmesi için belirli bir bağlama oturtulması, hikayenin tarihsel bir arka planda ortaya konması gerekmektedir. Bağlam vurgusu olmayan verinin doğrulukla bağdaşmayacağını söyleyen Süleyman İrvan (10.02.2021), küresel çaplı sorunlara değinilen veri gazeteciliğinde bağlamın önemine değinmiştir.

Veri gazetecisi Sadettin Demirel verilerin karşılaştırılmasının öneminden söz ederek, anlatılmak istenen tablonun (örneğin işsizlik, basın özgürlüğü vb.) eski kayıtlara bakılarak ortaya konması gerektiğini düşünmektedir:

Yine işsizlik verisinden örnek vereyim: Tabii ki geçmişe göre işsizliğin nasıl değiştiğini görmemiz için geçmiş verisine bakmamız lazım. Bu diğer veriler de olabilir, Türkiye'de startup açılma oranı, basın özgürlüğü endeksi... Eski kayıtlara kesinlikle bakılması lazım çünkü neyle karşılaştıracağız? Şubat ayı işsizlik oranı açıklandı mesela bu hafta, ben bunu gelecek yılın şubat ayıyla ya da önceki 15 yılın şubat ayıyla karşılaştırmak zorundayım bir bağlam belirtebilmek için (Sadettin Demirel, 20.04.2021).

Ayrıca, eski araştırmalara göz atmanın yaptığı çalışmaların daha nitelikli hale gelmesini sağladığını ve kendisine iç görü kazandırdığını eklemektedir (20.04.2021).

Bilge Narin (04.04.2021), bağlam vurgusundan söz ederken haber çerçeveleme teorisi üzerinde durmuştur. Temalarına göre konusal ve olaysal olmak üzere iki anlatı türünden söz eden Narin, konusal çerçevenin bir haberi tüm detayları ve arka planıyla ele almakla; olaysal çerçevenin ise yalnızca olay hakkında bilgi vermekle yetindiğini ifade etmiştir. Aynı durumun veri gazeteciliği için de geçerli olduğunu ve bağlam vurgusunun anlatıyı güçlendirdiğini belirtmiştir:

Siz sadece olayı anlatan verilerden hareketle bir görsel de yapabilirsiniz ama yılları, aynı konuyla ilgili daha önceki verileri, alternatif verileri karşılaştıran bir anlatı da hazırlayabilirsiniz. Belki de anlatıyı güçlendiren şey verinin fazlalığı ve görselin süper olması, en son teknolojiyle yapılması değil; sizin bağlamsal dediğiniz benim ise konusal çerçeve dediğim şeydir diyebilirim (Bilge Narin, 04.04.2021).

Denizcan Sarı (02.04.2020), görev yaptığı, siyasetçilerin söylemlerini inceledikleri Doğruluk Payı platformunda, analizin en önemli kısmını bağlamın oluşturduğunu ifade etmektedir. İçeriklerinde tarihsel arka plana mutlaka yer verdiklerini söyleyen Sarı, bağlamın içeriğin doğru anlaşılmasında kilit bir rol oynadığını belirtmiştir. Ceyda Ulukaya (24.05.2020) ise kadın cinayetlerini ortaya koyduğu çalışmasında, ulaştığı istatistiklerin yanı sıra her bir olayla ilgili kısa bir özet kaleme alarak habere derinlik kazandırmıştır.

3.1.5.3. Veri Analizinde Hata Payının Belirtilmesi

Büyük veri setlerine dayalı haberler, etik ilkelere asgari düzeyde uyulduysa doğru olarak kabul edilmektedir. Ancak her bir veri projesi belirli oranda hata payı içermektedir. Veri gazetecisi ya da araştırmacı yaptığı haberlerde hata payını belirtmek durumundadır. Sadettin Demirel (20.04.2021) seçim anketlerinden örnek vererek, alınan bilgilerin yeterli olmadığını; seçim araştırması yapan şirketten bizzat o raporu almak gerektiğini ifade etmektedir. Araştırmanın yapılma tarihi, kimlerle görüşüldüğü gibi konularda detaylı bilgi almak ve bu bilgileri haberde belirtmek gerektiğini belirtmektedir:

Tabii ki, bunlar gerekli. Seçim anketinden bahsedelim mesela, herhangi bir seçim anketi yapılmış şu parti şu kadar oy almış... Ben sadece onu alıp haber yapmayı yanlış buluyorum. O kuruluşa gidip soracaksınız, KONDA mı yapmış mesela KONDA'nın araştırma sorumlusundan o raporu alacaksınız, zaten KONDA paylaşıyor bunu meta veri olarak. Zaten o kuruştan, o araştırmanın hangi alanda yapıldığını, kimlerle görüşüldüğünü ve hangi tarih arasında yapıldığını öğrenmelisiniz ve bunu haberin sonunda veya içinde belirtmelisiniz. Hata payından da bahsedilmeli tabii. Örneğin A partisi %3 oranında seyrediyor peki hata payı ne? Hata payı +7, -7 ise oradaki oran azalmış da olabilir, artmış da olabilir. Tabii ki hata payı burada önemli, okuru yanıltmamak açısından (Sadettin Demirel, 20.04.2021).

Ceyda Ulukaya (24.05.2020) yaptığı çalışmada hata payının, çalışmanın medya kaynaklarıyla sınırlı olması olduğunu belirtmekte ve hata payına, çalışmanın web sitesinde yer verdiğini ifade etmektedir. Denizcan Sarı ise veri setlerine kullanıcının denetimine ve itirazına açık tutarak hata payını göz önünde bulundurduklarını söylemektedir. Verilerin belirli bir oranda hata barındırabileceği aşikar olmakla birlikte hata payının en aza indirilmesinde, verilerin karşılaştırılması etkili olmaktadır (Zinderen, 2021). Nick Evershed, Andy Ball, Hannah Izzard, Patrick Lum ve David Constable tarafından, Kovid-19'un Avustralyalıların nasıl etkilediğini ele alan "Coronavirus Australia map: tracking new cases, Covid-19 stats and live data by state" başlıklı bir

haber yayınlanmıştır. 31 Ağustos 2020 tarihinde, *The Guardian* gazetesinde yayınlanan haberde verilerin farklı kaynaklardan toplandığını (farklı bölgelerdeki sağlık departmanlarının raporları, üniversiteden alınan veriler vb.) bu nedenle verilerin farklı kaynaklarla çapraz olarak kontrol edilmesi gerektiği bilgisi okurla paylaşılmıştır. Ayrıca okuyucular, verilerde herhangi bir yanlışlık görülürse hemen e-posta ile kendileriyle iletişime geçmeleri konusunda uyarılmışlardır (Kutluhan ve Zinderen, 2021).

3.1.5.4. Verilerin Güncellik Durumunun Belirtilmesi

Birinci Bölüm’de açıklandığı üzere, habercilikte hız günden güne artarken haberler güncellik değerini aynı hızla yitirmektedir. Veri gazeteciliği haberleri, kaynağı veriler olduğu için dinamik bir yapıdadır. Belirli dönem aralıklarını ifade eden (örneğin belirli yıllar arasındaki işsizlik oranları) haberlerin dışında kaynağın güncellenmesi, bilginin taze kalması açısından gereklidir. Denizcan Sarı (02.04.2020), siyasetçilerin belirli bir dönemdeki söylemlerini ele aldıkları çalışmalarda verileri güncellemediklerini; bülten haberlerinde ise sürekli güncellediklerini dile getirmiştir. Sadettin Demirel, verileri güncel tutmanın çalışmanın kalıcı olup olmadığıyla ilgili olduğunu ifade etmiştir:

Bu biraz çalışmanızı nasıl kullandığınıza göre değişir. Bir haber yapmışsanız ve bu haber gelip geçici bir haberse onu muhtemelen güncellemezseniz, güncellemiyorum ben de. Ama örneğin işsizlik verisini görselleştirdim, veri bülteninde kullanacağım -kendi alanımda düşünürsek- ben tabii ki o görseldeki veriyi TÜİK açıkladıkça güncelliyorum. Aynı içeriği 1 ay sonra değil ama belki 6 ay sonra okura yine ulaştırabilmek için güncellemeye çalışıyorum. Güncellenmeli mi, tabii ki okura ulaşacaksa güncellenmeli (Sadettin Demirel, 20.04.2021).

Bununla birlikte Sadettin Demirel (20.04.2021) verilerin güncellenmesinin haber merkezinin becerileri ve finansal yeterlilikleriyle de ilgili olduğunu altını çizmiştir:

Bazı içerikler tekrar tekrar sunulabiliyor okura. Bunu otomatize etmek de haber merkezinin kabiliyeti ve finansal kaynaklarıyla ilgili. Yani belli bir kod diliyle, belli bir script yazarak bunu örneğin TÜİK'in API'sinden alıp güncellemesi de ayrıca güzel bir çalışma olur ama önemli bir kaynak ve kalifiye eleman gerekir (Sadettin Demirel, 20.04.2021).

Veri gazeteciliğinde haberin sunumuyla ilgili olan fakat ayrı bir başlık altında ele gereken bir diğer husus, verinin görselleştirilmesidir. Bu pratiğin ayrı bir başlıkta incelenmesinin birinci nedeni kendi içinde belirli kurallara sahip olmasıdır. Aşağıdaki başlıkta bu kurallar detaylandırılacaktır. İkinci neden ise veri görselleştirmesi, tıpkı geleneksel

gazetecilikte haber yazımında metin kullanılması gibi, veri gazeteciliğinde haberin dilini oluşturmaktadır.

3.1.6. Veri Görselleştirmede Ortaya Çıkabilecek Etik Sorunlar

Verilerin görselleştirilmesi, gazetecilikten veri bilimine, finanstan akademiye pek çok alanda kullanılan ve belirli prensipleri olan bir alandır. Veri görselleştirmede yapılan belirli hatalar okuyucunun yanıltılmasına, anlatılmak istenen hikayenin yanlış aktarılmasına neden olmaktadır. Kimi veri görselleştirmeleri manipülasyona ve dezenformasyona yol açabilmektedir.

Araştırma kapsamında görüşme yapılan dört veri gazetecisinden üçü veri görselleştirmesini kendilerinin yaptığını belirtmiştir. Denizcan Sarı (02.04.2020), çalıştığı ekipte herkesin mutlaka asgari düzeyde veri görselleştirmesi bildiğini ve ileride programlama diliyle veri görselleştirme çalışmalarına ağırlık vereceklerini dile getirmiştir:

Veri görselleştirme yetkinliklerini ofisimizde yer alan her bir arkadaşımıza başlangıç seviyesinde de olsa aktarmaya çalışıyoruz. Böylelikle yeni fikir üretimini geliştirmeyi ve disiplinler arası hibrit çıktılar elde etmeyi umuyoruz. İlerleyen dönemde veri görselleştirme çalışmalarında programlama dillerinin imkanlarını da kullanmayı planlamaktayız. Ben de kişisel gelişimimi bu alana odaklamaya çalışıyorum (Denizcan Sarı, 02.04.2020).

Veri görselleştirmesini R, Python gibi yazılımlarla yapmanın hem işini kolaylaştırdığını (çünkü hem analizi hem de görselleştirmeyi aynı platformda yapmak zaman kazandırıyor) hem de daha fazla seçenek sunduğunu ifade eden Sadettin Demirel (20.04.2021), R programını öğrenmeden önce veriyi istediği formatta görselleştiremediğini bunun kendisine bir zorluk yarattığını söylemiştir. Onur Mat (07.07.2021) ise grafiksel anlamda donanım sahibi olmadığını, standart grafikler kullandığını; amacının haberi basit ve anlaşılır bir şekilde aktarmak olduğunu dile getirmiştir.

Görüşmecilerin veri görselleştirmede kullandıkları araçlar şu şekilde sıralanmıştır:

Statik veri görselleştirmeleri için, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator gibi tasarım programları; hareketli veri görselleştirmeleri için R, Flourish, Java Script gibi yazılımlar, basit görselleştirmeler için Google Sheets. Ayrıca videolar için Adobe Premiere Pro, Adobe After Effects ve Adobe Creative Suite programlarından yararlanmaktadırlar. Bunların yanı sıra Infogram, Plotly ve Tableau da kullandıkları araçlar arasındadır.

Görüşmecilere hangi grafik türlerini sıklıkla kullandıkları sorulduğunda, temelde çubuk grafik, pasta grafik, çizgi grafik gibi türleri kullandıklarını fakat ellerindeki veriye ve kullandıkları yazılımın kapasitesine göre türlerin değişiklik gösterdiği ifade edilmiştir.

