



Blog Maddesi Yazım Yönergesi

KÜRE ANSİKLOPEDİ

BLOG MADDESİ GENEL YAZIM YÖNERGESİ

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ.....	4
1. DİL VE ÜSLUP KURALLARI	4
1.1 Anlamsal Bütünlük ve Anlaşılabilirlik	4
1.2 Yazım ve Noktalama Standartları	4
1.3 Ayrımcılık, Nefret Söylemi ve Aşağılayıcı İfade Yasağı	4
1.3.1 Doğru ve Yanlış Yazım Örnekleri.....	4
1.4 Bağlama Göre Üslup Seçimi	4
2. KAYNAKÇA KULLANIMI	5
2.1 Kaynakça Formatı	5
2.2 Vikipedi ve Britannica İçerikleri	5
2.3 Bilgilerin Güncelliği.....	5
3. GÖRSEL KULLANIM KURALLARI VE TELİF	6
3.1 Telif Hakkı Duyarlılığı	6
3.2 Görsel Kaynağının Yazım Şekli	6
3.3 Görselin Boyut ve Çözünürlüğü.....	6
4. İÇERİK KISITLAMALARI.....	7
4.1 Yasa Dışı Örgütler	7
4.2 Bağımlılık Yapan Maddeler.....	7
4.3 Yasa Dışı Ürün ve Hizmetler	7
4.4 Sağlık İddialı Ürünlerin Reklamı	8
4.5 Kumar ve Bahis İçerikleri	8
4.6 Şiddet ve İstismar	8
4.7 Müstehcenlik ve Pornografi	8
4.8 Reklam ve Tanıtım Yasağı.....	9
5. SAĞLIK KONULARI YAZIM KURALLARI.....	10
5.1 Resmî ve Bilimsel Kaynaklara Dayanın.....	10
5.2 Tavsiyelere Yer Vermeyin.....	10
5.3 Mucizevi İddialardan Kaçının	10
5.4 Resmî Uyarıları ve Yasalara Uyun	10
5.5 “Doktorunuza Danışın” İlkesini Benimseyin	11
6. YAZI BİÇİMİ VE TEKNİK KURALLAR	11
6.1 Başlıklar ve Alt Başlıklar	11

6.2 Paragraflara Bölme.....	12
6.3 Madde İşaretleri ve Numaralandırma	12
6.4 İtalik ve Kalın Vurgular	12
6.5 İmla ve Noktalama Tekrar Kontrolü.....	12
6.6 Format Tutarlılığı	12
7. EDİTÖR ONAYI VE YAYIN SÜRECİ	13
7.1 Editörün Sorumluluğu	14
8. YAZARIN SORUMLULUĞU.....	14
8.1 Etik Sorumluluk	14
8.2 Örnek Durumlar ve Sorumluluk Analizi	14
SON DEĞERLENDİRME	



GİRİŞ

Bu yazım yönergesi, KÜRE Platformu için yazılacak blog yazılarının niteliklerini, yapısını ve editoryal beklentileri belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Amaç; içeriklerin özgün, kaliteli, okunabilir ve etik kurallarına uygun şekilde sunulmasını sağlamaktır.

1. DİL VE ÜSLUP KURALLARI

1.1 Anlamsal Bütünlük ve Anlaşılabilirlik

Blog yazılarının **dili sade, tutarlı ve anlaşılabilir** olmalıdır. Cümle yapıları karmaşıklıktan uzak, anlam bütünlüğü içerecek şekilde tasarlanmalıdır. Okuyucunun dikkatini dağıtmamak amacıyla, her paragrafta yalnızca bir temel fikir işlenmelidir.

1.2 Yazım ve Noktalama Standartları

Türk Dil Kurumu tarafından belirlenen yazım ve noktalama kurallarına **eksiksiz uyum** gösterilmelidir. Yazıda "yapabilicez" gibi hatalı kullanımlar yerine "yapabileceğiz" gibi doğru yazım tercih edilmelidir. Dilbilgisi hataları, anlatım bozuklukları ve imla yanlışları içerik yayımından önce giderilmelidir.

1.3 Ayrımcılık, Nefret Söylemi ve Aşağılayıcı İfade Yasağı

Hiçbir şekilde ayrımcılık içeren, nefret söylemi oluşturan veya herhangi bir birey ya da topluluğa aşağılayıcı nitelikteki ifadelere yer verilmemelidir. Yazılar, toplumsal kapsayıcılık ve saygı ilkesiyle kaleme alınmalıdır.

1.3.1 Doğru ve Yanlış Yazım Örnekleri

“Toplumumuzun tüm kesimlerini kucaklayan bir bakış açısıyla, sanatın birleştirici gücüne odaklanacağız.” gibi kapsayıcı ve saygılı bir cümle uygun bir üsluba örnektir. “X grubunun cehaleti yüzünden bu sorun çıkıyor...” gibi bir cümle hem aşağılayıcı dil içerdiği hem de önyargı barındırdığı için kesinlikle kabul edilemez. **Doğru yaklaşım:** Eleştiriyi kişilere veya gruplara hakaret etmeden, nesnel bir dile dayandırılmasıdır. Örneğin, “*Toplumsal bazı önyargılar nedeniyle bu sorunun sürdüğü uzmanlarca belirtiliyor.*” ifadesi, sorunu belirtirken kimseyi hedef almadan durumu açıklamaktadır.

1.4 Bağlama Göre Üslup Seçimi

Metnin hitap edeceği hedef kitleye ve **konunun niteliğine uygun üslup** tercih edilmelidir. Akademik veya resmî konular için ciddi, nesnel ve teknik dil kullanılmalıdır. Kapsayıcı ve saygılı anlatım, seçilen üslup ne olursa olsun korunmalıdır.

