

Kamuyu Bilgilendirme Modeli Bağlamında Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı'nın (IFCN) Betimsel Bir Analizi

Resul TAŞAN* 
Ümit ARKLAN** 

ÖZ

Kamuyunun doğru ve güvenilir bilgiler etrafında oluşabilmesi, bilgi ekosisteminin hem olmazsa olmaz bir gereksinimi hem de önemli sorun alanlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Sağlıklı bir kamuyu için öncelikle doğru ve şeffaf bir bilgilendirmeye; bunun gerçekleşebilmesi için de bireysel, toplumsal ve organizasyonel düzeyde bir çabaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu kapsamda Kamuyu Bilgilendirme Modeli, toplumun doğru ve şeffaf şekilde bilgilendirilmesini önceleyen ilk yaklaşımlardan biridir. Günümüzde ise doğrulama platformlarının bir üst kuruluşu olarak faaliyetlerini sürdüren ve bünyesinde 100'den fazla ülkeden 150'nin üzerinde organizasyonu barındırarak küresel anlamda dijital bilgi ekosisteminin doğruluk ve güvenilirliği için çalışan Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı'nın (IFCN) benimsemiş olduğu temel ilke ve uygulamalar, ilgili modelin doğrultusunda bir görünüm arz etmektedir. Bu noktadan hareketle çalışmanın amacı, Kamuyu Bilgilendirme Modeli bağlamında IFCN'nin çalışma prensiplerinin ve uygulamalarının sağlıklı bir kamuyu oluşabilmesi adına sahip olduğu potansiyeli ve sunduğu perspektifi ortaya koymaktır. Çalışmada betimsel bir analiz yapılmış olup ortaya çıkan bulgular ilişkisel ve karşılaştırmalı olarak yorumlanmıştır. IFCN'nin bahsi geçen model bağlamında, kamuyunun doğru ve şeffaf bir şekilde bilgilendirilmesi adına önemli bir misyon üstlendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kamuyu Bilgilendirme Modeli, Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı, IFCN, Doğrulama Platformları.

A Descriptive Analysis of the International Fact Checking Network (IFCN) in the Context of the Public Information Model

ABSTRACT

The formation of public opinion around accurate and reliable information is both an indispensable requirement and one of the most important problem areas of the information ecosystem. For a healthy public opinion, there is a need for accurate and transparent information, and for this to happen, there is a need for individual, social and organizational efforts. The Public Information Model is one of the first approaches that prioritizes accurate and transparent public disclosure at the organizational level. Today, the basic principles and practices adopted by the International Fact-Checking Network (IFCN), which operates as a supreme organization of verification platforms and continues to work for the accuracy and reliability of the digital information ecosystem globally by hosting more than 150 organizations from more than 100 countries, present a view in line with the relevant model. From this point of view, the purpose of this study is to reveal the potential and perspective that the working principles and practices of the IFCN have for the formation of a healthy public opinion in the context of the Public Information Model. In the study, a descriptive analysis was conducted and the findings were interpreted in a relational and comparative manner. As a result of the study, it was concluded that IFCN undertakes an important mission in the context of the model in order to inform the public in an accurate and transparent manner.

Keywords: The Public Information Model, International Fact-Checking Network, IFCN, Verification Platforms.

1. Giriş

Geleneksel medyada olduğu gibi dijital iletişim ortamında da kamuyunun sağlıklı bilgiler etrafında oluşabilmesi bir gereklilik olmakla birlikte bunun gerçekleşebilmesinin önünde birtakım engeller bulunmaktadır. Yalan haberlerin doğru bilgiden altı kat hızlı yayıldığı (Langin, 2018) böylesi bir ortamda, hakikatin dolaşıma girip yayılabilmesi için kamusal bir iradeye ve çeşitli enstrümanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu kapsamda halkla ilişkiler alanındaki ilk girişimlerden biri kabul edilen ve ilgili alanın kabuk değiştirmesine vesile olan Kamuyu Bilgilendirme Modeli, kuruluşlar açısından istenmeyen sonuçlara

* Arş. Gör. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, resultasan@sdu.edu.tr

** **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, umitarklan@sdu.edu.tr
Makalenin Gönderim Tarihi: 12.04.2023; Makalenin Kabul Tarihi: 23.05.2023

Citation/Atf: Taşan, R., Arklan, Ü. (2023). Kamuyu bilgilendirme modeli bağlamında uluslararası doğruluk kontrolü ağı'nın (ifcn) betimsel bir analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 51, 140-158. <https://doi.org/10.52642/susbed.1281708>

sebeplere bile doğru, eksiksiz ve dürüst bir bilgilendirmenin önemine dikkat çekerek gerçeklerin kamuoyuna sunulmasını temel bir yol haritası olarak ortaya koymuştur (Göksel & Yurdakul, 2004, s. 16; Peltekoğlu, 2009, s. 100-101; Seitel, 2016, s. 31-32). Günümüzde ise gerçek bilginin dolaşımının artırılması, yanlış ve manipülatif enformasyonun elimine edilerek kamuoyunun sağlıklı bilgiler etrafında oluşabilmesi için doğrulama platformlarının yoğun bir çaba göstermekte olduğu görülmektedir. Habercilik ve bilgi iletişim teknolojilerini buluşturarak geniş bir perspektifte çalışmalarını yürüten bu organizasyonlar, medya içeriklerinin doğruluk düzeyini ortaya çıkararak (Çömlekçi, 2020a, s. 218; Graves, 2013, s. 4) güvenilir bir kamuoyunun oluşmasına hizmet etmekte ve bu anlamda bahsi geçen modelin temel gerekliliklerinin yerine getirildiği bir düzlemde faaliyetlerini sürdürmektedir.

Yine de doğrulama platformlarının çaba ve çalışmaları tek başına yeterli olmamaktadır. Gerçek bilgiye ulaşmanın giderek zorlaştığı ve yoğun bir enformasyonun kaosunun hâkim olduğu dijital bilgi ekosisteminde faaliyetlerini yürüten bu organizasyonlar, kaynak ve yöntemlerinde hataya düşebilmekte; istemeden de olsa bu ekosisteme zarar verebilmektedir. Bu noktada, küresel anlamda doğrulama platformlarının standartlarını yükseltmek (Örsek & Özsoy, 2020, s. 1) ve yanlış bilgiye karşı küresel mücadeleyi örgütlemek için kurulan (IFCN, 2023a) Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (International Fact-Checking Network, IFCN), kendisine üye teyitçilerin faaliyetlerini kontrol etmekte ve doğrulamada herhangi bir yanlışlık yapıldığı takdirde gerekli düzeltmelerin gerçekleştirilmesini sağlamaktadır.

Bu kapsamda çalışmanın amacı Kamuyu Bilgilendirme Modeli bağlamında IFCN'nin çalışma prensiplerini ortaya çıkarmak ve kamuoyunun doğru bilgilendirilmesi adına IFCN'nin üstlendiği çaba ve sorumluluğu görünür kılmaktır. Türkçe literatürde doğrulama/teyit faaliyetlerini odağına alan çalışmalar (Çömlekçi, 2020a; Çömlekçi, 2020b; Çömlekçi & Başol, 2019; Çömlekçi & Bozkanat, 2021; Karadağ & Ayten, 2020; Kavaklı, 2019a) (Kavaklı, 2019b; Kesgin & Gül Ünlü, 2021; Tunçer & Tam, 2022; Yaşar & Uğurhan, 2021; Yumrutaş, 2022) bulunmakla birlikte, doğrulama/teyit alanında faaliyet gösteren bir üst kuruluş olan ve dünya çapında 150'nin üzerinde (IFCN, 2023b) doğrulama platformunu bünyesinde barındıran IFCN hakkında detaylı bir çalışma bulunmamaktadır. Bu noktada çalışma Kamuyu Bilgilendirme Modeli bağlamında IFCN'nin gelişim sürecini ve kurumun çalışma prensiplerinin nasıl işlediğini kapsamına almaktadır. Bunu yaparken IFCN ve üyelerinin (imzacılarının) genel görünümü, IFCN İlkeleri ve Şikâyet Politikası betimsel bir yöntemle analiz edilerek ilgili model bağlamında ilişkisel ve karşılaştırmalı olarak ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Buradan hareketle bu araştırmanın Türkçe literatür açısından önemli bir boşluğu doldurulacağı öngörülmektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

Kamuoyunun doğru, eksiksiz ve şeffaf bilgilendirilmesi günümüz bilgi ekosisteminin en önemli ihtiyaçlarından biridir. Dijital iletişim ortamının çok yönlü doğası gereği bilgi üretimi ve edinimi yoğun bir çeşitlilik göstermekte, bu ortamda doğru ve şeffaf bir bilgilendirmenin yanı sıra manipülatif, yanıltıcı ve gerçeği yansıtmayan enformasyon da kolaylıkla yayılım gösterebilmektedir.

Kamuoyunun sağlıklı bilgiler etrafında oluşabilmesi; bireysel, organizasyonel ve toplumsal açıdan önem arz etmektedir. Özellikle kurumsal işleyişe sahip özel girişimler, devlet aygıtları ya da sivil toplum kuruluşları faaliyetlerini sürdürürken en verimli şekilde davranabilmek için sağlıklı bir kamuoyuna ihtiyaç duymaktadır. Çift yönlü bir sürece işaret eden bu olgu, işleyiş açısından hem doğru ve tarafsız enformasyona erişebilmeyi hem de kamuoyunun eksiksiz ve manipülatif bilgilerden arınmış şekilde bilgilendirilmesini bünyesinde barındırmaktadır. Kurumsal yapılar ile kamuları arasında oluşacak diyalog temelli sağlıklı ilişkiler de ancak bu şekilde mümkün olmaktadır.

Çoğu alanda olduğu gibi halkla ilişkiler alanı açısından da kuruluşlar elde ettikleri başarıları ve yaptıkları çalışmaları kamuoyuna iletirken kurumun amaçlarına uygun şekilde (Tortop, 1998, s. 60) bir diyalog kurmayı arzu etmektedir. Diğer yünden toplumsal istek ve beklentilerin kuruluşlar tarafından bilinmesi gerekmekte ve bu noktada basın/medya önemli bir işlev (Özüpek, 2003, s. 89) görmektedir. Kuruluşların ve bireylerin medyada yer alma çabalarından doğan halkla ilişkiler faaliyetleri, günümüz iletişim ortamının tüm araç ve imkânları kullanılarak sürdürülmekte (Okay & Okay, 2002, s. 19), hedef kitlede yüksek düzeyde farkındalık sağlanması amaçlanarak gerçekleştirilen kurumsal imaj çalışmaları, halkla ilişkiler açısından medyayla/basınla ilişkilerin (Peltekoğlu, 2009, s. 217) dayanak noktasını oluşturmaktadır.

Bu kapsamda Grunig ve Hunt (1984, s. 21) halkla ilişkilerin kamuyu etkileşimini; basın ajansı modeli, kamuyu bilgilendirme modeli, iki yönlü asimetrik model ve iki yönlü simetrik model olmak üzere dört model üzerinden açıklamaktadır. Bu uygulama biçimleri organizasyonların amaçlarının, davranış biçimlerinin ve sahip olduğu değerlerin sunum biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır (Peltekoğlu, 2009, s. 126). Bu modelleri kuruluşlar, belli sorunlar için amaca uygun stratejilerin geliştirilmesi ve çeşitli çabaları yapılandıran bir oryantasyon düzleminde çift yönlü olarak kullanmaktadır (Grunig, 1989, s. 29-30). Grunig bu modelleri teknik ve profesyonel halkla ilişkiler faaliyetleri olarak iki çatı altında ele almaktadır. Kamuyu bilgilendirme ve basın ajansı modeli halkla ilişkilerin teknik yönlerinin daha yoğun uygulandığı bir kapsamda karşımıza çıkarken iki yönlü simetrik ve iki yönlü asimetrik model ise gerçekleştirilen faaliyetlerin daha profesyonel bir yaklaşımla ele alınıp uygulandığı bir çerçeveyi temsil etmektedir (Okay & Okay, 2014, s. 129). Herhangi bir durum ya da olay karşısında halkla ilişkiler açısından tercih edilecek model, geliştirilecek strateji ve uygulama planı; bir şirketin, girişimin veya organizasyonun değerleri ve amaçları ile doğrudan ilgilidir. Theaker'e (2006, s. 205) göre bir halkla ilişkiler uygulaması imajın iyileştirilmesinden tutumların değiştirilmesine, yatırımcılarla ilişkilerin geliştirilmesinden politikalara nüfuz etmeye kadar birçok amaçla gerçekleştirilebilmektedir. Burada önemli olan uygulanan modellerle amaçlanan nihai hedef arasında bir tutarlılık bulunmasıdır.