Bunlar veriye göre değişebilen grafik türleri. Tabii ki temelde çizgi grafik, çubuk grafik gibi grafik tipleri daha çok kullanılıyor ama biraz da kullandığınız yazılımın kapasitesi, kabiliyetiyle alakalı yani size daha sofistike görselleştirme biçimleri sunabilir. Radar chart diye bir grafik biçimi var ya da farklı harita biçimleri var. Bu harita biçimlerini yapabilmemiz için elinizdeki verinin buna uygun olması lazım, buna göre değişiyor. Hep bunu yapıyorum diyemem çünkü çalıştığım konuya göre değişiyor. Bir de kullandığım araca göre değişiyor. Yani burada net bir şey söyleyemem açıkcası. Habere, veriye göre değişiyor. Ama basit grafikler de önemli tabii (Sadettin Demirel, 20.04.2021).

Bunun yanı sıra görüşmeciler, Türkiye, Avrupa gibi yerler üzerinde haritalandırma çalışmaları yaptıklarını da eklemişlerdir. Genel itibariyle görüşmeciler veri görselleştirmesinde iki unsura dikkat ettiklerini vurgulamışlardır: Bağlam ve teknik unsurlar.

Denizcan Sarı (02.04.2020), veri görselleştirmesinde, herhangi bir yanlış anlaşılma yaratacak ya da anlamı çarpıtacak görselleştirmelerden kaçındığını dile getirmiştir ve bunu örneklerle açıklamıştır:

Temel olarak veri görselleştirmede yapılan temel etik ihlal, karşılaştırılmalarının bağlam olarak yanlış olduğu değerlerin görselleştirilmesidir. Örneğin benzin fiyatlarını direkt olarak kur hesabı ile çevirip görselleştirmek bağlam açısından hatalıdır. Bu noktada satın alım gücü paritesinin değerlendirilmemesi bu veri görselleştirme çalışmasını bağlam olarak hatalı kılar. Yine ekonomik büyümeleri kıyaslarken, gelişmiş ülkeler, G-20 ülkeleri, gelişmekte olan ülkeler ve OECD ülkeleri gibi kümeler göz önünde bulundurulmalıdır (Denizcan Sarı, 02.04.2020).

Denizcan Sarı, gelişmiş bir ülke ile gelişmekte olan bir ülkenin verilerinin aynı grafikte olmasının teknik açıdan hatalı olmadığını fakat söz konusu iki ülkenin aynı düzlemde

karşılaştırılmasının, çalışmanın bağlamı açısından hatalı olduğunu öne sürmüştür (02.04.2020).

Görüşmecilerin veri görselleştirirken dikkat ettikleri teknik unsurlar şöyledir:

- Grafiğin doğru seçilmesi
- Renk kullanımı
- Font seçimi
- Ham verinin rafine hale getirilmesi
- Kaynağın, grafiğin altında belirtilmesi
- Grafiğin sade ve anlaşılır olması
- Grafikte dikey eksenin 0'dan başlamaması

“Haber için Veri Görselleştirirken Nelere Dikkat Edilmeli” başlıklı makalesinde Sadettin Demirel (2021) biçimsel, kültürel ve teknik bazı önerilerini sıralamaktadır:

- Görsel öğeler anlaşılır olmalıdır,
- Renklerin seçimine dikkat edilmelidir; okuru rahatsız edecek renklerden, yoğun kontrasttan kaçınılmalıdır,
- Arka plan ve fontun uyumlu olmasına dikkat edilmez,
- Amaç, okura anlatılmak istenen bilgiyi en sade şekilde aktarmak olmalıdır,
- Renklerin kültürel anlamlarını kullanarak (örneğin uyarı anlamında kırmızıyı, denizleri göstermede mavi rengi vs.) grafik daha anlamlı bir hale getirilmelidir,

- Çok değişkenli araştırmalarda, karşılaştırma yapmayı zorlaştıracadı için pasta grafikten kaçınılmalıdır,
- Yanıltıcı olabileceği için, üç boyutlu grafiklerden kaçınılmalıdır,
- Anlaşılır fontlar seçilmelidir.

Veri gazeteciliğinde görselleştirmede yukarıda sıralana bu gibi hususlara dikkat edildiğinde etik sorunların önüne geçilecektir. Bunun yanı sıra veri gazetecisi Ceyda Ulukaya (24.05.2020), veri görselleştirmesinin geleneksel medyadaki etik sorunların çözümünde etkili olabileceğine dikkat çekmiştir: “Kadın Cinayetleri” başlıklı, 2010-2017 yılları arasında Türkiye’de yaşanan kadın cinayetleri veritabanının ortaya konduğu (kadincinayetleri.org.) veri gazeteciliği projesini yürüten Ulukaya, kadın cinayetlerinin yaygın medyadaki temsilini sorunlu bulduğunu ifade etmiştir. Yazılı medyada kadın cinayetleri hakkında kullanılan dilin ve yayınlanan fotoğrafların etik açıdan pek çok soruna yol açağını belirten Ulukaya, “veri gazeteciliği bizi söylemden uzaklaştırarak söz konusu yerleşik ve problemlili temsillerden de uzaklaştırma potansiyelini taşır” (24.05.2020) diyerek geleneksel medyadaki etik ihlalleri aşmanın bir yolu olarak veri gazeteciliği yapmanın gerekliliğini iddia etmiştir:

Özellikle kadın cinayetleri gibi, kadının kim olduğu, ne giydiği, saat kaçta nerede olduğu gibi unsurların dahi haber konusu edilebildiği bir bağlamda, dikkati bu unsurlar yerine ne olursa olsun bir kadının daha öldürüldüğüne çekmeyi sağladığını, bu anlamda da geleneksel medyadaki etik ihlalleri aşmanın bir yolunu sunduğunu düşünüyorum (Ceyda Ulukaya, 24.05.2020).

Bununla birlikte kadın cinayetlerinin salt sayılara indirgenerek anlatılmasını doğru bulmayan Ceyda Ulukaya (24.05.2020), projesinde her bir vaka için kısa özetler kaleme alarak olayı objektif bir dille anlatmaya çalıştığını ifade etmiştir.

Cinayetlerin sadece rakamlardan ibaret kalmasını da istemedim; çünkü her şeyi fazlaca sayılara indirgemiş olmayı doğru bulmuyordum. Bu yüzden, her bir cinayet vakasıyla ilgili küçük özetler kaleme aldım. Bu özetler, biraz da cinayet haberlerinde kullanılan dilden duyduğum rahatsızlıktan kaynaklandı. “Aldatan eşe 21 bıçak darbesi” ya da “Koca cinnetinin kurbanı oldu” gibi yaygın medyada sıkça başvurulan (ve benim de kaynak olarak linklerine yer vermek zorunda kaldığım) söylemlerden kaçınıp olayı daha objektif ifadelerle özetlemeye çalıştım (Ceyda Ulukaya, 24.05.2020).



Görsel 2: kadincinayetleri.org

Gazeteciliğin temel ilkelerinden olan objektiflik ilkesi, veri haberciliğinde de geçerliliğini korumaktadır. Fakat birinci bölümde de bahsedildiği üzere, dönüşen gazetecilikte haberin dili de değişim göstermiştir. Artık gazeteciler haberlere kendi seslerini katmaktadırlar. Veri gazeteciliği, yapıma yöntemi açısından, gazetecilerin kendi yorumlarını katmasına ne kadar uygundur? Bu konuda, aşağıdaki başlık altında, görüşme yapılan kişilerin görüşlerine başvurulmuştur.

3.2. VERİ GAZETECİSİNİN HABERE KATKISI

Tez çalışması kapsamında görüşülen veri gazetecilerine, “yaptığımız habere kendi bakış açınızı katıyor musunuz?” sorusu sorulmuştur. Bu soru ile veri gazetecisinin haberdeki etkin konumu, yani haberde görünür olup olmadığı araştırılmak istenmiştir. Bu durum, geleneksel gazetecilikteki nesnellik tartışmalarına bakarak anlaşılabilir. Tez çalışmasının Birinci Bölümünde de bahsedildiği üzere, nesnellik ilkesi konusunda çeşitli eleştiriler bulunmaktadır. Nesnellik ilkesine göre gazeteci, haber metnine kendi görüşünü katmamalıdır. Tarafsızlık ilkesiyle birlikte ele alınan nesnellik, gazetecinin olayla ilgili farklı görüşlere eşit miktarda yer vermesi gerektiğini ifade etmektedir. Nesnellik ilkesinin ve pozitivist bilim anlayışının birbiriyle örtüştüğünü söyleyen araştırmalar bulunmaktadır (İnal, 1996; Çığ ve Çığ, 2011). Bu araştırmalarda pozitivismde insan müdahalesinin olmadığı, araştırmada yoruma yer verilmemesi gibi özellikler üzerinde

durulmuştur. Araştırmalara göre nesnellik ilkesi, gazetecinin kimliğinin görünmez olmasına neden olmuştur. Ayşe İnal, nesnellik ilkesine göre yapılan haberlerin mevcut toplumsal düzendeki hakim görüşün yeniden üretildiği haberler olduğunu ifade etmektedir (1996). Okuyucunun haberi oluşturan endüstriyel koşullar, haberin hangi toplumsal yapı içinde üretildiği gibi konularda bilgi sahibi olması imkansız hale gelmektedir.

Geleneksel gazetecilikte nesnellüğün, pozitivist paradigmayla birlikte ele alındığı görülmektedir. Günümüzde veri gazetecisi, habere kendi bakış açısını katabiliyor mu? Mevcut medya endüstrisinde bu mümkün mü? Bu soruları yanıtlamadan önce veri gazeteciliğinde haberin kaynağı olan büyük verinin pozitivism ile ilişkisine bakmak faydalı olacaktır. Şevki Işıklı “Büyük Veri, Epistemoloji ve Etik Tartışmalar” başlıklı makalesinde büyük verinin pozitivist paradigmadan farklı unsurlar taşıdığını öne sürmektedir (2014). Pozitivist paradigmanın verileri toplarken deney-gözleme başvurması, gözlemcinin yalıtık olması, dışsal gerçeklik gibi unsurları büyük veride ya hiç yoktur ya da zayıflatılmıştır. Işıklı, büyük veriyle çalışırken veriyi anlamlı kılan şeyin, özne olduğunu belirtir. Yani veriyi enformasyona dönüştürmek, veriden toplumsal fayda sağlamak için özneye ihtiyaç vardır. Özne, hangi verinin araştırma kapsamına alınacağını, hangisinin dışarıda bırakılacağını ve tüm bunları hangi yöntemle yapacağını belirler. Bu bağlamda öznenin aktif bir konumda olduğundan söz edilebilir. Çünkü anlam, öznenin seçimiyle kurulur (Işıklı, 2014, s. 96).

Tez çalışması kapsamında görüşülen veri gazetecileri, seçtikleri konudan, verinin analizine, konuyla ilgili hipotezlerinden, veri görselleştirmesine kadar kendi bakış açılarını habere yansıttıklarını ifade etmişlerdir.

Şunu belirtelim, veri tarafsız değildir. Tamam veriyi topluyoruz ama o verinin de bir toplanma biçimi var, nerede yapıldığına dair araştırma var. Belki araştırma dahi belli bir hatadan dolayı farklı çıkabilir. Burada araştırmayı yapanın ön yargıları dahi araştırmayı etkileyebilir. Buna dikkat etmeliyiz en başta. İkincisi veriyi toplamaktan hikayeleştirmeye giden süreçte belli bir analiz yapıyoruz, belli bir çerçeve oluşturuyoruz bir konuda. Örneğin en başta demiştim, coronavirus vakalarının artmasına toplu organizasyonlar neden olmuştur... Bu bir tez aslında. Belli bir hipotez oluşturuyorum ve bu hipotezimi belli veriler kullanarak kanıtlamaya çalışıyorum (Sadettin Demirel, 20.04.2021).

Katmak gerekiyor diye düşünüyorum ben biraz. Öteki durum hem soğuk kalıyor hem de hız kisvesi altında zaten belli olan bir taraf veriye yedirilmiş ve tarafsızmış gibi gösteriliyor. Çok

nötrüz, veri de bu diyor ama... Zaten o verinin seçilmesi, işlenmesi ve görselleştirilmesinde yorum var (Onur Mat, 07.07.2021).