Üslup seçimi hedef kitleye göre tutarlı olmalıdır. Samimi bir üslup tercih edilmişse, okuyucuya **sen/siz** diye hitap edilebilir ve günlük dildeki ifadeler ölçülü şekilde kullanılabilir. Akademik

bir üslup seçilmişse daha resmî bir ton korunmalı, kişisel görüşlerden çok **nesnel bilgiler** vurgulanmalıdır. Edebi üslup kullanılırken ise dilin estetik yönü ön plana çıkarılabilir ancak anlaşılır ve açık olmaktan ödün verilmemelidir. Her durumda, **saygı sınırları** korunarak ifadelerinizde empati ve nezaketi elden bırakmayınız.

Doğru Kullanım: “Bu çalışmada, yapay zekâ alanındaki son gelişmeleri ele alacağız ve toplumsal etkilerini tartışacağız.” – Bu cümle, akademik üslupta olsa da anlaşılır ve saygılıdır.

Yanlış Kullanım: “Anlamazsınız çünkü teknik bilgi ister bu konu!” – Bu ifade küçümseyici olup uygun değildir.

2. KAYNAKÇA KULLANIMI

Blog yazılarında sunulan bilgi, veri, istatistik veya iddia **güvenilir bir kaynakla desteklenmelidir**. Bununla birlikte, blog yazılarının temeli öznel fikirlere, düşüncelere ve deneyimlere dayandığından herhangi bir kaynak gösterimi olmaksızın da bir blog yazısı hazırlanabilir.

2.1 Kaynakça Formatı

KÜRE Platformu’nda, kullanılan kaynaklar ve dipnot gösterimlerinde **Chicago Manual of Style (CMS)** formatının kullanılması zorunludur. Metin içerisinde yapılacak **kaynak atıfları numaralı CMS dipnot formatında parantez içinde** belirtilecektir. Yazı sonunda ise tüm kaynaklar, CMS formatında eksiksiz olarak sunulmalıdır.

2.2 Vikipedi ve Britannica İçerikleri

Vikipedi ve **Britannica** gibi platformlar doğrudan kaynak ve referans olarak kullanılamaz.

2.3 Bilgilerin Güncelliği

Yazılarda kullanılan tüm veriler ve bilgiler, güncel olmalıdır. Kullanılan bilgilerin eski ya da spekülâtif nitelikte olması durumunda, yazının güvenilirliği zedelenir. Eski tarihli veya spekülâtif bilgileri, güncel verilerle teyit etmeden kullanmamalısınız. Her veri için mümkünse birincil kaynaklara (resmî istatistikler, akademik makaleler, uzman raporları vb.) başvurun. Örneğin, bir sağlık istatistiği veriyorsanız Dünya Sağlık Örgütü (WHO) veya Sağlık Bakanlığı gibi otoritelere; ekonomik bir veri veriyorsanız Dünya Bankası, TÜİK gibi kurumlara dayanmak en doğrusudur.

Uygulamalı Örnek: Bir blog yazısı bilimsel araştırmalardan bahsediyorsa, “Yapılan bir araştırmaya göre...” diye başlayıp bırakmak yerine, araştırmayı yapan kurum veya yazar, yıl ve bulguyu belirtip sonuna kaynak eklemek gerekir. *Doğru:* “Oxford Üniversitesi’nin 2023 yılında yaptığı bir araştırmaya göre, düzenli kitap okuma alışkanlığı zihinsel sağlığı güçlendirebilmektedir. Bu kullanım hem bilgi veriyor hem de hemen ardından (2) numaralı dipnotla kaynağı işaret ediyor. Yazı sonunda [2] numaralı kaynakta araştırmanın tam referansı

verilmelidir. Bu sayede okuyucu hem bilginin doğruluğunu denetleyebilir hem de daha fazla ayrıntı için ilgili kaynağa ulaşabilir.

3. GÖRSEL KULLANIM KURALLARI VE TELİF

Metinleri desteklemek ve zenginleştirmek amacıyla **görsel** (fotoğraf, grafik, tablo, illüstrasyon) ve **video** içerikleri kullanılabilir.

Görsel ve videolar **içeriği desteklemek amacıyla** kullanılmalıdır, rastgele değil. Eğer anlatılan konuyu güçlendiren bir grafik, istatistik veya fotoğraf varsa eklenmeli; ancak alakasız görseller kullanmak okuyucunun dikkatini dağıtabilir. Her görselin altında uygun bir açıklama ve numara verilerek yazı içinde bahsedildiğinde “(Bkz. Görsel 2)” gibi atıflarla referans yapılmalıdır.

3.1 Telif Hakkı Duyarlılığı

Kullanılan görseller kamu malı, Creative Commons lisanslı veya izinli olmalıdır. Telif korumalı görsel ve videoların kullanımı yasal sorumluluk doğuracağı için yasaktır. Web’de bulduğunuz herhangi bir görseli kaynağını sorgulamadan kullanmak, ileride hukuki sorunlara yol açabilir. Özetle, kendi çekmediğiniz, ücretsiz ve telifsiz olarak erişemediğiniz veya özel olarak satın almadığınız bir görseli kullanmadan önce, onun telif durumunu kontrol ediniz. Pixabay, Unsplash gibi platformlar kamu malı veya CC0 lisanslı görseller sunar; bunları tercih etmek içerik üretirken güvenli bir yoldur. (Bkz: *Telifsiz Görsel Sağlanabilecek Web Siteleri*)

3.2 Görsel Kaynağının Yazım Şekli

Her kullanılan görselin **kaynağı mutlaka açıkça belirtilmelidir**. Yazıda bir görsel kullanıldığında, altına açıklayıcı bir alt başlık (caption) ekleyerek görselin neyi gösterdiğini kısaca anlatın ve parantez içinde kaynağını belirtin. Örneğin:

- *Görsel 1.* Akdeniz diyeti piramidini gösteren infografik. (WHO, 2021).

