

DİJİTAL ÇAĞDA HABERCİLİK

Kuram ve Uygulamada Yeni Yönelimler

Editörler

Dr. Zafer ÖZDEMİR

Dr. Aysel ÇETİNKAYA

Bilim Kurulu

Prof. Dr. Nüket GÜZ (Beykoz Üniv.)

Prof. Dr. Suat GEZGİN (İstanbul Üniv.)

Prof. Dr. Aslı YAPAR GÖNENÇ (İstanbul Üniv.)

Prof. Dr. Emel BAŞTÜRK (Kocaeli Üniv.)

Doç. Dr. Necmi Emel DİLMEN (Marmara Üniv.)

Doç. Dr. Tolga KARA (Marmara Üniv.)

Doç. Dr. Mustafa YILMAZ (Kocaeli Üniv.)

Doç. Dr. İhsan KARLI (Kocaeli Üniv.)

Dr. Öğr. Üyesi Gamze YETKİN CILIZOĐLU (Kocaeli Üniv.)

DOR

YAYINLARI

İSTANBUL 2019

Kitabın Adı

Dijital Çağda Habercilik

Editörler

Dr. Zafer ÖZDEMİR - Dr. Aysel ÇETİNKAYA

Yayın No 0238

ISBN 978-975-353-561-8

Basım Yılı 2019**Kapak Tasarımı**

Esra KAYAPINAR

Yayıncı

DER Kitabevi Yayınevi ve Dağıtım Paz. Ltd. Şti.
Molla Fenari Sokak, Der Han 28/A, 34410 Çağaloğlu - İSTANBUL.
Tel: (0212) 527 01 65 - 511 51 90 / Faks: (0212) 511 47 76
e-posta: der@der yayinevi.com.tr / info@der yayinevi.com.tr
www.deryayinevi.com.tr

Sertifika No: 12158

Şubelerimiz

Der Kitabevi Sahaflar Çarşısı No: 1 Beyazıt / İSTANBUL
Tel: (0212) 513 55 75

Derin Kitabevi Sahaflar Çarşısı No: 3 Beyazıt / İSTANBUL
Tel: (0212) 513 18 20

Basım / Cilt

Birlik Ozalit

Nispetiye Mah. Birlik Sokak No:2 Yücel Sokak Girişi
Nevin Arıcan Plaza Levent-İstanbul

Sertifika No: 20179

Copyright © Bu kitabın, tüm hakları Der Kitabevi Yayınevi ve Dağıtım Paz. Ltd. Şti'ne aittir. Yayınevinin yazılı izni alınmadan tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla basımı, yayımı, kopyalaması, çoğaltımı veya dağıtımı yapılamaz.

İÇİNDEKİLER



SUNUŞ VII

BİRİNCİ BÖLÜM

DİJİTALLEŞME VE İLETİŞİMDEKİ DÖNÜŞÜM

DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE İLETİŞİM VE
HABERCİLİĞİN EVRİMİ

Zafer ÖZDEMİR3

DİJİTAL ÇAĞDA BİLGİNİN AKTARIM SÜRECİ

Işıl ÇOBANLI ERDÖNMEZ21

DİJİTAL ÇAĞDA MEDYANIN KÜRESELLEŞMESİ VE
YENİ MEDYANIN EKONOMİ POLİTİĞİ

Sevim AYIK.....35

İKİNCİ BÖLÜM

HABERCİLİKTE YENİ KAVRAMLAR VE ÜRETİM PRATİKLERİ

DİJİTAL HABERCİLİK DÖNEMİNDE YURTTAŞIN İÇERİK
ÜRETİMİNE KATILIMI: KAVRAMLAR, TARTIŞMALAR,
OLANAKLAR VE SINIRLILIKLAR

Recep ÜNAL.....61

DİJİTAL ÇAĞDA GAZETECİLİKTE YENİ KAVRAMLAR:
ROBOT GAZETECİLİĞİ, VERİ GAZETECİLİĞİ,
HİPERYEREL GAZETECİLİK

Hüseyin KAZAN.....91

DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN GAZETECİLİK MESLEĞİNE
GETİRDİĞİ YENİ ROLLER

Zafer ÖZDEMİR117

**GAZETECİLİK PRATIĞİNİN DÖNÜŞÜMÜ: HABER
ÜRETİMİNDE ÇOKLU YETENEK**

Aysel ÇETİNKAYA.....143

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

**SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN HABERİN
DAĞITIM SÜRECİ**

KARANLIK SOSYAL AĞLARDA HABER PAYLAŞIMI

Gül Esra ATALAY177

**MATBAADAN TWİTTER’A DEĞİŞEN GAZETECİLİKTE
YAŞANAN SOSYAL MEDYA İNFİLAKI: TÜRKİYE’DE
YAYINLANAN GAZETELERİN TWİTTER
KULLANIMINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

Mihalis (Michael) KUYUCU195

**YENİ HABER OKUMA ALIŞKANLIKLARI VE OKUYUCU
TİPİ: HABER ÖNEMLİYSE GELİR BENİ BULUR**

Kürşat ÖZMEN237

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

DİJİTAL HABERCİLİKTE GÜVENİRLİK VE ETİK

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GÖZÜNDEN
İNTERNET HABER SİTELERİNİN GÜVENİRLİĞİ**

Özden TOPRAK - Mevlüt Can KOÇAK - Olgun KÜÇÜK....265

**HABER TÜKETİMİNİN DİJİTALLEŞMESİ İLE BİRLİKTE
PAZARLAMA STRATEJİLERİNİN YENİ MEDYADAKİ
DÖNÜŞÜMÜNÜN YOL AÇTIĞI ETİK SORUNLAR**