Bu modellerin ilki olan basın ajansı modelinde, 19. yüzyıldan itibaren kamuoyunun ikna edilmesi için manipülasyon da dahil olmak üzere her türlü uygulamadan yararlanılmıştır. Modelin amacını propaganda faaliyetleri çerçevesinde tek yönlü bir iletişimin öncelenecek hakimiyet kurulması (Göksel & Yurdakul, 2004, s. 14-15) olarak betimlemek mümkündür. Modelde belirlenen amaçlara ulaşabilmek için propaganda ağırlıklı faaliyetler tek yönlü bir iletişimle gerçekleştirilmektedir (Toth, 2002, s. 244). Bu kapsamda mümkün olan en kısa sürede organizasyon lehine olumlu bir tepki ve davranış seti elde edilmeye çalışılmaktadır (Okay & Okay, 2014, s. 132). Genellikle basın ajansları tarafından uygulanan bu modelden, ticari beklentilerin ötesinde yoğunlukla şovlar ve siyasi kampanyalarda yararlanılmıştır (Budak & Budak, 2014, s. 56).

20. yüzyılın başına gelindiğinde halkla ilişkiler çalışmaları kabuk değiştirmek zorunda kalmıştır. Özellikle iş dünyasının yeni yasal düzenlemelerle muhatap olması ve basın aracılığı ile gerçekleştirilen sert eleştiriler, büyük kuruluş ve organizasyonların halkla ilişkiler faaliyetlerini gözden geçirmesini bir zorunluluk haline getirmiştir (Peltekoğlu, 2009, s. 100-101). Basının kamuoyu açısından yolunda gitmeyen durumlara karşı yoğun bir direnç gösterdiği böylesi bir ortamda Ivy Lee'nin çalışmaları (Göksel & Yurdakul, 2004, s. 16) kamuyu bilgilendirme modelinin temellerinin atılmasına olanak sağlamıştır. Bu noktada Lee, kuruluş açısından risk ve olumsuzluklar barındırsa bile kamuoyunu ikna etmenin tek yolunun dürüst ve eksiksiz bir bilgilendirmeden geçtiğinin altını çizmektedir (Seitel, 2016, s. 31-32). Grunig ve Hunt'a (1984, s. 31) göre Lee, organizasyonun faaliyetleri hakkında gerçeklerin anlatılması üzerine kurulu basit bir düşünüşe sahiptir. Eğer gerçekler organizasyona zarar veriyorsa organizasyonun davranış biçimi değiştirilmeli ve gerçekler korkusuz bir biçimde hedef kitleye anlatılmaya devam edilmelidir. Her ne kadar tek yönlü bir iletişim, bu modelin karakteristik bir özelliği olsa da gerçek ve dürüst bir ileti akışı model için olmazsa olmazdır (Göksel & Yurdakul, 2004, s. 17). Tek yönlü bir iletişimin benimsenmesi yönünden basın ajansı modeline benzerlik gösteren bu model, konuyu/durumu ele alışı ve yönetimi açısından basın ajansı modelinden farklılık göstermektedir. Kamuyu bilgilendirme modelinde iletilen mesajlar, propaganda amacı taşımadığı gibi gerçekler her şart ve koşulda kamuoyu ile paylaşılmaya devam etmektedir.

Diğer bir model olan iki yönlü asimetrik model çatısı altında geliştirilip hayata geçirilen uygulamalar, kamuyu bilgilendirme modeline paralellik gösterse de bu modelin iknaya dönük mesajlar içermesi temel ayrım noktasına işaret etmektedir (Budak & Budak, 2014, s. 58). Her ne kadar hedef kitleden alınan geri bildirimler iletişim sürecine dahil edilse de elde edilen bilgiler, kamuoyunu daha etkin ve verimli bir şekilde etkileyebilmek için kullanılmaktadır (Okay & Okay, 2014, s. 169-170). Çift yönlü bir iletişimin mümkün kılındığı bu modelde farklı bakış açıları iletişim sürecine dahil edilmekte ancak kurum ve organizasyon lehine bir ikna sürecinin işletilmesi amaçlanmaktadır. Son model olan iki yönlü simetrik modelde ise çift yönlü dengeli ve tutarlı bir etkileşim söz konusudur (Toth, 2002, s. 244). Hedef kitle ve kurum arasındaki çatışma noktalarının müzakereci bir yöntem izlenerek çözüme kavuşturulması ve gerekli stratejilerin benimsenmesi amaçlanmaktadır. Organizasyonun amaçları ve hedef grupların beklentileri arasında bir

uyumun yakalanması ve bu gerçekleştirilirken hedef kitlenin görüşlerinin de önemsenmesi bu modelde uygulanan halkla ilişkiler stratejilerinin temelini oluşturmaktadır (Okay & Okay, 2014, s. 206-211).

Halkla ilişkiler açısından ikna ve kamuoyu süreçlerinin detaylı bir şekilde ele alınıp uygulamaya konulduğu bu modellerde, kurumlar açısından etkin ve dinamik bir süreç işletilmeye çalışılmaktadır. Organizasyonların sahip olduğu değerler ve nihai hedefleri baz alınarak tercih edilen bu modellerin her biri kurum açısından daha başarılı sonuçların alınması için ortaya konulan ve uygulama alanı bulan yöntemler olarak işlev görmektedir. Bu noktada kamuyu bilgilendirme modeli ise kurum çıkarlarının aleyhine bile olsa gerçek ve dürüst bir bilginin dolaşıma girmesini temel koşul olarak ortaya koymasıyla ön plana çıkmaktadır. Bu anlamda kamuyu bilgilendirme modelindeki temel motivasyon, asılsız iddia ve söylemlerin ve yanlış bilgilerin hakikat ve doğrulardan daha hızlı yayıldığı ve kamuoyunun gündemini belirlemede daha etkili olduğu hakikat sonrası (post-truth) dönemde, günümüz iletişim ortamının ve kamuoyunun sağlıklı şekilde işlemesine hizmet edebilecek bir misyona sahip durumdadır.

Halkla ilişkiler uygulamalarını kamuyu bilgilendirme modeline yönlendiren olgu gazetecilikle doğrudan ilgili görünmektedir. O yıllarda basın büyük kuruluşlar bünyesindeki olumsuz durumları görünür kılmak ve bunları ortadan kaldırmak için gösterdiği çaba neticesinde, kurumların kendini savunmak için gazetecilik kökenli profesyonellerin kuruluşlar için yürüttüğü itibar çalışmaları bu modelin temellerinin atılmasını sağlamıştır (Göksel & Yurdakul, 2004, s. 16; Peltekoğlu, 2009, s. 100-101). Kurum adına gizlilik politikalarını yıkıma uğratan ve 1916'da bir şirkette danışman olarak işe başlayan gazetecilik kökenli Ivy Lee (Grunig & Hunt, 1984, s. 33), halkın doğru bilgilendirilmesini temel alan (Toth, 2002, s. 244) bir yaklaşımla mevcut halkla ilişkiler pratiklerinde büyük bir değişime neden olmuş; şeffaf ve eksiksiz bilgilendirmeyi tüm politikaların önüne koymuştur. Günümüzde bu modeli hükümetler, ticari girişimler ve kâr amacı gütmeyen kurumlar yoğunlukla kullanmaktadır (Okay & Okay, 2014, s. 167). Geçmişten günümüze halkla ilişkiler çalışmaları açısından önem arz eden kamuoyunun doğru ve eksiksiz bilgilendirilmesi sadece bu alana özgü bir nitelik olmayıp, bilhassa basın ve medya alanında en çok tartışılan konu başlıklarından biri konumundadır.

Sağlıklı kamuoyunun oluşabilmesinin temel dayanak noktalarından biri olan kamusal diyalog demokratik toplumlarda kilit bir rol oynamaktadır (Kriplean ve diğerleri, 2014, s. 1188). Bu diyalogun gerçekleşebilmesi için doğru bilgilendirilmiş bir kamuoyuna ihtiyaç duyulmaktadır. Yanı sıra demokratik işleyişin sağlanabilmesi için bireylerin doğru, erişilebilir ve anlaşılır bilgiye ulaşımı önem arz etmektedir (Humprecht, 2020, s. 322-324). Diğer yönden internet ve iletişim teknolojilerinin gelişimi ve günümüzde Facebook, Twitter gibi sosyal medya sitelerinin muazzam derecedeki bilgi işlem hacmi ve hızlı akışı; ayrıca yalan/yanlış bilgilerin yayılış hızı ve bu enformasyonun doğrulanmasının güçlüğü nedeniyle çevrimiçi içeriğin filtrelenmesi ve sağlıklı bir biçimde değerlendirilmesi gün geçtikçe zorlaşmaktadır (Brandtzaeg & Folstad, 2017, s. 65; Greenslade, 2016). Bu zorlukla mücadele edebilmek için kapsamlı bir yöntem setine ve pratiğine duyulan gereksinim gün geçtikçe artmaktadır. Söz konusu gereksinimin karşılanabilmesi için ortaya çıkan doğrulama platformları da gerçekleri görünür kılmak ve kamuoyunun sağlıklı bilgilendirilmesinin sağlanması amacıyla faaliyetlerini sürdürmektedir. Kamusal diyalogun gerçekleşmesi, kamuoyu doğru ve hakikat üzerinden oluştuğunda mümkündür. Bu noktada doğrulama platformları önemli bir işlev görme potansiyeline sahiptir.

2010'lu yıllardan itibaren siyasi kutuplaşmanın artması neticesinde sayıları gittikçe artan doğrulama platformlarının (Humprecht, 2020, s. 310) ilk örneklerine 18. yüzyılda ABD'de rastlanmaktadır (Graves, 2013, s. 2-3). Devamında 1900'lü yıllardan itibaren ise doğrulama birimleri yayın organları bünyesinde oluşturulmaya başlamıştır. 1913'te New York World'te doğruluk ve tarafsızlık bürosu bunun ilk örneklerindedir (Uluk, 2021, s. 115). 1938 yılında Colliers'de TIME için yayınlanan bir reklamda doğrulayıcı ve araştırmacıların sayısından bahsedilmektedir (Fabry, 2017). Günümüzde bilinen haliyle ise doğrulama organizasyonları 1980'lerden itibaren görülmeye başlanmıştır (Lowrey, 2017, s. 377). Modern anlamdaki en popüler örnek ise 1994 yılında kurulan snopes.com'tur (Snopes, 2023). 2003 yılında Annenberg Kamu Politikası Merkezi tarafından kurulan FactCheck.org; 2007 senesinde Tampa Bay Times'ın bir projesi olarak hayata geçirilen PolitiFact ve Washington Post tarafından 2008 yılında hayata geçirilen Fact Checker bölümü ise (Graves, 2013, s. 3-4) uluslararası alanda başarılı örnekler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca bu çalışmanın konusu olan Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (IFCN) da

üyesi durumunda bulunan 150'nin üzerinde doğrulama organizasyonu ile çalışmalarına devam etmektedir. Türkiye'ye bakıldığında da Teyit, Doğruluk Payı, Doğru gibi örneklerin sayısı her geçen gün artmaktadır. The Duke Reports' Lab'ın 2021 yılında yayınladığı rapora göre dünya çapında 391 doğrulama platformu bu alanda varlık göstermektedir (Stencel ve diğerleri, 2022).

