folklor/edebiyat, cilt:21, sayı:83, 2015/3

Veri Haberciliği: Demokratik Medya İçin Olanaklar

Burak Doğu[1]

Giriş

Gazetecilik uygulamaları, geçmişten bu yana dönemsel koşulların sunduğu eksende gelişim göstermiştir. Bu uygulamaların makro ölçekte bir araya gelmesiyle gazetecilik mesleğinin evrimi şekillenmiş, farklı dönem ve coğrafyalarda *yeni* formasyonlar ortaya çıkmıştır. Gazeteciliğin konjonktürel uygulamaları bu formasyonların zeminini hazırlarken, sahadaki uygulamaların çeşitliliği de gazetecilik mesleğini beslemiştir. Geçmişte olduğu gibi, günümüzün sosyo-ekonomik konjonktürü de gazetecilikte özgün trendleri beraberinde getirmekte, gazeteciliğin nasıl yapıldığı üzerinde belirleyici olmaktadır. Mevcut durumda gazeteciliğin içinde bulunduğu koşulları çevreleyen unsurlar, belli yönelimler doğrultusunda ortaya çıkmaktadır. Bu yönelimler arasında İnternet'in yaygınlaşmasıyla farklılaşan medya kullanımı (okurun medya üretimine dahil olması), sayısallaşmanın *(digitization)* etkisiyle veri miktarının artması, içeriğin mecralar arasındaki dolaşımının yöndeşmeyle *(convergence)* tetiklenmesi sayılabilir. Bu çalışmanın konusu, anılan yönelimler neticesinde gazeteciliğin geldiği noktada bir süredir tartışılan veri haberciliği ve onun demokratik medya için sunduğu olanaklardır.

İnternet'in yaygın kullanımı, kullanıcı türevli içeriğin miktarındaki artışı beraberinde getirmektedir. Öyle ki, küresel çapta üretilen veri miktarının dakikada 1.7 milyon milyar bayt olduğu ifade edilmektedir (Kroes, 2014). Bu suretle ortaya çıkan veri yığını, habercilik açısından ciddi potansiyel barındırmaktadır. Ancak, söz konusu veri çoğunlukla homojen nitelikte değildir; dolayısıyla verinin tasnif edilmesi yönündeki gereklilik, gazetecilik alanında alışılmadık bir refleks doğurmaktadır. Bu refleksin veri miktarına oranı, literatürde "büyük veri" *(big data)* kavramıyla karşılanmaktadır. Manovich'in (2012, s. 460) tanımında büyük veri, yaygın yazılımların toplama, derleme ve işleme gibi süreçleri meşru sürelerde gerçekleştirmede yetersiz kaldığı veri kümelerini tasvir etmek üzere kullanılmaktadır. Gazetecilik perspektifinde kavramın yaptığı gönderme,

1 İzmir Ekonomi Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde öğretim üyesidir.

mesleğin trendlerini olduğu gibi kurumsal işleyişin sosyo-ekonomik yapı içerisindeki konumlanma biçimini de kapsamaktadır. Bu kapsam, veri-gazetecilik ilişkisinde ortaya çıkan şu sorular üzerinden netlik kazanabilir: Büyük veri, haberin ne olduğu konusundaki algımızı değiştirebilir mi? Ya da odağımızı kişiler ve olaylar yerine, yapılara ve toplumsal güçlere kaydırabilir mi? (Anderson, 2012, s. 11).

Veriye kimlerin/hangi grupların sahip olduğundan, verinin nasıl elde edildiğine; verinin neyi temsil ettiğinden, nasıl analiz edildiğine kadar çok sayıda konuyu anlamlandırmaya çalıştığımız bir dönemdeyiz. Manovich (2012), bu döneme esas teşkil eden ve büyük sayısal verinin analiziyle şekillenen "büyük veri toplumu"nda üç farklı kategoriden söz eder. Bunlar; (1) veriyi (hem bilinçli olarak hem de farkında olmadan sayısal izler bırakmak suretiyle) oluşturanlar, (2) veriyi toplamak için gerekli imkânlara sahip olanlar ve (3) veriyi analiz etmede deneyimi bulunanlardır. Gazetecilerin bu sınıflandırmadaki yeri bakış açısına göre değişebilir. İnternet ve mobil teknolojilerin tüketicisi olarak birinci kategoriye giren gazeteciler, haberin (verinin) kaynağına ulaşırken ikinci kategoriye, veri işleme sırasında ise üçüncüye dahil olmaktadır. Manovich'in sınıflandırması, veri toplumundaki kategorilere işaret ederken, profesyonel olmayan habercilik uygulamaları açısından da temel bir öngörüye çağrışım yapar. Buna göre, veriyi salt tüketmek üzerine kurulu anlayışın yerine verinin gündelik pratiklere yarar sağlamak üzere etkin kullanımını öngören yaklaşımın getirilmesi, veri haberciliğinde temel gerekliliklerden biri olarak karşımıza çıkar.

Veri haberciliği, süreçlerin otomasyonu (ve bunun neticesinde editoryal denetimin azalması) gibi üretim yöntemlerinde farklılaşmaya yol açan yenilikleri; ağ tabanlı ve disiplinlerarası işbirliğine dayalı yöntemleri; küresel paylaşımı; görsel iletişime yönelimi; etkileşimselliğin ve/veya kişiselleştirmenin başını çektiği kullanıcı türevli hikâye anlatımı formlarını beraberinde getirmektedir (Bradshaw, 2014, s. 202). Bu geniş çerçevede, verinin veri haberciliğindeki yerini netleştirmek öncelikli gerekliliklerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim bu konu, veri haberciliğinin nasıl tanımlanması gerektiğine dair tartışmalarda sıklıkla gündeme gelmektedir.[2] Haber hikâyelerinin esasen hakikatler etrafında kurulduğu göz önüne alındığında, verinin bu hakikatlerin sağlamasını yapmak üzere araçsallaştırıldığı örnekler veri haberciliği perspektifinde öne çıkmaktadır. Verinin kullanımı, bu sayede habere hakikate dayalı yeni bir boyut kazandırmaktadır. Bunun yanında veri kümeleri üzerine yapılan analizler, yeni hikâyeleri beraberinde getirebilmektedir (Crucianelli, 2013). Bu yönüyle veri haberciliği, veriyi kaynak olarak gören ve geniş veri tabanlarında yer alan farklı unsurlar arasındaki korelasyonu veri madenciliğine *(data mining)* başvurmak suretiyle göstermeye çalışan bir pratiktir. Ancak veriyi rakamlar bütünü olarak görmek yerine, habere esas teşkil eden diğer unsurlarla ilişkisi çerçevesinde değerlendirmek gerekir. Veri tanımının ne derece geniş bir kapsama sahip olduğu, özellikle verinin kitle kaynak kullanımıyla *(crowdsourcing)* elde edildiği aktivist projelerde görülmektedir. Söz konusu projelerde başvurulan raporlama, doküman tarama ya da uçurtma fotoğrafçılığı *(kite aerial photography)* gibi yöntemler, verinin tanımı üzerinde yeniden düşünmeyi gerektirirken, toplanan verinin niteliğini de özgün kılmaktadır.

2 İngilizce'de veri haberciliğini karşılamak üzere *data journalism*, *database journalism*, *data-driven journalism* gibi farklı kavramlara başvurulması, verinin veri haberciliğindeki muğlak konumunu resmeder. Bkz. Gray, Bounegru ve Chambers, 2012, s. 2.

