

## Dijital Çağda Gazetecilik: Geleneksel ve Dijital Gazetecilik Pratiklerinin Karşılaştırılması

Journalism in the Digital Age: The Comparison of Traditional and Digital Journalism Practices

Pınar Bayram, Dr., E-Posta: pınarbayram@windowslive.com

<https://doi.org/10.47998/ikad.1014957>

### Anahtar Kelimeler:

Gazetecilik,  
İletişim Araştırmaları,  
Geleneksel Gazetecilik,  
Dijital İletişim.

### Öz

İletişimin dijitalleşmesi ve buna bağlı olarak sosyal medya platformlarının ortaya çıkması, gazetecilik meslek pratiklerinde ve gazetecilerin çalışma şekillerinde dönüşüme neden olmuştur. Reklam ve satış gelirleri düşme eğilimine giren yazılı basın kuruluşları, fiziksel anlamda yayın hayatına son vermekte ve çalışan gazeteciler işsiz kalmakta ya da düşük ücretlerle sosyal güvenlik haklarından mahrum edilmektedirler. Çalışmada gazetecilik mesleğinin, dijital medya platformları karşısında güç kaybına uğradığı varsayımından hareket edilmiştir. Bu varsayımınla birlikte dijital medya; bir yandan hız, etkileşim, düşük maliyet, küresel çapta iletişim avantajlarıyla geleneksel gazeteciliğe bir alternatif olarak güç kazanırken diğer yandan enformasyon kirliliği, etik ve güvenilirlik sorunları, kısa süreli popülist gündemler yaratmaktadır. Çalışmada gazetecilik mesleğinde görülen tüm olumsuz şartlara karşın gelecekte teknolojiyi kullanabilen profesyonel gazetecilere ve gazetecilik pratiklerine (dosya/haber takibi, filtreleme, haber doğrulama, kamusal tartışma yürütme vb.) duyulan ihtiyacın artacağı argümanı desteklenmektedir. Dijitalleşmenin gazetecilik pratikleri üzerinde yaptığı etkilere odaklanan çalışma, literatür taramasıyla elde ettiği verileri betimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmanın literatüre katkı sağlaması ve gazetecilik mesleğinin geleceğine yönelik bir tartışma alanı açması beklenmektedir.

### Keywords:

Journalism,  
Communication  
Studies,  
Social Media,  
Digitalization.

### Abstract

The digitalization of communication and social media platforms have transformed the profession of journalism and the work of journalists. The decrease in the advertising and sales revenues of print and print media organizations leads to the closure of newspapers in a physical sense. In addition, working journalists are unemployed or deprived of their social security rights with low wages. For this reason, in the study, it was assumed that the journalism profession lost power in the face of digital media platforms. digital media has the advantages of speed, interaction, low cost and global communication. However, information pollution, ethical and reliability issues create short-term populist agendas. In the study, it is suggested that the need for professional journalists and journalism practices (file/news tracking, filtering, news verification, public discussion, etc.) who can use technology will increase in the future. The study focuses on the effects of digitalization on journalism practices. The data obtained from the literature review were analyzed by descriptive analysis method. It is expected that the study will contribute to the Turkish literature and open a discussion area for the future of the journalism profession.

## Giriş

“Aracsız ortam” olarak adlandırılan çevrimiçi teknolojiler, geleneksel medyaya ek iletişim fırsatları doğurmuştur (Bardoel, 1996). Akıllı telefonlar ve sosyal medya uygulamalarıyla bireyler, istedikleri an ve istedikleri yerden habere ulaşabilmektedirler. Dahası yeni teknolojik eğilimler, geleneksel medyaya yeni bir bakış açısı kazandırmış ve medyanın geleneksel yapısına başkaldırmıştır (Wright ve Hinson, 2012). Günümüzde pek çok araştırmacı, dijitalleşmenin gazetecilik mesleği üzerinde ortaya çıkarttığı dönüşümü teyit etmektedir (Erbaysal Filibeli, 2018; Ruhdan, 2006; Karadman ve Akbulutgiller, 2015; Taşkiran ve Kırık, 2016). Web 2.0’ın yeni paradigması ile yayın önündeki düşük engel ve sıfır işletme maliyeti, sosyal medya destekli yurttaş gazeteciliğine yol açan kullanıcı katılımında çarpıcı bir büyümeye neden olmuştur (Bisgin, 2012). Başta Twitter olmak üzere sosyal medya kanalları, ortalama medya okuryazarı olan bireylere web ortamına içerik üretimi imkanı sunmuştur. We Are Social (2021) Ocak raporuna göre web içeriğinde en yaygın diller sıralamasında İngilizce, Rusça ve İspanyolcadan sonra 4. dil Olan Türkçe, 2020 yılında (Ocak 2020-Ocak 2021) toplam içeriğin %3.1’ini oluşturmuştur. Bu veri, Türkiye başta olmak üzere Türkçe’nin konuşulduğu ülkelerde, dijital ağlara içerik üretiminin yaygın olduğuna işaret etmektedir.

Dijitalleşme (internet), gazetecilik mesleğinde dönüşüm yaratan en önemli etkidir (Kuyucu ve Kırık, 2020). Özellikle haber değerleri, meslek etiği, iş akışları, çalışma koşulları ve haber odası yönetimi gibi birçok konu, dijitalleşmeyle birlikte dönüşüm yaşamıştır. Bu dönüşüm, yazılı basında çalışan profesyonel gazeteciler açısından tehdit olarak görülse de yeni çalışma alanları oluşturduğu için akademisyenler tarafından fırsat olarak değerlendirilmektedir.

Ege Telgraf gazetesi imtiyaz sahibi ve gazeteci Aylin Süphandağlı (Özkesen, 2021), “Gazeteciler Anlatıyor” adlı kitapta dijitalleşmeyle birlikte geleneksel gazeteciliğin güç kaybettiğini öne sürmektedir:

“Söylemesi çok kolay değil ama evet... Evet, gazetecilik ölüyor. Kesik bir damardan kanın vücudu terk etmesi gibi yavaş yavaş çıkıyor hayatımızdan. Bir daha geri dönmek üzere gidiyor. Adına teknoloji diyebilirsiniz bu terk edişin. Sosyal medyanın galibiyeti koyabilirsiniz bu savaşın adını. İnternet galip geldi de diyebilirsiniz. Ne dersiniz deyin, kaybeden her cephede “gazetecilik” olacaktır” (Akt. Özkesen, 2021:30).

Benzer olarak Haber7.com sitesinin “İçerik Sorumlusu” ve “Haber Şefi” İbrahim Günay ile Gazeteduvar.com.tr sitesinin Genel Yayın Yönetmeni Ali Duran Topuz, dijitalleşmenin basılı gazeteleri ortadan kaldırdığına ifade etmektedirler (Medyafaresi, 14 Haziran 2019). Bu görüşlerle birlikte Haber Türk gazetesi (Ciner Yayın Holding) kağıt gazetelerin satışlarının iyice düşmesi, reklam gelirlerinin azalması ve artan baskı maliyetlerini gerekçe göstererek 5 Temmuz 2018 yılında 10 yıllık yayın hayatını sonlandırarak yazılı basından çekilmiştir (NTV, 2 Temmuz 2018). Benzer olarak Star Gazetesi 31.12.2019 yılında basılı gazete yayını son erdirmiştir. Gazetenin Genel Yayın Yönetmeni Nuh Albayrak “Artık, sürdürülebilir ve aktif gazetecilik ancak dijital platformda mümkündür” diyerek dijitalleşmenin karşısında yazılı basın gazeteciliğinin sürdürülemez olduğunu vurgulamıştır (HaberTürk, 31 Aralık 2019).