İpek OKKAY289

**ENFORMASYON AKTARIMININ ÜZERİNDE
TEHDİT UNSURU OLARAK REKLAM İLETİLERİ:
“HURRİYET.COM.TR” ÖRNEĞİ**

Özge UĞURLU AKBAŞ.....311

DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE İLETİŞİM VE HABERCİLİĞİN EVRİMİ



Zafer ÖZDEMİR¹

Giriş

İletişim teknolojilerinin gelişimiyle gerek kitlesel gerek bireysel iletişim alanında büyük bir değişim ve dönüşüm yaşanmıştır. Artık her an, her yerde bilgiye ulaşabilmek mümkün hale gelmiştir. Bu nedenle çağımıza bilgi çağı denmektedir.

İletişim teknolojilerinin hızlı değişimi günlük yaşantımızı değiştirdiği gibi, iletişim sektörünü de derinden etkilemiştir. Bu durum klasik yöntemlerin değişmesine ve hızla yeni ortamların gelişmesine olanak tanımıştır.

Günümüzde sosyal medya olarak adlandırdığımız yeni ortamlar bireyleri de tüketiciyken aynı zamanda birer içerik üreticisi konumuna da getirmiştir. Bu nedenle profesyonel içerik üreticilerinin kendilerini dönüştürüp yeni duruma adapte etmeleri zorunluluk haline gelmiştir.

Günümüzde artık gazetelerin, dergilerin, radyoların, televizyonların birer web sitesi ve birden fazla mecrada sosyal medya hesapları bulunması neredeyse zorunludur. Önceleri geleneksel medyada yer alan içeriklerini dijital medyaya birebir aktaran medya kuruluşları artık dijital ortamlar için ayrı içerik üretmeye başlamışlardır.

Dijitalleşmenin geleneksel medyanın ortadan kalkıp kalkmıyacağı sorunu artık farklı boyutlara taşınmış, yeni medyayla geleneksel medyanın yakınlaşmasından söz edilir olmuştur.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Beykoz Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi, Dijital Oyun Tasarımı Bölümü.

Dijital devrim paradigması yeni medyanın eski medyanın yerini alacağını varsayıyorsa, gelişmekte olan yakınlaşma paradigması ise eski ve yeni medyanın çok daha karmaşık şekillerde etkileşime geçeceğini varsaymaktadır (Jenkins, 2016: 22).

Bu çalışma kapsamında dijitalleşme süreci ele alınmaya çalışılacaktır. Yöntem olarak kaynak tarama yönteminden yararlanılacaktır.

Bu amaçla sozcu.com.tr, cumhuriyet.com.tr, hurriyet.com.tr, yenisafak.com.tr ve sabah.com.tr, haber portalları üç gün boyunca incelenmiştir. Bu portalların ilk sayfalarında kaç haber yer aldığı, bu haberlerinin kaçında görüntülü haber kullanıldığı, kaçının gazetelere ait resmi Instagram, Facebook ve Twitter sayfalarında paylaşılarak hedef kitleye ulaştırılmak istendiği belirlenmeye çalışılmıştır.

Böylelikle medyamızda, yabancı literatürde ‘convergence’ dilimize ise yakınsama ya da yöndeşme olarak aktarılan farklı medya kullanımlarının bir araya getirilmesi olgusu irdelenecektir.

Dijitalleşmenin İlk Adımı: İnternet ve Gelişim Süreci

Ağların ağı şeklinde nitelendirilen internet, elle tutulur veya fiziksel bir araç sayılmaktan ziyade birbirleriyle ilintili birçok lokal bilgisayardan meydana gelen karmaşık bir ağ topluluğudur. İnternetin tarihçesi 1960’lı yıllara dayanmaktadır. İnternetin başlama hikâyesi, Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı’nın, olası bir nükleer savaşta, iletişimin kesintisiz sürdürülebilmesi amacıyla devlet birimleri arasında iletişim ağı meydana getirmeyi amaçlayan uğraşlarının olduğu şeklinde kabul edilmektedir. Oysa bu gerçeğin yalnızca bir kısmını yansıtmaktadır. Gerçekte ise Rusların 1957 yılında Sputnik isimindeki uyduyu uzaya göndererek, uydu yarışındaki üstünlüğü ele geçirmesi sonucunda Amerika Birleşik Devletleri panik hissine kapılmış; ülkenin birçok üniversitesinde, birbirinden habersiz bir şekilde çalışan yüzlerce bilim insanı arasında koordinasyon kurmak amacıyla internet oluşturulmuştur (Ataman, 2005: 296).