Veriyi esas almak suretiyle yapılan tanımlamalarda, veri haberciliğinin tarihi 1821 yılına dek uzanır (Rogers, 2013). Bu tarihte Manchester'daki okullar ve bunların ücretleri üzerine yapılan bir çalışma mevcuttur. Veri haberciliğiyle sıklıkla ilişkilendirilen bilgisayar-aracılı habercilik *(computer-assisted reporting)* ise ilk kez 1952'de CBS tarafından başkanlık seçimlerinin sonuçlarını öngörmek üzere uygulanmıştır (Gray, Bounegru ve Chambers, 2012). Ancak gazetecilikte bilgisayarın kullanımına dair yöntemlerin geliştirilmesi esasen 1960'ların sonlarında başlar (Lesage ve Hackett, 2014, s. 40). Genellikle araştırmacı gazetecilik uygulamalarında başvurulan bilgisayar-aracılı habercilik, veri toplama ve analiz etmede bilgisayarlardan yararlanmayı esas alır. Bu yönüyle iş akışının bütününü etkileyen bir habercilik pratiği değildir (Lorenz, 2010). Veri haberciliğinde veri, iş planının odağını teşkil eder. Lesage ve Hackett'a (2014, s. 40) göre veri haberciliğinin bilgisayar-aracılı habercilikten temel farkı, haberin veriyle nasıl üretilebileceği üzerinde durmasıdır. Yine başvurduğu yöntemlerin kapsamı itibariyle veri haberciliğiyle bağdaştırılan diğer bir yaklaşım, Philip Meyer'in 1973 yılında önerdiği bilimsel gazeteciliktir *(precision journalism)*.[3] Her ne kadar haberlerin yapımında ve sunumunda bilimsel yöntemlerden daha etkin biçimde yararlanmak gerektiğini ileri sürse de (Meyer, 2002, s. vii), bilimsel gazetecilik kavramı, bilgisayarların henüz yayılmaya başladığı dönemde, genellikle bilgisayar tabanlı habercilik pratiklerine işaret etmek için kullanılır. Veri haberciliğinin esasen 2010'da Irak ve Afgan savaş günlüklerinin *WikiLeaks* aracılığıyla sızdırılması neticesinde tanındığı ifade edilebilir. Takip eden sene 92 bin gizli dokümanın ifşa edilmesiyle veri haberciliğinin büyük miktardaki veriyle baş etme potansiyeli bir kez daha gündeme gelmiştir. Dreyfus vd. (2011), WikiLeaks'in medyayı nasıl değiştirdiğinden bahsederken, veri haberciliğinin yaygınlaşmasına olan etkisine değinir. Onlara göre WikiLeaks, büyük veri kümelerinin medya ve sivil toplum ortaklığıyla genel tabloyu resmetmek üzere etkin olarak kullanıldığı iyi bir örnektir.

Mesleki Yönelimler

Veri haberciliği uygulamalarının yaygınlaşması, yukarıda anılan gelişmeler neticesinde gazeteciliğin farklı sahalarına tesir etmektedir. Başta mesleği profesyonel olarak icra eden medya kurumları olmak üzere, medya sektöründe faaliyet gösteren ticari girişimler, sivil inisiyatifler ve üniversitelerin gazetecilik bölümleri veri haberciliğinin beraberinde getirdiği yönelimlere uyum sağlamak suretiyle alandaki yeni yaklaşımların belirleyicisi olmaktadırlar.

Veri haberciliğinin medya kurumlarına etkisi, esasen haber odalarının gündelik rutinlerinde ortaya çıkmaktadır. Geleneksel yapıların veri haberciliğinin ihtiyaçlarına cevap vermek konusunda yetersiz kalması, kurumları ayrı birimler açmaya itmektedir. Söz konusu birimler arasında The Guardian bünyesinde kurulan *Datablog* (http://www.theguardian.com/news/datablog), sunduğu geniş kapsamla diğerlerinden ayrılmaktadır. Başlangıçta haber hikâyelerinin ardındaki veri kümelerini sunan bir blog formatında tasarlanan Datablog, hâlihazırda çeşitli kaynaklardan gelen verinin yanı sıra görselleş-

3 Meyer'in *Precision Journalism* başlıklı kitabı 1998 yılında Ali Atıf Bir ve Serdar Sever tarafından Türkçe'ye çevrilmiş, bu suretle kavram literatüre "bilimsel gazetecilik" olarak girmiştir. Assange'ın önerdiği *scientific journalism* de Türkçe'de yine aynı karşılıkla anılmaktadır.

tirme çalışmalarını da içeren kapsamlı bir site olarak hizmet vermektedir. Datablog'un ayrı bir birime dönüşmesi, Afgan savaş günlükleri üzerine yapılan çalışmanın ardından gerçekleşmiş, bundan önce *The Guardian*'da ayrı katlarda bulunan editör kadrosuyla grafik ekibi haber masasında bir araya gelmiştir (Gray ve diğerleri, 2012, s. 36). *The New York* Times bünyesinde kurulan ve deneysel habercilik ile veri görselleştirmeyi bir arada sunan *The Upshot* (http://www.nytimes.com/upshot) ile *The Washington Post*'un blog görünümünde geliştirdiği *Wonkblog* (http://www.washingtonpost.com/blogs/wonkblog) öne çıkan diğer örneklerdir. *Huffington Post* da veriye dayalı çalışmalarını kurum içinde *HuffPost Data* (http://data.huffingtonpost.com) altında sürdürmeyi tercih etmektedir. Bunların dışında ESPN'in bir kolu olarak faaliyet gösteren *Fivethirtyeight* (http://fivethirtyeight.com) ve *Wonkblog*'un önceki editörü Ezra Klein tarafından yürütülen *Vox* (http://www.vox.com) da yeni anlatı formatları önermektedir. Türkiye'de ana akım kurumların veri haberciliği için ayrı birimler kurmak yoluna gitmediği, bunun yerine küçük çaplı projelerde çalışmak üzere geçici ekipler görevlendirdiği gözlenmektedir.

Gazetecilik alanında faaliyet gösteren kurumların yanında medya sektöründe hizmet veren firmaların da veri analizine yönelmesi, veri haberciliğini yeni bir pazar olarak tanımlamaktadır. *Journalism++* (http://www.jplusplus.org) ve *OpenDataCity* (https://opendatacity.de) gibi ajansların yanı sıra, doğrulama üzerinde yoğunlaşan *Storyful* (http://storyful.com), haritalama çözümleri sunan *CartoDB* (http://cartodb.com) ve *Vizzuality* (http://www.vizzuality.com) gibi girişimler veri haberciliğinde kâr amaçlı yönelimleri temsil etmektedir. Bu sahadaki oluşumlar, arka planda farklı uzmanlıkları bir araya getiren ortaklıklar üzerinden şekillenmekte, buna bağlı olarak belli kişi ve grupların birden fazla projeye dahil olduğu gözlenmektedir. Örneğin, OpenDataCity'nin kurucu ortaklarından Lorenz Matzat, aynı zamanda bir haritalama şirketi olan *Lokaler*'i (http://www.lokaler.de) de yürütmektedir. Türkiye'de henüz bu alanda yapılan yatırım bulunmamaktadır. Ancak Orda Teknoloji eliyle kurulması planlanan *Veri Gazeteciliği Platformu*, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) Girişimcilik Aşamalı Destek Programı'ndan hibe almaya hak kazanmıştır (Dağ Medya, 2014).

Veri haberciliğinde yönelimler, kurumsal ve ticari girişimlerin yanı sıra, sivil oluşumların faaliyet gösterdiği sahada da ortaya çıkmaktadır. Bu sahadaki çalışmalar, genellikle verinin işbirliğine dayalı yöntemlerle elde edildiği uygulamalar üzerinde yoğunlaşmaktadır. Sivil inisiyatiflerin veri haberciliğindeki rolü işleyiş modeline göre farklılaşmaktadır. Bir yandan *ProPublica* (http://www.propublica.org) gibi hâlihazırda kamu yararına araştırmacı gazetecilik yapan oluşumların veriyle ilgilenmeye başladığı gözlenmekte, diğer yandan *DDJ.it* (http://www.datajournalism.it) gibi platformların doğrudan veri haberciliği yapmak üzere kurulduğu görülmektedir. Sivil inisiyatifi ticari girişimle bir araya getiren *OWNI* (http://owni.fr) örneği ise, Creative Commons lisansıyla çalışan ve aynı zamanda kâr getiren bir model sunmaktadır. Veri haberciliği Türkiye'de de sivil girişimlere konu olmaktadır. Kolektif ağ haritalama üzerine veri tabanı sağlayan bir platform olarak kurulan *Graph Commons* (http://www.graphcommons.com) araştırmacı gazetecilik ve veri araştırması gibi konuları ele alan projelere ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca 2011 yılında yayına başlayan *Dağ Medya* (http://www.dagmedya.net) da veri haberciliğinin sunduğu olanakların farkındalığıyla çalışan bir haber medyasıdır. Dağ

Medya, sitesinde ayrı bir sekme altında önerdiği veri haberciliği konusunda duyurulara yer vermekte, ayrıca bu alandaki çeviri[4] ve eğitim faaliyetlerine katkı sağlamaktadır. Veri haberciliğine dolaylı yoldan katkı sağlayan Çilek Ağacı (http://cilekagaci.com) ise Creative Commons lisansı altında faaliyet gösteren bir platform olarak anılabilir. Farklı kaynaklardan aldığı ham veriyi rafine etmek ve ilişkilendirmek suretiyle anlamlandıran platform, veri görselleştirmenin önemine vurgu yapmaktadır.