Yayın hayatına son veren gazetelerin üst yönetimlerinin belirttiği üzere günümüzde yazılı basının karşılaştığı en önemli problemlerden biri finansal zorluklardır. Yazılı medya okuyucularının her geçen gün daha çok dijital medyaya yönelmesi, gazete ve dergilerin reklam ve satış gelirlerini düşürmüştür (Şen,2020; Kılıç, 2021). TÜİK (2021) verilerine göre (Basın İlan Kurumu'nun idari kayıtlarından elde edilen bilgilere göre) gazete ve dergilerin tirajları 2013 yılından günümüze sürekli düşüş eğilimindedir. Bununla birlikte 2020 yılında resmi ilan ve reklam bedelleri de (bir önceki yıla göre) %2,6 azalarak 454 milyon 729 bin 980 TL olmuştur. Buna karşın We Are Social (2020) verilerine göre 2020 yılında Türkiye’de dijital reklam için yapılan toplam harcama 695.8 milyon dolardır.

Gazeteciliğin yaşadığı bu bunalımın tersine akademik çalışmalar, geleneksel gazeteciliğin dijital gazetecilikle birlikte yürütüldüğüne dikkat çekmektedir. Örneğin Yıldırım (2013) dijitalleşmenin gazetecilik üzerindeki yansımalarının ilk başlarda “tehdit” ve “fırsat” çerçevesinde ele alındığını fakat günümüzdeki uygulamaların, geleneksel gazete ve gazeteciliğin yok olacağı hakkındaki görüşleri geçersiz kıldığını belirtmiştir. Fakat bu iyi niyetli görüşe rağmen dijital gazeteciliğin zaman zaman profesyonel gazeteciliği aşındırdığı bilinmektedir. Bu bakımdan Bardoel ve Deuze’un, (2001) altını çizdiği gibi dijitalleşmenin gazetecilik mesleği üzerindeki etkisinin küçümsenmemesi gerekmektedir. Nitekim Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2021) verilerine göre 2018 yılında Türkiye’de toplam gazete sayısı 2463 iken, 2019 yılında 128 gazete kapanmış ve bu sayı 2337’ye düşmüştür. 2020 yılında ise düşüş eğilimi devam etmiştir. Günümüzde Türkiye’de toplam 2164 gazete yayın hayatına devam etmektedir. Basın İlan Kurumu (BİK) (2020) verilerine göre Türkiye’de, yayın hayatına devam eden 2164 gazetenin 1.051 tanesi resmi ilan yayınlama hakkına sahip gazetelerdir. Ve bu gazetelerde çalışan sayısı 2018 yılında 8.683; 2019 yılında 7593; 2020 yılı itibarıyla 7.204 kişidir. 2020 yılında çalışan gazetecilerin ise yalnızca 3.108 tanesi basın kartına sahiptir ve basın kartına sahip gazetecilerin 1.681 tanesi İstanbul’da yaşamaktadır.

Görüldüğü gibi Türkiye’de gazete sayıları, tirajları, reklam-satış gelirleri ve çalışan gazeteci sayıları düşmektedir. Bununla birlikte dijitalleşmenin etkisiyle mesleğini sürdürebilen gazetecilerin yarısından fazlası İstanbul’da ikamet etmektedir. Bu sonuç gazetecilerin ülke geneline orantılı olarak dağılmadığını göstermektedir. Bununla birlikte Gazeteci Kışlalı (Akt. Özen, 2003) basın kartına sahip olmayan, sosyal güvenlik haklarından mahrum ve düşük ücretlerle çalışan gazetecilerin olduğunun da altını çizmektedir.

Günümüzde dijital medya, hammaddesi insan olan bir endüstriye dönüşse de (Kara, 2013) gazetecilik her türlü olumsuz koşullarına rağmen tercih edilen bir meslek olmaktan çık(arıla)mamıştır (Seçkin, 2010). Dinçer vd. (2021) günümüzde 29 ilde bulunan 38 devlet ve 7 vakıf üniversitesinde örgün; 11 tane ikinci öğretim; 3 tane de uzaktan gazetecilik eğitim programının bulunduğunu belirtmişlerdir. Araştırmacılar, gazetecilik bölümlerinin, 2020 yılı itibarıyla devlet üniversiteleri lisans kontenjanının 3300’ünü oluşturduğunu vurgulamışlardır. Yazılı basının içinde bulunduğu bu olumsuz koşullara rağmen dijitalleşme, gazeteciler için yeni fırsatlar doğurmuştur. Yeni iş olanakları (blogger, sosyal medya uzmanlığı vb.) gazeteci adaylarının istihdamına olanak verirken hızla artan

iletişim imkanları günümüzde bağımsız gazeteci sayısını arttırmaktadır. Bu dönüşümün gazetecilerin çalışma pratiklerinde de yeni yönelimler ortaya çıkarttığı bilinmektedir. Bununla birlikte bu dönüşüm; akademisyenlere mesleğin geleceğini değerlendirme fırsatı sunarken (Cohen, 2010), gazeteciliğin kültürel ve toplumsal rolünün yeniden düşünülmesini zorunlu kılmaktadır (Hepp ve Loosen, 2019).

Schudson'un (1995), gazeteciliğin, bireylerin tarafsız, güvenilir haber kaynaklarına duydukları ihtiyaçla yeniden yapılanacağı görüşünden hareketle bu çalışma, dijitalleşmeyle birlikte profesyonel gazetecilik pratiklerinin değer kazanacağını ve teknolojiyle gazetecilik pratiklerini bir arada yürütebilen profesyonel gazetecilerin gelecekte tercih edileceğini savunmaktadır. Nitekim Bardoel (1996), teknolojiyi kullanabilen ya da teknolojiyi fırsata dönüştüren gazetecilere olan ilginin artacağını vurgulamaktadır. Benzer olarak Hep ve Loosen (2019) teknolojiyi kullanabilen geleneksel gazetecilere öncü niteliği yapmaktadır. Buna göre öncü gazeteciler; veri gazeteciliği, açık veri hareketi, veri analitiği gibi çalışmalarını gazetecilik araştırmalarında kullanarak hareket etmektedirler.

Akademi dışında birçok profesyonel gazeteci de gazeteciliğin dönüşümden güçlenerek yükseleceğini ve gelecekte değerlendirileceğini bildirmektedirler:

(Selçuk Sümer) Basını ve bu kötü gidişatın kendisini ancak çalışanların kendisi düzeltecek. Belki de bu çılgınlığın yaşanması lazım. Bir gün patlama noktasına gelinecek ve ondan sonra yeniden bir yükseliş yaşanacaktır (Akt. Örkün, 2003: 232).

(Ümit Gürtuna) Yeni teknolojiler inanılmaz bir şekilde ilerliyor. Sürekli yeni teknolojiler üretiliyor. Basın çalışanları, bu yeni teknolojiyi takip etmek zorunda. Rekabet edebilmek için bunları bilmek zorundasın (Akt. Yücel, 2004:368).

(Varlık Özmenek) İnternet gazeteciliğini profesyonel birikimle amatör olarak yapıyorum. Yani karşılıksız emek veriyorum. Şartlar böyle. Ben şuna inanıyorum, benim ürünüm tamamen profesyonel, fakat internet gazeteciliğinin bugünkü düzlemi tamamen amatör. Bu sektör yeni bir sektör ve gelişmesi gerekiyor. Benim çabalarım bu yönde (Akt. Tilki ve Acil, 2004:377).

Çalışma, geleneksel ve dijital gazetecilik pratiklerinin karşılaştırılması yoluyla dijital çağda gazetecilik meslek pratiklerine odaklanmaktadır. Literatür taramasıyla elde edilen veriler, betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Çalışmanın literatüre katkı sağlaması ve gazetecilik mesleğinin geleceğine yönelik bir tartışma alanı açması beklenmektedir.