Küresel ölçekte daha geniş bir görünürlüğe sahip olmaya başlayan doğrulama platformları çok yönlü bir yapıda ve hüviyette faaliyetlerini sürdürmektedir. Dolayısıyla doğrulama faaliyetleri sürekli büyümekte ve uygulama alanları çeşitlenmektedir. Bu platformları ilgi alanlarına göre; çevrimiçi söylenti ve aldatmacaları merkezine alanlar (Hoax-Slayer, snopes.com, HoaxBusters, TruthOrFiction.com), siyasi ve kamusal iddiaları inceleyenler (The Washington Post Fact Checker, FactCheck.org, CNN Reality Check) ve özel bir konuda yürütülen tartışmaları irdeleyenler (<https://ukrainefacts.org/>) olarak (Brandtzaeg & Folstad, 2017, s. 66-71) sınıflandırmak mümkündür. Buradaki çeşitlilik bilgi işlem teknolojileri ve habercilik pratiklerinin kesişim noktasında bulunan doğrulama faaliyetlerinin birçok alanla girift bir pozisyona sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Temelde blog yazma ve gazetecilik pratiklerinin melez bir biçimini temsil eden doğrulama işi, intermedya ve ağ ortamının (Graves, 2013, s. 4; Mitchelstein & Boczkowski, 2009, s. 574) tüm imkân ve kabiliyetlerini bünyesinde barındırarak Web'in sağladığı olanakları olabildiğince kullanmaktadır (Graves, 2007, s. 339).

Öte yandan bu imkân ve kabiliyetlerin bir yansıması olarak olağanüstü bir hızla ve ayırım gözetmeden aktarılan sorunlu bilgilerin tümünü düzeltmenin imkânsıza yakın olduğu ağ ortamında (Greenslade, 2016), gerçeklerden uzaklaşarak bilgiye doymuş ve politik olarak kutuplaşmış hakikat sonrası (post-truth) bir dönem yaşanmaktadır (Humprecht, 2020, s. 324). Siyasi kutuplaşmanın artmasının yanı sıra sahte haberlerin hızla yayılması (Çömlekçi, 2020b, s. 273), duyguların ve kişisel inançların kamuoyunu şekillendirmede nesnel gerçekliğin önüne geçmeye başlaması (McIntyre, 2018, s. 5), Twitter, Facebook gibi sosyal medya siteleri aracılığıyla sorunlu enformasyonun dolaşıma sokulması ve yayılım imkânı bulması (Aydın, 2020, s. 76; Çömlekçi, 2019, s. 1550), doğruluğun değişken ve göreceli bir kavram olarak yeniden inşa edilmesi (Ireton & Posetti, 2018, s. 86-87) hakikat sonrası dönemin en önemli özelliklerindedir. Bu bağlamda doğrulama platformları kamuoyunun doğru bilgiler etrafında şekillenmesi ve gerçeklerin daha görünür hale gelmesi adına önemli bir işlev görme potansiyeli taşımaktadır. Gerçeklerin önemini yitirdiği, duygu ve inançların hakikatlerin yerini aldığı siyasi olarak kutuplaşmış günümüz iletişim ortamında, gerçek enformasyon ve bilginin dolaşıma sokulmasına olanak sağlayan; dolaşımda olan sorunlu bilgi ve haberlere karşı mücadele etme misyonuna sahip bu organizasyonlar, çağın getirdiği çok yönlü iletişim ortamında yeri zor doldurulacak bir konumda bulunmakla beraber tek başına sorunlu bilgi ve haberlerle başa çıkabilecek potansiyelden uzak durumdadırlar.

Bu duruma ek olarak doğrulama platformları günümüz dijital ortamında dolaşımda olan enformasyon ve haberlerin güvenilirlik ve doğruluk düzeylerini ortaya çıkarmaya çalışmaktadır (Çömlekçi, 2020a, s. 218). Bunu yaparken siyasi veya tartışmalı bir konuyu ele aldığı takdirde ulaşılan sonucun yararlığı ve kabul görmesi, o platformun itibarı ile doğru orantılıdır. Kazanılması zor kaybedilmesi ise hayli kolay olan itibarın belirli yaşanmışlıkların ardından oluşan doğası da düşünüldüğünde, gerçekleştirilen doğrulama işleminin dijital ortamdaki kullanıcılara erişiminin önündeki en büyük engel güvenilirliktir (Brandtzaeg & Folstad, 2017, s. 66-71). Diğer bir deyişle doğrulama platformları kamuoyunun doğru bilgiye erişiminde önemli bir rol üstlenmekle beraber doğrulama faaliyetleri kamuoyu tarafından mercek altında tutularak; doğrulamanın kabul görmesi için öncelikle bu platformların itibar kazanması gerekmektedir. Humprecht (2020, s. 310) de benzer bir duruma değinerek, kamusal ve siyasi bir düzlemde teyitçilerin sürekli bir baskı altında bulunduğu ve uygulamalarını şeffaf bir yöntemle gerçekleştirdikleri takdirde başarılı olabileceklerine dikkat çekmektedir.

Diğer yönden doğrulama platformları da zaman zaman yanlış yöntem ya da bağlamda konuyu ele alabilmekte ve gerçekleştirilen doğrulama işlemi gerçekleri yansıtmaktan uzaklaşabilmektedir. Tam da bu noktada doğrulama işlemlerinin geçerlilik ve güvenilirliğini artırmak ve küresel düzlemde doğrulama platformlarının standartlarını yükseltmek için kurulan (Örsek & Özsoy, 2020, s. 1) Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (International Fact-Checking Network, IFCN), 150'nin üzerinde doğrulama platformunu bünyesinde barındırarak belirlediği ilkeler etrafında bir denetleme görevi üstlenmiş durumdadır. Bu organizasyona üye platformlar, bir iddiayı ele alırken ve doğrularken IFCN'nin belirlemiş olduğu

standartlar ve ilkelere göre faaliyetlerini sürdürecekleri konusunda bir taahhüde sahip durumdadır. Böyle bir üst organizasyonun varlığı, dijital bilgi ekosistemi ve doğrulama faaliyetleri için büyük bir önem arz etmektedir. Bu sayede doğrulama faaliyetleri uluslararası bir standarda kavuşarak, doğrulama platformlarının itibarı ve güvenilirlik derecesi yükselmekte, kamunun doğru ve sağlıklı biçimde bilgilendirilmesi noktasında işlevsel biçimde kullanılabilir önemli bir imkân sağlanmaktadır.

Esasında, kamuoyunun sağlıklı ve doğru bilgiler etrafında oluşabilmesi zorlu ve karmaşık bir çabayla mümkün olabilmektedir. Bunun gerçekleşebilmesi için hem hükümetler, ticari kurumlar ve sivil toplum örgütlerinin çaba göstermesine hem de bireylerin bu yönde talepkâr olmasına gereklilik bulunmaktadır. Birey, kurum ve toplum nezdinde sağlanacak yapıcı bir diyalog ile temin edilebilecek sağlıklı bir kamuoyu, birçok etkenin bir araya gelmesi neticesinde başarılı olabilecek bir bütünlük göstermektedir. Bu kapsamda öncelikle kamuoyu doğru ve şeffaf bir şekilde bilgilendirilmeli ve ihtiyaç duyulması halinde -gerçekleştirilen doğrulama işleminin kontrol edilmesi de dahil olmak üzere- doğrulama mekanizmaları eksiksiz olarak işletilebilmelidir. Bu noktada IFCN doğrulamanın da kontrol edilmesi adına önemli bir faaliyet alanına sahip görünmektedir.

3. Yöntem

Çalışma betimsel analiz yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Var olan bir durumu ortaya çıkarmayı amaçlayan (Erdem, 2011, s. 147) ve araştırmanın kavramsal yapısının önceden açık bir biçimde belirlendiği durumlarda (Yıldırım & Şimşek, 2021, s. 243) kullanılan bu analiz türünde, belli temalar etrafında düzenlenmiş ve yorumlanmış veriler okuyucuya sunulmakta (Karataş, 2015, s. 73) ve bulgular arasında neden sonuç ilişkisi kurularak karşılaştırmalar (Baltacı, 2019, s. 379) yapılmaktadır. Bu kapsamda ilk olarak doğruluk kontrolü alanında bir üst kuruluş olarak faaliyet yürüten IFCN'nin kuruluş ve gelişim süreçleri betimlenerek kurumun çalışma prensiplerinin nasıl şekillendiği detaylandırılmakta ayrıca kuruma üye durumda bulunan imzacıların küresel düzeydeki genel görünümü özetlenmeye çalışılmaktadır. Ardından kuruluşun çalışma prensiplerini ortaya koyan IFCN İlkeleri (the IFCN Code of Principles) ve Şikâyet Politikası incelenerek bu prensiplerin Kamuyu Bilgilendirme Modeli bağlamında göreceği işlev karşılaştırmalı ve ilişkisel olarak analiz edilmektedir.

4. Bulgular ve Yorum

Bu bölümde öncelikle Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (International Fact-Checking Network, IFCN) hakkında kuruluş ve gelişim süreçlerini anlatan detaylı bir bilgilendirme yapılmakta ve IFCN'ye üye kuruluşlar (imzacılar), kendilerini tanımlayış şekilleri, istihdam durumları, dağıtım kanalları, gelir kalemleri ve bütçeleri itibarıyla; IFCN tarafından 2018 yılından itibaren yıllık bazda yayınlanan raporlar esas alınarak betimlenmektedir. Devamında başvuru süreci ve IFCN İlkeleri özetlenerek kuruluşun çalışma prensiplerinin hangi esaslara dayandığı ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır. Son olarak ise Şikâyet Politikası değerlendirilerek bir şikâyet söz konusu olduğunda IFCN'nin hangi adımları uyguladığı anlatılmaktadır. Tüm bu analiz ve yorumlar, kamuyu bilgilendirme modeli bağlamında ilişkisel bir bakış açısıyla ortaya konulmaktadır.

4.1. IFCN ve İmzacılarının Genel Görünümü

Poynter Enstitüsü tarafından 2015 yılında kurulan IFCN, doğrulama faaliyeti yürüten teyitçiler arasında daha yüksek standartlar sağlamak (Lerner-Rubin, 2019; Örsek & Özsoy, 2020, s. 1), yanlış bilgiye karşı küresel mücadeleyi örgütlemek, gerçeklik kontrolünün mükemmelleşmesine katkı sunmak, kamu söylemine katkıda bulunmak ve gazetecilikteki hesap verilebilirliği geliştirebilmek (IFCN, 2023a) üzere çalışmalarını sürdürmektedir. IFCN, teyitçileri oluşturduğu İlkeler aracılığı ile inceleyerek bir yıl geçerli bir sertifika ile (Örsek B. , 2020; Wikipedia, 2023a) bünyesine dahil etmektedir.

Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde detaylı olarak anlatılacak olan IFCN İlkeleri'nin oluşturulmasından sonra 2016 yılında gerçekleştirilen lansmanın ardından 27 ülkeden 35 organizasyon bu ilkeleri imzalamıştır. Bunun akabinde Facebook, "Üçüncü Taraf Doğruluk Kontrolü Programı" (Third Party Fact-Checking Program) için bu ilkelerin esas alınacağını duyurmuştur. 2017 yılına gelindiğinde IFCN, başvuru sahiplerinin doğrulanmış imzacı olmaya uygun olup olmadıklarını belirleyebilmek için dış

değerlendiricilerden oluşan bir danışma kurulu oluşturmuş, 2018'de de sürecin kolaylaşması için çevrimiçi bir başvuru portalını hizmete açmıştır.