Gündelik yaşamımızın ayrılmaz bir parçası olan internet teknolojisi, mobil teknolojilerle de birleşerek daha yaygınlık kazanmıştır. İnternetin gelişim sürecini kısaca ele alırsak:

- 1962 yılında J. C. R. Licklider (1915-1990) “galaksiler arası bilgisayar ağı” düşüncesini tanıttı. Bu düşünceye göre herkesin bilgiye erişmesine izin veren küresel bir bilgisayar ağı sistemi vardır. İnternetin önemini kendinden sonra gelen insanları da ikna ederek Savunma İleri Araştırma Projeleri Ajansı (DARPA) başkanı olmuştur.
- Amerikan Ulusal Savunma Bakanlığı 1969 yılında farklı bilgisayar bilimlerini ve askeri alandaki araştırma projelerine destek olmak amacıyla, ARPANET isminde Paket Anahtarlamalı Ağı oluşturmuştur. Sonrasında bu internet ağı, ülkedeki araştırma kuruluşlarının ve üniversitelerin birbirinden farklı bilgisayarlarını da kapsayarak gelişmiştir.
- 1972 yılının Ekim ayı içerisinde yapılan Uluslararası Bilgisayar İletişimi Konferansında (ICC) ARPANET’ sisteminin NPC ile birlikte başarılı şekilde tanıtımı yapılmıştır. Aynı sene ARPANET sisteminde e-posta da kullanılmaya başlanmıştır (Tokgöz, 2000: 66).
- 1973 senesinde ağlar için protokol seti geliştirebilmek amacı ile Stanford Üniversitesi ve University College London’ın da içinde bulunduğu bir çalışma projesine başlanmıştır.
- 1974 yılında Vint Cerf ve Bob Kahn TCP protokolünde “İNTERNET” terimini kullanmıştır.
- 1976 yılında Dr. Robert Metcalfe, hızlı veri geçişini sağlayan Ethernet’i keşfetmiştir. Ethernet yerel alan ağının gelişmesinde önemli bir yere sahiptir. Yerel alan ağı, ev, ofis veya okul gibi küçük alanları kapsayan bir bilgisayar ağıdır.
- 1978 yılına kadar İletim Kontrol Protokolü’nün (TCP-Transmission Control Protocol) dört uyarlaması geliştirilmiştir.

lerek denemesi yapılmıştır. Gary Thuerk ilk istenmeyen e-postayı (spam) ARPANET'in 400 kullanıcıasına göndermiştir. 1980 yılında bu protokol kümesi sabitleştirilmiş ve ARPANET'e bağlanmış bütün bilgisayarlar arasındaki iletişim kolaylaşmıştır.

- 1981 yılında IBM ilk kişisel bilgisayarı tanıtmıştır.
- 1983 senesinde ARPANET kullanıcılarının hepsi İletim Kontrol Protokolü / İnternet Protokolü (TCP/IP) şeklinde adlandırılan yeni bir internet protokolüne geçiş yapmışlardır.
- 1984 yılında Dr. Jon Postel, İnternet Mühendisliği Görev Grubu (IETF) tarafından yayımlanan makalelerinde com, .org, .gov, .edu, and, mil fikrinden bahsetmiştir.
- 1985 yılında Dennis Jennings Ulusal Bilim Kurulu'na katılmış ve TCP/IP'nin bütün NSFNET programı için zorunlu hale getirilmesine karar vermiştir. Bir yıl sonra Steve Wolff, Jennings'in yerine geçince araştırma komitesinin devlet fonu dışında başka bir şeye ihtiyacı olduğuna karar vermiştir. İhtiyaçları olan şey yerel alan ağına (LAN) bağlanan geniş alan ağıdır (WAN).
- 1987 yılında Campu Serve yanlışlıkla Grafik Değiştirme Biçimi (GIF) görüntüsünü, bekleyen bir patent olduğunu bilmeden dağıtmıştır.
- 1989 yılında İnternet Servis Sağlayıcısı, ilk ticari çevirmeli internet fikrini sunmuştur. 1988'de kurulan Netom İnternet Servis Sağlayıcısı kurulana kadar halka hizmet vermemiştir. Ayrıca 1989'da kurulan Panix üçüncü internet servis sağlayıcısıdır.
- ARPANET 1990 senesi Haziran ayı içerisinde ortadan kaldırılarak, internet adı altında ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunan üniversitelere, sonrasında ise genel kullanıcıların kullanımına açılmıştır. ARPANET'in ortadan kaldırılmasına karşın, TCP/IP

protokolünün kullanımına ve geliştirilmesine devam edilmiştir (Geray, 1996: 62).