### **Dijitalleşmenin Gazetecilik Mesleği Üzerinde Dönüştürücü Etkileri**

Dijitalleşmenin gazetecilik mesleği üzerindeki etkilerini araştıran Bardoel ve Deuze (2001) dijital teknolojilerin gazeteciye demokraside bir aracı güç olarak gereksiz kılma potansiyeline sahip olduğunu fakat bununla birlikte dijitalleşmenin profesyonel gazetecilere geniş bir kaynak yelpazesi ve teknolojik olanaklar sunduğunu vurgulamışlardır. Tüm bu gelişmelerle birlikte günümüzde internetin, kendi gazetecilik türünü yarattığı görülmektedir. İnternette orijinal haber içeriğini toplayan ve dağıtan çevrimiçi gazetecilik uygulamaları özünde diğer gazetecilik türleriyle benzer özellikler taşımaktadır. Belirleyici özelliği ise, çevrimiçi (online) bir iletişim ortamında

uygulanıyor olmasıdır. Araştırmacılar teknolojik gelişmelerle birlikte yaygınlaşan çevrimiçi gazeteciliği, gerçek haberlerin teknolojik dağıtım yöntemleri aracılığıyla bir izleyici kitlesine profesyonel olarak seçilmesi olarak tanımlamaktadırlar. Bu genel tanım, çevrimiçi haberciliğin belirgin bir şekilde teknoloji güdümlü bir bağlamda tartışılmasına neden olmaktadır. Steensen (2010), çevrimiçi gazeteciliğin başarısının ise genellikle etkileşim, multimedya ve hiper metin gibi teknolojik varlıkları ne ölçüde kullandığıyla ölçüldüğünü belirtmektedir.

Çevrimiçi gazetecilik, Deuz'un (2017) tabiriyle "ağ bağlantılı gazeteci"yi inşa etmektedir. Geleneksel gazeteciler için bu yeni rol, 'profesyonel gazeteciliğin bağımsızlığı ve kalitesi için bir tehdit değil, sıkı kurumsal kontrolden kurtuluş' olarak görülmektedir. Çünkü günümüzde haber çalışmaları sadece ofislerden değil internet bağlantısı olan her ortamdan yapılabilmektedir. Bu avantaj haber üretim sürecini mekana bağlı kalmadan sürekli yeniden oluşturmaktadır. Dahası, etkileşimli ve yaratıcı olan yeni medya kültürü koşulları altında, profesyonel gazetecilerle onların izleyicileri, ortak çalışmaya başlamışlardır. Bu birliktelik, gazeteciliğin süreçlerini ve fikirlerin akışını hızlandırırken gazetecilik daha işlevsel ve araçsal olma eğilimindedir. Böylesi bir perspektiften bakıldığında, gazetecilik 'toplumsal gerçekliğe dayalı, toplumla ilgili ve güncel bilgi sağlayan bir toplumsal sistem' olarak tanımlanmaktadır.

Dijitalleşmenin getirdiği birtakım yenilikler, gazetecilik mesleği üzerinde önemli etkiler bırakmakta hatta mesleği dönüştürmektedir. Bu etkenlerden ilki hızlı iletişimdir. Geleneksel gazetecilikte kırılmaya neden olan dijitalleşmeyle birlikte anlık haber akışı hızlanırken, haber yelpazesi genişlemiştir. Akıllı telefon, tablet, laptop gibi taşınabilir ve masaüstü bilgisayar gibi sabit teknolojik araçlarla internetin olduğu her yerden etkileşimli iletişim imkanına sahip olan ve içerik paylaşabilen kullanıcılar, Henderson ve Cremedas'ın (2017) belirttiği gibi günün her saati anlık bilgi talep etmektedir ve yayın yapan haber muhabirleri artık haber bülteni için bilgi tutma geleneksel davranışına girmemeyi tercih etmektedir. "Twitter Etkisi" olarak bilinen bu eğilim, araştırmacıların tabiriyle "muhabirlerin önce bilgileri tweetledikleri ve daha sonra yanlış bilgi için özür diledikleri rutin haber çalışmasında bir değişiklik" sonuçlanmıştır.

Tüm bu koşullar altında Bardeel (1996), alıcının kullanabileceği sürenin az-çok sabit kalmasına rağmen, bilgi sayısındaki ciddi artışın medya tüketicisinde, "zaplama" olarak tabir edilen sabırsız iletişim davranışının ortaya çıkmasına neden olduğunu belirtmektedir. Bununla birlikte haber ve bilginin yayılma hızının giderek artması, gazetecilerin çalışma şeklini de etkilemiştir. Haber yazma, seçim ve işleme için daha az zamana sahip olan gazetecilerin yanı sıra medya tüketicisinin de içerikle ilgili tepkilerini vermeleri için daha kısa süreler tanınmaktadır. Haberin ortaya çıkışı, hazırlanması ve katılanların tepki süreleri hızlandıkça kamusal meselelerin gündemde kalma ömrü de daralmaktadır. Araştırmacı, bu gelişmeyle birlikte gazetecilerin kamusal alanda halkın dikkatini çekme konusunda zorlaştırdıklarını belirtmektedir. Bu bakımdan internetle birlikte artan enformasyonun, haber çeşitliliğinin ve anlık değişen gündemlerin kamusal meselelerinin ömrünü kısalttığı vurgulanmıştır. Benzer olarak Häussler (2019) çevrimiçi tartışmaların daha kapsayıcı hale gelmesine rağmen parçalandığını ve ortak referans noktalarından yoksun olduğunu vurgulamaktadır.

Gazetecilik pratiklerinde dönüşüme neden olan ikinci etken; etkileşimdir. Sosyal ağlar, anlamlı sosyal birim olan aktörler (bireyler, kolektif varlıklar, firmalar, kuruluşlar vb.) ve bu aktörler arasındaki ilişkilerden oluşur. Bu ilişkiler resmi rol ilişkileri, duygusal ifadeler (dostluk, saygı), sosyal etkileşimler, iş akışları, malzeme kaynaklarının transferi (para, mal), bilginin yayınlanması ve geri alınması, malzeme dışı kaynakların akışı (bilgi, tavsiye vb.) gibi etkileşimlerden oluşur (McPherson, vd. 2001). Bununla birlikte yeni medyanın etkileşimli kapasitesi üretici ve alıcı arasındaki ayrımı bulanıklaştırmaktadır. Kitleler sadece başkalarının oluşturduğu medya içeriklerini yorumlamakla veya yanıtlamakla kalmamakta, aynı zamanda kendi medya içeriklerini de oluşturarak ve medya platformlarındaki içeriğe katkıda bulunabilmekte veya bu içerikleri değiştirebilmektedirler (Şen, 2020).

Etkileşim faktörü geleneksel gazetecilik açısından problemleri bir konudur. Bardoel (1996) geleneksel gazetecilikte etkileşimin sağlanmasının zor olduğunu vurgulayarak bu faktörün gazeteciliğin konumuna zarar verdiğini belirtmiştir. Bu sorunu kabul etmekle birlikte Schultz (1999), internetin, gazetecilikte etkileşimli girişimleri artırma potansiyeline sahip olduğunu aktarmaktadır. Araştırmacı, geleneksel gazetecilikte “Editöre Mektuplar” bölümünün, okuyucuların medya içeriklerine verdiği tepkilerden oluştuğunu ve etkileşimli iletişim için doğrudan bir fırsat sunduğunu belirtmiştir. Fakat gazeteciler veya diğer okuyucular (sonraki mektuplarda) ilk iletişime yanıt vermedikçe, iletişimin reaktif kalma problemi vardır. Bununla birlikte Bardoel (1996), etkileşimli hizmetlerin vatandaşlar arasında artan iletişim için bir teşvik sağlayabileceğini belirtmiştir. Nitekim dijital mecraların sunduğu etkileşim özelliği, şikayet hattı gibi uygulamalarla hayata geçirilmeye çalışılmaktadır. Geleneksel gazetecilikte etkileşim faktörünün yaygınlaşmasının ise gazeteciliğin geleneksel rolü olan devlet ile vatandaş arasındaki mevcut dikey iletişim pahasına olacağını ön görmektedir.