Gerçekleştirilen bu iyileştirme sayesinde ve doğrulama platformlarının artan sayısı nedeniyle Ocak 2019'da IFCN üyesi imzacılar 40 ülkeden 60 organizasyona ulaşmıştır. IFCN İlkeleri 2019 Aralık'ta revize edilerek 2020 Nisan'da yürürlüğe girmiştir. 2020 yılında ise Le Monde's Les Decodeurs'ten, ABD'de geleneksel medyanın önemli temsilcilerinden The Washington Post'a, küresel haber ajansları Agence France Presse (AFP), Associated Press (AP) ve Reuters'tan kâr amacı gütmeyen Rappler'e kadar dünya çapında 58 ülkeden 82 kuruluş IFCN'ye imzacı olarak dahil olmuştur (Owen, 2016; Örsek & Özsoy, 2020, s. 1-3). Devam eden yıllarda imzacı doğrulama platformu sayısı giderek artmış olmakla birlikte, 2023 yılına gelindiğinde ise IFCN bünyesinde 95 doğrulanmış aktif imzacı, yenileme sürecinde bulunan 25 onaylanmış imzacı ve sertifika süresi soran eren 39 imzacı (IFCN, 2023b) bulunmaktadır. Sayılar sürekli olarak güncellenmektedir.

IFCN 2018 yılından itibaren yıllık bazda "Doğruluk Denetçilerinin Durumu" isimli bir rapor yayınlamaktadır. Bu rapora IFCN tarafından sertifika verilen doğrulama organizasyonları dahil edilerek katılımcıların genel görünümü ile ilgili bilgiler sunulmaktadır. Burada sertifika sahibi organizasyonların arasından araştırmaya dahil edilenler; kendilerini tanımlayış şekli (akademik girişim, kâr amaçlı medya kuruluşu ve kâr amacı gütmeyen organizasyon), dağıtım kanalları, istihdam durumları (yarı zamanlı, tam zamanlı, gönüllü), yıllık bütçeleri ve gelir kaynakları üzerinden bir değerlendirilmeye tabii tutulmaktadır (IFCN, 2018; IFCN, 2019; IFCN, 2020; IFCN, 2021).

Buna göre 2018 yılında kâr amacı gütmeyen imzacıların büyük çoğunluğa sahip olduğu görülürken 2021 yılına gelindiğinde yine çoğunluğu elinde bulundurmasına rağmen oransal düzeyde bir düşüş gözlemlenmektedir. Kâr amacı güden organizasyonlar ise 2018 yılında düşük bir oranda olmasına karşın yıllar içinde oransal olarak artış göstererek 2021 yılındaki ufak düşüğe rağmen önemli bir yer tutmaktadır (Tablo 1.). Bu durum da kâr amacı güden medya kuruluşlarının doğrulama alanına ilgilerinin arttığını göstermektedir. İşlevsel ve yapısal özellikleri nedeniyle medya; kamuoyunun oluşturulması, toplumsallaştırma, güvenilir ve doğru bilgilerin halka aktarılması (Gezgin, 2002, s. 17-19) noktasında kamunun bilgi ve bilinç düzeyinin artırılmasını önceleyen karakter taşıdığından bu durum kamuların bilgilendirilmesi açısından olumlu bir gelişmedir. En düşük yoğunluğa sahip olan akademik girişimler de bu alanda çalışmalarını sürdürmektedir.

Tablo 1. İmzacıların Kendini Tanımlayış Şekli

	Kâr amacı güden (%)	Kâr amacı gütmeyen (%)	Akademik girişim (%)
2018	28.6	64.3	7.1
2019	46.7	49.3	4
2020	51.4	47.2	1.4
2021	44.2	50	5.8

Kaynak: (IFCN, 2018; IFCN, 2019; IFCN, 2020; IFCN, 2021)

İmzacılar tarafından üretilen doğrulama içeriklerinin çevrimiçi ortamlarda, baskı yoluyla ve TV üzerinden yayıldıkları görülmektedir. Çevrimiçi dağıtımın ilk yıllardan itibaren önemli bir yer tuttuğu ve son iki yılda üretilen içeriklerin tamamının bu ortamda dağıtıldığı anlaşılmaktadır. Ayrıca raporlarda 2018 ve 2019 yıllarında çevrimiçi ortamda yayılan içerikler ile diğerlerinin oransal dağılımlarının ayrı ayrı verildiği görülmekte; 2020 ve 2021 yıllarında ise tüm içeriklerin çevrimiçi ortamda yayıldığı ve bu içeriklerin bir kısmının diğer mecralarda da dolaşıma sokulduğu anlaşılmaktadır. Baskı ve TV aracılığı ile dağıtımın son iki yılda önemli oranda artış göstermesi yukarıda değinilen kâr amacı güden geleneksel medya kuruluşlarının bu alana gösterdikleri ilginin bir sonucudur (Tablo 2.). Geleneksel medya alanında faaliyet gösteren medya kuruluşlarının doğrulama alanına gösterdikleri ilginin artması teyit faaliyetlerinin güçlenmesine ve kamuoyundaki bilincin artmasına da hizmet etmektedir.

Tablo 2. Dağıtım Kanalları

	Çevrimiçi (%)	Baskı (%)	Tv (%)
2018	97.6	-	2.4
2019	98.7	1.3	-
2020	100	18.1	23.6
2021	100	19.7	24.4

Kaynak: (IFCN, 2018; IFCN, 2019; IFCN, 2020; IFCN, 2021)

Raporda imzacıların tam zamanlı, yarı zamanlı ve gönüllülük esasına dayalı olarak istihdam faaliyeti yürüttüğü görülmektedir. Her üç kategoride de beş kişiden fazla çalışan sayısının yıllar geçtikçe artış gösterdiği anlaşılmaktadır (Tablo 3.). İstihdam edilen kişi sayısının artması, iş yükünün dolayısıyla doğrulama platformlarının gerçekleştirdiği uygulamaların arttığı anlamına gelmektedir. Söz konusu kurumsal yapıların iş yükü, dolaşıma giren içeriklerin doğrulanması üzerine kurulu olduğu için, artan iş yükü kamunun doğru ve sağlıklı bilgilendirilmesine aynı düzeyde katkı manasını da taşımaktadır.

Tablo 3. İstihdam Durumu

	Tam zamanlı (%)		Yarı zamanlı (%)		Gönüllü (%)	
	0-4 kişi	5+ kişi	0-4 kişi	5+ kişi	0-4 kişi	5+ kişi
2018	49,3	50,7	74,7	25,3	49,3	50,7
2019	49,3	50,7	74,7	25,3	49,3	50,7
2020	37,5	62,5	81,9	18,1	37,5	62,5
2021	34,4	65,6	71,8	28,2	34,5	65,5

Kaynak: (IFCN, 2018; IFCN, 2019; IFCN, 2020; IFCN, 2021)

İmzacıların yıllık bütçesinin sürekli artış eğiliminde olduğu gözlemlenmektedir. Özellikle 100 bin doların üzerinde gelir elde edenlerin oranı önemli ölçüde artış sergilemiştir (Tablo 4.). Karşılaşılan tablo, yukarıda değinilen kâr amacı güden medya kuruluşlarının bu alana gösterdiği ilginin de bir sonucudur. Aynı zamanda doğrulama işinin sadece sivil toplum kuruluşları ya da akademik bir girişim aracılığıyla yapılmayıp medya kuruluşları aracılığıyla kamuoyunun geneline yayılmaya başladığının bir göstergesi olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte yıllık bütçelerde meydana gelen artış, doğrulama işi ile uğraşan oluşumların, bünyesinde barındırdığı insan kaynağından sahip olduğu teknik imkanlara varıncaya kadar farklı alanlarda olumlu etki potansiyelleri taşıdığından, bu yapıların işlevselliğine katkı sağlayıcı bir rol üstlenmektedir.

Tablo 4. İmzacıların Yıllık Bütçesi

	0-50 bin (\$) (%)	50-100 bin (\$) (%)	100-500 bin (\$) (%)	500+ bin (\$) (%)
2018 ¹	37,4	26,7	24	12
2019	31	31	19	19
2020	26	19	35	17
2021 ²	39,9	10,5	37	18,6

Kaynak: (IFCN, 2021)

Diğer yönden bu gelirlerin önemli bir kısmının Facebook Üçüncü Taraf Doğrulama Programı ve hibe/bağış/üyelik yoluyla elde edildiği anlaşılmaktadır (Tablo 5.). Facebook'un 2016 yılında başlattığı program, IFCN imzacısı doğrulama platformlarının en önemli gelir kaynağıdır. Sosyal medyanın en büyük dezenformasyon kaynaklarından biri olmasına rağmen, 2,93 milyar aktif kullanıcı sayısı ile sosyal medya platformları arasında birinci sırada (Wearesocial & Hootsuite, 2022) yer alan Facebook'un uygulamaya koyduğu bu program sayesinde doğrulama faaliyetleri finanse edilebilmektedir. Doğrulama platformlarının hibe, bağış ve üyelik aracılığı ile elde ettikleri de diğer önemli gelir kaynakları arasındadır. Bunların yanı sıra çatı kuruluşun desteği, akademik bir kurum ile iş birliği, hükümet ortaklığı ve kamu hizmeti yayıncılığı gibi kalemler de doğrulama platformlarının gelir yöntemlerindedir.

¹ Raporda 2018 yılına ait verilerde oranların toplamı %100,1'dir. Oranlar raporda verilen şekliyle aktarılmıştır.

² Raporda 2021 yılına ait verilerde oranların toplamı %106'dır. Oranlar raporda verilen şekliyle aktarılmıştır.

Tablo 5. En Önemli Gelir Kaynağı

	Facebook Üçüncü Taraf Doğrulama Programı (%)	Hibe- Bağış - Üyelik (%)	Paylaşmayan (%)	Diğer (%)
2019	43,6	41,6	5,5	9,3
2020	44,2	33,7	1,2	20,9

Kaynak: (IFCN, 2021)

4.2. Başvuru Süreci ve IFCN İlkeleri (the IFCN Code of Principles)

IFCN'ye başvuracak doğrulama platformları, çevrimiçi ortamdaki portaldan yararlanarak ilgili adımları izlemektedir (IFCN, 2023c). 200 \$'lık başvuru ücretinin de ödenmesinin ardından değerlendirmeye alınan başvurular, gazetecilik alanındaki uzmanlıkları ve başvuru sahibinin faaliyet gösterdiği bölgedeki doğruluk kontrolüyle ilgili disiplinler göz önünde bulundurularak seçilen dış değerlendiriciler (IFCN, 2023d) tarafından incelemeye tabi tutulmaktadır. IFCN İlkeleri'ne göre değerlendirilen başvurular en az altı olumlu oyla kabul edilmektedir.

IFCN imzacısı olabilmek için bilgi kontrolü amacıyla kurulmuş, öncelikle kamu yararı gözetilen konularla ilgilenen ve partizan olmayan bir yayın politikasına sahip olmak gerekmektedir. Siyasi parti, politikacı ya da devlet tarafından kontrol edilen yayıncılara imzacı statüsü verilmemektedir. Eğer IFCN değerlendiricisi tarafından imza statüsüne başvuran adayın editoryal kontrolünün, devlet ya da siyasi etkiden uzak olduğu açık ve net bir şekilde ayrıldığı belirlenirse bu kaynaklardan fonlanan organizasyonlara da imzacı statüsü verilebilmektedir. Partizan olmama ve adalete bağlılık, standartlara ve kaynakların şeffaflığına bağlılık, finansman ve kuruluşların şeffaflığına bağlılık, standartlara ve metodolojinin şeffaflığına bağlılık ve açık ve dürüst bir düzeltme politikasına bağlılık olmak üzere beş temel kriter ve alt kriterler üzerinden değerlendirilen başvurular, işleme alınmakta ve bahsi geçen şartları sağlayan adaylara imzacı statüsü verilmektedir (IFCN, 2023e). Başvuru ve kabul şartları, kamuların sağlıklı bilgilendirilmesi noktasında kilit rol üstlenen doğrulama platformları için oldukça isabetli olarak belirlenmiş bir karakter taşımaktadır. Bütün koşullarda aranan yegâne kriterin şeffaflık olduğu ilk bakışta anlaşılmaktadır. Şeffaf, hesap verebilir, uyguladığı prosedürleri ve takip ettiği süreçleri net oluşumların, hangi toplumsal çatı altında faaliyet gösterirse gösterebilir doğru bilginin dolaşımına imkân sağlayarak, kamu yararına katkı potansiyelleri taşıyan işlevler üstleneceği kuşkusuzdur.