Gazetecilerin yaptıkları veri haberlerine kendi yorumlarını katmaları gerektiğini aksi takdirde haberin soğuk bir yapıda olacağını ifade eden Onur Mat (07.07.2021), kendi çalışmalarında yoruma yer verdiğini fakat belirsiz ifadelerden kaçındığını belirtmiştir. Denizcan Sarı (02.04.2020) ise çalıştığı kurumda bilimsel bir metodoloji kullanarak haber ürettiklerini dolayısıyla kendi bakış açılarını haberde belirtmediklerini söylemiştir:

Doğruluk Payı olarak yoruma yer vermediğimizden, bilimsel bir metodoloji kullandığımızdan ve içerikleri üretirken açık veri kaynaklarından faydalandığımızdan kendi bakış açımızı içeriğe dahil etmemiz söz konusu olmuyor (Denizcan Sarı, 02.04.2020).

Peki veri gazeteciliğinde nicel verilerin ön planda olması, gazetecinin habere katkısını azaltır mı? Bu soruya yanıt vermeden önce, robot gazetecilik denilen gazetecilik türünün, gazetecilik mesleğine etkilerinden söz etmek faydalı olabilir. Yeni medya ile yeni haber platformları türemiştir. Ayrıca yeni haber türleri ortaya çıkmıştır. Dijital teknolojilerin gelişmesiyle “Algoritmik Gazetecilik” ya da “Otomatik Gazetecilik” olarak tanımlanan yeni bir tür gazetecilikten söz edilmektedir (Kalsın, 2017, s. 26). En basit şekilde, “insan müdahalesi olmadan veriyi haber metnine dönüştüren algoritmik süreç” (Carlson’dan akt. Narin 2017, s. 82) olarak ifade edilen Robot Gazetecilik, gazetecilik mesleğinin önünde bir tehdit olarak görülmektedir. Günümüzde *NY Times*, *The Guardian* gibi büyük medya kuruluşlarının çoğunlukla spor, hava durumu vb. ile ilgili rutin haberlerinde kullanılan robot gazetecilik, etik tartışmaların odağında yer almıştır. Algoritmalar robot gazeteciliğin yanı sıra veri gazeteciliğinde de kaynağın bulunmasında etkin rol oynamaktadır zira büyük verinin oluşturulması, depolanması ve işlenmesi algoritmalar tarafından yapılmaktadır. Fakat hangi verinin seçileceği, hangi bağlamda ele alınacağı halen gazetecilerin kontrolindedir yani gazeteciler veride saklı olan hikayeyi bulup çıkarmaktadırlar (Parasie ve Dagiral, 2012, s. 859). Öte yandan büyük verinin bilgisi daha güçlü bir araç olarak karşımıza çıktığı için (sayılara dayalı olmasının yarattığı kesinlik algısı buna neden olarak gösterilebilir) haberde gazetecinin katkısı görünmeyebilir. Bir diğer ifadeyle, gazetecinin veriyi seçen, analiz eden ve hikayeleştiren kişi olduğu bilgisi, okuyucunun dikkatini çekmeyebilir. Veri gazeteciliği, görselleştirmeye dayalı bir anlatı olduğu için bu süreçler geri planda kalabilir. Bu durumda veri gazetecilerinin kullandıkları veriyi hangi kaynaktan aldıklarını, hangi

metodolojiyi kullandıklarını haberde belirtmeleri önemlidir. Bir diğer yandan, veri gazeteciliğinin teknik beceri gerektirmesi, farklı disiplinlerden profesyonellerin alana dahil olmasına neden olmuştur. Kod yazarları, mühendisler veri gazeteciliği projeleri üretmektedirler. Etik sorumlulukla üretim yapan profesyoneller olmakla birlikte, farklı alanlardan gelen bu profesyonellerin istihdam edilmesi, kamu yararından çok işletmenin kar elde etmesini amaçlamaktadır. Burada işletmenin değerlerinin basın özgürlüğü, demokrasi gibi değerlere baskın çıktığından söz edilebilir (Salcito'dan akt. Çığ ve Çığ, 2015). Daha fazla veri gazetecisinin bu üretimlerde yer alması, doğruluk, gerçeklik, kamu yararı gibi ilkelerin üretildiği haberlerin oluşmasına katkı sağlayabilir. Yani burada söylenmek istenen, gazetecilerin bu alanı sahiplenerek, kamu yararı, gerçeklik, doğruluk ilkelerinin başat olduğu haberler yapmalarıdır.

Yukarıda gazetecilerin veri haberlerinde söz sahibi oldukları vurgulanmıştır. Fakat mevcut medya endüstrisinde -kamusal yarar amacı olsa bile- her veri gazeteciliği fikri, yaşama geçememektedir. Bunun nedeni, büyük veriye erişimde yaşanan eşitsizliklerdir.

3.3. BÜYÜK VERİYE ERİŞİMDE EŞİTSİZLİKLER

Arjun Appadurai, büyük veriye enformasyon ve güç kaynağı olarak görmektedir (2019, s.172). Büyük veri paydaşlarını üçe ayırmaktadır: Büyük veriye toplayanlar, üretenler ve kullananlar. Appadurai'ye göre bu üçü arasında güç ilişkileri anlamında bir etkileşim göze çarpmaktadır. Bu etkileşim mikro seviyede şöyle açıklanmaktadır: Büyük veriye toplayanın bağlantı sayısı ne kadar çoksa gücü de o kadar fazladır. Makro seviye ise bütün aktörlerin birbirleriyle bağlantılarından ve kendi ağırlıklarından kaynaklanan güçtür. Appadurai, bu üç bileşenin özelliklerini şöyle sıralamaktadır:

- Büyük veriye toplayanlar, hangi verinin toplanıp, hangi verinin saklanacağına karar vermektedirler.
- Büyük veriye kullananlar, verinin hangi amaçla toplandığını belirlemektedirler. Bu bağlamda sosyal süreçleri manipüle ederek karar verme davranışını belirlemektedirler.

- Büyük veriyi üretenler kapsamlı verileri bilerek veya bilmeyerek üreten doğal aktörlerdir.

Appadurai, bu üç bileşenin birbirleriyle etkileşiminin, geleneksel etğin etki alanını aştığını; çok daha öngörülemeyen ve geniş bir etki alanına neden olduğunu belirtmektedir (2019, s.165-166).

Dijital çağda, pek çok kullanıcı büyük veriye erişimde sorun yaşamaktadır. Büyük veriyi toplamak için kaynağa ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun için büyük veriyi işlemeye uygun bilgisayarlar, depolamak için geniş depolama alanları ve bu verilere ulaşabilmek için endüstriyle bağlantıda olmak gerekmektedir (Fairfield ve Shtein'dan akt. Narin, 2017). Bu olanaklar platform sahiplerinin elindedir. Manovich, büyük verinin Facebook, Google gibi dijital medya şirketlerinin elinde olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle bu şirketlerde çalışan araştırmacılar (sosyologlar, antropologlar, iletişim bilimciler vb.) verilere erişebilecekken diğer araştırmacılar için aynı durum söz konusu değildir (Akt. boyd ve Crawford, 2015). Benzer bir durum veri haberciliğinde de görülmektedir. Büyük medya kuruluşları veri setlerine daha kolay erişim sağlarken, alternatif medya büyük veriye erişimde o kadar şanslı değildir. Tüm bunların yanı sıra büyük veriye erişmek, doğru bilgiye erişmek anlamına gelmemektedir. Pek çok haber kuruluşu birincil haber kaynağı olarak görülen açık devlet verilerine güvenmedikleri için, ikincil haber kaynağı olan sivil toplum kuruluşlarının verilerine başvurmaktadır. Veri gazetecisi Denizcan Sarı (02.04.2020), kadın cinayetleri, asgari ücretli çalışan sayısı gibi konularda ikincil kaynaklara başvurduklarını ifade etmiştir:

Kaynaklarımızı birincil ve ikincil kaynaklar olarak iki başlıkta sınıflandırıyoruz. Birincil kaynaklarımızı Eurostat, TÜİK, OECD gibi hesaplama ve araştırma yöntemleri güçlü olan resmî kurumların raporları ve sundukları veri setleri oluşturuyor. İkincil kaynaklarımızı ise sivil toplum kuruluşlarının raporları ve akademik çalışmalar oluşturuyor. Kadın cinayetleri, bireysel silahlanma, asgari ücretli çalışan sayısı gibi konularda sıklıkla ikincil kaynaklara başvuruyoruz (Denizcan Sarı, 02.04.2020).

Ceyda Ulukaya (24.05.2020) ise kadın cinayetleriyle ilgili resmi verilere ulaşamadığını bu nedenle medyaya yansıyan verileri takip ettiğini belirtmiştir:

Projeye başladığımda öncelikli amacım kadın cinayetleriyle ilgili resmi verileri elde etmektir. Bunun için Bilgi Edinme Yasası kapsamında birçok resmi kuruma başvuruda buldum ancak herhangi bir bilgi maalesef paylaşılmadı. Bunun üzerine çalışmayı, medyaya yansıyan kadın cinayetleriyle sınırlandırmak zorunda kaldım. Bunun için de Bianet'in Erkek Şiddeti Çetelesi'ndeki cinayet verilerini temel alarak bir araştırma yürüttüm. Rapor formundaki çetelede yer alan isimleri, Google üzerinden tek tek araştırdım ve her bir cinayetle ilgili en az mümkünse 3 haber kaynağından bilgi toplayarak ilerledim. (Ceyda Ulukaya, 24.05.2020).

Veri gazeteciliğiyle ilgili etik sorunların sıralanmasının ardından, etik sorunların çözümüyle ilgili veri okuryazarlığından söz etmek faydalı olacaktır.

3.4. VERİ OKURYAZARLIĞI

Veri okuryazarlığı, *Beyond Data Literacy* adlı kitapta veriyi okuma, veriyle çalışma, veriyi analiz etme ve veri ile tartışabilme becerisi olarak tanımlanmaktadır. Veriyi okumak verinin ne olduğunu ve temsil ettiği gerçekliği bilmeyi gerektirmektedir. Veriyle çalışmak veriye ulaşmayı, veriyi temizlemeyi ve yönetmeyi gerektirmektedir. Veri analizi denilince verinin ayıklanması, filtrelenmesi, diğer verilerle karşılaştırılması gibi aşamalar akla gelmektedir. Veri ile tartışmak ise kamuoyuna iletilmek istenen mesajın ya da hikayenin verileri kullanarak iletilmesi anlamında gelmektedir (Beyond Data Literacy, 2015)

School of Data tarafından oluşturulan Defining Data Literacy adlı kitapta, veri okuryazarı olmak için belli yetkinliklere sahip olmak gerektiği belirtilmiştir. Bu yetkinlikler şunlardır:

- Veriye hangi yollardan ve nasıl ulaşılabileceğinin bilinmesi,
- Veriye soru sorabilme becerisi,
- Veriden spesifik çıktılar bulabilme becerisi,

- Veriyi, bireyin hedefleri için güce dönüştürebilme,
- Temel istatistiki analizlerin yapılabilmesi (Slater, 2016).

Veri okuryazarlığı, yerel aktörlere, yerel sorunları anlayıp çözmelerinde katkı sağlamaktadır. Ayrıca yurttaşları güçlendirerek; hükümetleri şeffaflık, hesap verilebilirlik konularında sorumluluk almaya zorlamaktadır (Beyond Data Literacy, 2015).

Aynı zamanda Veri Okuryazarlığı Derneği⁵ üyesi olan, veri gazetecisi Sadettin Demirel, veri okuryazarlığını günümüzün en önemli becerilerinden birisi olarak tanımlamaktadır. Veri okuryazarı olmanın, bireylere haklarını koruma konusunda farkındalık kazandırdığına işaret etmektedir. Veri okuryazarlığının kişisel hayattan, devlet yönetimine, kamu yönetiminin şeffaflığından; iş hayatına kadar pek çok alanda katkı sunduğunu eklemektedir.

Örneğin Google, Facebook'la Whatsapp verilerini paylaşmayı seçti ve siz buna hayır dediniz. Bu aslında veri okuryazarlığıyla ilgili farkındalığı olan birinin almış olduğu bir tavidir. Kişisel verilere de giriyor. Çünkü kendi verilerinizi biliyorsunuz, hangi verinizi paylaşıp hangisini paylaşmamanız gerektiğini biliyorsunuz. Özgür, hakkını arayan bir vatandaş olmak için de veri okuryazarı olmanız şart. Çünkü bütçeniz nereye harcanıyor, nereye vergi veriyorsunuz ve hesap sorabiliyor musun? Yani veri okuryazarlığı çok disiplinlerarası ve hayatımızın birçok tarafını etkileyen bir beceri günümüzde. Diyebilirsiniz ki ortalama bir vatandaş bunu yapabilir mi? Belki bir kıyısından tutabilir, belki kişisel veriler üzerinde farkındalık sahibi olabilir. Kişisel hayatımızdan, devlet yönetimine, kamu yönetiminin şeffaflığına, bunu iş hayatımızda kullanmamıza kadar birçok noktada bu beceriye sahip olmamız hayatımızı etkiliyor (Sadettin Demirel, 20.04.2021).