Gazetecilik pratiklerinde dönüşümü etkileyen son öge sivil toplumun medyatikleşmesidir. İnternet gibi hizmetler aracılığıyla ortak çıkarlarla birbirine bağlanmış birçok yeni iletişim çemberi, kişilerarası iletişim ile kitle iletişimi arasındaki ‘medya boşluğu’nu yavaş yavaş kapatmaktadır. Diğer bir deyişle, ‘sivil toplum’ da ‘medyatikleştirilmektedir’ ve bu doğrudan medya iletişimi biçimlerinde gazetecilik müdahalesi oldukça azdır (Bardoel, 1996: 57).

İnternetin, farklı sivil gruplar ve sosyal hareketler arasında ağ kurma fırsatlarını artırarak, seferberliği ve daha büyük toplu eylemleri kolaylaştırdığı bilinmektedir. Sivil toplum grupları tarafından internet kullanımının artan sıklığı ve yeterliliği, internetin demokratik kimliğinin kanıtı olarak lanse edilmektedir. İnternet-sivil toplum ilişkisini vurgulayan çalışmalar, çevrim içi ve çevrim dışı faaliyetlerin iç içe geçmesinin demokratik hedefleri ilerlettiğini ve sivil toplum aktörlerinin interneti etkin bir şekilde kullanma istek ve yeteneğini varsaymaktadır (Rao, 2014). Nitekim “Arap Baharı”, “2009 İran Devrimi”, “Wall Street’i işgal et” gibi toplumsal hareketlilik dönemlerinde sivil toplumun teknolojiyi kullanarak görünürlüğünün arttığı bilinmektedir. Modern demokraside yeni medyanın rolü kesin olarak belirlenmemiş olsa da, araştırmacılar Twitter gibi sosyal medya platformlarının kolektif seferberliği mümkün kılma ve sosyal bir hareketin temeli olan ana akım anlatılara meydan okuma yeteneklerini vurgulamaktadır (XU ve Zhou, 2020).



Sivil toplumun dijital medyada “aracısız” olarak görünür hale gelmesi yani medyatikleşmesi sonucu Hep ve Loosen (2019), sivil toplum aktörlerinin doğrudan tabanlarını ve halkı meşgul edebileceklerini belirterek bu odaklanma nedeniyle medyanın konumuyla rolünün ihmal edildiğini vurgulamışlardır. Buna karşın Häussler (2019) sivil toplum aktörlerinin statülerinin diğer aktörler tarafından ciddi şekilde sorgulandığının altını çizmiştir.

### **Dijitalleşmenin Gazetecilik Pratiklerine Etkileri ve Yurttaş Gazeteciliği**

Dijitalleşmeyle birlikte ortaya çıkan yurttaş gazeteciliği kavramıyla, yeni teknolojilerin geleneksel gazeteciye olan ihtiyacı azalttığı ve bir robotun ya da sıradan yurttaşın haberci olabileceği ön görülmektedir (Güz ve Yeğen, 2018). Bu bakımdan sosyal ağlar, sıradan insanların haber üretimi yaptığı görüş ve yorumlarını geniş kitlelerle paylaşabildiği ortamlar haline gelmiştir ve dijitalleşmenin sağladığı bu imkan literatürde “yurttaş gazeteciliği” olarak adlandırılmıştır

1990’ların ilk yarısında Amerika’da görülen yurttaş gazeteciliği, egemen medya baskısı ve hak odaklı yayıncılık talepleri neticesinde ortaya çıkmıştır. Bu gazetecilik türü bir yandan gazetecilik pratiklerini hızla değiştirirken diğer yandan sıradan “yurttaşların” da haberler üreterek, iletişim ağına dahil olmaları sonucunu doğurmuştur. Bu habercilik türünde “vatandaşlar sadece haberin nesnesi olmayı reddetmekte, medyanın onları görmesini beklemeden bizzat kendileri haber üretmektedir” (Arık, 2013).

Yurttaş medyası alanında Güney Kore’de “Her yurttaş bir muhabirdir” mottosu ile kurulmuş olan Ohmynews.com sitesinin yanında Guardian, CNN gibi profesyonel haber medyaları da yurttaşın gönderdiği haberleri paylaşmaktadırlar (Erbaysal Filibeli, 2018). Ek olarak yurttaş gazeteciliği günümüzde merkez medyanın ana haber bültenlerinde kullanılan WhatsApp ihbar hatları gibi uygulamalarla hayat bulmaktadır (Karaman ve Önder, 2017). Bu uygulamada olay yerinde bulunan vatandaşlar, çektikleri görüntüleri haber merkezlerine iletmekte, haber merkezleri de programlarında bu tür içeriklere yer vermektedirler.

Yurttaş gazeteciliği anlayışı, bir taraftan çözüm odaklı demokrasi anlayışıyla paralel bir deneyim olarak görülürken (Uzun, 2006), diğer taraftan haberlerin ihtilafı yapısı nedeniyle eleştirilere neden olmaktadır (Erbaysal Filibeli, 2018). Sosyal medya haberciliğinde etik ilkelerin sorgulanması gerektiği (Karaduman ve Akbulutgiller, 2015) ve haberlerin güvenilirliği, bu eleştirilerin başında yer almaktadır. Örneğin “Değişen Haber Algısı: Kullanıcılar Sosyal Medyada Haberleri Nasıl Değerlendiriyorlar?” adlı çalışmada Algül ve Sütçü (2015), haberin birçok mecra tarafından yayınlanmasının, haber takipçileri tarafından güvenilirlik ölçütü olarak algılanmadığını belirtmişlerdir. Chan’ın (2014) altını çizdiği gibi dijitalleşme haber toplama ve yaymayı kolaylaştırırken daha iyi bir gazeteciliği teşvik etmemektedir. Bununla birlikte araştırmacılar (Taşkiran ve Kırık, 2016; Sine ve Sarı, 2018) günümüzde pek çok gazetecinin sosyal medyayı bir haber kaynağı olarak kabul ettiğini ve bu mecraları kullanma eğilimi sergilediğini belirtmektedirler.

Çalışmada yurttaş gazeteciliğiyle birlikte meslekte ortaya çıkan sorunlar, Bardoel'in (1996) "Beyond journalism: A profession between information society and civil society" adlı çalışması göz önünde bulundurularak sınıflandırılmış ve enformasyon kirliliği, etik ve güvenilirlik sorunları, kısa süreli popülist gündemler olarak üç başlık altında derlenmiştir. Bu sorunların gelecekte dosya/haber takibi, filtreleme, güvenilirlik, kamusal meseleleri çok boyutla tartışma gibi gazetecilik pratiklerine duyulan ihtiyacı arttıracığı ön görülmektedir. Çalışmada gazetecilik pratiklerinin önemini aktarırken profesyonel gazetecilerin deneyimlerine başvurulmuştur.

### ***Enformasyon kirliliği***

Dijital mecralarda amatör haberciler ya da sıradan insanlar anlık reflekslerle içerik üretebilmekte ve içerik üretimi sürecinde herhangi bir kriter şart koşulmamaktadır. Medya okuryazarı olan kişilerin haber içeriklerini üretebilmesi çoğu zaman enformasyon kirliliğine yol açmakta ve kamunun seçilmiş haberlere olan ilgisini arttırmaktadır (Yurdağül ve Yüksel, 2012; Kılıç, 2021).