- 1991 senesinde Minnesota Üniversitesince, internet kaynaklarına ulaşımında oldukça kolaylık getiren GOPHER hizmete sokulmuştur. Gopher, internet ağı içinde birçok konuda aramalar yapılmasını sağlayan istemci (client) programıdır. Gopher'ın getirdiği en büyük avantaj, internet kaynaklarına erişimi menüler şeklinde sunabilmesi ve kullanıcı kişilerin istediklerini kaynak menü içerisinden seçmesi durumunda, bu kaynakların internet adreslerini bilmeseler dahi o kaynaklara erişime imkânının sağlanmasıdır.
- 1992 senesinde Amerika Birleşik Devletleri menşeli CERN şirketi www (World Wide Web) tarafından geliştirilmiştir. Www, hypertext teknolojisi aracılığıyla internet kaynaklarına erişim imkânı veren bir tekniktir. NSFNET hızını 44.739 Mbps'a yükseltmiştir.
- 1993 senesinde Beyaz Saray, internete bağlanmıştır.
- 1994 senesinde, ağ üzerinden işlem yapma imkanı veren Mosaic yazılımı kullanıma sunulmuştur. Bu teknoloji kullanımının kolay olması sebebiyle oldukça yaygınlaşmıştır. Öte yandan Amazon.com'da ilk defa kitap satışı yapılmıştır. E-posta yoluyla reklam ve pazarlama da keşfedilmiştir. Pizza Hut kendilerine ait internet sitesi vasıtasıyla sipariş almaya başlamıştır.
- 1995 senesinde internet üzerinden işlem yapılmasına olanak sağlayan Netscape yazılımı kullanılmaya başlanmıştır. Bu yıl Yahoo'da ilk defa arama yapılmıştır. E-bay sitesinde de sanal bir müzayede ilk defa düzenlenmiştir. Dünya üzerinde internet kullanıcılarının sayısı 16 milyona ulaşmıştır.
- 1996 yılında İnternet 2 piyasaya sürülmüştür. İnternet 2 araştırma ve eğitim kurumlarının ağıdır. Hotmail kulla-

nılmaya başlanmıştır. Bir sonraki yıl Microsoft 400 milyon dolar karşılığında hotmail satın almıştır.

- 1998’de Sergey Brin ile Larry Page Google’ı kurmuştur.
- 999’da Wi-fi, kablosuz internet, standart hale getirilmiştir. Sean Fanning 18 yaşındayken Napster’ı yaratmış ve piyasaya sürmüştür.
- 2000 yılında Dünya’daki internet kullanıcılarının toplam sayısı 360 milyon rakamına ulaşmıştır. Tescil ettirilen toplam alan adı sayısı da 10 milyon olmuştur.
- 2001 yılında Wikipedia sitesi kurulmuş ve com’dan .org’a geçmiştir.
- 2003 yılında Apple, 200.000 şarkıyla iTunes Store’u piyasaya sürmüş ve 24 saat içinde bütün şarkıları satmıştır.
- 2004 yılında sosyal medyanın bugünkü temelini oluşturan Web 2.0 uygulamaları başlamıştır. Marck Zuckerberg aynı yıl Facebook’u kurmuştur. Fotoğraf paylaşımına imkan tanıyan Flickr sitesi de kurulmuştur. Google 1 Nisan 2004 senesinde 1 GB’lık hafıza imkanı tanıyan Gmail’in kullanılmaya başlanacağını duyurmuştur. Hotmail ve Yahoo sadece 2 MB ve 4 MB hafıza sunduğu için, bazı insanlar bunun 1 Nisan Şakası olduğunu düşünmüşlerdir.
- 2005 yılında YouTube kurulmuştur ve bir sonraki yıl Google 1.6 milyar dolar karşılığında YouTube’u satın almıştır. YouTube sitesine yüklenen 18 saniye uzunluğundaki ilk video, Amerika San Diego’daki hayvanat bahçesinde çekilerek sitede yayınlanan bir görüntüdür.
- 2006 yılında Dom Sagolla Twitter’ı piyasaya sunmuştur. Aynı yıl, ilk başta üniversite öğrencilerine özel olan Facebook artık herkesin erişimine açıktır. Web sitelerinin sayısı 100 milyonu geçmiştir.
- 2009 yılında mobil data trafiği her ay konuşma trafiğini geçmektedir. Dünya çapında mobil data verisi ilk kez

1.000.000 GB'ı geçmiştir. (<https://abrojeyonetimi.com/internetin-tarihcesi/20/11/2018>)

- 2010 yılında ücretsiz fotoğraflar paylaşma imkânı sağlayan Instagram platformu kurulmuştur. Kısa sürede popüler hale gelen bu program daha ilk yılın 20 milyon kullanıcıyı yakalamıştır.
- 2012 yılında dünya üzerindeki bütün internet kullanıcılarının sayısı 2 milyar 267 milyon rakamına ulaşmıştır. Bir dakika içerisinde gönderilen e-posta sayısı 204 milyona, tweet sayısı da 100 bine ulaşmıştır. Facebook şirketi Instagram'ı 1 milyar doları gözden çıkararak satın almıştır.

Ülkemizde internetin gelişim aşamalarını kısaca ele alırsak, Türkiye'de internet 1990'lı yıllarda kullanılmaya başlamıştır.

- 1986 yılında BITNET (Because It's Time Network) / EARN (European Academic and Research Network) ile bağlantılı TÜVEKA (Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı) adlı geniş alan ağları akademik kurumlar ile üniversiteler arasında tesis edilmiştir.
- 1991 yılında TÜBİTAK ve ODTÜ, İnternet teknolojilerinin kullanılması için ağ oluşturma projesine başlamışlardır.
- 1992 yılında proje kapsamındaki ilk deneme amaçlı ilk bağlantı Ekim ayı içerisinde Hollanda ile yapılmıştır.
- 1993 yılı Nisan ayında PTT'den kiralanan hat ile ODTÜ Bilgi İşlem Biriminden sağlanan yönlendiriciler kullanılarak, ABD'de NSFNet (National Science Foundation Network)'e Türkiye'den ilk İnternet bağlantısı gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen bu ilk bağlantının en yüksek hızı: 64 Kbps (KiloByte per second) olmuştur.
- 1994 yılında Ege Üniversitesi de internet ağına bağlanmıştır.