Tüm bunların yanında veri haberciliği programları ve veri haberciliğini dolaylı yoldan destekleyen dersler, gazetecilik bölümleri başta olmak üzere, üniversitelerdeki eğitime dahil edilmektedir. Yakın dönemde Georgia Tech University, Knight Foundation desteğiyle Northwestern University'de Medill School of Journalism ve Columbia University bu alana dair dersleri eğitim programlarına entegre etmişlerdir (Anderson, 2012, s. 2). Ayrıca, Stanford University de gazetecilik programında veri haberciliği dersleri önermeye başlamış, Tilburg University ise bu alanda yüksek lisans programı açmıştır. Türkiye'de ise veri haberciliği ilk kez 2013/14 akademik yılında Kadir Has Üniversitesi Yeni Medya Bölümü'nde önerilmiştir.

Veri haberciliğinin anılan sahalardaki yansıması, gazetecilik mesleğindeki dönüşümü de görünür kılmaktadır. Vallance-Jones (2013, s. 67), bu dönüşümün belirginliğini medya çalışanlarının rolü üzerinden ifade eder: "Gazetecilik neredeyse mavi yakalıların icra ettiği bir iş olmaktan çıkarak, resmi etik ilkelere sahip ve itinalı araştırma gerektiren bir meslek hâline gelmiştir." Elbette bu bakış açısı, gazeteciliğin bütününü temsil eden bir perspektif sunmaktan uzaktır, ama meslek içi uzmanlaşmanın önemini vurgulamaktadır. Uzmanlaşmanın geldiği nokta, Bakker'ın (2014) gazetecilik alanındaki iş ilanları üzerinden yürüttüğü çalışmada açıkça görülmektedir. Buna göre, iş ilanlarında dört tür uzmanlık gözlenmektedir: (1) Çoklu ortama hâkim, yöndeşmeyle ortaya çıkan ihtiyaca cevap verebilecek teknik gazeteciler, (2) toplulukları haber üretim sürecine dahil etmeyi teşvik eden idareciler, (3) içeriği farklı kaynaklardan derlediği malzemeyle zenginleştiren içerik yöneticileri, (4) yeni habercilik alanları açabilecek girişimci gazeteciler. Veri haberciliği açısından bakıldığında, gereksinimlerin söz konusu uzmanlıkları bütün olarak kapsadığı, hatta bunları gazeteciden eşzamanlı olarak talep ettiği görülebilir. Böylesine geniş bir çerçevede, veri haberciliği, alana yönelimi olan gazetecilerin özel birimlerde çalışmasını ve iş akışının yeniden planlanmasını gerektirmekte; bu koşullar ise nihayetinde haber odalarının yeniden yapılanmasını zorunlu kılmaktadır.

Demokratik Habercilik İçin Olanaklar

Veri haberciliği, gerekli koşulların sağlanması durumunda, kamunun ilgisine hizmet eden demokratik bir araç olarak işlev görebilir. Bu minvalde, veri haberciliğinin demokrasiyle ilişkisi kitle kaynak kullanımına yönelme, şeffaflaşma, verinin erişilebilir kılınması ve kamuya mal edilmesi gibi çeşitli düzlemlerde ortaya çıkar. Lesage ve Hackett (2014), verinin gazetecilikteki dolayımını üç ayrı eksende (verinin miktarı, şeffaflığı ve erişilebilirliği üzerinden) tartışırlar. *Verinin miktarı* (kapsamı), veri haberciliğine olan

4 European Journalism Centre ve The Open Knowledge Foundation girişimiyle yayımlanan *The Data Journalism Handbook*, Dağ Medya ekibinin da dahil olduğu geniş bir kadro tarafından Türkçe'ye kazandırılmaktadır.

gereksinimi tayin eden esas unsurdur ve söz konusu sahadaki uygulamaların itici gücü olarak değerlendirilebilir. Büyük miktardaki verinin yorumlanmasında iki tür pratik ortaya çıkar. Bunlardan ilki, gazetecinin önerdiği hâliyle verinin yorumlanması; ikincisi ise, veri kümelerinin kamu tarafından değerlendirilmek üzere derlenmesidir. İlk durumda, verinin sunumunda baskın rol oynayan gazetecinin sorumluluğu öne çıkarken; ikincisinde, kamunun veriyi değerlendirmedeki yeterliliği söz konusu olmaktadır. Diğer yandan ş*effaflık*, verinin toplanması, incelenmesi ve sunumunda izlenen süreçlerin ifşasına işaret eder. Lesage ve Hackett'a (2014, s. 41) göre gazetecilikte şeffaflık, haberin yapımında başvurulan kaynak ve yöntemleri kamuya açmak ve bu sayede kaynak ve yöntemlerin sunulan enformasyon üzerindeki etkilerini görünür kılmak; bir anlamda okurun kendi rasyonel değerlendirmesinde olası yanlılığı görmesini sağlamaktır. Şeffaflık, özellikle ham verinin erişilir hâle getirilmesinde öne çıkan bir etken olarak tanımlanabilir ve haberin yapımında alınan kararların etkisinde şekillenir. *Verinin erişilebilirliği* ise açık veri hareketleriyle ilişkilendirilebilir, dolayısıyla bu konu veri haberciliği için geniş bir arka plan oluşturur.

Veri haberciliğinin hazır veri kümeleri üzerinden yapılabilirliği büyük ölçüde verinin erişilebilir olmasına bağlıdır. Bu hususta açık veri, demokratik ortamlarda veri haberciliğinin sınırlarını tayin eden unsurların başında gelmektedir. Açık veri, özetle, herhangi bir kısıtlamaya tabi olmadan herkes tarafından özgürce kullanılabilen ve dolaşıma sokulabilen veri olarak tanımlanabilir. The Open Knowledge Foundation (2012), açık verinin özelliklerini şu şekilde belirlemektedir:

- Mevcudiyet ve erişim: Veriye herkes, tercihen İnternet üzerinden indirmek suretiyle, erişebilmelidir. Sunulan verinin formatı biçimlendirmeye uygun olmalıdır.
- Yeniden kullanım ve dolaşım: Verinin yeniden kullanımına ve dolaşımına izin verilmeli, ayrıca dolaşıma sokulan verinin farklı veri kümeleriyle bir araya getirilmesine olanak tanınmalıdır.
- Evrensel katılım: Kişiler veya gruplar üzerinde verinin kullanımına ilişkin herhangi bir kısıtlama ya da ayrımcılık söz konusu olmamalıdır. Ticari kullanıma dair kısıtlar da buna dahildir.