⁵ Türkiye’de veri okuma-yazma, veriyi analiz etme ve veriden değer yaratma becerileri kazandırmak için 2018 yılında Veri Okur Yazarlığı Derneği (VOYD) kurulmuştur. Dernek, açık veri, açık hükümet, veri madenciliği, veri gazeteciliği, açık lisans, veri doğrulama, veri yönetimi gibi alanlarda çalışmalar yapmaktadır (<https://www.voyd.org.tr/tr/p/hakkimizda-52>)

Bilge Narin, internette paylaşılan bilgilerin çok hızlı çoğaldığını ifade ederek, bireylerin kişisel verilerinin korunması konusunda farkındalık sahibi olmaları için veri okuryazarlığı becerisine sahip olmaları gerektiğini belirtmektedir:

İnternet öyle bir ortam ki paylaştığınız her şey hipermetinsellikte birlikte anormal çoğalıyor ve bir süre sonra siz o verileri kaldırmak / tekrar görmemek istediğinizde yeniden karşınıza çıkabiliyor. İnternete veri yüklemek çok kolay ama silmek çok pahalı. İnternete veri yüklemek ucuz ama veriyi silmek çok pahalı. Kişisel veriler de bu tehditte karşı karşıya... İhtiyacımız olan şey belki kişisel verilerin neden korunmasıyla ilgili bir okuryazarlık becerisi diyebiliriz (Bilge Narin, 2017).

Süleyman İrvan ise veri okuryazarlığının herkes için gerekli olduğunu kabul etmekle birlikte özellikle gazeteciler için gerekli olduğunu savunmaktadır. Medyanın, toplumu veri okuryazarlığı konusunda bilgilendirmesinin önemine değinmektedir.

Veri okuryazarlığı elbette gerekli ama özellikle gazeteciler açısından çok gerekli. Çünkü onlar yaptıkları haberlerin ne anlama geldiğini hem bağlamına oturtarak hem de anlamını doğru biçimde ortaya koyarak vermek durumundalar. O anlamda çok önemli yani veri okuryazarlığı -veriden anlamak, verinin neyi ifade ettiğini anlayabilmek- bence çok önemli. Temel olarak aslında toplumun en azından "veri ne demektir?", "veriye nasıl bakmalıyız?" konusunda bilgilendirilmiş olması lazım. Aslında burada medyaya çok iş düşüyor. Eğitim kurumları bunu çok yapamıyorlar. Çünkü eğitimde bunları anlatıp geçiyorsunuz ama medya öyle değil. Medya her gün bize bunları anlattığı için aslında, eğitim kurumlarından daha önemli hale geliyor aslında bu verilerin haberleştirilmesi noktasında. Bence gazetecilerin veri okuryazarlığı konusunda iyi eğitim alması lazım (Süleyman İrvan, 10.02.2021).

Veri gazetecisi Denizcan Sarı, toplumda veri okuryazarlığının yeterli olmadığını ve bu konuya ilişkin eğitimlerin artırılması gerektiğini ifade etmektedir. Sarı'ya göre bu alanın gelişmesi öncelikle eleştirel aklın gelişmesine bağlıdır. Böylece hesap verilebilirlik ve şeffaflık talep eden bir bilgi toplumu yaratılabilir (Denizcan Sarı, 02.04.2020). Katılımcılar genel itibarıyla, veri okuryazarlığının hem bireyler hem de gazeteciler için gerekli olduğunu ifade etmişlerdir. Bireyler veri okuryazarlığı becerisi kazandıkça kişisel haklarının korunmasından farkındalık kazanacaklardır. Ayrıca bireylerin, hükümetlerden şeffaflık ve hesap verilebilirlik talep etmesini sağlayacaktır. Gazetecilerin veri okuryazarlığı becerisi kazanması hem doğru bilginin paylaşılmasında hem de veri gazeteciliğinin gelişmesinde büyük rol oynayacaktır.

Veri gazeteciliğinde şeffaflık ile ele alınan hesap verilebilirlik kavramı, gazetecilik meslek etiğinde 1990'lı yıllarla birlikte yer bulmaya başlamıştır. Bu dönemde okuyucuya hesap verme, hesap verme ve şeffaflık gibi kavramlar dönemin tartışılan kavramlarıdır.

Bu bağlamda etik sorumluluğu yerine getirmek için özdenetim uygulamalarına ağırlık verilmiştir. Basın kuruluşlarında okur temsilcileri yer almış, çeşitli sendikalar, dernekler bünyesinde özdenetim konseyleri kurulmuştur (Schlesinger, 1998, s. 330). Bugün özellikle veri okuryazarlığı tartışmalarında sıkça yer alan hesap verilebilirlik kavramı, medya etiğinin bu tarihsel gelişiminin bir sonucu olarak, veri gazeteciliğinde de kullanılmaktadır.

3.5. BÖLÜM DEĞERLENDİRMESİ

Dijital iletişim teknolojileriyle birlikte dönüşen gazetecilikte etik sorunlar devam etmekte hatta yeni etik sorunlarla karşılaşmaktadır. Gazeteciliğin dijitalleşmesinin bir sonucu olarak yeni haber türleri ortaya çıkmıştır. Yurttaş gazeteciliği, sosyal medya gazeteciliği, veri gazeteciliği bunlardan bazılarıdır. Tez çalışması kapsamında veri gazeteciliğinde etik sorunlar üzerinde durulmuştur. Dijital iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle sayısız veriye ulaşılması ve bu verilerin herkesin erişimine açık araçlarla analiz edilip görselleştirilmesi haber üretimini kolaylaştırmaktadır. Fakat bir yandan verilerin yeterince doğrulanmadığı haberler ya da veri görselleştirmede yapılan bazı hatalar yanlış bilginin yayılmasına ve / veya haberin doğru anlaşılmasına neden olmaktadır. Bunun yanı sıra gazetecilerin veri haberleri üretmek için yeterli teknik donanım ve bilgiye sahip olmamaları, içinde bulunulan medya ekosisteminin bir problemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Veri gazeteciliğinde etik sorunların çözümü için neler yapılması gerektiği, araştırma kapsamında görüşülen katılımcılardan elde edilen bulgular çerçevesinde sonuç kısmında ortaya konacaktır.

SONUÇ

Bu araştırma, dijital iletişim teknolojileriyle birlikte dönüşen gazetecilik temelinde, veri gazeteciliğinde etik sorunları ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmada veri gazetecileri, akademisyenler ve haber platformlarında çalışan gazetecilerle derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler sonucunda, araştırmanın temel sorusu olan “veri gazeteciliğinde etik sorunlar nelerdir?” sorusuna yanıt aranmaya çalışılmıştır. Araştırmada veri gazeteciliğinde etik sorunlara yol açan hususlar ortaya konmuştur.

Dijital iletişim teknolojileriyle birlikte haber yapma pratikleri, gazetecilikte kullanılan yöntemler dönüşüme uğramıştır. Haberin üretim süreci, haber kaynakları, haber merkezleri gibi pek çok konuda değişim kaçınılmaz olmuştur. Habercilikte yeni araçların kullanılması yeni haber türlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Veri gazeteciliği bu türlerden birisidir. Verilerle haber yapmak anlamına gelen veri gazeteciliği aslında 19.yüzyıldan itibaren, istatistiki haberlerde kendini göstermektedir. Fakat bu pratiğin yaygınlaşması veri haberciliği araçlarının gelişmesiyle birlikte olmuştur. Önceleri basılı gazetelerde kendisine yer bulan veri haberleri artık R, Phyton vb. yazılımların gelişmesiyle, çeşitli veri görselleştirme araçlarının çıkmasıyla; dijital medyada aktif olarak uygulanan bir haber türü haline gelmiştir. Veri gazeteciliğinin ortaya çıkmasında Wikileaks Belgeleri etkili olmuştur. Tüm dünyada büyük yankı bulan, yaklaşık 10 milyon belgenin (Afganistan’daki savaşa dair, Kenya’daki yolsuzluğa ilişkin vb.) basına sızdırılması sonucunda gazeteciler, bu verileri çeşitli araçlarla analiz ederek haberleştirmişlerdir. Gazetecilerin kolektif çalışmasının bir örneği olan bu analiz sonrası veri gazeteciliği dünyada çok daha bilinir hale gelmiştir. Haber ajanslarında ayrı birimler açılmış, veri gazeteciliği ödül törenleri düzenlenmiştir. Özellikle açık veri politikalarının tartışıldığı çağımızda, veri gazeteciliği önem kazanmıştır.

Daha önce belirtildiği üzere, veri gazeteciliğinin izleri 19.yüzyıldan bu yana çeşitli istatistiki haberlerde, seçim sonuçlarının analizinde, ekonomi haberlerinde görülmektedir. Fakat verilerden hikaye yaratma fikri günümüz teknoloji çağında heyecan verici bir fikir olarak yeniden karşımıza çıkmıştır. Bu sefer yeni analiz ve görselleştirme

araçlarıyla ilgi çekici bir haber halini almıştır. Veri gazeteciliğinden söz etmeden önce gazeteciliğin geçirdiği dönüşümden söz etmek faydalı olacaktır. 1990'lı yıllardan itibaren internetin gazetecilikte kullanılmasıyla birlikte gazetecilik dönüşüme uğramıştır. Bu bağlamda haber kaynakları, haber üretim süreci, haberin doğrulanması, basın odalarının organizasyon yapısı değişiklik göstermiştir. Yeni medyanın olanakları (haberlerde ses, video, metin öğelerinin birlikte kullanılması, okuyucunun haberlerle etkileşime geçebilmesi vb.) gazeteciliğin kapsamını genişletmiştir. Haber yapma platformları çeşitlenmiştir. Basılı gazetelerde haber yapma alanı sınırlı olurken yeni medyada hiper bağlantılarla daha fazla bilgiye yer verilmektedir. Yurttaş gazetecilik, sosyal medya gazeteciliği, robot gazetecilik gibi pek çok yeni habercilik türleri ortaya çıkmıştır. Ancak, habercilikte hızın artmasıyla gazeteciler zaman baskısı ile karşılaşmaktadırlar. Bu baskıya bir de yeni medya ortamlarında birden fazla görevi üstlenmek (haberi yapan, fotoğrafını çeken, yayına hazırlayan, yayınlayan vb.) eklenince, çalışma koşulları zorlaşmıştır.

2000'li yılların başında Türkiye'de medya sahiplik yapısı, çeşitli alanlarda faaliyet gösteren beş şirket grubunun eline geçmiştir. 2000'li yıllar sonrası dönemde ise AKP iktidarının basın üzerindeki etkisi yoğun olarak hissedilmektedir.-Bu nedenle, gazeteciler seslerini duyurmak için dijital platformlara yönelmişlerdir. Kendi girişimleriyle Youtube vb. platformlarda videolar yayınlamakta, haber sitelerinde yazılar yazmaktadırlar. Endüstride reklam gelirlerine ayrılan payın az olduğu düşünülürse, bu yeni modelde gazeteciler güvencesiz çalışma koşullarıyla karşı karşıya kalmaktadır.

Gazetecilik mesleğinin icra edilme biçiminin değişmesiyle gazetecilik etiğinde yeni problemlerden söz edilmektedir. Araştırma kapsamında görüşülen gazeteciler ve akademisyenler yeni medyada etik sorunlara yol açan şu hususların etik görüldüğünü belirtmişlerdir: Hız baskısı, kopyala-yapıştır habercilik, algoritmik yanlılık, hipermetinselliğin unutulma hakkını engellemesi, haberlerin doğrulamadan yayınlanması ve fotoğrafta manipülasyon. Bunun yanı sıra kaynağın belirtilmesi, kişisel verilerin korunması konularında da etik sorunlar görülmektedir. Görüşme kişilerinin çoğu yeni medyada gazetecilik etik ilkelerinin değiştiğini, yeni ilkeler eklendiğini ifade ederken; doğruluk ilkesinin aynı kaldığı konusunda görüş birliği içinde olmuşlardır.

Doğruluk, gazetecilikte bir haberin yalnızca gerçeği ifade etmesi olarak tanımlanabilir. Günümüzde yanlış enformasyonun çok kolay yayıldığı düşünüldüğünde, doğruluk ilkesinin uygulanması hem zorlaşmış hem de bu ilkenin önemi artmıştır.