Bu şekilde bir alt yazı hem okuyucuya görselin içeriğini açıklar hem de telif şeffaflığı sağlar. Eğer video içerik ekleniyorsa (örneğin YouTube videosu gömme), videonun başlığı ve kaynağı yine metinde veya hemen üzerinde belirtilmelidir. Kendi ürettiğiniz orijinal görseller için de “Yazarın kendi çizimi” gibi bir not düşerek durum açıklanabilir.

3.3 Görselin Boyut ve Çözünürlüğü

Eklenen görsellerin boyut ve çözünürlüğüne dikkat edin. Çok büyük boyutlu görseller sayfanın yüklenmesini yavaşlatabilir; çok düşük çözünürlüklü görseller ise profesyonel bir izlenim vermez. Görselleri web için optimize ederek, mümkün olduğunca JPEG veya PNG formatında, makul boyutlarda kullanınız. Videolar gömülüyorsa, otomatik oynatma (autoplay) gibi kullanıcı deneyimini olumsuz etkileyebilecek özellikleri devre dışı bırakmanız önerilir.

4. İÇERİK KISITLAMALARI

KÜRE Platformları içerik konusunda yasalara ve toplumsal sorumluluklara uygun bir yayın politikası izler. Bu nedenle aşağıdaki konularda **kesin kısıtlamalar** uygulanır ve bu tür içerikler platformlarda **yayımlanamaz**:

4.1 Yasa Dışı Örgütler

Terör örgütleri veya şiddet yanlısı yasadışı oluşumları öven, tanıtan veya propaganda yapan içerikler yasaktır. Şiddet yanlısı örgütlerin ideolojilerini teşvik eden, eylemlerini öven ya da bu gruplara katılımı özendiren hiçbir ifade kullanılmamalıdır. *Örnek:* “XYZ örgütü haklı mücadele veriyor, siz de katılın!” gibi bir söylem kesinlikle kabul edilemez. Bu tarz içerikler hem platform kurallarına aykırıdır hem de ülke yasalarını ihlal edebilir. Eğer bu konular haber değeri taşıyorsa, ancak tarafsız ve habercilik çerçevesinde, **övgü veya destek içermeyen** ele alınabilir (örneğin bir terör olayı anlatılırken örgütün propagandasını yapmadan tarafsız bilgi vermek).

4.2 Bağımlılık Yapan Maddeler

Uyuşturucu maddeler, yasa dışı veya kötüye kullanılabilen ilaçlar konusunda herhangi bir teşvik edici içerik yasaktır. Yasalarca suç sayılan uyuşturucu kullanımı veya ticaretini normalleştiren, özendiren ifadeler kesinlikle bulunmamalıdır. *Örneğin*, bir blog yazısında esrar kullanımını öven veya “denemenizi tavsiye ederim” gibi ifadeler barındıran kişisel deneyim paylaşımları yapılamaz. Yasal düzenlemelere tabi ürün ve hizmetlerin (alkollü içecekler, tütün, elektronik sigara vb. de dahil) satışını, reklamını yapmak veya kullanımını teşvik etmek de yasaktır.

- **Yanlış Örnek:** “Şu marka elektronik sigara tamamen zararsız bir şekilde keyif veriyor, mutlaka deneyin.” – Bu cümle hem bir ürün reklamı hem de bağımlılık yapıcı bir maddeyi teşvik etmektedir, kesinlikle yasaktır.
- **Doğru Örnek:** Eğer bu konuları ele alıyorsanız, sadece objektif bilgiler ve uyarılar vermek olmalıdır (örneğin, “Elektronik sigaraların da nikotin içerdiği ve bağımlılık yapabileceği uzmanlarca belirtiliyor” gibi).

4.3 Yasa Dışı Ürün ve Hizmetler

Kaçak veya kanunen yasaklanmış ürünlerin (ör. ruhsatsız silah, kaçak tıbbi malzeme, sahte belge vb.) tanıtımı, satışı veya bunlara aracılık edecek bilgiler platformda yer alamaz. Ayrıca yasa dışı hizmetler (ör. illegal bahis siteleri, kara para aklama yöntemleri, hacker kiralama gibi yasa dışı faaliyetler) hakkında yol gösteren, teşvik eden içerikler de kesinlikle yasaktır.

- *Örnek:* “İnternette kaçak silah satışı nasıl yapılır?” gibi bir başlık veya içerik, suç teşkil edeceği için yasaktır. Sadece kanuni sonuçlarını tartışan, haberdar eden içerikler (uyarı mahiyetinde) olabilir, ancak en ufak bir teşvik içeremez.

4.4 Sağlık İddialı Ürünlerin Reklamı

Herhangi bir gıda takviyesi, bitkisel ürün, ilaç veya tıbbi cihazın- hele ki **resmî onayı olmayanların-** mucizevi faydalar sunduğunu iddia eden, bilimsel dayanağı olmayan sağlık beyanları kesinlikle yapılamaz. Özellikle halkı yanıltıcı şekilde “şu hapı kullanın, 1 haftada garantili zayıflayın” tarzı içerikler hem etik değildir hem de yasa dışıdır. Bu tür ürünlerin reklamı, ülkemizde yürürlükteki mevzuata göre yasaktır. Nitekim Ticaret Bakanlığı Reklam Kurulu da 2024 yılında pek çok sosyal medya fenomenine, **sağlık beyanı içeren yanıltıcı paylaşımlar** yaptıkları için idari yaptırımlar uygulamıştır.