Verinin açık ve erişilebilir olması, kurumsal perspektifte bazı tartışmaları beraberinde getirmektedir. Verinin erişilebilirliğini kısıtlamayı öngören bu tartışmalar genellikle telif hakları, verinin ticari amaçlarla kullanımı ve devlet sırları etrafında şekillenmektedir. Her ne kadar günümüzde açık veri hareketlerinin yaygınlaşması söz konusu olsa da, telif üzerine kurulu hakların kapitalist ekonomide geniş yer etmiş olması, veriye erişimdeki temel kısıtlardan birini teşkil etmektedir. Bunun yanında, çeşitli sektörlerde ticari çıkarlara hizmet etmek üzere kullanılan veri, kâr sağlamak amacıyla şirketler aracılığıyla toplanmakta, depolanmakta ve satılmaktadır. Üstelik mahremiyetin korunması esasına karşın, ticari girişimler yasalarla teminat altına alınmaktadır. Diğer taraftan, bilgi güvenliği politikaları gereğince ya da ulusal güvenlik gerekçeleri altında hükümetler de veriyi saklı tutmak yoluna gidebilmektedir. Bu noktada, enformasyon sızıntısı, devlet sırlarının ifşasına yönelik tartışmalarda öne çıkmaktadır. WikiLeaks örneğinde, Amerika

Birleşik Devletleri (ABD) ordusuna ait gizli bilgileri sızdırmak suçlamasıyla yargılanan Bradley Manning'in otuz beş yıl hüküm giymesi, buna karşın belgelerin yayılmasına aracılık eden medyanın ceza almaması (Abrams ve Benkler, 2013), olası sızıntılarda medya kurumlarına düşen rolün altını çizmektedir. Ancak, bu meseleyi ele alırken medyanın siyasi ya da iktisadi alanlardaki velayetini göz ardı etmemek gerekir. Çünkü verinin kamuya mal olması, kurumların ayrıcalıklı konumunu ortadan kaldırma ihtimalini açık etmektedir.

Anılan tartışmalar ışığında, hükümetler demokratik geleneklere istinaden inisiyatif kullanmakta ve sivil toplumla işbirliği içerisinde hareket etmektedir. Yapılan çalışmalarda öncelik, süreçlerin şeffaflaştırılmasıdır. Gov 2.0'ın açık veri, sosyal medya ve kolektif bilinci bir araya getireceği öngörülse de (Howard, 2012a), ileriki vadede yapılacak çalışmaların hâlihazırda hükümetler tarafından atılan adımların oluşturacağı zeminde ortaya çıkması beklenebilir. Nitekim, açık demokrasi idealiyle oyuna dahil olmak isteyen hükümetler, bir süredir kamuya açılmak üzere girişimlerde bulunmaktadır. White House Open Government Initiative (www.whitehouse.gov) örneğinde olduğu gibi, hükümetlerin şeffaflaşma girişimleri, vatandaşlarla olan etkileşimi güçlendirmek üzerine kuruludur. Bu doğrultuda benimsenen e-yönetim modelleri, açık veri konusunda da düzenlemeler içermektedir. ABD (http://www.data.gov), Birleşik Krallık (http://data.gov.uk), Hollanda (https://data.overheid.nl) gibi gelişmiş ülkelerin yanı sıra, Kenya (https://opendata.go.ke) ve Uruguay (http://ciencia.gub.uy) gibi gelişmekte olan ülkeler de açık verinin doğrudan hükümetler eliyle sunulduğu resmi kanallara sahiptir.[5] Söz konusu kanallar, hükümetlerin farklı etkinlik alanlarına dair veriyi bir araya getiren mecralardır.

Türkiye'de Bakanlıklar ve Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) gibi birimler resmi veri sağlamakta, ancak hâlihazırda açık veriye tek portal üzerinden erişim imkânı bulunmamaktadır. Bu konuda yapılan çalışmaların somut bir çıktıyla neticelenmesi için henüz erken sayılabilir. Nitekim, Mart 2013'te Başbakanlık ve TÜBİTAK Bilişim ve Bilgi Güvenliği İleri Teknolojiler Araştırma Merkezi (BİLGEM) ile Yazılım Teknolojileri Araştırma Enstitüsü (YTE) işbirliğiyle düzenlenen "Kamu Yönetiminde Gelişen Trendler: Açık Devlet ve Açık Veri" konulu panelde getirilen bazı öneriler, açık verinin The Open Knowledge Foundation tarafından yapılan tanımıyla çelişmektedir:

- Devlete ait veriler özel sektör tarafından kopyalanmamalıdır. Bu veriler kullanılarak devlete meydan okuma gibi durumların önüne geçilmelidir.
- Her veriye herkesin ulaşması gibi bir durum söz konusu olamaz. Bu noktada veri kısıtlı olarak paylaşılmalı ya da kısıtlı sayıda kişi ile paylaşılmalıdır (Bilişim, 2014, s. 91).

Önerilen bu argümanlara karşın, Open Knowledge (2014) girişimiyle sağlanan Global Open Data Index verilerine göre, Türkiye açık veri sıralamasında üst basamaklarda bulunmaktadır. Devletler tarafından paylaşılan verinin kamu, medya ve sivil toplum tarafından hangi ölçüde erişilebilir olduğunu ortaya çıkarmayı hedefleyen indeks, kitle kaynak kullanımıyla oluşturulmakta ve bulguların değerlendirilmesinde hükümetlerin açıklamaları yerine sivil toplumun deneyimini esas almaktadır. Bu açıdan bakıldığında,

5 Ülkelerin gelişmişlik düzeyi için Birleşmiş Milletler verileri (2013) temel alınmıştır.

açık veri havuzunun yokluğuna rağmen, Türkiye'de farklı kaynaklardan sağlanan verinin sivil topluma etkin olarak intikal ettiği çıkarımında bulunmak mümkündür. Ancak Türkiye'de sivil toplumun, indekste adı geçen diğer gelişmiş ülkelere kıyasla daha zayıf olduğu bu noktada anılmalıdır.

Sivil inisiyatiflerin açık veri üzerine yürüttüğü çalışmalar, genellikle hükümetlerin topladığı verinin kamu yararına kullanılmasını teşvik etmektedir. Bu sahada, yönetimin açık veri politikaları üzerinde baskı kurmayı amaçlayan *Government 2.0 Netzwerk Deutschland* (http://www.gov20.de) gibi yerel inisiyatiflerin yanı sıra, açık veri üzerine çalışan araştırmacıları bir araya getirmeyi planlayan *Open Data Research Network* (http://www.opendataresearch.org) ve enformasyonu kamuya açmak suretiyle bilgi paylaşımını artırmayı hedefleyen *Open Knowledge* (https://okfn.org) gibi uluslararası platformlar da bulunmaktadır. Gazetecilerin de sivil toplumun bir parçası olarak hareket ettiği girişimler mevcuttur. Örneğin, *The Story* (http://thestory.ie) İrlanda'da kamu kaynaklarının kullanımı konusunda gösterdiği hassasiyeti, verinin kamuya açılması talebiyle ortaya koymaktadır. Bu tür platformların çeşitliliği, verinin kamuya sağlayacağı potansiyel fayda açısından umut vericidir. Howard'a (2012a) göre, daha bilinçli toplulukları hedef alan medya kurumları, STK'lar, akademisyenler ve hak savunucuları sayesinde, verinin kamu yararına hizmet ettiği örneklerle yakın gelecekte daha fazla karşılaşmak muhtemeldir.

Toplulukların haber yapım sürecine katkısı da demokratik medya ortamının temel gerekleri arasında yer almaktadır. Veri haberciliği, verinin miktarına ve projenin niteliğine bağlı olarak gazetecileri kamuyla birlikte çalışmaya teşvik etmektedir. Bu yöndeki çalışmalar, haberin doğasını olduğu gibi okurun habere bakışını da değiştirmektedir. Özellikle kitle kaynak kullanımıyla gelinen noktada haber, tüketim nesnesi olmanın ötesinde, okurun üretimine dahil olduğu bir süreç olarak değer kazanmaktadır. Bu süreç, gazetecinin oynadığı "tarafsız" rolü geri plana iterek diyaloğa dayalı projeleri beraberinde getirmektedir (Lesage ve Hackett, 2014, s. 44). Öte yandan, veri haberciliği üzerine yapılan tartışmalarda kurumsal bakış açısı hâkim olsa da, bu pratiğin önemli bir ayağını aktivist oluşumlar temsil etmektedir. Tabandan gelen bu örgütlenme süreçlerinde iktidar ilişkilerinden arındırılmış deneyimler ortaya çıkmaktadır. Örneğin, *Tactical Technology Collective* tarafından gerçekleştirilen "Exposing the Invisible" projesinde söz konusu deneyimlere dair detaylar görmek mümkündür. Proje, farklı kesimlerin haber odağında bir araya gelmesiyle ortaya çıkan haber biçimlerine yer vermekte, ayrıca araştırmacı gazetecilik çalışmaları için çeşitli kaynak ve araçlar önermektedir.