Gazeteciliğinin dönüşümüyle kendisine daha fazla yer bulan veri gazeteciliğinin uygulanmasında da etik sorunlar göze çarpmaktadır. Yeni bir habercilikten ziyade yeni teknolojileri kullanmayı gerektiren bir habercilik pratiği olarak görülen veri gazeteciliği, etik sorunlara açık konumdadır. Veriyi bulmak, analiz etmek, görselleştirmek ve hikayeleştirmek aşamalarından oluşan veri gazeteciliğinde her bir aşama titizlikle yürütülmelidir. Araştırma kapsamında üç akademisyen, dört veri gazetecisi ve üç gazeteciyle görüşülmüştür.

Araştırma kapsamında görüşmecilere veri gazeteciliğinde etik sorunları ortaya koymaya yönelik sorular sorulmuştur. Bu bağlamda, veri gazeteciliğinde etik sorunlara yol açan hususlar ortaya çıkmıştır. Bu hususlar aşağıda sıralanmıştır:

- Hız
- Açık veriye erişim
- Verilerin güncelliği
- Kişisel veri
- Doğrulama
- Haberin kaynağının belirtilmesi
- Bağlam (Tarihsel perspektif)
- Hata payının belirtilmesi

- Büyük veriye erişimde eşitsizlikler

Katılımcılar gazeteciliğin evrensel ilkelerinden olan doğrulamanın veri gazeteciliğinde önemine değinmişlerdir. Katılımcılara göre, gazetecilikte hızın artması, veri gazeteciliğini de etkilemektedir. Hız baskısı, veri gazetecilerinin bu alanda kendilerini geliştirmeleri için yeterli zamanı bulamamalarına neden olmaktadır. Bahsedilen bir diğer etik sorun ise verilerin manipülasyona açık olmasıdır. Özellikle veri görselleştirmede yapılan mezenformasyon, yanlış bilginin yayılmasına yol açmaktadır. Katılımcılara göre veri gazeteciliğinde, kaynağı belirsiz haberler paylaşılmaktadır. Ayrıca kişisel verilerin izinsiz kullanımı, genel bir etik sorun olarak veri gazeteciliğinde de görülmektedir. Veri gazeteciliğinde göze çarpan bir diğer etik sorun ise, haberin bağlamından kopuk olarak verilmesidir. Bu problem özellikle veri görselleştirmede ortaya çıkmaktadır. Birbirinden bağımsız iki ögenin (örneğin gelişmiş bir ülkeyle gelişmekte olan bir ülkenin) karşılaştırılması teknik anlamda doğru iken, yanlış enformasyonun yayılmasına neden olmaktadır. Geleneksel gazetecilik etiğini etkileyen temel sorunlar (kaynağın haberde yer almaması, kişisel verilerin gizliliğinin ihmal edilmesi, haberin bağlamından kopuk verilmesi), veri gazeteciliğinin uygulanışında da ortaya çıkmaktadır. Öte yandan, veri gazeteciliğinin kendine has yöntemleri, farklı etik sorunların ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Verilerde hata payının belirtilmemesi, tekrar eden verilerin dikkate alınmaması bu sorunlardan bazılarıdır.

Veri gazeteciliğinin Türkiye’de bilinirliği, dünyadaki pek çok ülkeye göre -ayrı haber birimlerinin kurulması, alanda ödül törenleri düzenlenmesi gibi gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda- daha azdır. Araştırma kapsamında görüşülecek veri gazetecisi bulmada karşılaşılan zorluk, bu durumu kanıtlar niteliktedir. Görüşülen bazı veri gazetecileri bu durumu ana akım medyada veri gazetecisi istihdam edilmemesine, gazetecilerin bu alanda teknik bilgilerinin yetersiz olmasına bağlamaktadır. Süleyman İrvan ise Türkiye’de veri gazeteciliğinin yapılmamasını farklı bir perspektiften değerlendirmiştir. İrvan veri gazeteciliğini araştırmacı gazetecilikle paralel görmektedir. Toplumsal sorunlara değinen, kamudaki eksiklikleri ortaya koyan haberlerin mevcut medya endüstrisinde yapılamayacağını belirtmektedir:

Yani veri gazeteciliği yapan bir birim yok ki yani. Bunu kamu kurumları da yapmıyor, TRT yapabilir mesela. AA yapabilir, yapmıyor. Çünkü neyi yapacak yani sonuçta, veri. Japonya'daki esnafı mı yapacak yani ne yapacak? Türkiye'deki sorunları yapamadığı için... Veri gazeteciliği biraz da onun için önemli yani araştırmacı gazetecilik ile çok paralel görüyorum, o mantalitede olmanız lazım. Türkiye'de pandemi sürecinde kapatılan iş yerleriyle ilgili bir haber yapmaya kalksanız, yapabilir misiniz bunu AA'da? Öyle olunca hangi veriden haber yapacaksınız? Onlar da yapmıyorlar. Aslında imkanları var; AA, TRT, Demirören grubu yapabilir, imkanları var. Yeter ki o konuda biraz veri gazeteciliğine imkan ve muhabir ayırsınlar. Muhabir yetiştirsinler o alanda (Süleyman Demirel, 10.02.2021).

Veri gazetecisi Sadettin Demirel, mevcut basın özgürlüğü / ifade özgürlüğü ikliminin veri gazeteciliğinin gelişmesinin önünde bir engel olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca finansal kaynak yetersizliği ve sürdürülebilir iş modelinin olmamasını da nedenler arasına eklemiştir.

Hem sürdürülebilir iş modelinin olmaması, finansal kaynak yetersizliği, mevcut basın özgürlüğü / ifade özgürlüğü iklimi, bu alanın rağbet görmesini azaltıyor. Veri gazeteciliği biraz da teknoloji gerektiren bir şey, haber merkezleri muhabirlerine, editörlerine yatırım yapmalı. Yeni çalışanlar istihdam etmeli. Bunlar olmadığı zaman veri gazeteciliğinin önü açılmıyor veya veri gazeteciliği geleneksel habercilik pratiklerine entegre olamıyor.

Tolga Çevikel, *Dijital Çağda Gazeteciliğin Krizi ve Finansmanı* (2020) başlıklı kitabında gazeteciliğin içinde bulunduğu krizin, niteliksiz haberlerin üretilmesine neden olduğunu öne sürmektedir. Dijital haber sitelerinin, yalnızca reklam ve tıklama sayısından para kazanmaya dayalı finans modeli, okuyucuyu kaliteli haberlerden mahrum bırakmaktadır. Reklam geliri kazanmak amacıyla, yeterince doğrulanmadan, özensiz hazırlanan haberler dolaşıma girmektedir. Çevikel, “bağımsız, güçlü ve ekonomik olarak sürdürülebilir bir şekilde para kazanan” gazetelere ihtiyacımız olduğunu ifade etmektedir (2020, s.93). Çevikel'e göre, nitelikli haberlerin üretilmesinin yolu, okur aboneliğine dayalı bir finans modelinden geçmektedir. Gazetelerin okurlar tarafından finanse edilmesi, “editöryal bağımsızlığı sağlayabilir ve gazeteleri siyasal iktidara karşı özgür kılabilir” (Çevikel, 94). Bu gelir modeli, veri gazeteciliği alanında -araştırmacı gazeteciliğin titiz süreçlerini içermesi, hükümetlerin hesap verilebilirliğini denetlemesi, toplumsal konularda bilgi sahibi olmayı sağlaması bakımından- nitelikli haberlerin üretilmesine katkıda bulunabilir.

Araştırmanın katılımcıları, Türkiye'de veri gazeteciliğinin yeterince gelişmesi için bazı önerilerde bulunmuşlardır. Bu öneriler şunlardır:

- Alanda çalışan sivil toplum kuruluşlarının kamu kuruluşları tarafından çeşitli fonlarla desteklenmesi,
- Ana akım medyada daha fazla veri gazetecisinin istihdam edilmesi,
- Gazetelerin ve gazetecilerin bu alana daha fazla yatırım yapması,
- Araçlara hakim, yazılımları bilen ve etik evrensel tasarım ilkelerine göre haber yapan, donanımlı gazetecilerin yetişmesi,
- Gazetecilerin kendilerini bu alanda geliştirmek için daha fazla çaba sarf etmeleri.

Liberal basın anlayışı gazetecilikte talebin arzı belirlediğini öne sürer. Hatta bu durum televizyonlarda yer alan, basına yansıyan şiddet haberlerine meşru bir zemin kazandırır. Bu bakış açısı ile bakıldığında, medyada veri gazeteciliğine dair bir talebin olmadığı öne sürülebilir. Fakat bu görüş, veri gazeteciliğinin halkın şeffaflık talebine ve bilgi alma isteğine cevap veren potansiyelinin görmezden gelinmesine neden olur.

Yukarıda katılımcıların önerilerine katılmakla birlikte, veri gazeteciliğinde nitelikli haberlerin üretilebilmesi için etik sorunların ortaya konması ve çözüm önerilerinin sunulması gerekmektedir. Araştırma kapsamında veri gazeteciliğinde etik sorunlar ve bu sorunları önlemek için neler yapmak gerekir, soruları üzerinde durulmuştur. Belirtilen etik sorunlar hem geleneksel gazetecilikteki etik ilkelere uyulmaması hem de veri gazeteciliğinin kendine has pratiklerinin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Veri gazeteciliğinde kişisel verilerin korunması ile ilgili ilginç bir sonuca ulaşılmıştır. Görüşülen akademisyenler kişisel verinin ne olduğu, kişisel veri konusundaki etik ihlallerle ilgili kapsamlı yanıtlar vermişlerdir. Fakat bazı gazetecilerin kişisel verinin tanımı hakkında net bir bilgiye sahip olmadıkları görülmektedir. Görüşülen gazetecilerden bazıları, yeni medya ortamlarında kişisel verilerin korunmasıyla ilgili muğlak bir bilgiye sahip olduklarını belirtmiştir. Bu durum, gazetecilikte hızın artması sonucu gazetecinin mesleğine yabancılaşmasıyla açıklanabilir. Medya endüstrisinin

gitgide kar elde etme amacı gütmesi, gazetecileri mevcut etik tartışmalardan uzaklaştırmaktadır. Medyanın mevcut üretim sisteminde haberin mümkün olan en hızlı şekilde yapılması ve dolaşıma sokulması gerekmektedir. Açık veriye erişim konusu, veri gazeteciliğinde etik sorunlara yol açan hususlardan biridir. Veri gazetecileri, eriştikleri verilerin makine okunabilir formatta olmadığından şikayet etmektedirler. Ayrıca kamu kaynaklarına bağımlılık, elde edilen verinin farklı veri setleriyle doğrulanmamasına neden olmaktadır. Veri gazetecileri, haberi doğrulamak için iki farklı veri setine ihtiyaç duyduklarını fakat bu anlamda kaynak eksikliği çektiklerini ifade etmişlerdir. Bu bağlamda sivil toplum kuruluşlarının, derneklerin verilerini açmaları önem arz etmektedir. Gazetecilerin kolektif çalışmalar yapmaları, veri gazeteciliğinde etik sorunların giderilmesi için faydalı olabilir. Sivil toplum kuruluşları kendi içinde de bir veri tabanı oluşturarak, veri haberlerinin üretilmesine katkı sağlayabilir Katılımcılardan veri gazetecisi Onur Mat, sivil toplum kuruluşlarının ellerindeki verileri tek bir platformda buluşturdıkları, dayanışmayı sağlayan “Sivil Toplum Veri Kataloğu” gibi bir oluşumun katkı sağlayacağını belirtmiştir (Onur Mat, 24.07.2021).

Süleyman İrvan, bu alanda temel etik ilkelerin belirlenmesi gerektiğini düşünmektedir (10.02.2021).

Özetle tez çalışmasının sonucunda, veri gazeteciliğinde etik sorunları önlemek için şu önerilere ulaşılmıştır:

- Veri gazeteciliği ile ilgili temel etik ilkelerin belirlenmesi gerekmektedir.
- Açık veriye erişim sorunu çözülmelidir. Bu bağlamda FAIR Data yaklaşımı benimsenmelidir.
- Gazetecilere veri gazeteciliğinde etik sorunlarla ilgili eğitimler verilmelidir.
- Veri gazetecileri, kişisel verilerin korunması konusunda farkındalık kazanmalıdır.

- Veri görselleştirmelerinin altında verinin kaynağı ve kullanılan metodoloji mutlaka paylaşılmalıdır.
- Verileri görselleştirirken, karşılaştırılan değerlerin doğru bağlamda kullanıldığından emin olunmalıdır.
- Hem gazeteciler hem de okuyucular veri okuryazarlığı becerisine sahip olmalıdırlar.