Örnek: Bir blog yazısında “Bu bitkisel karışım kanseri tamamen iyileştiriyor, ben denedim oldu!” gibi bilimsel temeli olmayan bir iddia asla yer almamalıdır. Böyle bir ifade, uzman onayı olmayan bir sağlık önerisi olduğu için yasaktır ve kamu sağlığını tehlikeye atabilir. **Doğru yaklaşım:** Sağlıkla ilgili bir üründen bahsedilecekse, “*X takviyesinin bağışıklık üzerine etkileri araştırılmaktadır; ancak henüz klinik olarak kanıtlanmış kesin bir faydası yoktur*” gibi dengeli ve kaynaklı bilgi verilmelidir. Reklam unsuru taşımamalı, objektif bilgilendirme sınırını aşmamalıdır.

4.5 Kumar ve Bahis İçerikleri

Yasal olarak **devlet tekelinde olmayan veya lisanssız kumar/bahis faaliyetlerini** teşvik eden içerikler yasaktır. Özellikle illegal bahis sitelerinin tanıtımı, bu sitelere yönlendirme yapan linkler paylaşmak kesinlikle yapılamaz. Kumar oynanmasını özendiren, kumarı masum gösteren ifadeler de uygun değildir. *Örneğin*, “Şu sitede rulet oynayarak köşeyi döndüm, siz de hemen üye olun!” gibi bir içerik, illegal bahis/kumar teşviki olduğundan kesinlikle yasaktır. Milli Piyango gibi yasal şans oyunlarından bahsederken dahi ölçülü bir dil kullanılmalı, asla kimseyi oynamaya özendirecek üslup takınılmamalıdır.

4.6 Şiddet ve İstismar

Aşırı şiddet içeren, özellikle de gerçek kişi veya hayvanlara uygulanmış şiddet sahnelerini ayrıntılarıyla gösteren içerikler (örneğin işkence fotoğrafları) kısıtlanır. Eğer habercilik gereği şiddet içerikli bir konu işleniyorsa, okuyucu uyarılmalı ve rahatsız edici detaylar mümkün olduğunca filtrelenmelidir. Çocuk istismarı görüntü veya içerikleri ise hem yasak hem de derhal yetkililere bildirilmesi gereken durumlardır. Zaten bu konuda yasa çok nettir; çocuklarla ilgili en ufak istismar ima eden içerik dahi platformdan uzaklaştırılır ve gerekli mercilere haber verilir.

4.7 Müstehcenlik ve Pornografi

Pornografinin hiçbir türüne izin verilmemektedir. **Cinsel eylemlerin sergilendiği fotoğraflar, görüntüler, yazılar veya bunları teşvik eden veya andıran fotoğraflar ile her türlü çocuk cinsel istismarına ait yayınlar kesinlikle kullanılamaz.** Ayrıca, Türk Ceza Kanunu’na göre müstehcen sayılan içeriğe izin verilmemektedir. Bununla birlikte, yetişkinlere yönelik sağlık konuları, bilimsel, eğitici çerçevede ve **bilgilendirici bir** üslupla verilmelidir.

İçerik üretirken tereddüt yaşarsanız, ilgili yasaları veya platform yöneticilerinin kararlarını referans alınız. Platformumuz Türkiye Cumhuriyeti yasalarına tabidir; bu yüzden bu kurallara aykırı bir içerik yayınlamak hem yazıyı yayınlamamanıza hem de ciddi hukuki sorumluluklara yol açabilir.

4.8 Reklam ve Tanıtım Yasağı

KÜRE Platformu bir **içerik yayın platformudur**, bir reklam mecrası değildir. Bu nedenle blog yazılarında **ürün veya hizmet reklamı yapmak yasaktır**. Herhangi bir markanın, şirketin veya ticari ürünün tanıtımını yapan, pazarlama amacı güden metinler blog formatında yayımlanmaz. Özellikle **advertorial** (reklam kuşaklı yazı) niteliğindeki içerikler, objektif bir dille kaleme alınmış olsa bile kabul edilmez. Yazılar bilgilendirici veya analitik olmalı, **satış odaklı** olmamalıdır.

Örnek: Bir teknoloji blog yazısı yazarken, “X markasının yeni telefonu gerçekten harika, hemen satın alın, kaçırmayın!” gibi bir cümle, bariz bir reklam ifadesidir ve yönergemize aykırıdır. Bu şekilde bir ürün övgüsü ve satışa yönlendirme kabul edilmez. Eğer bir ürün değerlendirilecekse bile (örneğin teknolojik bir cihaz incelemesi), objektif artı ve eksileriyle ele alınmalı, sonunda “almaya değer/çok iyi/kaçmaz” gibi ifadelerden kaçınılmalıdır. Mümkünse birden fazla markayı karşılaştırarak tarafsız bir analiz yapılmalı, tek bir markayı parlatan bir metin izlenimi verilmemelidir.

Platform kuralları gereği, **sponsorlu içerik** dahi yayınlanacak olsa, bunun reklam olduğu açıkça belirtilmelidir. Ancak genel olarak blog kısmında sponsorlu veya promosyon amaçlı metinlere yer vermiyoruz. Okuyucuların güvenini korumak adına, içeriklerimizde **çıkar çatışması** yaratacak örtülü reklam bulunmamalıdır. Google’ın Blogger gibi servislerinin de belirttiği gibi, **tanıtım veya ticari amaçlı istenmeyen içerikler** spam kapsamında değerlendirilir ve yayınlanmaz.

- **Olumlu Örnek:** Bir girişimin başarı hikâyesini yazacaksanız, bunu haber değeri taşıdığı için yapın, reklamını yapmak için değil. “ABC Startup, 2025 yılında kuruldu ve sağlık teknolojileri alanında yenilikçi çözümler sunuyor. Son aldığı yatırım ile ürünlerini geliştirmeye devam ediyor.” şeklinde bir anlatım bilgi verir ama okuru doğrudan bir ürün/hizmet satın almaya yönlendirmez. Bu, tanıtıcı bir içerik olsa da reklam sınırını aşmamaktadır.
- **Olumsuz Örnek:** “Mutlaka bu XYZ kursuna kayıt olun, ben denedim mükemmel, indirim kodu: ABC kullanın!” – Bu bariz bir reklam ve yönlendirme içeriğidir, platformda yer alamaz.