Demokratik olanaklar çerçevesinde resmedilen tablonun temel bileşenlerinden biri de veri haberciliğinde haber yapım sürecini destekleyen yeni araçlardır (Howard, 2014, s. 14). Bu araçların çoğunlukla açık yazılımlar olduğu göz önüne alındığında, veri haberciliğinin demokratikleşmesi, haber yapımında kullanılan araçların yaygınlaşmasıyla ilişkilendirilebilir. Söz konusu araçlar, habere temel oluşturan verinin analiz edilerek toplum genelinde anlaşılır kılınmasını sağlamaktadır. Üstelik bu araçların bir kısmı, ortak çalışma olanağı sunarak habere konu olan farklı grupları üretim sürecine dahil edebilmektedir. Powers (2011), teknolojinin haber üretimine olan etkilerini konu aldığı çalışmasında, teknolojinin habercilik pratiğini etkilemekle kalmayarak teknoloji-spesifik üretimleri de beraberinde getirdiğini ileri sürer. Ona göre, söz konusu teknolojiler (1)

mesleğin devamlılığını sağlayan, (2) mesleği tehdit eden ya da (3) gazeteciliğin yeniden keşfi için olanaklar sunan araçlardır. Esasen burada söz konusu olan araçlar, veri haberciliğini mümkün kılan ve onu şekillendiren unsurlardır. Bu yüzden habercilik deneyiminin getirdiği kamusal fayda, bir ölçüde üretimin farklı aşamalarında kullanılan araçlarla bağdaştırılabilir.

Uygulamada Veri Haberciliği

Veri haberciliği, gerek yapısal özellikleri, gerekse hikâye etme yöntemleriyle geleneksel gazetecilik formlarından ayrılır. Diğer bir ayrım ise haberin sunumunda ortaya çıkar. Büyük veri kümelerinin anlaşılır kılınması kaygısıyla belli bir bağlam içerisine yerleştirilen haber hikâyelerinin sunumu genellikle tek yönlü ve doğrusal değildir. Bu yüzden veri haberciliği uygulamalarında, hipermetinsel kurgulara izin veren Web tabanlı projelerin ağırlıklı olduğu görülmektedir. Web'in barındırdığı potansiyel, hâlihazırda veri haberciliğinin evrimine yön vermektedir. Ancak web'in veri haberciliği açısından önemi bununla sınırlı değildir. Veri haberciliği için Web, salt aktarım aracı *(delivery medium)* olmanın ötesinde hikâye anlatım aracıdır (MacLean, 2010). Bu anlamda, veri haberciliğinin medyayla olan ilişkisi, geleneksel gazetecilik formlarına kıyasla daha geçişkendir.

Veri haberciliği, üretimin örgütlenmesinde geleneksel gazeteciliğin sunduğu çerçevenin dışına çıkarak ayrı uzmanlık alanlarına başvurur. Bu minvalde tasarlanan projeler gazetecileri, tasarımcıları, bilgisayar mühendislerini, araştırmacıları, proje yöneticilerini ve danışmanları farklı aşamalarda bir araya getirir. Dolayısıyla veri haberciliğinde bu aşamaların net olarak belirlenmesi planlama için elzemdir. Bradshaw (2011) tarafından "veri haberciliğinin ters piramidi" *(the inverted pyramid of data journalism)* olarak uyarlanan çalışmada, veri haberciliğinde beş temel aşamadan söz edilmektedir: Derleme *(compile)*, temizleme *(clean)*, bağlam *(context)*, birleştirme *(combine)* ve iletme *(communicate)*.

- Derleme, habere temel teşkil eden verinin sağlandığı aşamadır. Gazeteci, bu noktada *Data Catalogs* (http://datacatalogs.org), *Datahub* (http://datahub.io), *Freebase* (https://www.freebase.com) gibi kaynakların sağladığı hazır veri kümelerine başvurabilir ya da uygulama programlama arayüzlerini *(Application Programming Interface - API)* kullanarak veriyi kendi çabasıyla oluşturmak yoluna gidebilir. Derlemenin nasıl yapılacağı, gazetecinin gündemine aldığı konu hakkındaki motivasyonuna göre belirlenir.
- Temizleme aşamasında veriyi hatalardan arındırmak ve tüm veri kümesini belli bir formatta standart hâle getirmek söz konusudur. Verinin kullanılabilir formata konulması, sonraki aşamaların öncülüdür.
- Bağlam, haberin odağını belirleyen temel unsurdur. Bradshaw'a (2012) göre veri haberciliğinin kaynağı olan veri, aynı zamanda hikâye anlatımında kullanılan bir araçtır. Bu nedenle verinin hikâyenin bağlamı içerisinde anlam kazanması beklenir. Veri haberciliğinde *hikâye*, enformasyonun anlaşılabilir, anımsanabilir, tartışılabilir ve paylaşılabilir bir bağlam içerisine yerleştirildiği etkileşimli bir iletişim biçimi olarak tanımlanabilir (van Ham, 2010).

- Haberde tek veri kümesinden hareket edilebilir ya da birden fazla veri kümesinden yararlanılabilir. Birleştirme aşamasında verinin karşılaştırma yapmak, zaman içerisindeki değişimi göstermek ya da belli bir coğrafya özelinde yoğunlaşmak gibi amaçlarla derlenmesi söz konusudur. Dokümantasyon, bu aşamanın temel bileşenlerindendir.
- İletme ise hikâyenin sunumunda izlenmesi gereken detayları kapsar. Bradshaw (2011) burada çıktının iletişimselliğini artırmaya yönelik altı unsurdan bahseder. Bunlardan ilki, görselleştirme *(visualisation)*, verinin anlaşılabilirliğini artırmaya hizmet eden ve veri okuryazarlığını makro ölçekte pekiştiren bir araçtır (Gray ve diğerleri, 2012, s. 22). İkincisi, anlatı *(narration)*, rakamların belli göndermelerle ilişkilendirilerek okur için anlamlı hâle getirilmesini sağlar. Üçüncüsü, sosyalleştirme *(socialise)*, daha çok kitle kaynak kullanımında başvurulan bir yöntemdir. Verinin kamuya mal edilmesini teşvik eder. Dördüncüsü, insanileştirme *(humanise)*, veriyi insan ölçeğine indirgemek suretiyle belirginleştirmeyi öngörür. Bu sayede başta ilgisiz gibi görünen verinin okur için önemi ortaya çıkar. Beşincisi, kişiselleştirme *(personalise)*, kişisel verinin etkileşimli arayüze tanımlanmasıyla hikâyenin kişiye özel tasarımını mümkün kılar. Son olarak, işlerlik kazandırma *(utilise)*, verinin gündelik kullanımını sağlamak üzere araç geliştirmeyi kapsar.

Sayılan bu aşamalar, veri haberciliğinin uygulama süreçlerini bütün olarak tasvir etmekte ve projelerin nasıl planlanması gerektiği konusunda fikir vermektedir. Ancak söz konusu aşamalar uygulamada bir takım potansiyel riskleri beraberinde getirmektedir. Bunlar beş ayrı grupta değerlendirilebilir. İlk grupta yer alan riskler, verinin bağlamına içkindir. Verinin anlam kazandığı bağlamdan soyutlanması veya farklı bağlamlardaki verinin aynı konu ekseninde karşılaştırılması, bu gruptaki temel çekincelerdir. Haberin odağı, verinin ortaya koyduğu bağlam çerçevesinde belirlenebilir ya da bağlamın önerdiği doğrultuda veri toplamak yoluna gidilebilir. Her iki durumda da üretim aşamalarının belirlenen odak etrafında tasarlanması gerekir.