İletişim teknolojisindeki gelişmelerde enformasyon çeşitliliği her ne kadar demokrasinin gereği olarak çok sesliliği ortaya çıkarsa da yoğun enformasyon arasında kaybolma, bilgi kirliliği, yalan haberin yayılması gibi birçok olumsuzlukları da bünyesinde barındırmaktadır (Kılıç, 2021). Bununla birlikte dijital mecralarda doğrulanmayan enformasyonun, kamuoyu güvenini zedeleyerek bilgi kirliliği yaratması nedeniyle gündemi takip etmenin zorlaştığı bilinmektedir. Nitekim Bardoel (1996), dijitalleşme sonucu ortaya çıkan anlık değişen gündemlerle sayısız enformasyon akışında bir gazetecilik pratiği olan filtrelemeye duyulan ihtiyacın artacağı ve gazetecilerin gelecekte önemli fonksiyonlar üstleneceğini ön görmektedir.

Gazeteciliğin temel prensibi hangi bilginin güvenilir ve kullanılabilir olduğunun tespitinde yatmaktadır. Bir sonraki aşama ise bu bilginin nasıl kullanılacağına bilinmesidir (Çöteli, 2017). Profesyonel gazetecilikte, gazetecinin haber konusunu takip etmeye başlamasından, genel yayın yönetmeninin yayınlanacak haberlerle ilgili son kararı vermesine kadar geçen sürede 'eşik bekçiliği' adı verilen bir dizi filtreleme ve eleme işlemi yapılmaktadır. Güncellik, anlam ve bilginin yönlendirdiği bu seçme ve eleme sürecinde gazeteciler haberleri yayınlarken haber değeri adı verilen belirli kriterleri (doğruluk, anındalık, zaman sınırlaması, görsel estetik, yasal, güvenlik, teknolojik ve ekonomik sınırlamalar, reklam vb.) göz önüne alırlar (Türk vd., 2013).

Gazeteci Mehmet Muhsinoğlu ve Gazeteci Doğan Bulgun meslekte filtrelemenin önemini şu şekilde anlatmıştır:

(Mehmet Muhsinoğlu) *Gazetelerdeki filtre sistemi, süzgeç sistemi çok ciddi çalışmalı. Eskiden genel yayın müdürleri, birinci sayfanın sürmanşetinden başlayıp spor sayfasının son satırına kadar, ilk baskıyı, bizim meyhane baskısı dediğimiz nüshaları okumadan evlerine gitmezlerdi. Onları gecenin bir vakti matbaadan çıkışlarında, ayak seslerinden komşuları tanırdı (Akt. Erçetin, 2004: 256).*



(Doğan Bulgun) *Yapacağımız haberde ülke ve toplum menfaatlerini gözetmeliyiz. Halk istedi diye magazinleşmeye gidilmemeli. Bugün bize haberi aktaranların, yani iletişim deyimi ile 'eşik bekçileri'nin bu işi zaman zaman iyi yapamadıklarını ve taraflı yaptıklarını düşünüyorum (Akt. Çelik ve Nas, 2005:115).*

Dijital ağların anlık ve kontrolsüz haber akışına karşın gazeteciler, filtrelenerek seçilmiş haber dosyalarının takibini bir prensip olarak benimsemektedirler. Dijital ağlarda yaygın görülen yurttaş gazeteci şeklinde anılan sıradan insanlar, haber takibi yapamamaktadır. Becan (2018), haberlerin ve diğer bilgilerin güncelliğini birkaç saate kadar koruyabildiği için haber takibinin artık bir işe dönüştüğünün altını çizmiştir.

Gazeteci Selçuk Altan, gazetecilik mesleğinde haber/dosya takibinin önemine özel önem atfetmiştir:

*Bir haber yaparsınız, yaptığınız bu haberin yankıları da devamı da önemlidir. Haber bir defalık değildir. Haberden sonra ne tür gelişmeler olmuş, haberin etkileri ne olmuş, ona da bakmamız gerek. Diyelim birisi yolsuzluk iddiası ile mahkemeye verilmiştir ve siz bu olayı haber olarak yazarsınız. Ama bu haberin devamını izlemezseniz, yaptığınız iş gazetecilik değildir. Mahkumiyet kadar aklanma da önemlidir. Diyelim çok ünlü bir bilim adamı suçlanmış olsun, siz o haberi verip, daha sonra mahkemede aklanağında dair haberi vermezseniz, ya da iç sayfalarda ufak bir haber olarak verirseniz, meslek ilkelerine aykırı davranmış olursunuz. Bazen haberciler olmamış bir şeyi olmuş ya da olmuş bir şeyi olmamış gibi gösteriyorlar; aslında böyle arkadaşlara da haberci dememek lazım (Akt. Coşkun ve Esirgemez, 2003:145).*

Bu sorunlarla birlikte dijital ağlar, enformasyon içeriklerinin sosyal ağ kullanıcıları tarafından filtrelenmesini mümkün kılmaktadır. Bu fonksiyona göre sosyal ağ kullanıcıları içerikleri kendi ilgi alanlarına göre sınırlayabilmektedir. Fakat Aiello vd., (2012), McPherson, vd. (2001), Bisgin vd. (2012), Xu ve Zhoulou (2020) yaptıkları çalışmalarda sosyal ağlarda filtrelemenin homofiliye yol açabileceğini öne sürmektedir. Araştırmacılar dijital ağlarda birbirine yakın olan kullanıcılar arasında önemli bir düzeyde benzerlik bulmuşlardır. Araştırma sonuçlarına göre; benzer ilgi alanlarına sahip kullanıcıların arkadaş olma olasılığının daha yüksek olduğunu, kendilerine benzer görüşleri dile getiren diğerleriyle bağ kurarak yeni bağlantılar oluşturduklarını belirtmişlerdir.

Kılıç (2018) dijital ağlarda editoryal süreçlerin esnek veya hiç olmamasının, çok seslilik ve basın özgürlüğü açısından olumlu olduğunu fakat kasıtlı olarak yanlış bilgi vermeyi ifade eden dezenformasyon gibi olumsuzlukların da haberde daha fazla görülmesine ve dolayısıyla bilgi kirliliği yaratarak kamuoyunun güveninin azalmasına yol açtığını belirtmektedir. Bu soruna karşı dijital mecralarda yalan/sahte haberlerle mücadele kapsamında haber teyit/doğrulama platformları oluşturulmaktadır. Kavaklı (2019), bu platformları çevrimiçi söylenti ve asılsız haber/hikayelere odaklananlar (örn. Snopes.com., Hoax-Slayer), politik/kamusal beyanlara odaklananlar (örn. FactCheck.org, PolitiFact), belirli konular/çatışmalar üzerine odaklananlar (örn. #RefugeeCheck, TruthBe Told) olmak üzere 3 başlıkta aktarmıştır. Türkiye'de ise; doğrulukpayi.com, teyit.org, dogrula.org, bilimkazani.org doğrulama sitelerine örnek gösterilebilir.

### **Etik ve güvenilirlik sorunları**

Chan (2017) dijitalleşme ile birlikte intihal, doğrulama eksikliği gibi etik olmayan gazetecilik uygulamalarının birçok ülkede endişe verici şekilde arttığını belirtmektedir.

İntihal, dijital ağlarda yaygın görülen bir sorun olarak değerlendirilmektedir. Erdoğan'ın (2018) belirttiği gibi dijital mecralarda içerik üreten özgün yazarın kim olduğunu belirlemek zordur. Araştırmacı bir internet kaynağından alıntı yapmak ile başkasının içeriğini kopyalamanın birbirinden güçlkle ayırt edildiğini ve her ikisi arasındaki farkın kolayca tespit edilemediğini belirtmektedir. Bununla birlikte dijital medya platformlarında güvenilirlik başlı başına belirsizlik taşımaktadır. Çünkü dijital mecralarda yer alan sosyal ağ kullanıcılarının yaş, cinsiyet, eğitim ve sosyal statü gibi bilgileri gerçeği yansıtmayabilir. Dahası, bireyler ilgi alanlarını, beğenilerini, düşüncelerini, bakış açılarını, vb. paylaşırken kim oldukları ya da paylaşılan içeriklilerin doğruluğu belirsiz olmaktadır (Bisgin vd., 2012). Buna karşın Henderson ve Cremedas'in (2017) altını çizdiği üzere gazeteciler halkın güvenini sürdürmenin bir yolu olarak gerçeklerin doğrulanmasına büyük değer vermişlerdir.