KAYNAKÇA

- Adaklı, G. (2009). Gazetecilik Etiğini Belirleyen Yapısal Unsurlar: Mülkiyet ve Kontrol Sorunu. Bülent Çaplı & Hakan Tuncel. (Ed.). (2009). *Televizyon Haberciliğinde Etik* (s. 61-96). Fersa Matbaacılık
- Adaklı, G. (2010). Neoliberalizm ve medya: Dünya’da ve Türkiye’de medya endüstrisinin dönüşümü. *Mülkiye Dergisi*, 34(269), 67-84.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/mulkiye/issue/270/629>
- Adaklı, G. (2014). Medya Sermayesi ve Ultra-Çapraz Bütünleşmeler. *Perspectives Siyasi Analiz ve Yorum*, 8, 18-23.
https://www.academia.edu/7077205/Medya_sermayesi_ve_ultra_capraz_bütünleşmeler
- Aktan, E. (2018). *Büyük Veri: Uygulama Alanları, Analitiği ve Güvenlik Boyutu. Bilgi Yönetimi*, 1(1), 1-22 . <https://doi.org/10.33721/by.403010>
- Aktaş, C. (2007). İnternet’in Gazeteciliğe Getirdiği Yenilikler. *Selçuk İletişim*, 5(1), 30-41. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19015/200719>
- Alver, F. (2007), Gazeteciliğin kuramsal temelleri. Beta Yayınları
- Appadurai, A. (2019). Büyük Veri Etiği. Durna, T, Binark, M., Bayraktutan, G. (Ed.), İletişim Hakkı ve Yeni Medya..., (s.161-173). um:ag.
- Aslan, H. (2013). Gazetecilik Eğitimine Kuramsal Bir Yaklaşım: Gazetecinin Toplum Mühendisliği ile İlişisini Kurgulamada Görsel Okuryazarlık ve Eleştireliliğin Önemi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6 (1), 241-260.
- Aslan, K. (2002). Haberin yol haritası. Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Bayraktutan, G. (2012). Yeni Medyanın Etik Sorunları Üzerine Bir Değerlendirme. Yengin, D. (Ed.), *Yeni Medya ve...*, (s. 237-259). Anahtar Kitaplar.
- Belsey, A., ve Chadwick, R. (1998). *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*. Ayrıntı Yayınları.
- Belsey, A., ve Chadwick, R. (2011). Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar. Mahremiyet, Aleniyet, Siyaset. (s.102-118). Ayrıntı Yayınları.
- Bertrand, C.J. (2004). *Medya Etiği*. Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Bildirici, F. (2018). Günahlarımızda Yıkandık, Örneklerle Gazetecilik Meslek Etiği. Özel Hayatın Korunması. (s. 200-212). Ayrıntı Yayınları
- Bilecen, N. S. ve Bayraktutan, G. (2018). İnternet çağında gazetecilik için tartışmalı bir kavram: Yavaşlık. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi Özel Sayısı, 341-354.
<https://doi.org/10.31123/akil.454289>
- Binark, M. (2017). Algoritmaların Yarattığı Yankı Odaları ve Siyasal Katılım Olanığı veya Olanaksızlığı. *Varlık Dergisi*, 1317, 19-23.

- Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2013). *Ayin Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*. Kalkedon Yayınları.
- Binark, M. ve Löker, K. (2011), *Sivil Toplum Örgütleri için Bilişim Rehberi*, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi. <https://www.stgm.org.tr/sites/default/files/2020-08/sivil-toplum-orgutleri-icin-bilisim-rehberi.pdf>
- Binark, M., Arun, Ö., Özsoy, D., Kandemir, B. ve Şahinkaya, G. (2020). Covid-19 Sürecinde Yaşlıların Enformasyon Arayışı ve Enformasyon Değerlendirmesi. *TÜBİTAK SOBAG, 120k613 numaralı Araştırma Projesi*. Yaşlanma Çalışmaları Derneği Yayınları.
- Bounegru, L. Chambers, L. ve Gray, J (2012). *The Data Journalism Handbook (How Journalists Can Use Data to Improve The News)*. O'Reilly Media.
- Bounegru, L. Chambers, L. Ve Gray, J. (2012) *Data Journalism Handbook 2012 (1.Baskı)*. O'Reilly Media.
- Boyd, D. ve Crawford, K. (2015). Büyük Veri Üzerine Eleştirel Sorular: Kültürel, Teknolojik ve Bilimsel Bir Olgu Hakkında Eleştirel Sorgulamalar. *Folklor/Edebiyat*, 21 (83), 199-215.
- Bradshaw, P. (2012). Introduction. Gray J., Bounegru L. ve Chambers L. (Ed.), *The Data Journalism Handbook 1*. European Journalism Centre. <https://datajournalism.com/read/handbook/one/introduction/>
- Bradshaw, P. (2012). What is Data Journalism?. Gray J., Bounegru L. ve Chambers L. (Ed.), *The Data Journalism Handbook 1*. European Journalism Centre. <https://datajournalism.com/read/handbook/one/introduction/what-is-data-journalism>
- Bradshaw, P. (2014). "Data Journalism". Zion Lawrie and David Craig (Eds), *Ethics for Digital Journalists: Emerging Best Practices*, 202–219. Taylor and Francis. <https://www.routledge.com/Ethics-for-Digital-Journalists-Emerging-Best-Practices/Zion-Craig/p/book/9780415858854#>
- Bradshaw, P. (2014). The Inverted Pyramid of Data Journalism. *Online Journalism Blog*. <https://onlinejournalismblog.com/2011/07/07/the-inverted-pyramid-of-data-journalism/>
- Bradshaw, P. (2021). 52. Data Journalism With Impact. L. Bounegru ve J. Gray (Ed.), *The Data Journalism Handbook: Towards A Critical Data Practice*, 388-396. Amsterdam: Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.1515/9789048542079-053>
- Bradshaw, P. ve Rohumaa, L. (2018). *The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age*. Routledge. <https://www.routledge.com/The-Online-Journalism-Handbook-Skills-to-Survive-and-Thrive-in-the-Digital/Bradshaw/p/book/9781138791565>
- Burum, I. ve Quinn S. (2015). *The Mobile Journalism Handbook, London: How to make broadcast videos with an iphone or ipad*. Taylor and Francis
- Carson, A. (2019). *Investigative Journalism, Democracy and the Digital Age*. Taylor and Francis. <https://www.perlego.com/book/1376113/investigative-journalism-democracy-and-the-digital-age-pdf>

- Cevizci, A. (2002). *Etiğe Giriş*, Paradigma Yayınları.
- Coddington, M. (2015), "Clarifying Journalisms Quantitative Turn", *Digital Journalism*, 3(3), 331-348.
- Cohen, E. L. (2010). Online Journalism as Market-Driven Journalism. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(4), 532-548.
https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4604_3
- Craig, D., Ketterer, S., ve Yousuf, M. (3 Kasım 2017). Ethical questions in data journalism and the power of online discussion developing ethical standards for working with data. *Data Journalism*.
<https://datajournalism.com/read/longreads/ethical-questions-in-data-journalism-and-the-power-of-online-discussion>
- Çalışkan, B. (2016). Kitleli Gözetime Karşı Kolektif Bir Üretim Biçimi Olarak Sızıntı Gazeteciliği. *Galatasaray Üniversitesi, İletişim Dergisi*, (25), 127-154.
<https://doi.org/10.16878/gsuilet.283065>
- Çaplı, B. (2002). Medya ve Etik. *Haberin Toplumsal İşlevi* (s.76-81). İmge Kitabevi
- Çevikel, T. (2020). Dijital Çağda Gazeteciliğin Krizi ve Finansmanı. um-ag Vakfı Yayınları.
- Çığ Çamuroğlu, E. ve Çığ, Ü. (2005). Gazetecilik Emeğinin Prekarizasyonu: Yeni Medya Çağında Habercilik Etiğini Tartışmak. *İş Ahlakı Dergisi*, 8(2), 197-232.
<https://doi.org/10.12711/tjbe.2015.8.0023>
- Dağ, P. (2 Mayıs 2016). Veri Sizi Daha İyi Bir Gazeteci Yapar. *Journo*.
<https://journo.com.tr/pinar-dag-veri-sizi-daha-iyi-bir-gazeteci-yapar>
- Dağ, P. (25 Eylül 2017). Gezegeni Dönüştüren Bir Şey: Veri Gazeteciliği. *5Harfliler*.
<https://www.5harfliler.com/veri-gazeteciligi/>
- Data Miner. (20 Ağustos 2021). *Veri analizi yapma aracı*. <https://data-miner.io>
- Data-Pop Alliance (2015). Beyond data literacy: Reinventing community engagement and empowerment in the age of data. 28 Aralık 2021 tarihinde erişildi,
<https://datatherapy.files.wordpress.com/2015/10/beyond-data-literacy-2015.pdf>
- Datawrapper. (20 Ağustos 2021). *Veri görselleştirme aracı*.
<https://www.datawrapper.de>
- Day, L.A. (2006). *Ethics in Media Communications: Cases and Controversies* (5. Baskı). Wadsworth
- Deuze, M. (2017). Considering a possible future for Digital Journalism. *Mediterranean Journal of Communication*, 8(1), 9-18.
<https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.1.1>
- Dive. (20 Ağustos 2021). *Veri görselleştirme aracı*. <https://www.usedive.com/>

- Doğu, B. (2015). Veri Haberciliği: Demokratik Medya İçin Olanaklar, *Folklor/Edebiyat*, 21(83), 181-197.
- Durna, T. (2020). *Sivil Toplum Kuruluşları İçin Hak Temelli Gazetecilik Kılavuzu (1. Baskı)*. um-ag Vakfı Yayınları.
- Ekzen, N. (1999). Medya ve Ekonomi: Türk Basın Endüstrisinde Yoğunlaşma-Toplulaşma Tekelleşme Yapısı (1965-1995). Korkmaz A. (Ed.), *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*, 85-107. AFA Yayıncılık.
- Erkmen, Ö. (2018). Büyük Veri ve Gazetecilik: Veri Gazeteciliği Demokrasi, Katılım ve Gazeteciliğe Dair Anlayışımızı Nasıl Dönüştürebilir?. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (30), 322-344. <https://doi.org/10.31123/akil.464511>
- Eroğlu, Ş. (2017). *Türkiye’de Kamu Verilerinin Açık Devlet Uygulamaları ve Belge Yönetimi Çerçevesinde Değerlendirilmesi: Bir Model Önerisi*. [Yayınlanmış Doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara]. <http://hdl.handle.net/11655/3484>
- Evers, H. (2010). Medya Etiği. Çaplı, B., Tuncel, H. (Ed). *Televizyon Haberciliğinde Etik* (s. 45-61). Fersa Yayıncılık.
- Fairfield, J., ve Shtein, H. (2014). Big data, Big Problems: Emerging Issues in the Ethics of Data Science and Journalism. *Journal of Mass Media Ethics*, 29(1), 38–51. <https://doi.org/10.1080/08900523.2014.863126>
- Fairfield, J., ve Shtein, H. (2014). Big Data, Big Problems: Emerging Issues in the Ethics of Data Science and Journalism. *Journal of Mass Media Ethics*, 29(1), 38–51. <https://doi.org/10.1080/08900523.2014.863126>
- Flourish, (20 Ağustos 2021). *Veri görselleştirme aracı*. <https://flourish.studio/>
- Furuncu, D. ve Zinderen, A. (2021). Kovid-19 Döneminde Veri Gazeteciliği: Koronavirüs Haberlerinin Betimsel Analizi. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 11 (1), 85-102. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tojdac/issue/59046/804980?publisher=deniz-yengin>
- Gaillard, P. (1991). *Gazetecilik*. İletişim Yayınları.
- Girgin, A. (2012). Uluslararası Haber Ajansları. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(12), 169-185. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22891/244951>.
- Gürcan, H. İ. (2005). İnternet Haberciliğinde Etik Değerler. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 22, 39-46
- Hackett, A. (1998). Bir Paradigmanın Önemi Yitirisi: Haber Medyası Çalışmalarında Yanlılık ve Nesnellik. *Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1997-1998*, 31-67.
- Heravi, R. B. ve Lorenz, M. (2020). Data Journalism Practices Globally: Skills, Education, Opportunities, and Values. *Journalism and Media*, 1(1), 26-40. <https://doi.org/10.3390/journalmedia1010003>
- Houston, B. (2015). *Computer-Assisted Reporting: A Practical Guide (4. baskı)*. Taylor and Francis. <https://www.perlego.com/book/1557987/computerassisted-reporting-a-practical-guide-pdf>
- Import.io. (20 Ağustos 2021). *Veri analizi yapma aracı*. <https://www.import.io/>