İkinci grupta bulunan riskler, bütünüyle rakamların yönlendirdiği uygulamalarda sağlamanın yetersizliğine bağlı olarak ortaya çıkabilmektedir. Bu grup risklerde, ham verinin ortaya koyduğu tablo ile verinin işlenmesi sonucu elde edilen bulgular arasındaki tutarlılık önem arz eder (Bkz. Butterworth, 2014). Genellikle sahada uzman olmayan grupların gerçekleştirdiği projelerde rastlanan bu tür hatalar, zaman zaman profesyonel birimlerin üretimlerinde de görülmektedir. *FiveThirtyEight* ve *Vox*'un dahi bu konuda vaatlerini yerine getiremediği yönünde eleştiriler bulunmaktadır (Cairo, 2014).

Üçüncü grup dahilindeki riskler, veri toplama yöntemiyle ilişkilendirilebilir. Burada özellikle kişisel dönüşlerden elde edilen verinin güvenilirliği üzerinde durmak gerekir. Çünkü, kişisel raporlamalardan sağlanan bulguların geneli ne derece temsil ettiği genellikle tartışmalıdır. Söz konusu risklerin azaltılması, anımsamaya dayalı yöntemlerle sağlanan verinin, resmi mercilerden ya da sivil toplum raporlarından gelen diğer veri kümeleriyle eşleştirilmesiyle mümkündür. Ancak resmi kaynaklardan sağlanan veriyi de her daim doğru addetmek yanıltıcı olabilir. Nitekim, geçmişte *Texas Tribune* tarafından

verilen istatistiklerde, Texas Department of Criminal Justice kanalıyla sağlanan verinin doğru olmadığı anlaşılmıştır (Bradshaw, 2014, s. 204). Kitle kaynak kullanımıyla elde edilen verinin güvenilirliği de bu grup altında sorgulanabilir.

Dördüncü grup, görselleştirmeye dayalı çıkarımların yüzeyselliğinden kaynaklanan riskleri kapsar. Hikâyenin sunumunda belirlenen yöntemler, görselleştirmenin geçerliliğini tayin eder. Örneğin, oransal olarak verilmek üzere derlenen verinin temsil ettiği yüzde, rakamsal karşılığıyla açıklanmadığı sürece yanıltıcı olabilir. Görselleştirmede hangi tür grafiklerin veriyi daha iyi yansıttığına bağlı olarak alınan kararlar, estetik kaygıların önüne geçebilir. Bu aşama manipülasyona açık olduğundan, okurun da dikkatini gerektirir. Haberde görselleştirmeye zemin teşkil eden kurguya dair arka plan bilgisinin aktarılması, riskleri minimize eder. Örneğin, Çilek Ağacı'nın sunduğu "2014 Cumhurbaşkanlığı Seçiminde Oy Kaymaları" grafiğinde paylaşılan veri ve örnek kod, çalışmanın hangi eksende yapıldığı hakkında okura fikir vermektedir.[6]

Son grup riskler, özellikle sosyal ağlarda yayılan materyalin doğasında belirmektedir. Bunların araştırmacı gazetecilik pratikleriyle yapılan doğrulamalar neticesinde aşılması bir ölçüde mümkündür. Doğrulama, farklı bir uzmanlık gerektirdiğinden, veri haberciliğinde ayrı bir saha olarak tanımlanabilir. Örneğin, bu sahada faaliyet gösteren Storyful, her ay bin kadar videoyu doğrulamaktadır. Bunun için Storyful ekibi, paylaşımın nereden yapıldığı, paylaşımı yapan hesabın nerede oluşturulduğu, hesabın kullanım yoğunluğu, hesabın ilişkili diğer hesaplarla olan tutarlılığı, paylaşımlarda kullanılan dilin ne kadar tanımlanabilir olduğu, videonun kalitesi, videodaki topografik detaylar ve benzeri çok sayıda ölçüt üzerinden değerlendirmeler yapmaktadır (Browne, 2012).[7]

Veri haberciliğinde etik değerlerin gözetilmesi ve mesleki gazetecilik standartlarının uygulanması, öncelikli olarak "Veri güvenilir mi?" sorusunun sorulmasıyla başlar. Sonrasında veriyi kimin, ne amaçla, nasıl topladığı sorgulanır ve doğrulama araçlarına başvurulur. Şeffaflığın sağlanması ise ham verinin erişime sunulmasıyla mümkündür. Bu aynı zamanda verinin okur tarafından da teyit edilmesi anlamına gelir. Bu noktada bir kısım okurun veriye gazeteciden daha fazla hâkim olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır (Cairo, 2014). Tüm bunların yanında, veri haberciliğinin önerilen aşamalarına editoryal hiyerarşinin entegre edilmesi, kurum perspektifinde çıktıların tutarlılığı açısından önem arz eder.

Sonuç Yerine

Veri haberciliği, hatırı sayılır çevrelerde gazeteciliğin geleceği olarak görülmektedir (bkz. Arthur, 2010). Bunun bir nedeni, medyanın toplumsal sorumluluk dolayısıyla üstlendiği bekçi köpeği *(watchdog)* rolü ve kamunun büyük miktardaki verinin takibine yönelik beklentisidir. Ancak, veri haberciliğini ve bu kapsamda üretilen çıktıları demokratik medya ekseninde değerlendirirken belli noktalarda eleştirel pozisyon almak

6 Veri ve örnek kod için bkz. https://dl.dropboxusercontent.com/u/121472/cilekagaci/cumhur2014/oy_kaymalari.htm

7 Doğrulama örnekleri için bkz. Silverman, 2014.

gerekir. İlkin, veri haberciliği uygulamalarına kaynak sağlayan verinin neyi temsil ettiği sorgulanmalı, bu noktada verinin büyük ölçüde devletin farklı organlarından ya da ticari çıkarları olan kurumlardan elde edildiğine dikkat çekilmelidir (Dickinson, 2013). Bunun yanında, veri okuryazarlığının henüz tam anlamıyla sağlanmadığı bir ortamda açık verinin ne anlama geldiği üzerinde durulmalıdır. Çünkü böyle bir ortam, gazetecinin eşik bekçiliğindeki rolünü pekiştirebilir. Ayrıca, belli kişi ve kurumların veriye erişimde ayrıcalıklı konumda bulunması dolayısıyla ortaya çıkabilecek olumsuzluklara işaret edilmeli ve nihai olarak sayısal uçurumdan kaynaklanan etmenleri göz önüne almak suretiyle, bu etmenlerin kişi ve grupların temsiliyeti üzerinde ne gibi etkilerinin olduğu incelenmelidir.

Diğer taraftan, veri haberciliği, medyanın kaybettiği güvenirliği geri kazanmasını sağlayabilecek bir araçtır. Çünkü veri haberciliği temelde "tarafsız" veriye dayanır. Gazeteci açısından veri haberciliği, pozitivist yaklaşım gereği, ana akım sansürün üstesinden gelme aracı olarak görülebilir; aynı eksende, gazeteci veriyi araçsallaştırmak suretiyle kurumsal baskılardan uzak durabilir. Ancak tarafsızlığın getirdiği çıkmazda veri haberciliğini çözüm olarak görmek (Howard, 2012b) daha başka çelişkiler doğurmaktadır. Açık verinin kamuya sunulması, veri haberciliğinde hesap verebilirliği *(accountability)* sağlamaya yardımcı olsa da, tarafsız verinin hazırladığı demokratik saha manipülasyona açıktır. Madalyonun diğer yüzünde ise, gazetecinin bağımsız hareket alanı yer alır. Bu alan, verinin niteliğine bağlı olarak gazetecinin oynadığı rolü sınırlandırabilir. Bu yüzden hakikati kutsayan pozitivist yaklaşımın da bir noktada sorgulanması gerekir.

Veri haberciliğinin geldiği noktada kaynakların, araçların ve yöntemlerin demokratikleşmesiyle haber üretimine katılımda sivil inisiyatiflerin önü açılmaktadır. Bu durum, siyasi baskıya kolay yoldan maruz kalan ana akım kurumların içinde bulunduğu çıkmazı ortadan kaldırabilir. Geleneksel yöntemlerle icra edilen gazeteciliğin toplumsal sorunları geniş bağlam içerisine yerleştirmede yetersiz kalması da yine aynı düzlemde pasif izlerkitle algısıyla açıklanmaktadır (Kaul, 2013, s. 127). Hâl böyle iken, sivil inisiyatiflerin haber üretimine katılımı medyanın demokratikleşmesi açısından zaruridir. Ancak sivil inisiyatiflerin medyanın demokratikleşmesindeki rolü bununla sınırlı değildir. Verinin erişilebilir hâle getirilmesi konusunda da kamunun sorumluluğu bulunmakta, bu sorumluluk ise büyük ölçüde baskı grupları eliyle karşılanmaktadır. Bu sayede, şeffaflığın demokratik bir değer olarak addedildiği dönemde, hükümetler de kamudan topladıkları veriyi yine kamuya açmak durumunda kalmaktadır (Susman-Peña, 2014, s. 6).