Eğer bir yazıda bir markadan bahsetmek kaçınılmaz ise (örneğin bir teknoloji tarihi yazısında Apple’dan bahsetmek gibi), onu övmek veya satışını teşvik etmek yerine, **bağlam içinde nötr bir biçimde** anmak gerekir. *Doğru:* “Apple, 2007 yılında iPhone’u piyasaya sürerek akıllı telefon çağına öncülük etti.” Bu cümle tarihi bir bilgi verir, reklam amacı yoktur. *Yanlış:* “Apple iPhone 13 ile hayallerinizi gerçekleştirin, hemen alın.” Bu ise bir reklam sloganı gibi durur, bu üsluptan kaçınılmalıdır.

KÜRE, kendi hizmetlerinin tanıtımını yapan blog içerikleri de yayımlamaz. Yani platform içinde dahi herhangi bir ürün/hizmet pazarlanmayacaktır. Okuyucu, blog yazılarımızda karşısına çıkacak içeriklerin **bilgilendirme veya yorum amaçlı** olduğunu, reklam olmadığını bilmelidir. Bu güven, yazarların ticari tanıtım dilinden uzak durmasıyla sağlanır.

5. SAĞLIK KONULARI YAZIM KURALLARI

Sağlık konuları doğrudan insan hayatını etkileyebildiği için son derece hassas bir alandır. Bu nedenle sağlıkla ilgili içerikler hazırlanırken özel kurallara riayet edilmelidir:

5.1 Resmî ve Bilimsel Kaynaklara Dayanın

Sağlık konusunda paylaştığınız bilgiler mutlaka **resmî kurumlar** (Sağlık Bakanlığı, Dünya Sağlık Örgütü, FDA gibi) veya **hakemli bilimsel yayınlar** gibi güvenilir kaynaklara dayanmalıdır. Kendi başınıza geliştirdiğiniz bir sağlık teorisi veya doğruluğu şüpheli bilgiler kesinlikle paylaşılmamalıdır. Örneğin, “Günde 1 kaşık zeytinyağı içmek ömrü uzatır” gibi bir iddiada bulunacaksanız, bunu destekleyen bir bilimsel çalışma veya resmî açıklama yoksa bu ifadeden kaçının. Sağlıkla ilgili her öneri, **kanıta dayalı olmalıdır**.

5.2 Tavsiyelere Yer Vermeyin

Blog yazarı, kendi çıkarımıyla sağlık tavsiyeleri vermemelidir. Diyet listeleri, tedavi reçeteleri, egzersiz programları gibi konularda eğer uzmanlık alanınız değilse, doğrudan öneri sunmayınız. Bunun yerine uzman görüşlerine yer verebilirsiniz: “*Beslenme uzmanı Jane Doe, günlük protein ihtiyacının kilogram başına 0.8 gram olduğunu belirtmektedir*”^[3]” gibi. Resmî makamlarca onaylanmamış hiçbir sağlık önerisi yayımlanmamalıdır. Unutmayın, insanlar sağlık konusunda yazılanlara göre hareket edebilir ve yanlış bir yönlendirme ciddi zararlara yol açabilir.

5.3 Mucizevi İddialardan Kaçın

“Mucize”, “kesin çözüm”, “garantili tedavi” gibi ifadelere başvurmayın. Her bünyenin tepkisi farklı olabilir; bir yöntem birine iyi gelirken diğerine gelmeyebilir. Bu yüzden tek bir yöntem ya da ürün sanki herkese kesin fayda sağlarmış gibi sunulmamalıdır. **Örnek:** “Bu bitki çayı sizi kesinlikle zayıflatır!” – yanlış ve tehlikeli bir iddia. Doğrusu: “X bitkisinin metabolizma üzerindeki etkileri bazı çalışmalarda gözlenmiş, ancak tek başına mucizevi bir zayıflama yöntemi değildir.” şeklinde dengeli bir ifade olabilir, elbette kaynağıyla birlikte.

5.4 Resmî Uyarıları ve Yasalara Uyun

Sağlık beyanı içeren ürünlerin reklamı ülkemizde yasal olarak kısıtlanmıştır. Bu nedenle blog yazılarında belli bir ürünün sağlık faydalarını anlatıyorsanız aslında reklam yapmış olabileceğinizi unutmayınız. Özellikle diyet takviyeleri, vitamin hapları, bitkisel karışımlar gibi ürünlerin doğrudan pazarlanması yasaktır. Türk Tabipleri Birliği’nin de vurguladığı üzere, **sağlık alanında reklam yapmak tüm yasal düzenlemeler ve etik kurallar gereği kesinlikle**

yasaktır. Dolayısıyla blog yazınız sağlıklı ilgiliyse ve bir üründen bahsediyorsa, bunun reklam olmadığından emin olun. En güzeli, hiç bahsetmemek veya bahsetmeniz gerekiyorsa tamamen tarafsız bir dille ve iddiasız şekilde ele almaktır.

5.5 “Doktorunuza Danışın” İlkesini Benimseyin

Sağlık tavsiyesi içeren her içerikte, genelleyici ifadeler yerine bireysel farklılıkları dile getirin. Örneğin, “Bu egzersiz herkes için uygundur” demek yerine “Genel popülasyonda bu egzersiz yaygın olarak önerilse de, herhangi bir yeni egzersiz programına başlamadan önce kişilerin doktorlarına danışmaları önerilir.” diyerek uyarıda bulunun. Yazının sonuna özellikle alternatif bir sağlık uygulamasından bahsedildiyse, editörler tarafından uyarı metni eklenir.