4.2.1. Partizan Olmama ve Adalete Bağlılık

Başvuru sahibi, doğruladığı haber ya da bilgide iddiayı kimin yaptığına bakmaksızın eşdeğer iddialar için aynı yüksek kanıt standartlarını kullanarak doğrulamayı gerçekleştirmelidir. Bu kapsamda doğruluk kontrolünü herhangi bir taraf üzerinde yoğunlaştırmamalı, kontrol etmeyi seçtiği iddiaların kapsamını ve önemini dikkate alarak bu iddiayı nasıl seçtiğine dair kısa bir açıklama yapmalıdır. Yapılan doğrulamada kullanılan kaynakların ticari ya da başka türden çıkar ilişkilerini de açıklamalı ve bu durumu görünür kılmalıdır. Ayrıca başvuru sahibi şeffaflık ve doğruluk dışında herhangi bir politika lehinde ya da aleyhinde savunuculuk yapmamalı; herhangi bir partiye, politikacıya veya siyasi bir düzleme destek göstermemelidir. Başvuru sahibinin personeli de partizanlık konusunda benzer bir temsiliyete sahip olmalıdır (IFCN, 2023e).

Siyasal düzlemde taraftar ya da yandaş anlamına gelecek şekilde kullanılan partizan kavramı “belirli bir siyasi partiyi ya da lideri destekleyen kimse” (Cambridge Dictionary, 2023; Wikipedia, 2023b) demektir. Doğrulama platformlarının gerçekleştirdiği eylem ve işlemlerde siyasi yapılarla arasına mesafe koyması kamuların sağlıklı bilgilendirilmesi açısından büyük önem arz etmektedir. Bu durum herhangi bir siyasi yapıyla ya da figürle ilgili lehte yahut aleyhte olan bilgilerin doğrulanması noktasında söz konusu platformun ve aktardığı bilgilerin güvenilirliği bakımından hayati bir rol oynamaktadır.

Kamuların sağlıklı bilgilendirilerek kamu yararının gözetildiği bir yapıdan partizanca bir tutum sergilemesi kesinlikle beklenmeyecek bir durumdur. Bu en başta sosyal sorumluluğa, tarafsızlığa ve kamu yararına uygun düşmemektedir. Siyasal alanın toplumsal yaşam içerisinde kapsadığı boyut düşünüldüğünde, gerçekleştirilen doğrulama faaliyetinin güvenilirliğine gölge düşürecek, siyasi çıkarları kamu yararının önüne geçirecek tutum ve davranışlardan kaçınılmalıdır.

4.2.2. Standartlara ve Kaynakların Şeffaflığına Bağlılık

Başvuru sahibi doğrulamada kullandığı tüm önemli kanıtların kaynağını belirtmeli ve kaynağın çevrimiçi olarak ulaşılmasının mümkün olduğu durumlarda ilgili bağlantıyı (linki) eklemelidir. Kaynağın kişisel güvenliğinin tehlikede olduğu durumlarda ise kaynağın güvenliği ile uyumlu ölçüde ayrıntı vermelidir. Ayrıca ilk olarak birincil kaynaklara başvurmalı; birincil kaynaklara ulaşamadığı durumlarda ikincil kaynaklar referans alınmalıdır. Doğrulama mümkün olduğu kadarıyla çoklu kaynaklarla gerçekleştirilmeli ve kullanılan kaynakların sahip olduğu çıkar ilişkileri eksiksiz bir şekilde tanımlanmalıdır (IFCN, 2023e).

Doğrulanmamış ya da tamamen/kısmen uydurulmuş söylemlerin yayılmasının engellenmesi noktasında kaynağın şeffaflığı (Evers, 2010, s. 326) ya da diğer bir ifadeyle, bilginin hangi kaynaktan elde edildiği büyük önem arz etmektedir. Söz konusu kaynak bilginin içeriğini dizayn ederken ve yayarken sahip olduğu amaçlar, dünya görüşü, ilişkili olduğu yapılar vb. belirleyici bir rol üstlenmektedir. Kamuların sağlıklı bilgilendirilmesi noktasında doğrulama platformları sahip olduğu bilgiyi hangi kaynaktan/kaynaklardan elde ettiğini şeffaf bir şekilde paylaşırsa, bilgilerin doğruluğuna ve tarafsızlığına ilişkin önemli bir kriter yerine getirilmiş olmaktadır.

Elde edilen bilginin hangi kaynaktan ne şekilde temin edildiğinin net bir biçimde ortaya konulması hem doğrulama platformunun kendine olan güveninin hem de gerçekleştirilen doğrulama faaliyetinin gerçekliğe uyumunun bir göstergesidir. Kaynağı belli olan bilgiler, isteyen herkese rahatça ulaşabilme imkânı vermesi açısından kamuların bilgilendirilmesinde önemli bir kriterdir. Bu sayede oluşabilecek tüm şüpheleri ortadan kaldırma potansiyeli taşımakta ve farklı türden yapılacak manipülasyonların da önüne geçilebilmektedir. Burada tek istisna elde edilen haberin kaynağının hayati tehlikesi olarak belirtilmektedir. Bu denli bir spesifik durum tüm kamular tarafından da anlayışla karşılanacak bir potansiyel taşımaktadır.

4.2.3. Finansman ve Kuruluşların Şeffaflığına Bağlılık

Başvuru sahiplerinin bir önceki mali yıla ait toplam gelirinin %5'inden daha fazlasını oluşturan finans kaynaklarının detaylı verileri sayfalarında yer almalı ve organizasyonun yasal durumu (kâr amacı gütmeyen kuruluş, şirket vs.) net olarak tanımlanmalıdır. Doğrulama organizasyonu, bir medya kuruluşunun veya başka bir ana kuruluşun bünyesinde faaliyetlerini sürdürüyor ise bu durum da açıkça belirtilmelidir. Ayrıca başvuru sahibinin organizasyon yapısı ve editoryal kontrolün nasıl ve kim tarafından yapıldığı detaylandırılmalı ve gerektiğinde iletişim kurulabilmesi için iletişim kanalları belirtilmelidir (IFCN, 2023e).

Medyada faaliyet gösteren kuruluşların finansal açıdan şeffaf olması okuyucularına ve topluma karşı sahip oldukları sorumlulukların başında gelmektedir (Dai, 2014, s. 331). Aynı şekilde doğrulama platformlarının finansal şeffaflığı bu organizasyonların temel özelliklerinden biridir (Çömlekçi, 2019, s. 1552). Diğer yönden finansal destek sağlayan yapılar, hangi oluşumlara destek olacakları konusunda tercihte bulunurken kendi amaçlarını gözetererek karar vermektedir. Doğrulama platformları açısından düşünüldüğünde bu amaçlar, sağlıklı bilgilerin yayılarak kamuların bilgilendirilmesi noktasında sorun teşkil edebilecektir. Hatta bazı kaynaklardan finansal destek alınması, ilgili platformun güvenilirliğine dahi gölge düşürebilmektedir. O yüzden finansmanın sağlandığı kaynaklarda şeffaf davranılması doğru ve güvenilir bilgiler noktasında önemli bir kısıttır.

Ayrıca, herhangi bir doğrulama platformunun kimler tarafından nasıl finanse edildiği ilk odaklanılan hususlar arasındadır. Finansmanın kaynağı aynı zamanda ilgili yapıların hizmet ettiği amaçları da tayin edici bir özellik taşımaktadır. Finans kaynaklarını şeffaf bir biçimde paylaşan platformlar bu konuda saklayacakları bir durumun olmadığı mesajını da kamulara doğrudan vermektedir. Verilen bu mesaj, kamuların ilgili platforma ve onun aktardığı bilgilere yaklaşım tarzında da belirleyici olmaktadır. Platformun varlığını devam ettirmesinde temel belirleyiciler arasında yer alan bu durum, sergilenen şeffaflık sayesinde gizli ajandaların oluşmasını ya da oluştuğu algısını ortadan kaldırmakta ve platforma duyulan güveni de artırmaktadır.

4.2.4. Standartlara ve Metodolojinin Şeffaflığına Bağlılık

Başvuru sahibinin internet sitesinde yapılacak doğruluk kontrolünün seçimi, araştırılma süreci, yazımı ve yayınlanması aşamalarında kullanacağı yöntem hakkında bir açıklama bulunmalıdır. Kontrol edilecek iddialar erişim ve önemine göre öncelenecek belirlenmeli ve iddianın seçilme nedeni belirtilmelidir.

Doğrulama yapılırken iddiayı güçlendiren kanıtların yanında iddiayı zayıflatma ihtimali bulunan kanıtlara da başvurulmalıdır. Söz konusu iddianın kimin tarafından yapıldığına bakılmaksızın eşdeğer bulgulara ilişkin kanıtlar, aynı yüksek standartlar kullanılarak değerlendirilmelidir. İddiaların değerlendirilmesinde kullanıcılardan kanıtlar edinme teşvik edilmeli ama meşru olarak hangi iddiaların kontrol edilip edilemeyeceği de belirtilmelidir (IFCN, 2023e).

Kullanılan metotlar, bilgiye ulaşmak için takip edilecek yollar olduğundan, doğru ve sağlıklı bilgiler için doğru metotların kullanılması önemlidir. Aynı zamanda metot tercihinde etik ilkeler doğrultusunda hareket edilmesi ve ölçütlerin standardize edilmesi de gereklilik arz etmektedir. Bu durum, paylaşılan bilgiye karşı sergilenen yaklaşım tarzı üzerinde de belirleyici olmaktadır. Ortaya atılan tüm iddiaların çok boyutlu bir biçimde sorgulanması konusundaki objektiflik ve şeffaflık bilginin ulaştığı alıcıları, değerlendirme yaparken rahatlatacaktır.

4.2.5. Açık ve Dürüst Bir Düzeltme Politikasına Bağlılık

Başvuru sahibinin internet sitesinde kolayca erişilebilen ve yayınlarda sıklıkla atıfta bulunulan bir düzeltme ve şikâyet politikası bulunmalıdır. Bu metinde kapsamın ne olduğuna ve özellikle doğruluk kontrolü sonuçlarının yeniden değerlendirilmesini gerektirecek hataların nasıl ele alınacağına dair net bilgiler bulunmalıdır. Düzeltmeye değer bir hata yapıldığına dair kanıtların oluşması durumunda; başvuru sahibi kullanıcılara, yapılan düzeltmeyi ve düzeltilmiş versiyonu sunmaya gayret göstermelidir. Başvuru sahibi, yeniden değerlendirme sürecindeki bir IFCN imzacısı ise; kendisini IFCN imzacısı olarak duyurduğu sayfada, kullanıcıların IFCN kurallarını ihlal ettiğini düşündüğü durumlarla ilgili konuyu IFCN'ye bildirebilecekleri bir bağlantı vermekle yükümlüdür. Ayrıca başvuru sahibinin bir medya şirketinin alt kuruluşu olduğu durumda ana kuruluşun da açık ve dürüst bir düzeltme politikasına sahip olması gerekmektedir (IFCN, 2023e).

İnsan unsurunun olduğu her oluşumda hata potansiyellerinin olduğu inkâr edilemez bir gerçektir. Doğrulama platformları da gerçekleştirdikleri işlemlerde hatalı sonuçlara ulaşabilir ve bunu kamuoyuyla paylaşabilir. İstenmeden yapılan bu hatanın farkına varıldığı andan itibaren açık ve dürüst bir biçimde düzeltilmesi gerekmektedir. Burada hangi politikaların benimsendiğinin şeffaf bir biçimde ortaya konulması önemlidir. Hata yapılsa dahi, söz konusu hatanın düzeltilmesi noktasında takip edilen yol haritası ve bunun açıkça ortaya konulması, ilgili platformun kamunun bilgilendirilmesi noktasında üstlendiği işleve olumlu katkı sağlayacaktır. Kamular, bu durumda bile açık ve dürüst bir biçimde bilgilere erişim sağlamış olacaklardır.