Dijital medyada intihalin yanında haber doğrulatma problemi de bir etik sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Gazeteci Turgay Üçöz, Kemal Bağlum, Selçuk Altan ve Mehmet Ali Kışlalı geleneksel gazeteciliğin en önemli unsurlarından birinin haberin doğrultulması olarak görmekteirler.

(Turgay Üçöz) Kaynak anlamında haberi doğrulatmak önemlidir. Aldığınız haberi hemen yazmak bence meslek ilkelerine aykırıdır. Çünkü ertesi gün o haber yalanlanır ve siz sıkıntıya düşebilirsiniz. Haber mutlaka ikinci kanallardan teyit edilip doğrulanmalıdır. Sonra haberde yorum yapmamak gerekir. Yorum başkasına bırakılmalıdır. Haber ne ise o verilmelidir (Akt. Yıldırım ve Nara, 2003:183).

(Kemal Bağlum) Haber yalnızca bir kaynaktan değil birkaç kaynaktan doğrulanmalı (Akt. Tuncay ve Yılmaz, 2003: 302).

(Selçuk Altan) Gazeteciler, sadece haber peşinde koşmazlar, bazen de haberler gazetecilere getirilir. Birisi size gelip haber değeri olan bir şeyi anlatırsa haber size gelmiş olur ama siz bu haberi hemen oturup yazamazsınız, haberi ancak birkaç kaynaktan kontrol ettikten sonra yazabilirsiniz (Akt. Coşkun ve Esirgemez, 2003:146).

(Mehmet Ali Kışlalı) Bir haber birçok yönüyle izlenir, objektif olarak belli bir üslupla yazılır. Gazetecilikte bundan daha önemli hiçbir şey olamaz (...) Teknik olarak haberin nasıl oluşturulacağına dair kurallar vardır. Haberin nasıl araştırılacağına, nasıl yazılacağına dair kurallar. Çok basit anlamda haberin çeşitli yönleri araştırılmalı, bunlar haberde yer almalı, haber birkaç kaynaktan doğrulatılmalıdır (Akt. Özen, 2003:48-49).

Dijital mecralarda haber intihalleri, bazı kişi ya da grupların haberlerde eksik/yanlış temsilleri, özel hayata ve kişilik haklarına müdahale, haber kaynağıyla ilgili etik ihlaller, haber-reklam-yorum ayırımının yapılamaması gibi konular öne çıkmaktadır (Korap Özel ve Deniz, 2019). Buna karşın profesyonel gazetecilerin meslekte etik ilkeleri ön plana çıkarttığı görülmektedir:

(Selçuk Altan) Asla hakaret kastı ile veya kasıtlı haber yapmamalısınız, tabii övgü amacıyla da. Haberi açık bir dille ve anlaşılır şekilde yazmalısınız (Akt. Coşkun ve Esirgemez, 2003:146).

(Nazmi Bilgin) Etik değerleri olan yollardan haber toplanmalı. Onun dışındaki yöntemlerle alınan hiçbir haberin geçerliliği olamaz. Bence gizli kamerayla alınan haber, haber değildir. Haber kaynağının izni ve bilgisi olmadan haber yapmazdık biz. Çünkü haber alma hakkı kadar cevap verme hakkı da kutsaldır. Haberden daha değerli olan, insan ve ahlakıdır (Akt. Özdil ve Sıtkı, 2004:285).

(Bekir Çiftçi) O zaman gazeteleri gazeteciler çıkarırdı. Etik ön planda tutulurdu. Tabak çanak, piyango bileti, indirim kuponu değil, okumak üzere gazete alırdınız. Yalan yanlış, maksatlı habere, bozuk Türkçe'ye ağır yaptırımlar uygulanırdı. Sansasyona değil, gerçeğe önem verilirdi (Akt. Kaplan, 2004:90).

(Ali Abalı) Yorumcu kendine göre, kendi gözlüğüne göre orada yorum yapmaya çalışır. Ama haberci, gördüğü şeyi yazar. Soyut değil, gerçek bilgilere dayanarak yazı yazar. Habercinin yazdığı daha doğru ve nesnelir. Yorumcu uzatır, çeker, başka kılığa sokar haberi (Akt. Şengönlü ve Erözden, 2003:287).

### ***Kısa süreli popülist gündemler***

Gazetecilik mesleği kamusal gündemi çok boyutlu tartışma imkânı sunmaktadır. Demokratik bir sistemde bireylerin ve toplumun farkı türden bilgi ihtiyacını gideren ve yeni ilgi alanları yaratan bir meslek olan gazetecilik, demokratik bir sistemde tartışmayı esas almaktadır (Henderson ve Cremedas, 2017; Fatih, 2012).

Bardoel (1996), dijital ağlar ve haber kaynaklarının fikir oluşturma ve karar alma biçimlerine bir alternatif sunamayacağını fikrini desteklemektedir. Araştırmacıya göre her ne kadar dijital kanallar kısa ömürlü popülist kampanyalar sürdürebilse de geleneksel gazeteciliğin sunduğu bakış açılarına yer veremeyecektir.

Dijitalleşmenin hız faktörü nedeniyle çevrimiçi ağlarda gündem uzun süre tutulamamakta ve daha çok kısa süreli popülist gündemler oluşmaktadır. Fakat iyi işleyen bir demokrasinin varlığı, sosyal ve politik konularda müzakere için bilgi sahibi olmaları durumunda söz konusu olabilir. Geleneksel gazetecilik mantığına göre bu bilgiye erişimin vatandaşlar açısından en kolay ve maliyetsiz kaynağı gazetecilerdir. Kar amacı gütmeyen sunulan ve kamusal bir hizmet olan haberler, gazete/TV yöneticilerinin rehberliğinde haber odası içinde alınan bir dizi karardan oluşur. Gazetecilerin izleyicilere bilmeleri gerekenleri anlatma sürecini içeren haber kararlarını ise çeşitli sosyal, ekonomik ve teknolojik faktörler şekillendirmektedir (Henderson ve Cremedas, 2017).

Birçok gazeteci demokratik bir sistemin işlerliği konusunda gazetecilik mesleğine büyük değer atfetmiş ve kamuoyu oluşturma/kamusal tartışma yürütme konusunda işlevine dikkat çekmiştir. Gazeteci Mustafa İstemi, demokratik bir sistemde gazetecilerin/basının gerekliliğinin altını çizmiş ve mesleğin önemini vurgulamıştır:

Demokratik bir sistemde basın olmaması kabul edilemez ve muhakkak bugünden çok daha ilerde gerçek bir basın muhakkak olacak (Akt. İpek ve Şahin, 2004: 207).

Benzer olarak Gazeteci Mehmet Muhsinoğlu, gazetecilik mesleğinin temel fonksiyonun kamuoyunu bilgilendirmek olduğunun altını çizmiştir:

Bu noktada bizim kamuoyunu aydınlatma, kamuoyu adına araştırma, inceleme yapma, muhatapını sorgulama, edindiğin bilgiyi mümkün olan objektif ölçüler içinde kamuoyuna yansıtma gibi, temel fonksiyonlarımız vardır (Akt. Erçetin, 2004: 255).

Gazeteci Hüdaî Bayık'a göre, gazetecinin kamuoyu oluştururken yönlendirme yapmaması ise mesleki bir etik ilkedir:

Gazeteci kamuoyu oluşturabilir yayınlarıyla ama kamuoyunu şartlandıramaz. Bu tür bir gazetecilik de 'kimin arabasına binerse onun türküsünü söyler' kabilinden bir gazeteciliktir. Kabul görmemesi gerekir (Akt. Karadenizli, 2004: 195).