- InZight, (20 Ağustos 2021). *Veri görselleştirme aracı*
<https://www.stat.auckland.ac.nz/~wild/iNZight/>
- İnal, A. M. (1996). *Haber Okumak*. Temuçin Yayınlar
- İnuğur, N. (2005). *Basın ve Yayın Tarihi*. Der Yayınları.
- İrvan, S. (2005). *Medya ve Etik*. Alankuş, S. (Der.), *Medya, Etik ve Hukuk*. (s. 61-109). İps İletişim Vakfı Yayınları.
- Jaiswal, R. ve Rai, P. (2017). Is Ethics is Possible in Journalism?. *Journal of Arts, Culture, Philosophy, Religion, Language and Literature*, 1(3).
https://www.academia.edu/35838406/Is_Ethics_Possible_in_Journalism.
- Jenkins, H. & Plasencia, A. (2017). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. Adolfo Plasencia (Ed.), *Is the Universe a Hologram? Scientists Answer the Most Provocative Questions*.
<https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262036016.003.0012>.
- Kant, I. (2002). *Ahlaki Metafiziğin Temellendirilmesi*. Türkiye Felsefe Kurumu.
- Kara, G. ve Cömert, Ç. (23-25 Ekim 2019). Uluslararası Düzeyde Açık Veri Girişimlerinin İncelenmesi [Konferans Sunumu]. *TMMOB 6. Coğrafi Bilgi Sistemleri Kongresi, Ankara, Türkiye*.
https://www.hkmo.org.tr/resimler/ekler/7900ac23c50cbe5_ek.pdf
- Kayser-Bril, K., Valeeva, A. ve Rodchenko, I. (2016). *Transformation of Communication Processes: Data Journalism*. Cornell Üniversitesi, Bilgisayar Bilimleri Arşivi. <https://arxiv.org/pdf/1605.01956.pdf>
- Koç, M. (2019). *Türkiye'de veri gazeteciliği ve infografik uygulamaları: Anadolu Ajansı'nın veri gazeteciliği kullanımı üzerine bir inceleme* [Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli].
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=1Ne8ztkAf3RPApkLJhCSIg&no=MZE12HwC8a67C6fDtQCXAg>
- Kösedağ, M. (26-28 Eylül 2019). Türkiye'de yazılı basının sonu mu geliyor? Gazete Tirajları Üzerinden Genel Bir Değerlendirme.1. Uluslararası İletişim ve Yönetim Bilimi Kongresi, 842-851.
https://www.researchgate.net/publication/341113094_Turkiye%27de_yazili_basin_sonu_mu_geliyor
- Krotov, V., Johnson, L., ve Silva, L. (2020). Tutorial: Legality and Ethics of Web Scraping. *Communications of the Association for Information Systems*, 47.
<https://doi.org/10.17705/1CAIS.04724>
- Kuçuradi, I. (1999). Philosophical Ethics and Professional Ethics Introduction. Kuçuradi I., Yavlal-Gedik N (ed.) *Ethics of the Professions: Medicine Business, Media, Law*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-60153-8_1
- Kuutti, H. (2016, Nisan 21). Ethics of Data Journalism: Four Ethical Phases in the Working Process [Konferans Sunumu]. *Nordic Data Journalism Conference NODA, Helsinki, Finland*. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/58616>
- Lewandowsky, S., Cook, J., Ecker, U. K. H., Albarracín, D., Amazeen, M. A., Kendeou, P., Lombardi, D., Newman, E. J., Pennycook, G., Porter, E. Rand, D.

- G., Rapp, D. N., Reifler, J., Roozenbeek, J., Schmid, P., Seifert, C. M., Sinatra, G. M., Swire-Thompson, B., van der Linden, S., Vraga, E. K., Wood, T. J., Zaragoza, M. S. (2020). *The Debunking Handbook 2020*. <http://doi.org/10.17910/b7.1182>
- Lokke, E. (2018). *Mahremiyet-Dijital Toplumda Özel Hayat*. Koç Üniversitesi yayınları.
- McBride, R. (31 Ağustos 2017). Giving Data Soul: Best Practices for Ethical Data Journalism: Preventing Data from Perpetuating Stereotypes and Biases. *Data Journalism*. <https://datajournalism.com/read/longreads/giving-data-soul-best-practices-for-ethical-data-journalism>
- Medeni, İ. T. ve Aktaş, Z. (5-6 Şubat 2010). Veri Toplumundan Bilgi Toplumuna Dört Düzeyli Bir Toplum Modeli. 3. *Ağ ve Bilgi Güvenliği Ulusal Sempozyumu, Milli Kütüphane, Ankara, Türkiye*. https://www.emo.org.tr/ekler/fdac58e60abb571_ek.pdf
- Merriam-Webster (n.d.). Data. 2 Ocak 2021 tarihinde erişildi. *Merriam-Webster Dictionaries*. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/data>.
- Metzger, M. J., ve Flanagin, A. J. (2013). Credibility and trust of information in online environments: The use of cognitive heuristics. *Journal of Pragmatics*, (59), 210-220. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.07.012>
- Monino, J., ve Sedkaoui, S. (2016). *Big Data, Open Data and Data Development (1. Baskı)*. Wiley. <https://www.perlego.com/book/994477/big-data-open-data-and-data-development-pdf>
- Narayanan, A. ve Shmatikov, V. (18-22 Mayıs 2008). Robust de-anonymization of large sparse datasets. *IEEE Symposium on Security and Privacy*, 111-125. <https://doi.org/10.1109/SP.2008.33>.
- Narin, B. (2017). Uzman Görüşleri Bağlamında Haber Üretiminde Otomatikleşme: Robot Gazetecilik. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (27), 79-108. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.373242>
- Narin, B., Fırat, F., Fırat, D. & Ayaz, B. (2017). Büyük Veri ve Gazetecilik İlişkisi Bağlamında Veri Gazeteciliği. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 8 (30), 215-235. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2017.5.010.x>
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A. ve Nielsen, R. K. (2019). Reuters Institute Digital News Report 2019. *Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University*. <https://ssrn.com/abstract=3414941>
- Niles, R. (5 Haziran 2006). The Programmer as Journalist: a Q&A with Adrian Holovaty, *Online Journalism Review*. <http://www.ojr.org/the-programmer-as-journalist-a-qa-with-adrian-holovaty/>
- Open Data Handbook. (21.11.2020) *Why Open data?*. <https://opendatahandbook.org/guide/en/why-open-data/>
- Open Definiton. (21 Kasım 2020). *Açık veri tanımı*. <https://opendefinition.org/>
- OpenRefine. (20 Temmuz 2021). *Veri temizleme aracı*. <https://opendefinition.org/>

- Oremus, W. (17 Mart 2014). The First News Report on the L.A. Earthquake Was Written by a Robot. *Slate: Better Without the Licorice*.
<https://slate.com/technology/2014/03/quakebot-los-angeles-times-robot-journalist-writes-article-on-la-earthquake.html>.
- Oxford (n.d.), Old Media. *Oxford English Dictionaries*. 20 Ocak 2021 tarihinde erişildi, https://en.oxforddictionaries.com/definition/old_media.
- Oxford (n.d.), Traditional. *Oxford English Dictionaries*. 12 Ocak 2021 tarihinde erişildi, https://en.oxforddictionaries.com/definition/old_media.
- Özbek, B.B. (2021). *Türkiye'de Basın Özgürlüğü Raporu*. Özgürlük Araştırmaları Derneği. https://www.freiheit.org/sites/default/files/2021-12/rapor-21-basin-ozgurlugu-raporu-2021-2_0.pdf.
- Özçağlayan, M. (2008). Gazetelerin Gelişimi ve Gazeteciliğin Geleceği (Yeni Teknolojiler ve Medya Ekonomisi Açısından Genel Bir Değerlendirme). *Marmara İletişim Dergisi*, 13, 131-159.
- Özer, Ö. (2006). Medyaya Yönelik Kuramsal Tanımlamalarla İlgili Muhabirlerle Yapılan Saha Araştırması. Selçuk İletişim
- Özgen, M. (1998). *Kurumsal, Kuramsal ve Tarihsel Açısından Gazetecinin Etik Kimliği*. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Pavlik, J. V. (1999). New Media and News: Implications For The Future of Journalism. *New Media & Society*, 1(1),154-159.
<https://doi.org/10.1177/1461444899001001009>
- Pavlik, J. V. (2013). *Yeni Medya ve Gazetecilik*. Phoneix Yayınları.
- Pieper, A. (2012). *Etiğe Giriş*. Ayrıntı Yayınları.
- Platon. (2009). *Devlet*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Porlezza, C. ve Splendore, S. (2019). From Open Journalism to Closed Data: Data Journalism in Italy. *Digital Journalism*.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1657778>
- Reuters (20 Ocak 2022). Reuters Handbook of Journalism. Reuters.
http://handbook.reuters.com/index.php/Main_Page.
- Rogers, S.P. (2013). *Facts are Sacred: The power of data*. Faber and Faber.
- Rost, L. (29 Mayıs 2018). What to consider when choosing colors for data visualization. *Datawrapper*. <https://blog.datawrapper.de/colors/index.html>
- Royal, C. ve Blasingame, D. (15 Nisan 2015). Data journalism: An explication. *Isoj International Symposium on Online Journalism*,
<https://isojjournal.wordpress.com/2015/04/15/data-journalism-an-explication/>
- Saka, E. (2012). Yeni Medya ve Değişen Gazetecilik: Bir Uzmanlık Alanı Olarak Gazeteciliğin Dönüşümü. *Pi- Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi* 11 (42), 9-13. <https://www.academia.edu/3111270>
- Schlesinger, P. (1998). Freedom and Responsibility in Broadcasting: Inherent Tensions and Changing Contexts. *Media, Culture & Society*, 20(2), 329–334.

- Schudson, M. (1997). Haber Üretiminin Sosyolojisi. Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1994, 135-164.
- Sezer, Ö. (2007). *Haberi eleştirmek*. Literatürk Academia Yayınevi.
- Sezgin, S. (2021). Bilim İletişimi. Dursun Ç., ve Dursun, O. (Der.) Açık Bilim ve Açık Veri Dinamikleri. (s.155-175). Siyasal Kitabevi.
- Slater, D. (2016). Research results part 1: Defining data literacy. 4 Ocak 2022 tarihinde erişildi, <https://schoolofdata.org/2016/01/08/research-results-part-1-defining-dataliteracy/>
- Sütçü, C. ve Aytekin, Ç. (2018). *Veri bilimi*. Paloma Yayınevi.
- Tabula. (20 Haziran 2021). *Veri kazıma aracı*. <https://tabula.technology/>
- Taş, O. (2009). Medya Etiğinin Tarihsel Temelleri ve Gelişimi. Çaplı, B. ve Tuncel, H. (Der.), Televizyon Haberciliğinde Etik, 3-23. Fersa Yayınları
- Taş, O. (2012). Gazetecilik Etiğinin Mesleki Sınırları, Profesyonellik Piyasa ve Sorumluluk. Türkiye’de Gazetecilik Etiğinin Sınırları (s.139-166). İletişim Yayınları
- Tokgöz, O. (1981). Temel Gazetecilik. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Tokgöz, O. (2013). *Temel Gazetecilik*. İmge Kitabevi Yayınları.
- Törenli, N. (2005). *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları
- Tunç, A., Görgülü, V., Dragomir, M. ve Thompson, M. (2012). *Mapping Digital Media: Turkey*. <https://www.doi.org/10.13140/RG.2.2.35829.50400>
- Türk Dil Kurumu (n.d.). Fail. Güncel Türkçe Sözlük. 20 Aralık 2021 tarihinde erişildi, <http://www.tdk.gov.tr>.
- Türk Dil Kurumu (n.d.). Geleneksel. *Güncel Türkçe Sözlük*. 20 Aralık 2021 tarihinde erişildi, <http://www.tdk.gov.tr>.
- Türk Dil Kurumu (n.d.). Haber. *Güncel Türkçe Sözlük*. 22 Ağustos 2021 tarihinde erişildi, <http://www.tdk.gov.tr>.
- Türk Dil Kurumu (n.d.). Veri. *Güncel Türkçe Sözlük*. 22 Haziran 2021 tarihinde erişildi, <http://www.tdk.gov.tr>.
- Uzun, R. (2007). İletişim Etiği: Sorunlar ve Sorumluluklar. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi.
- Uzun, R. (2011). İletişim Etiği, Sorunlar ve Sorumluluklar. Haberlere Konu olan Kişilere İlişkin Etik Sorunlar (s. 123-143). Dipnot Yayınları
- Ünal, R. (2019). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Mobil Habercilik Deneyimi Üzerine Bir İnceleme: Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi, Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu Özel Sayısı*, 143-156 <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.485754>
- Van, B., van der Haak, B., Parks, M. ve Castells, M. (2012). The Future of Journalism: Networked Journalism Rethinking Journalism in the Networked Digital Age. *International Journal of Communication*, 6, 2923-2938.,

Veri Okur Yazarlığı Derneği. (10 Mart 2020). *Hakkımızda*.