Medya kurumlarının yeniden yapılanmasıyla başlayan ve sivil inisiyatiflerin haber üretimine dahil olmasına kadar giden süreçte atılacak adımlar, gazeteciliğin demokrasilerdeki konumunu yeniden tanımlama fırsatını sunmaktadır. Ancak bu süreç, diğer toplumsal mekanizmalardan bütünüyle bağımsız değildir. Veri haberciliğinin gazeteciliğin geleceği için potansiyel barındırdığını savunan Gray (2010), haberciliğin demokratikleşmesi anlamında henüz katedilmesi gereken uzun bir yol olduğunu ifade eder ve bu çerçevede şu hususlara dikkat çeker:

- Yazılı basının hâlen hüküm sürdüğü bu dönemde, kurum odaklı yaklaşım ge-

çerliliğini korumaktadır.

- Veri kümeleri raporların görselleştirilmesine hizmet etmekte, bilgi kaynağı olarak kullanılmamaktadır.
- Veri, tekrar kullanılmak üzere paketlenmemektedir.
- Verinin kullanımına yönelik izinler konusunda teamüller devam etmektedir.
- Bağımsız olarak konumlanan büyük veri depoları erişilebilir olmaktan uzaktır.
- Okunabilir dosya formatları kullanılmamaktadır.
- Bağlantı adreslerinin kırık olması veri kaybına yol açmaktadır.

Bu hususların bir kısmı Türkiye ortamında da geçerlidir, diğer bir kısım için ise erken sayılabilir. Açık veri algısının yerleşmesi, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerdeki demokratik medya ortamı için önem arz etmektedir. Türkiye'deki bazı kamu kurum ve kuruluşları bir ölçüde açık veri sunmaktadır, ancak kamunun açık veriyle henüz tanışmış olduğunu ifade etmek güçtür. Bunun nedeni, alandaki uygulamaların henüz ana akım kurumlara intikal etmemesidir. Burada sorumluluk esasen medyaya aittir. Medyanın bu minvalde yaptığı çalışmalar çoğunlukla deneysel ve süreksiz niteliktedir. Hâlbuki, Türkiye'nin açık veri indeksindeki yeri, veri haberciliği için uygun zeminin bulunduğuna işaret etmektedir.

Yönelimlerin takip edilmesi durumunda, gazetecilik mesleğinde yaşanacak dönüşümün getireceği maliyetin epey yüksek olacağı şimdiden öngörülebilir. Ayrıca, mesleğin doğasındaki farklılaşma, söz konusu sahada talep edilen işlerin bilinen gazetecilikten ne kadar ayrıldığına da işaret etmektedir. Bu nedenle, veri haberciliğini haber odalarının bilinen rutinlerinde yürütmek yerine, bu sahada çalışan gazeteciler ile yazılımcıları –*The New York Times*'da olduğu gibi– bir araya getirmek ve haber üretim süreçlerini kamuya açmak ilk aşamada çözümün parçası olarak görülebilir. Diğer yandan, olayların gerçek zamanlı analizini yapabilmek için veri haberciliğini gündelik haber akışının bir parçası olarak düşünmek gerekir. Bu hususta, okurdan gelen veriyi (örneğin Twitter istatistiklerini) anlık olarak değerlendirebilmek ve buna göre refleks geliştirebilmek de gazetecinin gelecekteki rolleri arasında yer almaktadır (Burgess, 2010). Bu da gazetecinin okurla olan etkileşimini artırmasını ve belli noktalarda işbirliği yapmasını gerektirmektedir.

Ek: Veri Haberciliğinde Bazı Araçlar

Dataminr: Twitter etkinliklerini harita üzerinde gerçek zamanlı olarak gösterir.

Datawrapper: Paylaşılabilir tablolar hazırlamaya yarayan açık ve basit bir araçtır.

Trendalyzer: Veri görselleştirmede kullanılır.

Geofeedia: Sosyal medya etkinliklerini harita üzerinde gösterir.

Gephi: Bütün içindeki ilişkisel bağı gösteren bir açık yazılımdır.

Google fusion tables: Veri yönetimi ve görselleştirme araçları sunar.

Google refine: Veri temizlemede ve farklı formatları dönüştürmede kullanılır. Free-

base gibi veri tabanlarına bağlantısı bulunmaktadır.

Issuecrawler: Govcom.org tarafından geliştirilen bu yazılım, Web üzerindeki konuların ilişkilendirilmesinde kullanılır.

Many eyes: Veri kümeleri üzerinden görselleştirme yapmayı sağlar.

Pictochart: Hazır temalar sunan bir infografik hazırlama aracıdır.

Pipl: Kişi taramada yararlanılan bir araçtır.

PSPP: Veri analizi için kullanılır. SPSS'in ücretsiz alternatifi olarak sunulmaktadır.

ScraperWiki: Farklı kaynaklardan derlenen verinin temizlenmesi, analiz edilmesi ve görselleştirilmesi için kullanılır.

Tineye: Görsel tarama aracıdır.

Wayback machine: Internet Archive'ın sunduğu bu araç, belli aralıklarla kayıtlanan sitelere ulaşmayı sağlar.

Whois: Alan adı üzerine bilgi verir.

Wikimapia: Ortak çalışmaya dayalı haritalama projesidir.

Wolfram Alpha: Wolfram Research tarafından geliştirilen bir arama motorudur.

Kaynaklar

Abrams, F. ve Benkler, Y. (2013, 13 Mart). Death to Whistle-Blowers? *The New York Times*. http://www.nytimes.com/2013/03/14/opinion/the-impact-of-the-bradley-manning-case.html adresinden erişildi.

Anderson, C. W. (2012). Towards a Sociology of Computational and Algorithmic Journalism. *New Media & Society*, 1461444812465137. doi:10.1177/1461444812465137.

Arthur, C. (2010, 22 Kasım). Analysing Data is the Future for Journalists, Says Tim Berners-Lee. *the Guardian*. http://www.theguardian.com/media/2010/nov/22/data-analysis-tim-berners-lee adresinden erişildi.

Bakker, P. (2014). Mr. Gates Returns. *Journalism Studies*, *15*(5), 596–606. doi:10.1080/1461670X.2014.901783.

Bilişim. (2014). Aylık Bilişim Kültürü Dergisi. *Türkiye Bilişim Derneği*, (169). http://www.bilisimdergisi.org/index.php?sayi=169 adresinden erişildi.

Bradshaw, P. (2011). The Inverted Pyramid of Data Journalism. *Online Journalism Blog*. http://onlinejournalismblog.com/2011/07/07/the-inverted-pyramid-of-data-journalism/ adresinden erişildi.

Bradshaw, P. (2012). Introduction. içinde J. Gray, L. Bounegru ve L. Chambers (Der.), *The Data Journalism Handbook* (1 baskı.). Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

Bradshaw, P. (2014). Data Journalism. içinde L. Zion ve D. Craig (Der.), *Ethics for Digital Journalists: Emerging Best Practices*. NY:Routledge.

Browne, M. (2012, 24 Nisan). Storyful's Validation Process. *Storyful Blog*. http://blog.storyful.com/2012/04/24/inside-storyful-storyfuls-verification-process/ adresinden erişildi.

Burgess, J. (2010). The Role of Analytics. Journalism Meets Data, sunulmuş bildiri, Amsterdam: European Journalism Centre.

Butterworth, T. (2014, 2 Ekim). When Data Journalism Goes Wrong. *Forbes*. 30 Ekim

2014 tarihinde http://www.forbes.com/sites/trevorbutterworth/2014/10/02/when-data-journalism-goes-wrong/2/ adresinden erişildi.