- 1995 yılında İnternet hızı artarak 128 Kbps'ye yükselmiştir. Bu hız öncekinin iki katıdır. Bilkent ve Boğaziçi Üniversiteleri de aynı yıl internete bağlanmıştır.
- 1996 yılında İnternetin bağlantı hızı bir yıl içinde ulaştığı seviyenin 4 katına çıkarak, 512 Kbps olmuştur. Aynı yıl İstanbul Teknik Üniversitesi de internet ağına bağlanmıştır. Askeri Okullar, TÜBİTAK, Polis Akademileri, Türkiye Atom Enerjisi Kurumu, Harp Akademileri, Milli Kütüphane, Türk Tarih Kurumu, ÖSYM, YÖK ve Türk Silahlı Kuvvetleri içerisindeki Ar-Ge birimlerinden meydana gelen toplamda 176 birime hizmet sunan Ulusal Akademik Ağ (**ULAKNET**) hizmete açılmıştır. Türk Telekom'un kurduğu ve ticari kuruluşlar ile internet servis sağlayıcı şirketlerin interneti kullanmasını sağlayan TURNET projesi de hayata geçirilmiştir. Biri Ankara'da (2 Mbps), ikisi de İstanbul'da (2 Mbps - 512 Kbps) olmak üzere toplam üç ticari hat internet servis sağlayıcılarının erişimine açılmıştır.
- 1997 yılında toplam İnternet servis sağlayıcı sayısı 80'in üzerine çıkmıştır. İnternette servis alan, internet erişim imkanı bulan ticari şirketlerin sayısı 10.000'e, internete online bağlı bilgisayarların sayısı 30.000'e, interneti kullananların sayısıysa 250.000 civarına ulaşmıştır.
- 2003 yılında Genişbant internet bağlantısının abone sayısı 18 bin rakamına ulaşmıştır.
- 2008 yılında popüler video kanalı YouTube ülkemizde ilk defa erişim yasağı uygulanmış ve 2,5 yıl kaldırılmamıştır. Bu erişim yasağına gerekçe olarak, Atatürk'e hakaret eden bazı videoların YouTube'da yayınlanması gösterilmiştir.
- 2012 yılında toplam internet kullanıcı sayısı 35 milyon olmuştur. Genişbant internette faydalanan abone sayısı ise 14 milyondur. Aynı yıl Facebook kullanıcı sayısı 31 milyon, Twitter kullanıcı sayısı ise 7 milyon rakamına ulaşmıştır. (<https://medyaglob.wordpress.com>).

com/2012/04/19/turkiye-ve-dunyada-internetin-kisatarihi/11/09/2018.

Günümüzde artık interneti yalnızca bilgi paylaşım ağı olarak görmek doğru değildir. Küreselleşen dünyamızda, iletişim araç ve teknolojilerinin ulaştığı düzeyle, kendine özgü terminolojisi, kuralları ve araçları olan büyük bir platformdur. İnternetin bazı özelliklerini ise şöyle sıralayabiliriz:

- İnternet giderek ucuza mal edilen bir teknolojidir.
- İnternetin sansür edilmesi oldukça güçtür.
- İnternet birleşik bir medya ağıdır.
- İnternet hem bulunduğumuz anda hem de başka zamanlarda kullanılabilir.
- İnternet bilinen anlamdaki sahiplik konumunu yok etmiştir.
- İnternet alternatif yararlanma olanakları sunmaktadır (Atabek, 2003: 10).

Tüm bu özellikler medya alanında yeni medya olarak nitelendirdiğimiz, medyanın dijital ortama taşınması anlamına gelen ve günümüzde hızla yaygınlaşan süreci başlatmıştır. İnternetin hayatımıza girmesi ile birlikte bilgi değiş tokuşunda ve bilgi üretimesinde yeni bir çağı başlatmıştır.

Dijitalleşme Süreci ve İletişim

Teknolojik alanda yaşanan gelişmeler iletişim alanında da değişime yol açmıştır. İnterneti yeni medya türlerinin meydana çıktığı girift bir iletişim platformu olarak kabul etmemiz mümkündür. İnternet etkileşim, değiştirme, saklama, yeniden üretim ile iletişim kanallarının çeşitlendirilmesi gibi çok sayıdaki iletişim sürecini bir araya getirip bütünleştirmektedir. İnternet'in temel niteliklerinden bir tanesi, değişik medya birimlerini ağlarla birleştirmesi ve değişik iletişim şekillerine olanak vermesidir. İnternet bunları yöndeşme ilkesi aracılığı ile gerçekleştirmektedir. İnternet'in oldukça önemli özelliği olan yöndeşme, görüntü, ses,

veri iletişiminin bütünleştirerek tek bir ortamda sunulmasına olanak tanımaktadır.

Yöndeşme, görsel ve yazılı medya, enformasyon ve telekomünikasyon hizmetleri arasındaki engelleri ortadan kaldırmaktadır. Ayrıca bütün bu bilgi aktarım hizmetlerini kapsayan oldukça büyük bir elektronik hizmet alanının da oluşmasında rol oynamaktadır. İnternetin bu yöndeşme özelliği, bir ortamı ötekinden ayıran ve vbilinen sınırları yok ederek eski yöntemlerle yayınlanan gazetelerin, televizyonların ve radyonun sahip olduğu özelliklerin çoğunu bir tek ortamda bütünleştirilebilmenin yolunu açmıştır. Yöndeşme sayesinde, online ortamlarda grafik, metin, hareketli görüntüler (video ve animasyon), ses ve resim gibi birçok iletişim şeklinin birleştirilmesi ve aynı zamanda aynı kanallar üzerinden iletilebilmesine imkan sağlanmıştır (Aktaş, 2007: 32).