Doğrulama platformlarının kuruluş amacı ve gösterdiği çabaların yegâne motivasyonu, doğru ve güvenilir bilgilerin kamulara ulaşması, gerçek dışı ve manipülatif 'bilgilerin' tespit edilerek ifşa edilmesi ve dolaşımdan olabildiğince çabuk çıkmasıdır. Bu temel amaç üzerine oturan bir yapının kendinden kaynaklı bir hatalı bilginin yayılmasının gündeme gelmesi, kendi varoluş sebebiyle uyumsuz olacaktır. Bu yüzden o yapıdan beklenen ivedi bir biçimde bunu düzeltme gayreti içerisine girmesidir. Bunu yaparken de açık ve dürüst bir tavır takınması beklenmektedir. Bu anlamda takip edilecek prosedürlerin önceden belirlenmiş olması ve bunun da kamuoyuyla paylaşılması sağlıklı bilginin dolaşıma girmesine imkân tanıyacaktır.

4.3. Şikâyet Politikası

Doğrulama platformlarının gerçekleştirmiş olduğu eylem ve işlemlerden memnuniyet duymayan ve üretilen içeriğe itirazı bulunan taraflar olabilecektir. Benimsenen şikâyet politikası doğrultusunda doğrulama platformlarının kamuyu bilgilendirirken gerçekleştirmiş olduğu hatalı eylem ve işlem söz konusu ise nasıl hareket edileceği ve bu sayede hatalı bilginin yayılmasının nasıl önüne geçileceği netliğe kavuşturulmalıdır. Bu noktada IFCN Şikâyet Politikası'nda bilginin türü, kamuoyu üzerinde oluşturduğu etki derecesi, kapsadığı boyut, çözüme kavuşturulabilme durumu gibi ölçütler esas alınarak bir kademelendirme yapıldığı görülmektedir. Söz konusu kademelendirme doğrultusunda nasıl adımlar atılacağı ve ne tür yaptırımlar uygulanacağı belirtilmektedir.

IFCN, her şikâyete müdahale etmemekte, İlkeler Kodu'nun ihlal edildiği yönündeki bildirimleri değerlendirmektedir. Bir temyiz kurulu gibi çalışmamasının yanında, eğer bir üye kuruluşun kuralları açık şekilde ihlal ettiği belirlenirse imza statüsünün askıya alınması ya da iptal edilmesi de dahil olmak üzere

çeşitli yaptırımları uygulama sorumluluk ve yetkisine sahiptir. Şikayetleri değerlendiren IFCN, değişen durumlara göre farklılaşan beş tür uygulamaya başvurmaktadır (IFCN, 2023f).

Birincisi, IFCN imzacının belirlenen kuralların gerisinde kaldığı, bir ihlalin gerçekleştiği ama ciddi ve sistematik olmadığı veya gerçekleşen ihlalin kuralların kasıtlı olarak ihlal edilmesinden ziyade yanlış yorumlanmasından kaynaklandığını tespit ederse tekrarın önlenmesi amacıyla imzacı ile doğrudan bir görüşme gerçekleştirir ama bir yaptırımda bulunmaz (IFCN, 2023f). Burada IFCN'nin tüm taraflar açısından ölçülü bir uygulamaya sahip olduğu görülmektedir.

İkinci olarak, IFCN, imzacı tarafından bir veya daha fazla kriterin ihlal edildiğini ve ilgili konu hakkında kamuoyunun bilgilendirilmesi gerektiğini tespit ederse imzacı kuruluşla konuyu görüşerek kamuoyuna bir bildiri yayınlamasını sağlamaktadır. Bu durumun yıllık raporda da belirtilmesi gerekmektedir (IFCN, 2023f). Bu uygulama, kamunun doğru ve şeffaf bilgilendirilmesi adına önem arz etmektedir. Çünkü gerçekleştirilen doğrulamanın eksik ya da yanlış taraflarının şeffaf ve dürüst bir şekilde ilan edilmesi sağlıklı bilgi ekosistemi için hayati bir noktadır.

Diğer bir uygulama çözülmesi zaman alacak durumlarda başvuru imza statüsünün askıya alınması yöntemidir. IFCN, kuralların ciddi bir şekilde ihlal edildiğini ama imzacının bu durumu çözmeye istekli olduğunu belirlerse sorun çözülüp gerekli düzeltme gerçekleştirilene kadar imza statüsünü geçici olarak askıya almaktadır (IFCN, 2023f). Burada önemli olan nokta imzacının yaptığı yanlış kabul edip düzeltme için zamana ihtiyaç duyuyor oluşudur. IFCN de bu durumu dikkate alarak kuruluşa zaman tanımaktadır.

Dördüncü uygulama ise; ciddi bir ihlalin olduğu ama IFCN ile imzacının çözüm yolunda anlaşamadığı durumlarda gerçekleşmektedir. Böylesi bir durumda adil bir soruşturmanın gerçekleştirilmesi ve bir çözüme ulaşılması için imza sahibinin statüsü askıya alınmaktadır. Son olarak da imza sahibi kuralları çok ciddi biçimde ihlal ederse ve konunun nasıl çözüleceği noktasında fikir birliğine ulaşamazsa ya da imza sahibinin başvuru sürecinde gerekli bilgileri kasıtlı olarak gizlemeye çalıştığı öğrenilirse imza sahibinin statüsü iptal edilerek iki yıldan önceki başvuruları kabul edilmemektedir. Bu kapsamda alınan tüm şikayetler ve atılan adımlar da dahil olmak üzere IFCN her yıl kurulların işleyişi ve sonuçlar hakkında bir rapor yayınlamaya platformların ve kamuoyunun bilgisine sunmaktadır (IFCN, 2023f).

IFCN'nin bu konuda benimsediği politika oldukça dengeli ve orantılı bir görünüm arz etmektedir. Önemsiz bir konudan çok ciddi önem düzeyine sahip bir konuya hatta tafisi mümkün olmayan ihlale varıncaya kadar her durumun ayrı ayrı düşünülüp kategorize edildiği ve son derece uygun karşılıklar ve yaptırımlar öngörüldüğü fark edilmektedir.

Söz konusu Şikâyet Politikası, kamuların bilgilendirilme sürecinin doğru bir biçimde işleminde ve hatalı yahut yanlış bilgiler aktarılmasının önüne geçilmesinde önemli bir işlev üstlenmektedir. Sürece yakından bakıldığında temel kaygının kamunun doğru, şeffaf, dürüst bir biçimde bilgilendirilmesini sağlamak üzere dizayn edildiği fark edilmektedir. Belirlenen bu standartlar kamuların sağlıklı bilgilendirilmesinde emniyet subapları olarak roller üstlenmektedir. Sistem için bir öz değerlendirme, otokontrol yapılanması oluşturarak kamulara doğru ve güvenilir bilgilerin yayılması amaçlanmaktadır.

Genel itibarıyla halkla ilişkilerin özeldir ise kamuyu bilgilendirme modelinin temel ilkelerinden olan açıklık, doğruluk ve şeffaflık, IFCN'nin de temel prensipleri arasında yer almakta; çatısı altında faaliyet gösteren, farklı kültürel ve toplumsal yapılara mensup doğrulama platformlarının sahip olduğu tüm farklılıklara rağmen ortak etik kodlar çerçevesinde belirli standartlara göre hareket etmelerini temin edebilme yegâne amaç olarak öne çıkmaktadır. Böyle bir çatı kuruluşa üye olma, doğrulama platformlarının güvenilirliği ve prestiji açısından önemli olduğundan, ciddi bir motivasyon kaynağını teşkil etmektedir. Benimsenen bu ilkeler sayesinde, kamunun doğru, güvenilir ve şeffaf içeriklere erişiminin sağlanması noktasında ciddi bir adım atılmış, önemli bir fonksiyon üstlenilmiş olmaktadır. Bu oluşum, hem üyeleri konumunda bulunan doğrulama platformları için, hem de içerik tüketicisi konumunda yer alan kamular için iki yönlü önemli yararlar sağlamaktadır. Her iki tarafın da kazançlı çıktığı bir ilişki örüntüsü ile karşılaşılmaktadır.

5. Sonuç

Çalışmada görüldüğü üzere IFCN, doğrulama işiyle ilgili birçok önemli fonksiyonu gerçekleştirmenin yanı sıra kamuyu bilgilendirme adına da önemli bir misyonu yerine getirme potansiyeline sahiptir.

Kamuyunun hakikat etrafında oluşması amacıyla gerçek ve doğru bilginin yayılımını önceleyen ilk girişimlerden biri olarak kabul edilen ve halkla ilişkiler alanında da sıklıkla referans gösterilen Kamuyu Bilgilendirme Modeli'nin (Grunig & Hunt, 1984; Peltekoğlu, 2009, s. 100-101) ortaya koyduğu temel prensiplere sahip bir çerçevede çalışmalarını sürdürdüğü görülen kuruluş, üyesi durumunda bulunan doğrulama platformları aracılığı ile kamuyunun doğru ve eksiksiz bilgilendirilmesinde önemli bir işlevi yerine getirmektedir.

100'den fazla ülkeden doğrulama organizasyonunu bünyesinde barındıran IFCN (2021, s. 2), küresel bir düzlemde doğrulama platformlarının standart ve kalitesinin yükseltilmesini amaçlayarak faaliyetlerini sürdürmekte ve dünya çapında kamuyunun doğru bilgiler etrafında oluşmasına çalışmaktadır. Günümüz bilgi ekosistemi için önemli bir nüfuz alanına sahip olduğu görülen organizasyon, kamuyunu bilgilendirmede çağın gerektirdiği edinin ve kabiliyete sahip görünmektedir.

IFCN, büyük ve saygın medya kuruluşlarından (The Washington Post, Agence France Presse, Reuters vb.) sadece doğrulama işi yapan yerel internet sitelerine kadar kâr amacı güden ya da gütmeyen çeşitli organizasyonları bünyesinde barındırmaktadır. Ayrıca kâr amacı güden organizasyonların doğrulama alanına ilgisinin arttığı tespit edilmiştir. Bu durum medyanın işlev ve görevleri dikkate alındığında kamuyunun doğru bilgilendirilmesi adına olumlu bir gelişme olarak değerlendirilebilmektedir.

Diğer yönden üyelerin istihdam ettiği personel sayısında da sürekli bir artış görülmesi, doğrulama platformlarının gerçekleştirdiği iş ve uygulamaların hacminin arttığını göstermesi bakımından önemli bir parametredir. Benzer bir doğrultuda ciddi bir oranı Facebook Üçüncü Taraf Doğrulama Programı ve hibe/bağış yoluyla elde edilen, platformların yıllık bütçelerinin düzenli olarak yukarı doğru ivmelenmesi de doğrulama işinin gün geçtikçe geliştiğini ve nüfuz alanını genişlettiğini gözler önüne sermektedir.

IFCN İlkeleri çerçevesinde yürütülen başvuru koşulları incelendiğinde ise ilk göze çarpan nokta hem haber kaynaklarının hem de gelir kalemlerinin şeffaf ve güvenilir biçimde paylaşılması gerekliliğidir (IFCN, 2023e). Haberlere, gazetecilere ve haber kuruluşlarına duyulan güvenin gittikçe azaldığı (Edelman, 2021; Jurkowitz ve diğerleri, 2020; Mitchell ve diğerleri, 2020; Reuters, 2021) günümüz bilgi ekosisteminde, gelir modellerinde ve haber kaynaklarında gösterilecek şeffaflık, kurumsal itibarın korunması ve kamunun üretilen içeriklere güven duyması adına önem arz etmektedir. Güven duyulan haber ya da doğrulama kuruluşlarının sayısının artması kamuyunun doğru ve güvenilir bilgiler etrafında şekillenmesine imkân vermektedir. Çünkü kullanıcıların haber kuruluşlarına güven duymaması, onları alternatif kaynaklara yönlendirmekte; alternatif kaynakların da genellikle editoryal bir mekanizmaya sahip olmaması nedeniyle dolaşıma giren enformasyonun/bilginin doğruluk ve güvenilirlik düzeyleri tespit edilememektedir.