Cairo, A. (2014, 9 Temmuz). Alberto Cairo: Data journalism needs to up its own standards. *Nieman Lab*. http://www.niemanlab.org/2014/07/alberto-cairo-data-journalism-needs-to-up-its-own-standards/ adresinden erişildi.

Crucianelli, S. (2013, 25 Haziran). Data journalism: How to Find Stories in Numbers. *SciDev.Net*. 30 Ekim 2014 tarihinde http://www.scidev.net/index.cfm?originalUrl=global/journalism/practical-guide/data-journalism-how-to-find-stories-in-numbers.html adresinden erişildi.

Dağ Medya. (2014, 17 Kasım). Türkiye'nin ilk Veri Gazeteciliği Platformu Kuruluyor. *Dağ Medya*. http://www.dagmedya.net/2014/11/17/turkiyenin-ilk-veri-gazeteciligi-platformu-kuruluyor/ adresinden erişildi.

Dickinson, A. (2013). Does Data Journalism Help Democracy? *AndyDickinson.net*. http://digidickinson.net/2013/08/13/does-data-journalism-help-democracy adresinden erişildi.

Dreyfus, S., Lederman, R., Bosua, R. ve Milton, S. (2011). Can We Handle the Truth? Whistleblowing to the Media in the Digital Era. *Global Media Journal*, *5*(1).

Gray, J. (2010). Open Data and Data Driven Journalism. Journalism Meets Data, sunulmuş bildiri, Amsterdam: European Journalism Centre.

Gray, J., Bounegru, L. ve Chambers, L. (Der.). (2012). *The Data Journalism Handbook.* (1.baskı). Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

Howard, A. (2012a, 22 Şubat). Data for the Public Good. 3 Kasım 2014 tarihinde http://radar.oreilly.com/2012/02/data-public-good.html adresinden erişildi.

Howard, A. (2012b, 1 Mart). In the Age of Big Data, Data Journalism has Profound Importance for Society. 31 Ekim 2014 tarihinde http://radar.oreilly.com/2012/03/rise-of-the-data-journalists.html adresinden erişildi.

Howard, A. (2014). *The Art and Science of Data-Driven Journalism*. Columbia Journalism School: Tow/Knight Report. http://towcenter.org/art-science-data-driven-journalism/ adresinden erişildi.

Kaul, V. (2013). Journalism in the Age of Digital Technology. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, *3*(1), 125–144.

Kroes, N. (2014). *EU-funded Tool to Help Our Brain Deal with Big Data*. Brussels: European Commission. europa.eu/rapid/press-release_IP-14-916_en.htm adresinden erişildi.

Lesage, F. ve Hackett, R. A. (2014). Between Objectivity and Openness—The Mediality of Data for Journalism. *Media and Communication*, *1*(1), 39–50.

Lorenz, M. (2010). Status and Outlook for Data-driven Journalism. Journalism Meets Data, sunulmuş bildiri, Amsterdam: European Journalism Centre.

MacLean, A. (2010). *Data Driven Journalism-Telling Stories Online*. Amsterdam. http://www.slideshare.net/amclean/data-driven-journalism-telling-stories-online?forum=ss adresinden erişildi.

Manovich, L. (2012). Trending: The Promises and the Challenges of Big Social Data. içinde M. K. Gold (Der.), *Debates in the Digital Humanities* içinde (ss. 460–476). University of Minnesota Press.

Meyer, P. (2002). *Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Methods* (4.baskı.). Lanham, Md: Rowman & Littlefield Publishers.

Open Knowledge. (2014). *The Global Open Data Index*. The Open Knowledge Foundation. http://global.census.okfn.org/ adresinden erişildi.

Powers, M. (2011). In Forms That Are Familiar and Yet-to-Be Invented: American Journalism and the Discourse of Technologically Specific Work. *Journal of Communication Inquiry*, 0196859911426009. doi:10.1177/0196859911426009.

Rogers, S. (2013, 4 Nisan). History of Data Journalism at the Guardian. *The Guardian*. 30 Ekim 2014 tarihinde http://www.theguardian.com/news/datablog/video/2013/apr/04/history-of-data-journalism-video adresinden erişildi.

Silverman, C. (Ed.). (2014). *Verification Handbook*. European Journalism Centre.

Susman-Peña, T. (2014). *Understanding Data: Can News Media Rise to the Challenge?*. The Center for International Media Assistance.

The Open Knowledge Foundation. (2012). *Open Data Handbook Documentation*. http://opendatahandbook.org/ adresinden erişildi.

United Nations. (2013). *Statistical Annex*. Development Policy and Analysis Division. http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp_current/2013country_class.pdf adresinden erişildi.

Vallance-Jones, F. (2013). Making Journalism better by Understanding Data. *Global Media Journal Canadian Edition*, *6*(1), 67–72.

Van Ham, F. (2010). How to Use Data Visualization. Journalism Meets Data, sunulmuş bildiri, Amsterdam: European Journalism Centre.

Özet

Veri Haberciliği: Demokratik Medya İçin Olanaklar

Veri haberciliğini demokratik medya perspektifinden ele alan bu çalışma, verinin gazetecilikle ilişkisinde ortaya çıkan konulara dair genel bir çerçeve sunmaktadır. Bu çerçeve, verinin mesleki yönelimler üzerindeki etkisinden medyanın kurumsal yapılanmasına, haber üretim süreçlerindeki dönüşümden açık veri politikalarına uzanan geniş bir alanı kapsamaktadır. Veri haberciliği, verinin kamu yararına kullanımında gazetecinin rolüne odaklanırken, haberin ne olduğunu ya da ne olması gerektiğini de sorgulamakta ve önerdiği yöntemlerle geleneksel gazetecilikten ayrılmaktadır. Bu düzlemde, çalışmada ilk olarak *büyük veri* kavramının gazetecilik alanına nasıl intikal ettiği üzerinde durulmakta ve verinin veri haberciliğindeki yeri tayin edilmektedir. Veri haberciliğinin evrimine yön veren gelişmelere de bu noktada değinilmektedir. İkinci adımda, veri haberciliğinin mesleki yönelimler üzerindeki etkisi konu alınmaktadır. Burada medya kurumları, medya sektöründe hizmet veren firmalar ve sivil oluşumlar gözlenmekte ve gazeteci kimliğindeki değişime gönderme yapılmaktadır. Üçüncü adımda, veri haberciliğinin demokratik medya için sağladığı olanaklar, açık veri tartışmaları etrafında değerlendirilmektedir. Bu yönde haber üretiminde kaynakların, araçların ve yöntemlerin demokratikleşmesiyle yaşanan değişim incelenmektedir. Son olarak, uygulama süreçlerini tasvir etmek üzere veri haberciliğinin üretim aşamaları sıralanmakta ve uygulamadaki potansiyel risklere yer verilmektedir. Çalışmanın, bu genel çerçevede, gazeteciliğin Türkiye'deki yönelimine referans oluşturacak bir perspektif sunması öngörülmektedir.

Anahtar sözcükler: Veri haberciliği, büyük veri, açık veri, demokratik medya

Abstract

Data Journalism: Opportunities for Democratized Media

Defining data journalism within the democratic media perspective, this study presents a broad frame of issues regarding the connexion of journalism and data. It covers a field of issues such as the effects of data on professional orientation, reinstitutionalization of the media, changes in the production routines, and open data policies. Data journalism challenges the way news is defined as it differs from the conventional forms of journalism by proposing new techniques in news making with a focus on the role of the journalist in using data for public good. As a first step, this study examines how the concept of *big data* is realized in the field of journalism and how data should be positioned later within the context of data journalism with issues related to the evolving of data journalism. Secondly, data journalism's impact on professional orientations is discussed over media outlets, data journalism companies, and civic initiatives with reference to the changes in trends. Thirdly, opportunities for democratized media are revealed as part of open data debates with conditions resulting from the democratization of sources, tools, and methods. Finally, stages of data journalism are listed to depict the practical processes and potential risks. Overall, this study proposes a new point of reference for the prospective journalistic trends in Turkey.

Keywords: Data journalism, big data, open data, democratic media