Gazeteci Elvan Feyzioğlu, gazeteciliğin kamuoyu nezdinde bilgilendirme görevini yerine getirirken farkındalık yaratma fonksiyonunu vurgulamış ve mesleğin sosyal katkısını dile getirmiştir:

*Gazeteciliğin en şahane yanı budur bence. "İnsanı anlamak, 'empati kurmak' farkındalık yaratmak" (Akt. Özkesen, 2021:66).*

Akademide olduğu gibi profesyonel gazeteciler de gazetecilik mesleğinin kamuoyu bilgilendirme işlevine büyük önem atfetmişler ve demokratik sistemlerde olmazsa olmaz bir işlev olarak bu ögeyi vurgulamışlardır.

### Değerlendirme ve Sonuç

Web 2.0 teknolojisiyle çift yönlü iletişime yani etkileşime olanak sağlayan yeni iletişim teknolojileri ve buna bağlı olarak çeşitlenen sosyal medya platformları; enformasyon paylaşımı, sosyal topluluklar oluşturma, yorumlama/beğeni gibi etkileşimi ve katılımı artırıcı özellikleriyle geniş sosyal ağlar oluşturmuştur. İletişime yönelik teknolojilerin ortaya çıkması ve yayılması; internete hem teknik hem de ekonomik olarak erişimin kolaylaşması; bilgisayarların yanı sıra laptop, tablet ve akıllı telefonların ortaya çıkışıyla erişimin taşınabilirliği sosyal medya platformlarının (Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok v.b.) kullanıcı sayılarını her geçen gün arttırmıştır.

Yeni medya; düşük maliyeti, teknik özellikleri ve kullanım pratikliğinin yanı sıra çoğulculuğu ve katılımı teşvik etmesi, demokratik iklim ve özgürlük alanı sunması gibi nedenlerle bireylerden ilgi görmekte ve geleneksel medyaya karşı bir alternatif olarak tercih edilmektedir. Bununla birlikte yeni medyanın gazetecilerin mesleki yeteneklerini artırıcı işlevleri de bulunmaktadır. Web siteleri, e-posta/whatsapp grupları, bloglar, bağımsız yayınlar gibi yeni uygulama alanları bulan gazeteciler profesyonel haber çalışmalarını, görüşlerini kişisel hesaplarından yayımlayabilmektedir. Bir taraftan kurum dışından ya da kuruma bağlı olmadan gerçekleştirilen haber çalışmaları serbest gazeteciliğe imkan sağlarken diğer taraftan bu kolaylaştırıcı şartlar altında gazeteciler daha hızlı haber teslimi yapmakta, kaynaklara ve bilgilere daha iyi erişim sağlamakta ve hizmet ettikleri halkla daha fazla etkileşim imkanına kavuşmaktadır.

Yeni medyanın gazetecilik mesleğine ve gazetecilere sunduğu tüm bu fırsat ve avantajlara rağmen yayınlanan içeriklerde intihal, doğrulama eksikliği, güvenilir olmayan haber kaynakları gibi etik olmayan sorunlarla karşılaşılabilir. Dijitalleşmeyle birlikte ortaya çıkan iletişim yoğunlaşmasında gazetecilerin kamusal tartışmaları gündemde tutamaması demokratik toplumlarda önemli bir sorun olarak görülmektedir. İçerik üretimi sürecinde herhangi bir kriter olmaması, anlık ve kontrolsüz haber akışı, enformasyon kirliliği, yalan haberin yayılması, haber-reklam-yorum ayrımının yapılamaması gündemi takip etmeyi zorlaştırmaktadır.

Bu çalışma; dijital medya platformlarının bilgi ve haber dağıtımını için geleneksel medyadan daha özgür ve daha demokratik bir alan açtığını savunmakla birlikte bu kanalların; güvenilirlik, filtreleme, kamusal tartışmaları daha uzun süre tutabilme, tartışma/

müzakere yaratabilme gibi geleneksel gazetecilik pratiklerine olan ihtiyacı her geçen gün arttıracığına vurgu yapmaktadır. Buna bağlı olarak veri gazeteciliği, öncü gazetecilik, robot gazetecilik gibi yeni kavram ve bakış açılarıyla dijitalleşmenin gazetecilik mesleğine olan etkilerini incelemek ve gazeteciliği yeniden kavramsal ve teorik bir temele oturtmak için ulusal ve uluslararası bilim dünyası akademik çalışmalarını sürdürmektedir.

### **Kaynakça**

Algül, A. ve Sütcü, S. C. (2015). Değişen haber algısı: kullanıcılar sosyal medyada haberleri nasıl değerlendiriyorlar?. *Global Media Journal TR Edition*, 6 (11), 18-34.

Arık, E. (2013). Yurttaş gazeteciliğinin günümüzdeki görünümü: Twitter gazeteciliği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (36), 273-287.

Atalay, G. (2003). Jülide Gülizar, İçinde S. Coşkun (Editör), *Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler 1.* (ss. 148-165). Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.

Bardoel, J. (1996). Beyond journalism: A profession between information society and civil society. *European Journal Of Communication*, 11(3), 283-302. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0267323196011003001>.

Bardoel, J., ve Deuze, M. (2001). Network journalism: Converging competencies of old and new media professionals. *Australian Journalism Review*, 23(2), 91-103.

Basın İlan Kurumu (2021 Temmuz 12). Basın ilan kurumu 2020 basın çalışanları istatistikleri açıklandı. <https://bik.gov.tr/wp-content/uploads/2020/08/Basin-Istatistikleri-2020.pdf>.

Becan, C. (2018). Sosyal medya bağımlılığının haber takibi motivasyonları üzerine etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 238-256.

Bisgin, H., Agarwal, N., & Xu, X. (2012). A study of homophily on social media. *World Wide Web*, 15(2), 213-232.

Chan, Y. (2014). Journalism and digital times: Between wider reach and sloppy reporting. *Digital Journalism: Making News, Breaking News*, 107-111.

Coşkun, S. Esirgemez, M. (2003). Selçuk Altan, İçinde S. Coşkun (Editör). *Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler 1.* (ss. 126-147). Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.

Çelik, B. ve Nas, N. F. (2005). Doğan Bulgun, İçinde S. Coşkun (Editör). *Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler 2.* (ss. 104-115). Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.

Çöteli, S. (2017). İnternet gazeteciliği, takip ve güvenilirlik kıstasları. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 7(4), 25-38.

Deuze, Mark (2017). Considering a possible future for digital journalism. *Revista Mediterránea De Comunicación/Mediterranean Journal Of Communication*, 8, 9–18.

Dinçer, Ö., Kaderoğlu Bulut, Ç. ve Çomu, T. (2021). Türkiye’de yükseköğretim politikaları bağlamında gazetecilik bölümleri: Karşılaştırmalı bir inceleme. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (37), 193-214.

Erbaysal Filibeli, T. (2018). Kullanıcı türevli içerik ve yurttaş medyası: Haberin dönüşümü, sınırlar ve olanaklar. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi Özel Sayısı*, 453-469.

Erçetin, Ç. (2004). Mehmet Muhsinoğlu. İçinde S. Coşkun (Editör), *Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler 2.* (ss. 234-257). Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.

Ergun, M. (2003). Savaş Kıratlı. İçinde S. Coşkun (Editör), *Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler 1.* (ss. 212-221). Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.

Güz, N. ve Yeğen, C. (2018, 18-19 Ekim). Bir dijital gazetecilik biçimi: Robot gazetecilik. *International Symposium on Communication in the Digital Age - Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Mersin, Türkiye.

Habertürk gazetesi cuma kapanıyor (Yazılı basın, dijitale yeniliyor) (2018, Temmuz 2). NTV. <https://www.ntv.com.tr/ekonomi/haberturk-gazetesi-kapaniyor-cuma-son-gun,NVcwzAGHQEmRWtvB4VXqqQ>.