Uyarı: Bu maddede yer alan içerik, yalnızca genel ansiklopedik bilgi amacı taşımaktadır. Buradaki bilgiler tanı koyma, tedavi etme ya da tıbbi yönlendirme amacıyla kullanılmamalıdır. Sağlıkla ilgili konularda karar vermeden önce mutlaka bir hekime veya uzman sağlık personeline danışmanız gerekmektedir. Bu bilgilerin tanı veya tedavi amacıyla kullanılması sonucunda doğabilecek durumlardan madde yazarı ve KÜRE Ansiklopedisi herhangi bir sorumluluk kabul etmez.

6. YAZI BİÇİMİ VE TEKNİK KURALLAR

Blog yazınızın biçimsel yapısı, en az içeriğin kendisi kadar önemlidir. **Okunabilirlik** ve **düzen** açısından belirli format kurallarına uyulmalıdır:

6.1 Başlıklar ve Alt Başlıklar

Yazınızın ana başlığı mutlaka bir **H1 başlık** olarak biçimlendirilmelidir (genellikle bunu blog sistemi otomatik yapar; siz sadece Başlık alanına yazarsınız). Ana başlığı destekleyen ana bölümler **H2 alt başlıklar** ile ayrılmalıdır. Eğer H2 alt başlıklar altında da alt konular varsa, onları da **H3** olarak düzenleyin. Bu hiyerarşi, hem arama motorlarının içeriğinizi anlamasına yardımcı olur hem de okuyucuların yazıyı kolay taramasını sağlar.

Örnek yapı:

- H1: Makalenin Ana Başlığı
- H2: Birinci Ana Bölüm
- H3: Bu bölümün alt konusu (gerekiyorsa)
- H2: İkinci Ana Bölüm
- H3: Alt konu...

Bu şekilde mantıksal bir başlık yapısı oluşturulmalıdır. Örneğin, bu yönerge belgesinin başındaki “Dil ve Üslup Kuralları”, “Bilgi ve Veri Kullanımı” vb. her biri H2 düzeyinde ana başlıklardır ve kendi içlerinde alt maddeler halinde bilgilere sahiptir.

6.2 Paragraflara Bölme

Uzun ve kesintisiz metin blokları, ekranda okumayı zorlaştırır. Bu nedenle fikir değişikçe paragraf değiştirin. **Her paragraf idealde 3-5 cümleyi geçmemeli.** Her paragraf tek bir ana fikri işlemelidir. Bir sonraki fikre geçerken yeni bir paragraf açmak, metnin **daha ferah ve okunaklı** görünmesini sağlar.

Okuyucular uzun bir yazıyla karşılaştıklarında eğer hiç bölünmemiş bir metin denizi görürlerse gözleri korkar, muhtemelen tamamını okumadan terk ederler. Kısa paragraflar ve sık alt başlık kullanımı, okurun metni tarayarak ihtiyacı olan kısımları bulmasını kolaylaştırır.

6.3 Madde İşaretleri ve Numaralandırma

Yazınızda birbiri ardına sıralı veya ilgili maddeler sayıyorsanız, düz metin yerine madde işaretili veya numaralı listeler kullanın. Örneğin bir “ipuçları” yazısı yazıyorsanız, her ipucunu yeni bir satıra madde işaretiyle koymak hem görsel olarak hem de anlam olarak daha nettir. Listeler, bilgileri hızlıca kavramayı sağlar.

6.4 İtalik ve Kalın Vurgular

Yazıda önemli kavramları ilk geçtiği yerde *italik* veya **kalın** stil ile vurgulayabilirsiniz. Örneğin, bir terimi ilk defa tanımlıyorsanız *italik* yaparak dikkat çekmek iyi bir yöntemdir. Kalın vurguyu ise uyarılar veya çok önemli noktalar için (bu yönergedeki “kesinlikle yasaktır” gibi) kullandığımız gibi kullanabilirsiniz. Ancak **aşırıya kaçmayın**; her cümlede birden fazla vurgulu kelime olursa, asıl vurgu değeri kaybolur.

6.5 İmla ve Noktalama Tekrar Kontrolü

Yazınızı tamamladıktan sonra mutlaka Türkçe yazım kurallarına uygunluk açısından gözden geçirin. Nokta, virgül, soru işareti, bağlaçların yazımı (de/da, ki, mi’nin ayrı bitişik yazımı gibi) hepsi TDK standartlarına uygun olmalıdır. İmla konusunda şüpheye düştüğünüzde TDK Yazım Kılavuzu’na veya güncel bir sözlüğe bakın. Ayrıca platformumuzun teknik gereği olarak, düz metinde birden fazla boşluk, gereksiz girinti vs. bırakmamaya dikkat edin; temiz bir metin yapısı olsun.

6.6 Format Tutarlılığı

Tüm yazı boyunca başlık formatlarınız tutarlı olmalı. Örneğin, her H2 başlığınızı cümlelerin başındaki gibi büyük harfle başlatıp, gerekirse tüm kelimelerin baş harflerini büyük yapıyorsanız (Başlık Biçemi Böyle), hepsinde öyle yapın. Ya da sadece ilk harfi büyük bırakıyorsanız (Başlık böyle) hepsinde öyle olsun. Bir yazıda format birliği, okuyucuda bütünlük algısını pekiştirir.