Yöndeşme iletişimde eskiden birbirlerinden bağımsız olan hizmet ve alt yapıların aralarındaki ayrımların teknolojik açıdan giderek aşılması ve iletişim biçimlerinin ortak platformları kullanmaya başlamasıdır. Günümüzde bunun en güzel örneğini internet oluşturmaktadır. İnternet üzerinden hem veri iletimi, hem kitle iletişimi, hem de noktadan noktaya iletişim gerçekleşmektedir.

Böylece geleneksel medya olarak nitelendirdiğimiz medya araçları kendilerini dijital medyanın gerekliliklerine dönüştürmek zorunda kalmıştır. Başlangıçta bu dönüşüm içeriklerin birebir internet sitelerine aktarılması biçiminde olurken günümüzde artık sanal dünya için hazırlanmış yepyeni içeriklerle karşımıza çıkmaktadırlar. İçerik artık yazılı haber metni formatından çıkıp görüntülü haberle desteklenen bir yöne doğru hızla geçiş yapmıştır.

Ayrıca habercilik açısından anında yayına girebilmek ve hedef kitlenin istediği mekân ve zamanda habere ulaşabilmesi, karşılıklı etkileşim kanallarının açık olması iletişimsel açıdan haberciliğe kolaylıklar sağlamaktadır.

İnternet gazeteciliği ile klasik gazetelerin birbirlerinden farkını inceleyecek ve sunduğu imkânları maddeler halinde sıralayacak olursak:

- İnternet gazetelerine yedi gün ve yirmi dört saat ulaşılabilir. Eğer elinizde internet bağlantısına sahip bir bilgisayar var ise dünyanın her yerinden internet gazetelerine ulaşabilirsiniz.
- Sürekli olarak güncellenen internet gazeteleri haberleri okuyucularına çok hızlı bir şekilde ulaştırabilmektedir. Mesela, yaşanan bir doğal bir felaket 5 dakika içinde bütün dünyaya haber olarak ulaştırılmaktadır.
- İnternet gazeteleri klasik gazetecilere göre çok daha özgür olarak haber verme şansına sahiplerdir. Birçok internet sitesi şirket ve iktidarlar ile ilişki içerisinde olmadıklarından daha objektif haber verebilmektedirler.
- Geleneksel gazetelerde habercilik ve gazete çıkarmak çok pahalı bir iştir. Ancak internet gazeteciliğinde büyük paralara ihtiyaç yoktur. Bu nedenle toplumun içerisindeki herhangi biri düşük miktarda para yatırarak kendi internet gazetesinin sahibi olabilmektedir. Bu da toplumun değişik kesimlerinin sesinin duyurulmasına, dolayısıyla demokrasiye olanak vermektedir.
- İnternette yer alan haberler sadece fotoğraflar ve metinler ile sınırlı değildir. Haberlerde yondeşmenin getirdiği imkânlar kullanılarak, aynı zamanda ses ve video içerikleri de kullanılabilir.
- İnternet sitelerinde yayınlanan haberler, ses, video ve fotoğraflar ve diğer kaynaklar kolayca uygulanan arşiv sistemi aracılığı ile yıllar sonrası için saklanabilmektedir. Bu arşivler araştırmacılar, tarihçi ve akademisyenler için oldukça değerli kaynaklardır.
- Okuyucular ve gazetecilerin bileşiminden oluşan internet yayınları, okuyucuların görüş ve yorumlarını bu gazeteler aracılığı ile toplum ile paylaşma imkânını sunmaktadır.
- Klasik gazeteler toplumun geneline yönelik yayın yaparken, internet gazeteleri toplumdaki özel kesimlere

yayımlar yapabilmektedir. Mesela hukuk, tıp, balıkçılık veya ekonomik alanda haber siteleri kurulabilmekte, bunlar varlıklarını sürdürebilmektedir.

- Klasik gazeteciler arasında sıklıkla polemiklere neden olan okuyucu ilgisini internet medyasında analiz ederek değerlendirmek mümkündür. İnternet gazetelerine yerleştirilen elektronik sayaçlar, gazetelerin ziyaretçi sayıları, tık sayılarını, hangi haberin veyahutta yazarın daha çok okunduğunu analiz etme imkânı sunmaktadır. Okuyucuların ilgisini ortaya çıkaran sayaçlar gazetelerin geleceğe yönelik planlarında oldukça önemli araçlardır (Yüksel, 2014, Aktaran: <https://www.medyaaakademi.org/2016/12/05/internet-gazeteciliginin-avantajlari/26/11/2018>).

Yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkması ve internet kullanımının yaygınlaşmasıyla hızla gelişen yeni platformlar yeni medya diye adlandırdığımız ortamı meydana çıkarmıştır. İnternet ortamının sağladığı yararlar sosyal medya etmeniyle de birleştiğinde hedef kitleyi çekebilmede önemli bir fark yaratmaktadır. Artık kişiye özel gazetelerin dergilerin, yayımların, haber portallarının oluşturulması mümkündür. Facebook, Twitter, Youtube, Instagram gibi sosyal ağların kazandırdığı ivme ile habercilik anlayışı da hızla gelişme kaydetmiştir.

Bunu mobil teknoloji olarak nitelendirdiğimiz mobil cihazların izlemesi yeni medya ortamlarının daha da hızlı bir biçimde yaygınlaşmasına yol açmıştır. Artık akıllı bir cep telefonuyla tüm dünyaya açılmak, tüm dünya ile iletişim kurmak mümkündür.

Yeni medya kavramı sayısal, ağlaştırılmış ya da bilgisayarlaştırılmış enformasyonu ve iletişim teknolojilerini de kapsayan bir kavramdır. Yeni medya olarak tasvir edilen teknolojilerin birçoğu dijitaldir. Burada kastedilen şey; ortamın yani matematiksel simge algoritmalarından oluşmasıdır. Bu sayede ortamda yer alan tüm veriler programlanabilir ve sayılabilir hale gelmiştir (Dilmen, 2007:114).

Bu özellik oldukça önemlidir, mesela başka formatlarda bulunan değişik içerikler birbirlerine dönüştürülebilir. Dijital kameralar ile çekilen fotoğraflar, bilgisayar ortamında düzenlenerek televizyona aktarılabilir.

İnceleme

Bu bölümde sozcu.com.tr, hürriyet.com.tr, sabah.com.tr, cumhuriyet.com.tr ve yenisafak.com.tr haber portalları yayımladıkları haberlerde kullandıkları teknolojik ve yeni medya olanakları açısından incelenmiştir. Bu sitelerin seçilme nedeni her birinin hem geleneksel olarak yayın yapmaya devam etmeleri ve hatırı sayılır bir okur kitlesine sahip olmaları kıstas olarak alınmıştır. Ayrıca gazetelerin temsil yeteneklerinin Türkiye'deki genel okur profilinin siyasi özelliklerine uygun olmasına dikkat edilmiş ve ağırlık ortalaması temsil yeteneği aranmıştır.

Veriler iki aşamalı olarak toplanmıştır. Birinci aşamada her bir gazetenin 14 Aralık - 16 Aralık 2018 tarihleri arasında, 3 gün boyunca, gazetelerin kendilerine ait web sitelerinde yer alan manşet ve birinci sayfa haberlerinin başlıkları sabah, öğlen ve akşam saatlerinde 3 kez kayıt edilmiştir (kaydetme işlemi yapılırken tekrarlayan haberler çıkarılmıştır). İkinci aşamada ise, kaydedilen her başlığa ait haberin Facebook, Twitter ve Instagram sosyal ağlarında yayınlanmış olup olmadığına bakılmıştır.

Çalışmada toplamda 5 gazetenin; Hürriyet, Sabah, Cumhuriyet, Yenişafak ve Sözcü gazetelerinin manşet ve ilk sayfa arayüzlerinde yer alan haberleri incelenmiştir.

Çalışmanın yapıldığı 14 Aralık - 16 Aralık 2018 tarihleri arasında 5 gazeteye ait web sitelerinde kaydedilen manşet haberlerinin sayıları ve her bir gazetenin haberlerinin Instagram, Facebook ve Twitter sosyal ağlarında yayınlama sayıları aşağıdaki tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1: Türkiye’deki Önde Gelen Gazetelerin İnternet Sitelerinde Yer Alan Haberlerini Sosyal Medyada Yayınlama Sıklıkları

Gazete Adı	Gazete Haberi/ foto-Yazı	Gazete Haberi/ Videolu	İnstagram	Facebook	Twitter
Hürriyet	128	6	3 (2 videolu haber)	80	91 (2 videolu haber)
Sabah	203	1	14 (4 videolu haber)	99 (4 videolu haber)	141 (2 videolu haber)
Cumhuriyet	144	9	58 (1 videolu haber)	40	112
Yenişafak	105	13	45 (2 videolu haber)	53 (2 videolu haber)	76 (11 videolu haber)
Sözcü	124	7	6 (1 videolu haber)	73 (4 videolu haber)	78 (5 videolu haber)

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; Hürriyet Gazetesinin web sitesinde 128 videosuz ve 6 videolu haber olmak üzere toplamda 134 haber yayınlanmış olup, bu haberlerin 3 tanesi (%2.2) gazetenin resmi Instagram sayfasında, 80 tanesi (%59,7) Facebook sayfasında ve 91 tanesi de (%67.9) gazetenin resmi Twitter sayfasında yer almıştır. Buna göre; haberlerinin büyük çoğunluğunun Twitter ve Facebookta yer aldığı, fakat Instagramda yer almadığı anlaşılmaktadır.

Sabah gazetesini web sitesinde 203 videosuz ve 1 videolu haber olmak üzere toplamda 204 haber yayınlanmış olup, bu haberlerin 14 tanesi (%2.8) gazetenin resmi Instagram sayfasında, 99 tanesi (%48,5) Facebook sayfasında ve 141 tanesi de (%69,1) gazetenin resmi Twitter sayfasında yer almıştır. Buna göre; haberlerinin yüzde 69.1 gibi büyük bir çoğunluğunun Twitter’da yüzde 48.5’inin de Facebookta yer aldığı, fakat Instagramda yer alma oranının oldukça düşük olduğu gözlenmiştir.