<https://www.voyd.org.tr/tr/p/hakkimizda-52>

Williams, J., Greene, S., Doyle, E., Harris, E., Layte, R., McCoy, S., McCrory, C., McDaid, R., McNally, S., Merriman, B., Murray, A., Nixon, E., O'Dowd, T., O'Moore, M., Quail, A., Smyth, E., Swords, L., & Thornton, M. (2017). Growing Up in Ireland (GUI). Digital Repository of Ireland; Irish Qualitative Data Archive. <https://doi.org/10.7486/DRI.66839j869>

Yalvaç, M. (2001). 21.Yüzyılda Enformasyon Profesyonellerinin Eğitim ve Öğretiminde Enformasyon Okur-Yazarlığı Standartları. *Türk Kütüphaneciliği*, 15, 136-150. <http://www.tk.org.tr/index.php/TK/article/view/667/664>

Yıldırım, B. (2010). *Gazeteciliğin Dönüşümü: Yöndeşen Ortam ve Yöndeşik Gazetecilik*. Selçuk İletişim,6 (2), 230-253.

Yılmaz, H. (2009). *Her Yönüyle Gazetecilik*. Literatürk Academia Yayınevi.

Zinderen, İ.E. (2021), Veri Gazeteciliği ve Etik Problemler. A. Zinderen (Ed), *Veri Gazeteciliği*, 127-143. Atlas Akademik Basım Yayın Dağıtım.

EK 1 – TEZ GÖRÜŞME SORULARI (VERİ GAZETECİLERİ İÇİN)

Veri Gazeteciliği ile İlgili Genel Sorular

- 1- Ne zamandır veri gazeteciliği yapıyorsunuz?
- 2- Dijital becerileriniz nelerdir (örnek,.....,.....)
- 3- Veri gazeteciliği ile ilgili bir eğitim aldınız mı?
- 4- Veri nedir?
- 5- Açık veri nedir?
- 6- Açık veri gerekli midir, gerekliyse neden?

Mekan

- 7- Bir haber merkezinde mi yoksa tek başınıza mı çalışıyorsunuz?

Haber merkezinde çalışıyorsanız:

- a. Olanakları ve sınırlılıkları nelerdir?
- b. Haber merkezinizde veri gazeteciliğine yönelik herhangi bir eğitim / atölye düzenlendi mi?

Home office çalışıyorsanız:

- a. Olanakları, sınırlılıkları nelerdir?

- 8- Verileri hangi araçlarla topluyorsunuz?

- 9- Verileri analiz etmek için hangi araçları kullanıyorsunuz?

- 10- Veri görselleştirmesini siz mi yapıyorsunuz birlikte çalıştığınız bir tasarımcı var mı?

Evet ise:

- i) Hangi veri görselleştirme araçlarını kullanıyorsunuz?

- ii) Veri görselleştirmede dikkat ettiğiniz unsurlar var mı?

- a. Varsa nelerdir?

- iii) Çoğunlukla kullandığınız grafik türleri nelerdir? (Pasta Grafik, Çubuk Grafik, Bağlantı Haritası, Piktogram Grafiği, Çizgi Grafik vb.)

- iv) Veri görselleştirmede karşılaştığınız zorluklar var mı?

- a. Varsa nelerdir?

- v) Veri görselleştirmede etik sizce gerekli mi?

- a. Gerekli ise veri görselleştirmede yapılan temel etik ihlaller sizce nelerdir?

- b. Veri görselleştirmede dikkat edilmesi gereken etik kurallar sizce nelerdir?

Küresel İş Birliği

11- Ülkenizde / bu coğrafyada veri gazeteciliği yaparken ne tür sorunlarla karşılaşmaktadır, örnekleriniz var mıdır?

12- Dünyada veri gazeteciliği yapan çeşitli kurumlarla, gazetecilerle iletişim içinde misiniz?

a. Ne tür iletişim pratikleriniz var?

13- Dünyadaki veri gazeteciliği projelerini takip ediyor musunuz?

a. Size en çok hangi projenin faydası oldu?

Veri Gazeteciliğinde Etik ile İlgili Sorular

Hız

14- Veri gazeteciliği yaparken hız baskısı ile karşılaşıyor musunuz?

Açık veriye erişim

15- Veri gazeteciliğinde açık veriye neden gereksinim duyuyorsunuz?

16- Açık veriye erişimde sorun yaşıyor musunuz?

Verilerin güncelliği

17- Hazırladığınız haberdeki verileri sürekli güncelliyor musunuz (haber paylaşım linki güncel mi)?

Verinin kaynağı

18- Veriyi hangi kaynaklardan elde ediyorsunuz?

Kişisel veri

19- Kişisel veri nedir?

20- Kişisel veriler neden korunmalı?

21- Verileri paylaşırken kullanıcı gizliliğini (kişisel veri) nasıl göz önünde bulunduruyorsunuz?

Etik

22- Veri gazeteciliğinde etiği nasıl tanımlıyorsunuz?

23- Veri gazeteciliğinde en temel etik ihlal sizce nedir?

Doğrulama

24- Veri gazeteciliğinde doğrulama gerekli midir?

Evet ise:

a. Elde ettiğiniz verileri hangi yöntem/yöntemlerle doğruluyorsunuz?

Haberin kaynağı

25- Veri haberlerinde haberin kaynağını belirtiyor musunuz?

Bağlam (Tarihsel Perspektif)

26- Hazırladığınız haberlerde verilerden elde ettiğiniz bilginin yanı sıra olayın ve durumun bağlam vurgusunu ne şekilde veriyorsunuz?

Hata payının belirtilmesi

27- Verileri analiz ederken, hata payını göz önünde bulunduruyor ve haberlerde bunu belirtiyor musunuz?

28- Veri gazeteciliği yapma ile ilgili yeni yöntemleri, araçları düzenli olarak takip ediyor musunuz?

Gazetecinin failliği

29- Yaptığınız habere kendi bakış açınızı katıyor musunuz?

Veri okuryazarlığı

30- Veri okuryazarlığı hakkında ne düşünüyorsunuz?

31- Veri sivil toplum örgütlenmeleri hakkında ne düşünüyorsunuz?

32- Sizin görüş ve önerileriniz nelerdir?

EK 2 – TEZ GÖRÜŞME SORULARI (AKADEMİSYENLER İÇİN)

Gazeteciliğin Dönüşümü

- 1- Geleneksel gazeteciliğin dönüşümünü nasıl değerlendiriyorsunuz, dönüşüme etki eden unsurlar sizce neler?
- 2- Haber merkezlerinin dönüşümü hakkında neler söyleyebilirsiniz?
- 3- Dönüşen gazetecilikte haberin kaynağı da sizce değişti mi, değiştiyse nasıl?
- 4- Dönüşen gazetecilikte ortaya çıkan yeni haber türleri nelerdir?
- 5- Dönüşen gazetecilikte haber içeriklerinde bir değişim gözlemliyor musunuz evet ise nasıl?
- 6- Günümüz gazeteciliğinin geleneksel gazetecilikten ayrılan ve geleneksel gazetecilik ile benzeşen yönleri sizce nelerdir?

Gazetecilik ve Etik

- 7- Etik nedir?
- 8- Basın etiği nedir?
- 9- Günümüz gazeteciliğinde etik sizce geleneksel gazetecilikteki etik ile aynı mı? Değil ise nasıl farklılıklar var?
- 10- Gazeteciliğin dönüşümü habercilikte hızı etkiledi mi, evet ise nasıl?
- 11- Dönüşen gazetecilikte karşılaşılan etik sorunlar sizce neler?

Veri Gazeteciliği

- 12- Veri gazeteciliği nedir?
 - 13- Açık veri nedir?
 - 14- Türkiye’de veri gazeteciliğinin durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?
 - 15- Türkiye’de açık veriye erişim hakkında neler düşünüyorsunuz?
 - 16- Dünyada ve Türkiye’de yapılan veri gazeteciliği projelerini / haberlerini takip ediyor musunuz?
- Evet ise
- a. Yapılan projeler / haberler hangi temalarda yoğunlaşıyor?
 - b. Faydalı bulduğunuz bir veri haberciliği örneği verebilir misiniz?
- 17- Üniversitenizde veri gazeteciliği müfredatta yer alıyor mu?
 - 18- Veri gazeteciliğinin Türkiye’de Amerika, İngiltere, Brezilya gibi ülkelere oranla daha az yapılıyor olmasının sebepleri sizce neler?

Veri Gazeteciliğinde Etik

19- Kişisel veri nedir?

20- Kişisel veriler neden korunmalı?

21- Veri gazeteciliğinde etiği nasıl tanımlıyorsunuz?

22- Veri gazeteciliğinde en temel etik ihlal sizce nedir?

23- Veri gazeteciliğinde doğrulama gerekli midir?

24- Veri haberlerinde verilerin yanı sıra bağlam vurgusunun belirtilmesi hakkında ne düşünüyorsunuz?

25- Veri gazeteciliği şeffaflığa ve hesap verebilirliğe katkı sağlar mı?

27- Veri okuryazarlığı sizce gerekli mi?

28- Veri sivil toplum örgütlenmeleri hakkında ne düşünüyorsunuz?

29- Türkiye’de veri gazeteciliğinde etik problemlerin ortadan kalkması için yapılması gerekenler sizce neler?

30- Sizin görüş ve önerileriniz nelerdir?

EK 3 – TEZ GÖRÜŞME SORULARI (GAZETECİLER VE MEDYA PROFESYONELLERİ İÇİN)

Gazeteciliğin Dönüşümü ile İlgili Genel Sorular

1- Geleneksel gazetecilik ile günümüzde yapılan (dijital iletişim teknolojileriyle birlikte dönüşen) gazetecilik arasında sizce fark var mı? Varsa nelerdir?

2- Bir basın odasında mı yoksa home office olarak mı çalışıyorsunuz?

Basın odasında ise:

a. Basın odasında gazetecilik pratiklerinde ne gibi dönüşümler gözlemliyorsunuz?

b. Basın odanızda performans değerlendirmesiyle ilgili bir uygulama var mı?

Home office ise:

a. Dijital ortamda gazetecilik yapmanın avantajları / dezavantajları sizce neler?

3- Geleneksel gazetecilik etiği günümüzde sizce değişti mi? Evet ise değişiklikler sizce neler?

4- Geleneksel gazetecilikten bu yana değişmeyen etik ilkeler var mı? Varsa nelerdir?

Dönüşen Gazetecilikte Etik ile İlgili Sorular

Hız

5- Günümüzde gazetecilikte hızın önemi geleneksel gazeteciliğe göre arttı mı? Evet ise bunun sebebi/sebepleri sizce nedir?

Haberin Doğrulanması

6- Haberde doğrulama yönteminiz nedir?

7- Haber doğrulamada kullandığınız araçlar var mı?

Haberin Kaynağının Belirtilmesi

8- Haber kaynağınız nelerdir?

9- Yaptığınız haberlerde haberin kaynağına yer veriyor musunuz?

Kullanıcı Üretimli İçerik ile Çalışmak

10- Kullanıcı üretimli içerikle çalışırken nelere dikkat ediyorsunuz?

Özel Hayatın Gizliliği (Mahremiyet)

11- Kişisel veri nedir?

12- Kişisel veriler neden korunmalı?

13- Haberlerde kullanıcı gizliliğini (kişisel veri) nasıl göz önünde bulunduruyorsunuz?

Hiper Bağlantıların Kullanımı Sorunu

14- Yaptığınız haberlerde hiper bağlantılara yer veriyor musunuz? Evet ise

a. Paylaştığınız haberlerdeki hiper bağlantıların güncellik durumunu kontrol ediyor musunuz?

b. Ağırlıklı olarak hiper bağlantı kullandığınız bir haber türü var mı? Varsa hangisi/hangileri?

15- Sizin görüşleriniz, önerileriniz nelerdir?

EK 4 – ORIJİNALLIK RAPORU

EK 5 – ETİK KURUL MUAFİYET FORMU