Häussler, T. (2019). Civil society, the media and the internet: Changing roles and challenging authorities in digital political communication ecologies. *Information, Communication & Society*, 1-18. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2019.1697338>.

Henderson, K., & Cremedas, M. (2017). Are traditional journalism principles still alive and well in today’s local tv newsrooms?. *Electronic News*, 11(4), 245-262, <https://doi.org/10.1177/1931243117694673>.

Hepp, A. ve Loosen, W. (2019). Pioneer journalism: Conceptualizing the role of pioneer journalists and pioneer communities in the organizational re-figuration of journalism. *Journalism*, <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1464884919829277>.

İnternet medyası yazılı basını bitirir mi? İnternet medyası bu konuda ne düşünüyor? (2019, Haziran 14). *Medyafaresi*: <https://www.medyafaresi.com/haber/internet-medyasi-yazili-basini-bitirir-mi-internet-medyasi-bu-konuda-ne-dusunuyor/911392>.

İpek A. Ve Şahin, T. (2004). Mustafa İstemi. İçinde S. Coşkun (Editör), *Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler 2.* (ss. 258-275). Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.

Kaplan, S. (2004). Bekir Çiftçi. İçinde S. Coşkun (Editör), *Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler 2.* (ss. 84-97). Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.



Kara, T. (2013). Sosyal medya endüstrisi. Beta Yayıncılık.

Karadenizli, E. (2004). Hüdai Bıyık. İçinde S. Coşkun (Editör), Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler 2, (ss. 188-201). Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.

Karaduman, M. ve Akbulutgiller, B. (2015). Gazetecilerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal medyada etik gözetimi: Antalya ili örneği, International Journal Of Social Sciences And Education Research, 2(3), 732-747.

Karaman, M., & Önder, M. (2017). Yurttaş gazeteciliğinin ana akım medyaya etkisi: Whatsapp ihbar hatları örneği. Erciyes İletişim Dergisi, 5(2), 164-180.

Kavaklı, N. (2019). Yalan haberle mücadele ve internet teyit/doğrulama platformları. Erciyes İletişim Dergisi, 6 (1), 663-682.

Kılıç, N. (2021). Yeni medyanın dönüştürdüğü gazetecilik. İçinde T. Erdoğan ve F. Sansar (Editörler), İnsan ve Toplum Bilimlerinde Akademik Çalışmalar, Livre de Lyon.

McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook, J. M. (2001). Birds of a feather: Homophily in social networks. Annual Review Of Sociology, 27(1), 415-444.

Örkün, İ. (2003). Selçuk Sümer. İçinde S. Coşkun (Editör), Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler 1, (ss. 222-233). Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.

Özgül, Y. ve Sıtkı, B. (2004). Nazmi Bilgin. İçinde S. Coşkun (Editör), Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler 2, (ss. 276-295). Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.

Özel E. K. ve Deniz Ş. (2018). “Google gazeteciliği” mi “empati editörlüğü” mü?: Gazetecilikte SEO editörlüğü ve dönüşen gazetecilik pratikleri üzerine bir araştırma. Akdeniz İletişim, (30), 164 - 190.

Özen, C. (2003). Mehmet Ali Kışlalı. İçinde S. Coşkun (Editör), Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler 1, (ss. 36-59). Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.

Özkesen, Ahmet Yener (2021). Gazeteciler anlatıyor: 50 profesyonel gazetecinin mesleki anıları, İkilem.

Rao, S. (2014). Covering rape in shame culture: Studying journalism ethics in india's new television news media. Journal Of Mass Media Ethics, 29(3), 153-167.

Schudson, M. (1995). The power of news. MA: Harvard University Press.

Schultz, T. (1999). Interactive options in online journalism: A content analysis of 100 us newspapers. Journal of Computer-Mediated Communication, 5(1).

Seçkin, G. (2010). 2000 yılında Türkiye’de gazetecilerin ekonomik ve sosyal statüsü. Global Media Journal, (1),1.

Sine, R. ve Sarı G. (2018). Profesyonel gazetecilerin gözünden sosyal medya ve habercilik ilişkisi. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (AKİL), (30), 364-384.

Solop, F. I., & Wonders, N. A. (2016). Data journalism versus traditional journalism in election reporting: An analysis of competing narratives in the 2012 presidential election. *Electronic News*, 10 (4), 203-223, <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1931243116656717>.

Star ve Güneş'ten Kağıda Veda (2020, Aralık 31). Haber Türk: <https://www.haberturk.com/star-gazetesi-kapandi-gunes-gazetesi-aksam-in-eki-oldu-2554428>.

Steensen, S (2013). The return of the “humble 1”: The bookseller of kabul and contemporary norwegian literary journalism. *Literary Journalism Studies* 5(1): 61–80.

Şen, A. F. (2020). Bir dijital gazetecilik uygulaması olarak video gazeteciliği ve çevrimiçi haber videoları. İçinde Ö. Erkmen, B. Ataman, B. Çoban (Editörler), *Yeni gazetecilik: mecralar, deneyimler, olanaklar*, (ss. 177-214). Kafka Kitap.

Şengönül, A. Ve Erözden, Z. (2003). Ali Abalı. İçinde S. Coşkun (Editör), *Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler 1*, (ss. 278-193). Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.

Taşkıran, İ. ve Kırık, A. M. (2016). Gazetecilerin sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanımı: Medya profesyonellerinin bakış açılarını tespit etmeye yönelik bir araştırma, *Intermedia International E-Journal*, 3 (4) , 213-241, <https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/Intermedia/Issue/33912/375369>.

Tilki, İ. Ve Acil, S. (2004). Varlık Özmenek. İçinde S. Coşkun (Editör), *Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler 2*, (ss. 370-383). Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.

Tuncay, S. ve Yılmaz, S. (2003). Kemal Bağlum. İçinde S. Coşkun (Editör), *Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler 1*, (ss. 294-303). Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.

Türk, M., Bıyık, A., Güven, A. ve İşi, A. (2013). Türk gazetecilerin haber yayınlama kriterlerine yönelik bir araştırma. *Humanities Sciences*, 8 (4), 321-331, <https://dergipark.org.tr/en/pub/nwsahuman/issue/19921/213206>.

Türkiye İstatistik Kurumu (2021, 17 Haziran). Yazılı medya ve uluslararası standart kitap numarası istatistikleri, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Print-Media-and-International-Standard-Book-Number-Statistics-2020-37204>.

Uzun, R. (2006). Gazetecilikte yeni bir yönelim: Yurттаş gazeteciliği, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 633-656.

We Are Social (2021 May 27). Digital in 2021 global overview report. <https://wearesocial.com/digital-2021>.

We Are Social (2021 May 27). Digital in Turkey. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey>.

Wright, D. K. & Hinson, M. D. (2012). Examining how social and emerging media have been used in public relations between 2006 and 2012: A longitudinal analysis. *Public Relations Journal*, 6(4), 1-42.

Xu, S., & Zhou, A. (2020). Hashtag homophily in twitter network: Examining a controversial cause-related marketing campaign. *Human Behavior*, 102, 87-96.

Yıldırım, A. Ve Nara, N. (2003). Turgay Üçöz. İçinde S. Coşkun (Editör), *Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler 1*, (ss. 174-191). Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.

Yıldırım, B. (2013). Gazeteciliğin dönüşümü: Yöndeşen ortam ve yöndeşen gazetecilik. *Selçuk İletişim*, 6 (2), 230-253. <https://dergipark.org.tr/en/pub/josc/issue/19020/200645>.

Yurdagül, Y., ve Yüksel, H. (2012). Gazeteciliğin dönüşümü: Yeni medyaya entegrasyon sürecinde değişen habercilik pratikleri. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (18), 140-161.

Yücel, Z. (2004). Ümit Gürtuna. İçinde S. Coşkun (Editör), *Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler 2*, (ss. 360-369). Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.

***Destekleyen Kurum/Kuruluşlar:*** Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır.

***Çıkar Çatışması:*** Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.