Cumhuriyet gazetesinin web sitesinde 144 videosuz ve 9 videolu haber olmak üzere toplamda 153 haber yayınlanmış olup, bu haberlerin 58 tanesi (%37,9) gazetenin resmi Instagram sayfasında, 40 tanesi (%26,1) Facebook sayfasında ve 112 tanesi de (%73,2) gazetenin resmi Twitter sayfasında yer almıştır. Buna göre; haberlerinin yüzde 73.2 gibi büyük çoğunluğunun Twitterda yer aldığı anlaşılmaktadır.

Yenişafak gazetesinin web sitesinde 105 videosuz ve 13 videolu haber olmak üzere toplamda 118 haber yayınlanmış olup, bu haberlerin 45 tanesi (%38,1) gazetenin resmi Instagram sayfasında, 53 tanesi (%44,9) Facebook sayfasında ve 76 tanesi de (%64,4) gazetenin resmi Twitter sayfasında yer almıştır. Buna göre; haberlerinin en fazla Twitterda yer aldığı anlaşılmaktadır.

Sözcü gazetesinin web sitesinde 124 videosuz ve 7 videolu haber olmak üzere toplamda 131 haber yayınlanmış olup, bu haberlerin 6 tanesi (%4,5) gazetenin resmi Instagram sayfasında, 73 tanesi (%55,7) Facebook sayfasında ve 78 tanesi de (%62,9) gazetenin resmi Twitter sayfasında yer almıştır. Buna göre; haberlerinin büyük çoğunluğunun Twitter ve Facebookta yer aldığı, fakat Instagramda daha az yer aldığı anlaşılmaktadır.

Genel olarak araştırmada yer alan 5 gazetenin de çalışmanın yapıldığı tarihlerdeki manşet haberlerine en fazla Twitter resmi sitelerinde yer verdiği anlaşılmaktadır.

Sonuç

Günümüz teknolojisi artık aynı anda farklı ortamlarda olmayı mümkün kılmaktadır. Geleneksel medya olarak adlandırdığımız gazeteler, radyolar, televizyonlar artık alternatif olarak sunulan yeni medyaların içerisinde yer almakta hatta yeni medyaların ayrılmaz birer parçası konumuna gelmektedir.

Günümüzde neredeyse tüm gazete, dergi, radyo ve televizyonların birer web sitesi ve sosyal medya uygulamaları bulunmaktadır. Hatta kimi yayınlar geleneksel medyadan vazgeçerek yalnızca sanal dünyada varlıklarını sürdürmeye çalışmaktadırlar. Yakın bir gelecekte basılı yayınlardan vazgeçileceği konuşulmaktadır. Bu yalnızca ülkemize özgü bir durum olmayıp tüm dünyayı etkisi altına alan bir durumdur.

Cep telefonlarının gelişimiyle birlikte kullanım alanları da dönüşmüş, haberler artık sesli, yazılı, görüntülü olarak bu küçük ekranların ardından izlenmeye başlanmıştır. Yine bu küçük ekranlar aracılığıyla haber yazabilme, o haberin görüntülerini çekebilme ve haberin kısa süre içerisinde internet erişimi ile hedef kitleye ulaştırılabilmesine olanak sağlayan bir teknolojiye ulaşılmıştır.

Teknolojinin iletişim alanına getirdiği nimetlerden yararlanmak gazeteciler ve habercilik açısından yararlı olacaktır. Böylelikle gazetecilerin sahip olması gereken özelliklerin başında belki de teknolojiyi çok iyi bir biçimde kullanmak gelmektedir. Dijital medya ortamında gazetecilerin sahip olması gereken özellikler ise ayrı bir araştırmanın konusu olacaktır.

Teknolojinin gelişimi var olan medya ortamlarını yok etmese de dönüştürdüğü ve farklı ortamları bir araya getirme özelliğiyle daha işlevsel kıldığı bir gerçektir.

Kaynakça

- Aktaş C. (2007). “İnternetin Gazeteciliğe Getirdiği Yenilikler”, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Konya, ss.30-41.
- Ataman N. (2005). *Gazetecilik ve İnternet*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.
- Dilmen N.E. (2007). *Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri - Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları*, *Marmara İletişim Dergisi*, ss 113-122.
- Geray H. (1996). “Yeni İletişim Teknolojilerinde Eğilimler: İnternet GII ve Türkiye”, *Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı 1*, Ankara.
- Jenkins H. (2016). *Cesur Yeni Medya*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tokgöz O. (2000). *Temel Gazetecilik*, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Yüksel O. (2014). *İnternet Gazeteciliği ve Blog Yazarlığı*, Ankara: Sinemis Yayınları. Aktaran: <https://www.medyaaakademi.org/2016/12/05/internet-gazeteciliginin-avantajlari/>, çevrimiçi: 26.11.2018.
- <https://abprojeyonetimi.com/internetin-tarihcesi/>, çevrimiçi 23.11.2018.
- <https://medyaglob.wordpress.com/2012/04/19/turkiye-ve-dunyada-internetin-kisa-tarihi/>, çevrimiçi 26.11.2018.