Örnek Uygulama – Biçimsel Düzen: Diyelim ki “İklim Değişikliği ve Etkileri” başlıklı bir blog yazısı yazıyorsunuz. Yazınızın iskeletini şu şekilde kurabilirsiniz:

- H1: İklim Değişikliği ve Etkileri
Giriş paragrafınız burada olacak. Konuya genel bir bakış sunun ve alt bölümlerde neler bulacaklarını kısaca söyleyin.
- H2: İklim Değişikliğinin Nedenleri
Bu bölümde iklim değişikliğine yol açan faktörleri anlatın.
 - H3: Sera Gazları ve Küresel Isınma
(Bu alt konuda sera gazlarının nasıl küresel ısınmaya yol açtığını anlatacaksınız.)
 - H3: Doğal ve İnsan Kaynaklı Nedenler
(Bu alt konuda volkanik aktiviteler gibi doğal nedenler ile fosil yakıt kullanımı gibi insan kaynaklı nedenleri ayırıp açıklayın.)
- H2: İklim Değişikliğinin Sonuçları
Bu bölümde iklim değişikliğinin dünya üzerindeki etkilerini anlatın.
 - H3: Ekosistemlere Etkisi
 - H3: İnsan Topluluklarına Etkisi
- H2: Mücadele Yolları
Burada iklim değişikliğiyle mücadele yöntemlerini anlatın (yenilenebilir enerji, uluslararası anlaşmalar vs.). Madde imleriyle yapılabilecekler listesini sunabilirsiniz. Örneğin:
 1. Karbon emisyonunu azaltmak
 2. Ağaçlandırma projelerini artırmak
 3. Yenilenebilir enerji kaynaklarına geçiş
 4. Bireysel ölçekte enerji tasarrufu alışkanlıkları edinmek
- H2: Sonuç Başlığı
Yazının özetini yapın, önemli noktaları vurgulayın ve mesajınızı yineleyin.
- **Kaynakça** başlığı altında tüm referansları CMS formatında listeyin.

Bu şemanın benzeri, hemen her konuda uygulanabilir.

7. EDITÖR ONAYI VE YAYIN SÜRECİ

KÜRE Platformu'nda her bir blog yazısı, yayımlanmadan önce editör kontrolünden geçer. Yazar, yazısını tamamladıktan sonra yayınlanması için sisteme yüklediğinde veya editöre ilettiğinde, içerik doğrudan yayınlanmaz; önce editörler tarafından okunur ve incelenir. Editör onayı, metni yayınlanmaya uygun hale getirmek amaçlı her türlü düzenleme, kalite ve kural denetimi anlamına gelir. Editör, bu Blog Yazım Genel Yönergesi'nde belirtilen kurallara uyulup uyulmadığını, dil ve anlatımın uygunluğunu, imla kurallarına riayet edilip edilmediğini, içeriklerin doğruluğunu ve kaynaklandırma durumunu kontrol eder. Gerekli gördüğü durumlarda yazı üzerinde düzeltmeler yapabilir veya bu düzeltmeler için yazardan geri bildirim- revize isteyebilir. Tüm yazarlar, editörlerin yaptığı düzeltme ve önerilere açık olmalıdır. Bu süreç bir işbirliği olarak görülmeli, amaç ortak olarak yazıyı mükemmelleştirmektir.

Örnek Senaryo: Bir yazar olarak, “Dijital Pazarlama Trendleri” konusunda bir yazı yazdınız ve sistem üzerinden editöre gönderdiniz. Editörünüz metni inceledi ve size şöyle bir not iletti:

“Merhaba, içeriğiniz genel olarak çok iyi. Ancak 4. başlık altındaki yeni çıkan sosyal medya platformu X hakkında yaptığınız yorumda bir kaynak eklememişsiniz. Orada bahsettiğiniz kullanıcı istatistikleri için referans belirtmeniz lazım. Ayrıca giriş paragrafındaki ilk cümleyi biraz kısaltalım, çok uzun ve anlaşılması zor. Bunları düzelterip yeniden gönderir misiniz?” Bu geri bildirimi aldığınızda, hemen ilgili yeri düzelterek **gerekli kaynağı eklemeli** ve giriş cümlesini bölerek daha anlaşılır hale getirmelisiniz. Düzeltilmiş haliyle tekrar yolladığınızda editör ikinci kez okuyup onaylayacaktır. Bu süreç bazen birkaç tur devam edebilir; önemli olan yapıcı eleştiriye açık olup birlikte en iyi sonucu çıkarmaktır.

7.1 Editörün Sorumluluğu

KÜRE Platformu’nun editörleri blog ve diğer tüm içeriklerin hem kalitesinden hem de uygunluğundan sorumludur. Editör onayı olmadan hiçbir yazı yayınlanmaz; bu, platformun güvenilirliği için bir filtredir. Bu nedenle, yazınızı teslim ettikten sonra editör geri dönüşlerini takip etmeyi unutmayınız. Ayrıca, editör onay sürecinde **sabırlı ve anlayışlı** olun. Unutmayın ki burada hedef, sizin içeriğinizi reddetmek değil, onu en iyi hale getirmektir.

8. YAZARIN SORUMLULUĞU

KÜRE Platformu’nda yayımlanan her içerikten, **hukuki ve etik açıdan ilk elden sorumlu olan kişi yazardır**. Yazarlar, yazılarının içeriği nedeniyle doğabilecek her türlü yasal sorumluluğu ve sonuçlarını peşinen kabul etmiş sayılırlar. Bu, şu anlama gelir: Eğer bir blog yazısı herhangi bir kanunu ihlal ediyorsa (örneğin hakaret, telif ihlali, kişilik haklarına saldırı, yalan haber, nefret söylemi gibi bir durum söz konusuysa), bundan birincil derecede hesap verecek kişi yazının yazarıdır. İnternet hukukunda “**içerik sağlayıcı**” olarak tanımlanan yazar, sağladığı içerikten hukukten sorumludur. Platform (yer sağlayıcı) ise genel olarak yasa dışı bir durum olmadıkça içerikleri denetlemekle yükümlü değildir, ancak KÜRE editörleri içeriği önceden denetleyip onaylayarak riskleri minimize etmeye çalışır. Buna rağmen yayınlanan içerikte bir sorun çıkması halinde yazar, gerekli düzeltmeleri yapmak, gerekirse içeriği kaldırmak ve oluşan zararı telafi etmek durumunda kalabilir.