Diğer yönden bir gazetecinin, haber kuruluşunun ya da herhangi bir içerik üreticisinin partizanca bir tutuma sahip olması da üretilen bilgiye/habere olan güveni azaltarak kamuyunun oluşmasında sağlıksız bir zemine işaret etmektedir. Partizan bir tutum; haberlerin tarafsızlığına ve güvenilirliğine gölge düşürmekte, toplumda kutuplaşmaya ve ayrışmaya neden olmakta ve haberlerin objektifliğinin kaybolmasına sebebiyet vermektedir (Holland, 2017; Jurkowitz ve diğerleri, 2020; Levendusky, 2013). Bu noktada IFCN, bir başvuruyu incelerken doğrulama organizasyonlarının partizanca bir tutum ve davranışa sahip olup olmadığını sorgulamakta; IFCN İlkeleri'nde bunu açıkça belirtmektedir. Kamuyunun doğru ve eksiksiz bilgilendirilmesinin önündeki en büyük engellerden biri olan bu olgu, IFCN tarafından da kabul edilemez bir perspektifte karşımıza çıkmaktadır. Bu sayede kuruluş tarafsızlığına ve güvenilirliğe gölge düşürmesi muhtemel olan eylem ve uygulamaların önüne geçmeye çalışmaktadır.

IFCN İlkeleri'nde önem atfedilen bir diğer konu da metodolojidir. Doğru adımların izlendiği ve güvenilirlik düzeyi yüksek bir metodoloji ya da inceleme stratejisi, bir araştırmada cevabı aranan soruları çözüme kavuşturabilmektedir (Snyder, 2019, s. 334). Bu kapsamda doğrulama yapılan içeriğin neye göre seçildiği, önem sırasının nasıl belirlendiği ve doğrulama yaparken hangi teknik ve yöntemlerin kullanıldığının açıkça belirtilmesi IFCN tarafından istenmektedir. Bahsi geçen niteliklerin doğrulama platformları tarafından yerine getirilmesi doğrulama yapılan içeriğin kalitesini ve geçerlilik düzeyini artırdığı gibi kamuyunun gerçek bilgiler etrafında oluşması için de bir temel teşkil etmektedir. Çünkü belirli bir yöntem ve standarttan yoksun bir doğrulama işi, toplumun geneli tarafından kabul görecektir. Çünkü belirli bir yöntem ve standarttan yoksun bir doğrulama işi, toplumun geneli tarafından kabul görecektir. Çünkü belirli bir yöntem ve standarttan yoksun bir doğrulama işi, toplumun geneli tarafından kabul görecektir.

IFCN İlkeleri'ndeki son madde Açık ve Dürüst Düzeltme Politikası'na bağlıdır. Günümüzde Reuters ve Associated Press (AP) gibi uluslararası haber ajansları; The New York Times ve The Guardian gibi saygın haber kuruluşları bir düzeltme politikasına sahiptir ve gerçekleştirdikleri düzeltmeleri kamuoyu ile paylaşmaktadır (Associated Press, 2023; Reuters, 2023; The Guardian, 2023; The New York Times, 2023). Haber doğrulaması yapan bir kurumun bir düzeltme politikasına sahip olması ve gerektiğinde yapılan yanlışları açık ve şeffaf bir şekilde kamuoyu ile paylaşması, kuruma duyulan güveni artıracak gibi bir otokontrol mekanizması da oluşturarak yapılan faaliyetlerin kalitesini ve standardını yükseltecektir. Bu sayede kamuoyu gerçek, dürüst ve güvenilir bir düzlemde oluşacaktır.

Çalışmada incelenen bir diğer konu da IFCN Şikâyet Politikası'dır. Kuruluş gelen şikâyetleri, yapılan yanlışlığın kamuoyunu yanlış yönlendirmedeki etkisine göre belli kategorilerde değerlendirmekte ve uygulayacağı yaptırımları da kademeli olarak sertleştirmektedir. Bu kapsamda yapılan yanlışlık hakkında kamuoyunun bilgilendirilmesinden imzacının statüsünün iptal edilmesine kadar çeşitli uygulamalara başvurulmaktadır. Bu uygulamalar ölçülü bir politikanın benimsendiğini göstermekle beraber gerektiğinde caydırıcı yaptırımları da içermekte ve imzacı doğrulama platformlarının IFCN İlkeleri'ne bağlılığını garanti altına almaktadır.

IFCN İlkeleri ve Şikâyet Politikası'nda belirtilen ve gerçekleştirilen uygulamalar, Kamuyu Bilgilendirme Modeli'nin temel çerçevesinde yer alan dürüst ve şeffaf bilgilendirme ilkelerine uygunluk göstermektedir. Bu bağlamda IFCN'nin çalışma prensiplerinin ve uygulamalarının ilgili modelin ortaya koyduğu perspektifte gerçekleştiği görülmektedir.

Sonuç olarak, içerisinde bulunduğumuz enformasyon çağında, bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmelerin etkisiyle sınırların büyük oranda ortadan kalktığı hızla küreselleşen bir dünya tecrübe edilmektedir. Çok hızlı değişim ve dönüşümlerin yaşandığı, bilgi birikimi ve akışının hiç olmadığı kadar artış gösterdiği böyle bir dönemde kamuların her alanda sağlıklı bilgilenebilmesi sorunsuz bir toplumsal, yönetsel ve kurumsal işleyişin temel gereği konumundadır. Başta doğrulama platformları olmak üzere, buna imkân verecek her enstrüman ve oluşum göz ardı edilemeyecek bir önem taşımaktadır. Varlık sebepleri doğru bilginin yayılımını temin etmek olan söz konusu platformları belirli etik kodlar ve standartlar etrafında bir araya getiren IFCN gibi çokuluslu yapılar ise kamuların sağlıklı bilgilendiği demokratik toplumlarda temel emniyet supabı işlevi görmektedir ve bu yapılara duyulan gereksinim gün geçtikçe artmaktadır.

6. Extended Abstract

Transparent and factual information is a fundamental requirement for a healthy public opinion. This requirement is possible as a result of individual, social and organizational efforts. In this context, the Public Information Model, one of the first applications in the field of public relations, has an approach that prioritizes the accurate and transparent information of the society at the organizational level. Today, the basic principles and practices adopted by the International Fact-Checking Network (IFCN), which operates as a supreme organization of verification platforms and continues to work for the accuracy and reliability of the digital information ecosystem globally by hosting more than 150 organizations from more than 100 countries, present an outlook in line with the relevant model.

The aim of the study is to reveal the working principles of the IFCN in the context of the Public Information Model and to make visible the efforts and responsibilities undertaken by the IFCN in order to provide accurate information to the public. At this point, the study covers the development process of IFCN in the context of the Public Information Model and how the working principles of the organization operate. In doing so, the general view of the IFCN and its members (signatories), the IFCN Principles and the Complaints Policy are analyzed through descriptive analysis methodology in order to present a relational and comparative perspective in the context of the relevant model.

When the general situation of IFCN member verification platforms is analyzed, it is seen that there has been a significant increase in the number of for-profit organizations over the years. This shows that the interest of for-profit media organizations in the field of verification has increased. In addition, the number of people employed by member verification platforms has also increased over the years. The increase in the number of people employed means that the workload and therefore the practices performed by the

verification platforms have increased. Since the workload of these institutional structures is based on the verification of circulating content, the increased workload also means an equal contribution to the accurate and healthy information of the public.

It is observed that the annual budget of the members is in a continuous upward trend. This is also a result of the aforementioned interest shown by for-profit media organizations in this field. In addition, the increase in annual budgets has the potential to have a positive impact on the functionality of verification organizations, from the human resources they employ to the technical capabilities they possess. It is understood that a significant portion of these revenues are generated through the Facebook Third Party Verification Program and grants/donations/memberships.

In order to become a member of IFCN, it is necessary to have a non-partisan editorial policy that is established for the purpose of fact-checking and is primarily concerned with issues of public interest. Publishers controlled by political parties, politicians or the state are not granted signatory status. Signatory status may be granted to organizations funded by these sources if the IFCN evaluator determines that the editorial control of the applicant for signatory status is clearly and unambiguously separated from state or political influence. Applications are evaluated based on five main criteria and sub-criteria, s. non-partisanship and commitment to fairness, commitment to standards and transparency of sources, commitment to transparency of funding and organizations, commitment to standards and transparency of methodology, and commitment to an open and honest correction policy.

The organization evaluates the complaints in certain categories according to the effect of the inaccuracy in misleading the public and gradually toughens the sanctions it imposes. Sanctions range from informing the public about the inaccuracy to revoking the signatory's status. The policy adopted by the IFCN in this regard is quite balanced and proportionate. It is noticeable that every situation, from a trivial matter to a very serious matter, even to an irreparable breach, is considered and categorized separately and very appropriate responses and sanctions are envisaged.

As a result, it has been observed that the working principles of IFCN, which was established to raise the standards and quality of truth platforms, are realized within the perspective of accurate and transparent disclosure as set forth in the Public Information Model. In addition, IFCN, which continues its activities on a global level with more than 100 members as a supreme organization, serves the formation of a healthy public opinion worldwide.

Keywords: The Public Information Model, International Fact-Checking Network, IFCN, Verification Platforms.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları Resul TAŞAN %50/ Ümit ARKLAN %50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are Resul TAŞAN %50/ Ümit ARKLAN %50 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Kaynakça

- Associated Press. (2023). *Corrections/Correctives*. 2 20, 2023 tarihinde <https://www.ap.org/about/news-values-and-principles/telling-the-story/corrections-correctives> adresinden alındı
- Aydın, A. F. (2020). Post-truth dönemde sosyal medyada dezenformasyon: Covid-19 (yeni koronavirüs) pandemi süreci. *ASYA STUDIES*, 12, s. 76–90.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Abi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), s. 368–388.
- Brandtzaeg, P. B., & Folstad, A. (2017). Trust and distrust in online fact-checking services. *Communications of the ACM*, 60(9), s. 65–71.
- Budak, G., & Budak, G. (2014). *İmaj mübendisliği vizyonundan halkla ilişkiler*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Cambridge Dictionary. (2023). *Partisan*. 2 11, 2023 tarihinde <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce-t%C3%BCrk%C3%A7e/partisan> adresinden alındı
- Çömlekçi, M. F. (2019). Sosyal medyada dezenformasyon ve haber doğrulama platformlarının pratikleri. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(3), s. 1549–1563.
- Çömlekçi, M. F. (2020a). Kamu diplomasisinin genişleyen repertuarı: Medya okuryazarlığı ve doğruluk kontrol platformları. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 33, s. 211–229.
- Çömlekçi, M. F. (2020b). Combating Fake News Online. Amoroso, Dalkir et al. içinde, *Navigating fake news* (s. 273–289).
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Sosyal medya haberlerine güven ve kullanıcı teyit alışkanlıkları üzerine bir inceleme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 30, s. 55–77.
- Çömlekçi, M. F., & Bozkanat, E. (2021). İnfodemide dijital ortamda sağlık bilgisi edinme ve teyit davranışları. *Istanbul University Journal of Sociology*, 41(1), s. 103–125.
- Dai, T. U. (2014). Medya işletmelerinde denetimin finansal yönetimdeki önemi. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 11(41), s. 325–342.
- Edelman. (2021). *2021 Edelman Trust Barometer*. 3 20, 2023 tarihinde <https://www.edelman.com/trust/2021-trust-barometer> adresinden alındı
- Erdem, D. (2011). Türkiye'de 2005–2006 yılları arasında yayımlanan eğitim bilimleri dergilerindeki makalelerin bazı özellikler açısından incelenmesi: Betimsel bir analiz. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 2(1), s. 140–147.
- Erkan, G., & AYHAN, A. (2018). Siyasal iletişimde dezenformasyon ve sosyal medya: bir doğrulama platformu olarak teyit.org. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(29. Özel Sayısı), s. 202–223.
- Eugenia Mitchelstein, & Boczkowski, P. J. (2009). Between tradition and change: A review of recent research on online news production. *Journalism*, 10(5), s. 562–586.
- Evers, H. (2010). İnternet haberciliği: yeni etik sorunlar mı? Ç. Bülent, & T. Hakan (Dü) içinde, *Televizyon Haberciliğinde Etik* (s. 322–328). Fersa Matbaacılık.
- Fabry, M. (2017). *Here's how the first fact-checkers were able to do their jobs before the internet*. 01 20, 2023 tarihinde <https://time.com/4858683/fact-checking-history/> adresinden alındı
- Gezgin, S. (2002). Medyanın toplumsal işlevi ve kamuoyu oluşumu. *Istanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 12(1), s. 11–20.
- Göksel, A. B., & Yurdakul, N. B. (2004). *Temel halkla ilişkiler bilgileri*. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Graves, L. (2007). The affordances of blogging: A case study in culture and technological effects. *Journal of Communication Inquiry*, 31(4), s. 331–346.
- Graves, L. (2013). *Deciding what's true: Fact-checking journalism and the new ecology of news*. Columbia University.
- Greenslade, R. (2016). *Here's the truth: 'fake news' is not social media's fault*. 01 23, 2023 tarihinde <https://www.theguardian.com/media/greenslade/2016/nov/23/heres-the-truth-fake-news-is-not-social-medias-fault> adresinden alındı