8.1 Etik Sorumluluk

Yazarlar, sadece yasalara değil, aynı zamanda gazetecilik ve yayıncılık etik ilkelerine de uygun davranmalıdır. *Doğruyu söylemek, çalmamak (intihal yapmamak), kimseye iftira atmamak, toplumda nefret veya paniğe yol açmamak* gibi temel etik prensipler, yazdığınız her satırda rehberiniz olmalıdır. Kendi düşüncelerinizi elbette ifade edebilirsiniz ancak bunu yaparken başkalarının hak ve itibarlarına saygılı olmalısınız. Bir kişinin veya kurumun onurunu zedeleyebilecek bir iddiada bulunuyorsanız, bunu güçlü delillere dayandırmalı ve karşı tarafa iftira niteliğine bürünmediğinden emin olmalısınız.

8.2 Örnek Durumlar ve Sorumluluk Analizi

Telif İhlali Durumu: Diyelim ki bir yazar, bir başka siteden uzun bir metni izin almadan kopyalayıp kendi blog yazısına ekledi (intihal yaptı). Bu, hem etik dışı bir davranıştır (çalma)

hem de Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'na göre telif hakkı ihlalidir. Böyle bir durumda, eser sahibi hukuki yollara başvurursa, sorumlu olan yazardır. Platform, ihlal bildirildiğinde ilgili içeriği kaldırır, ama geçmişe dönük ihlalden dolayı yazar yasal süreçle muhatap olabilir. Bu yüzden, asla intihal yapmayın, başka eserlerden alıntı yaparken mutlaka kaynak gösterin ve mümkünse izin alın.

Hakaret veya İftira Durumu: Bir yazınızda, bir kişi hakkında dayanaksız ve küçük düşürücü iddialarda bulundunuz diyelim: “Filanca ünlü, illegal işler yapıyor.” gibi. Bu ifadeniz yaylandıktan sonra o kişi sizi mahkemeye verebilir. İddianızı ispatlayamazsanız hakaret/iftira suçlamasıyla karşılaşabilirsiniz. Bu durumda yine sorumluluk size aittir. Hem tazminat ödemek zorunda kalabilir hem de ceza davası ile uğraşabilirsiniz. Platform, içeriği kaldırarak yükümlülüğünü yerine getirir, ancak sizin hukuki sorumluluğunuz ortadan kalkmaz. Dolayısıyla böyle durumlara mahal verecek içerikten kaçın.

Yalan / Yanlış Bilgi (Dezenformasyon) Durumu: Toplumu ilgilendiren bir konuda yanlış bilgi yaymak da hem etik hem yasal sorunlara yol açabilir. Örneğin, COVID-19 ile ilgili bir yanlış bilgi yaydığınız düşünülürse (aşılarla ilgili asılsız iddialar gibi), yetkili kurumlar içeriğin kaldırılmasını isteyebilir ve halkı yanlış bilgilendirme kapsamında işlem yapılabilir. Yazar olarak göreviniz, bilgi kirliliğine karşı doğru ve teyitli bilgiyi vermektir. Eğer bilmeden bir hata yaptıysanız ve sonradan fark ettiyseniz, derhal editörlere bildirin ve düzeltin. Etik sorumluluk, hatayı düzeltmeyi de kapsar.

Özel Hayatın Gizliliği: Yazılarınızda gerçek kişilerin özel hayatına dair izinsiz bilgiler vermemeye dikkat edin. Örneğin, bir blog yazısında bir tanıdığınızın kişisel bir sırrını ifşa etmek, onun özel hayatını ihlal eder. Bu hem etik değildir hem de hukukten yaptırım olabilir (Kişisel Verilerin Korunması Kanunu, medeni hukuk hükümleri vs. devreye girebilir). Eğer gerçek kişi örnekleri verecekseniz, ilgili kişiyi anonimleştirin veya izin alın.

Yazar, yazısını teslim ederken aynı zamanda şu beyana da rıza göstermiş sayılır: “Bu içerik tamamen kendi üretimimdir ve herhangi bir üçüncü tarafın haklarını ihlal etmemektedir. İçeriğin yayınlanmasından doğabilecek hukuki ve etik sorumluluk bana aittir.”

SON DEĞERLENDİRME

KÜRE Platformu, yazarlara ahlaki ve etik değerlere bağlı kalarak özgürce fikir ve bilgilerini paylaşabileceği bir ortam sunmaktadır. Tüm yazım sürecinde yukarıda bahsedilen kurallara ve sorumluluklarınızın olduğunu unutmamalısınız. Bir hata yaparsanız, kasıt yoksa bile, erdemli bir şekilde kabul edip düzeltin. Bilmeden bir hata yaptıysanız telafi etme şansınız her zaman vardır, ancak bilerek yapılan bir ihlal veya etik dışı davranış, yazarın güvenilirliğini zedeler ve KÜRE ile ilişkisinin kesilmesine kadar varabilir.

Yasal Uyarı: KÜRE Platformu, gerekli gördüğü durumlarda yazarın sorumluluğundaki içerikleri yasal mercilere iletmek, kullanıcı bilgilerini yetkili makamlarla paylaşmak durumunda kalabilir (örneğin mahkeme kararıyla talep edilirse). Böyle bir durumun yaşanmaması için en baştan dikkatli olunuz.

Yazım süreciniz boyunca, tarafımızca belirlenen bu kurallar çerçevesinde; net, ciddi ve profesyonel bir dil kullanmanızı rica eder kolaylıklar dileriz.