- Grunig, J. E. (1989). Symmetrical presuppositions as a framework for public relations theory. *Botan C. H. & Hazleton V. Jr (Eds.), Public Relations Theory* (s. 17–44). içinde
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. London: Holt, Rinehart and Winston.
- Guardian, T. (2023). *Corrections and clarifications*. 03 20, 2023 tarihinde <https://www.theguardian.com/theguardian/series/correctionsandclarifications> adresinden alındı
- Holland, E. (2017). *Reducing partisan bias in political reporting for a better informed public*. 4 2, 2023 tarihinde <https://digitalcommons.calpoly.edu/joursp/124> adresinden alındı
- Humprecht, E. (2020). How do they debunk “fake news”? a cross-national comparison of transparency in fact checks. *Digital Journalism*, 8(3), s. 310–327.
- IFCN. (2018). *State of the fact-checkers 2018*. 01 11, 2023 tarihinde https://cdn.teyit.org/wp-content/uploads/2019/07/State-Fact-Checkers_2018.pdf adresinden alındı
- IFCN. (2019). *State of the fact-checkers 2019*. 01 11, 2023 tarihinde https://cdn.teyit.org/wp-content/uploads/2019/07/State-Fact-Checkers_2019.pdf adresinden alındı
- IFCN. (2020). *State of the fact-checkers 2020*. 1 11, 2023 tarihinde https://www.poynter.org/wp-content/uploads/2020/06/IFCN_2020_state-of-fact-checking_ok.pdf adresinden alındı
- IFCN. (2021). *State of the fact-checkers 2021*. 1 12, 2023 tarihinde https://www.poynter.org/wp-content/uploads/2022/01/IFCN_2022_StateFactChecking2021_v05.pdf adresinden alındı
- IFCN. (2023a). *Empowering fact-checkers worldwide*. 2 10, 2023 tarihinde <https://www.poynter.org/ifcn/> adresinden alındı
- IFCN. (2023b). *Verified signatories of the ifcn code of principles*. 19.20.2023 tarihinde <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories> adresinden alındı
- IFCN. (2023c). *Application process for the ifcn code of principles*. 2 19, 2023 tarihinde <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/process> adresinden alındı
- IFCN. (2023d). *Meet our external assessors*. 2 20, 2023 tarihinde <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/external-assessors> adresinden alındı
- IFCN. (2023e). *The commitments of the code of principles*. 3 3, 2023 tarihinde <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles> adresinden alındı
- IFCN. (2023f). *Our complaints policy*. 3 2, 2023 tarihinde <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/complaints-policy> adresinden alındı
- Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, 'fake news' & disinformation: Handbook for journalism education and training*. (UNESCO, Prodükör) 2 28, 2023 tarihinde <https://en.unesco.org/fightfakenews> adresinden alındı
- Jurkowitz, M., Mitchell, A., Shearer, E., & Walker, M. (2020). *U.S. media polarization and the 2020 election: A nation divided*. 03 17, 2023 tarihinde <https://www.pewresearch.org/journalism/2020/01/24/u-s-media-polarization-and-the-2020-election-a-nation-divided/> adresinden alındı
- Karadağ, G. H., & Ayten, A. (2020). Türkiye’de doğrulama/teyit platformlarının karşılaştırmalı incelemesi: dogrulukpayi.com ve teyit.org. *Motif Akademi Halk Bilimi Dergisi*, s. 483–501.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Dergisi*, 1(1), s. 62–80.
- Kavaklı, N. (2019a). Üniversite öğrencileri arasında internet doğrulama/teyit platformlarının kullanımı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(69), s. 398–411.
- Kavaklı, N. (2019b). Yalan haberle mücadele ve internet teyit/doğrulama platformları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), s. 663–682.
- Kesgin, Y., & Gül Ünlü, D. (2021). Covid-19 aşısı ve yalan haber: aşılama öncesinde bireylerin yalan haber içeriklerini fark etme, takip etme ve teyit etme eğilimlerinin belirlenmesi. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 35, s. 32–55.
- Kriplean, T., Bonnar, C., Borning, A., Kinney, B., & Gill, B. (2014). Integrating on-demand fact-checking with public dialogue. S. Fussell. içinde New York, NY: ACM.

- Langin, K. (2018). *Fake news spreads faster than true news on Twitter—thanks to people, not bots*. 3 13, 2023 tarihinde <https://www.science.org/content/article/fake-news-spreads-faster-true-news-twitter-thanks-people-not-bots> adresinden alındı
- Lerner-Rubin, D. (2019). *Fact-checking fact-checkers*. 2 16, 2023 tarihinde <https://www.jpost.com/International/Fact-checking-fact-checkers-605142> adresinden alındı
- Levendusky, M. S. (2013). Why do partisan media polarize viewers? *American Journal of Political Science*, 57(3), s. 611–623.
- Lowrey, W. (2017). The emergence and development of news fact-checking sites: Institutional logics and population ecology. *Journalism Studies*, 18(3), s. 376–394.
- McIntyre, L. (2018). *Post-truth*. Massachusetts: The MIT Press.
- Mitchell, A., Jurkowitz, M., Oliphant, J. B., & Shearer, E. (2020). *Americans who mainly get their news on social media are less engaged, less knowledgeable*. 2 20, 2023 tarihinde <https://www.pewresearch.org/journalism/2020/07/30/americans-who-mainly-get-their-news-on-social-media-are-less-engaged-less-knowledgeable/> adresinden alındı
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. J. (2009). Between Tradition and Change A Review of Recent Research on Online News Production. *Journalism*, s. 562–586.
- Okay, A., & Okay, A. (2002). *Halkla ilişkiler ve medya*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Okay, A., & Okay, A. (2014). *Halkla ilişkiler: kavram, strateji ve uygulamaları*. Der Yayınları.
- Owen, L. H. (2016). *Clamping down on viral fake news, Facebook partners with sites like Snopes and adds new user reporting*. 02 13, 2023 tarihinde <https://www.niemanlab.org/2016/12/clamping-down-on-viral-fake-news-facebook-partners-with-sites-like-snopes-and-adds-new-user-reporting/> adresinden alındı
- Owen, L. H. (2019). *Clamping down on viral fake news, Facebook partners with sites like Snopes and adds new user reporting*. 2 19, 2023 tarihinde <https://www.niemanlab.org/2016/12/clamping-down-on-viral-fake-news-facebook-partners-with-sites-like-snopes-and-adds-new-user-reporting/> adresinden alındı
- Örsek, B. (2020). *Certificate validity period*. 2 15, 2023 tarihinde <https://twitter.com/baybarsorsek/status/1266404451872657411> adresinden alındı
- Örsek, B., & Özsoy, F. F. (2020). *Ifcn's code of principles transparency report for 2020*. 2 27, 2023 tarihinde <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/storage/docs/IFCN-s-Code-of-Principles-Transparency-Report-for-2020.pdf> adresinden alındı
- Özüpek, M. N. (2003). Halkla ilişkiler faaliyetleri ve basın. *Selçuk İletişim*, 2(4), s. 84–89.
- Peltekoğlu, F. B. (2009). *Halkla ilişkiler nedir?* İstanbul: Beta Basım.
- Reuters. (2021). *Digital news report 2021*. 3 20, 2023 tarihinde <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021> adresinden alındı
- Reuters. (2023). *About Reuters fact check*. 02 18, 2023 tarihinde <https://www.reuters.com/fact-check/about> adresinden alındı
- Seitel, F. P. (2016). *Halkla ilişkiler uygulaması*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Snopes. (2023). *About us*. 1 20, 2023 tarihinde <https://www.snopes.com/about/> adresinden alındı
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104(104), s. 333–339.
- Soyadı, A. (2020, Temmuz). Çalışma Başlığı. *Selçuk İletişim*, 13(2), 1-12.
- Stencel, M., Ryan, E., & Luther, J. (2022). *Fact-checkers extend their global reach with 391 outlets, but growth has slowed - Duke Reporters' Lab*. 1 18, 2023 tarihinde <https://reporterslab.org/fact-checkers-extend-their-global-reach-with-391-outlets-but-growth-has-slowed/> adresinden alındı
- Tardaguila, C. (2019). *You can now report a suspicious Instagram post and expect a certified U.S. fact-checker to verify it*. 2 14, 2023 tarihinde <https://www.poynter.org/reporting-editing/2019/you-can-now-report-a-suspicious-instagram-post-and-expect-a-certified-fact-checker-to-verify-it/> adresinden alındı
- The Guardian. (2023). *Corrections and clarifications*. 3 20, 2023 tarihinde <https://www.theguardian.com/theguardian/series/correctionsandclarifications> adresinden alındı
- The New York Times. (2023). *How does the new york times handle corrections?* 3 21, 2023 tarihinde <https://www.nytimes.com/article/new-york-times-corrections.html> adresinden alındı
- Theaker, A. (2006). *Halkla ilişkilerin el kitabı*. MediaCat Kitapları.

- Tortop, N. (1998). *Halkla ilişkiler*. Yargı Yayınları.
- Toth, E. L. (2002). Postmodernism for modernist public relations: the cash value and application of critical research in public relations. *Public Relations Review*, 28(3), s. 243–250.
- Tunçer, S., & Tam, M. S. (2022). The covid-19 infodemic: misinformation about health on social media in Istanbul. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 40, s. 340–358.
- Uluk, M. (2021). *Hakikat sonrası çağda yeni medya ve yalan haber*. Ankara: Dorlion Yayınevi.
- Wearesocial, & Hootsuite. (2022). *Digital 2022*. 3 14, 2023 tarihinde <https://wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022/> adresinden alındı
- Wikipedia. (2023a). *Poynter institute*. 2 8, 2023 tarihinde https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Poynter_Institute&oldid=1138049457 adresinden alındı
- Wikipedia. (2023b). *Partizanlık*. 2 11, 2023 tarihinde <https://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Partizanlık&oldid=27268073> adresinden alındı
- Yaşar, İ. H., & Uğurhan, Y. Z. (2021). Sosyal medyada güven ve teyit: Sosyal medya kullanım sıklığı bağlamında bir inceleme. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(1), s. 32–52.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yumrutaş, M. (2022). Covid-19 pandemi sürecinde aşı haberleri ve haber doğrulama platformları: “doğruluk payı” ve “teyit” örnekleri. *Etkileşim*, 9, s. 194–222.