

İLETİŞİMİN DİJİTALLEŞMESİ İLE ORTAYA ÇIKAN HABERCİLİK ŞEKLİ ¹

Özge TOPÇU²

ÖZ

Günümüzde iletişim, dijital teknolojilerin hızla gelişmesi ve yayılması ile büyük bir dönüşüm geçirmektedir. Bu dönüşüm, haber yayıncılığı alanında da önemli etkiler yaratmıştır. İnternet, sosyal medya, akıllı telefonlar ve diğer dijital araçlar sayesinde haberler daha hızlı, erişilebilir ve paylaşılabılır hale gelmiştir. Dijitalleşen iletişimde haberler, geleneksel medya kuruluşlarından bağımsız olarak hızla yayılabilir hale gelmiştir. Sosyal medya platformları, bireylerin kendi haber kaynakları haline gelmelerine imkân tanıırken, haberlerin viral bir şekilde yayılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu, haberlerin daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlarken, aynı zamanda haberin doğruluğu ve güvenilirliği konusunda yeni zorluklar ortaya çıkarmıştır. Dijitalleşen iletişimde haberlerin hızı da büyük bir öneme sahiptir. Olaylar anında yayımlanabilir ve insanlar bu olaylara anında erişebilirler. Ancak bu hız, habercilerin haberleri hızla doğrulama ve düzeltme şansını azaltmıştır. Bu da yanlış veya yanıltıcı bilgilerin hızla yayılmasına yol açabilir. Bu makale, iletişimin dijitalleşmesi ile ortaya çıkan haber şeklini ele alacak ve bu dönüşümün önemli yönlerini inceleyecektir.

Anahtar Kelimeler: Communication, Digitization, Journalism.

Jel Kodları: O30, Y80, Z00

THE FORM OF JOURNALISM EMERGING WITH THE DIGITIZATION OF COMMUNICATION

ABSTRACT

Communication is undergoing a significant transformation in today's world due to the rapid development and dissemination of digital technologies. This transformation has also had a profound impact on the field of journalism. The internet, social media, smartphones, and other digital tools have made news faster, more accessible, and shareable. In the digitized communication landscape, news can quickly spread independently of traditional media organizations. Social media platforms enable individuals to become their own news sources, facilitating the viral spread of news. While this allows news to reach a broader audience, it also presents new challenges regarding the accuracy and reliability of news. The speed of news has also become crucial in digitized communication. Events can be instantly published, and people can access them immediately. However, this speed has reduced the opportunity for news organizations to verify and correct information promptly, potentially leading to the rapid dissemination of false or misleading information. This article explores the form of journalism emerging with the digitization of communication and examines the significant aspects of this transformation.

Keywords: Communication, Digitization, Journalism.

JEL Codes: O30, Y80, Z00

¹ Bu çalışma 7-10 Kasım 2023 tarihleri arasında düzenlenen 9. Uluslararası EMI Girişimcilik & Sosyal Bilimler kongresinde sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

² İstanbul Aydın University ozgetopcu@hotmail.com 0000-0003-3729-7509

GİRİŞ

Modern gazeteciliğin belirsiz ve çelişkili bir geleceği olduğunu belirten N. Drok, profesyonel gazeteciliğin altın çağının geride kaldığını vurgulamaktadır (Drok,2013): "Gazetecilik bir ayrımda: ya dijitalleşmeli ve bu noktadan sonra alışlagelmiş bir şekilde gelişmeli, ya da tamamen farklı bir gelişim yolunu seçmeli. Gazeteciliğin sahip olması gereken finansal ve teknolojik araçları gözden geçirmek yeterli mi, yoksa mesleğin amaçlarını ve değerlerini yeniden değerlendirmesi mi gerekiyor?" (Drok,2013. Modern gazeteciliğin ana eğilimleri (zorlukları) arasında globalleşme, evrenselleşme, dijitalleşme, yaratıcılığa olan talep ve post-endüstriyel bilgi dağıtım modeli sayılabilir.

Globalleşme eğilimi kalıcıdır ve bugün kendi ülkesinin sınırlarını terk etmeden uluslararası bir ekipte çalışma olanağında kendini gösterir. Bilgi ve kültürün küreselleşmesinden bahsedilebilir. Buna karşılık olarak, küresel ölçekte yerel kimliğin korunmasını ifade eden glocalization (hem global hem lokal) kavramı bulunmaktadır.

Modern medyanın çalışmasında sadece teknolojik değil, aynı zamanda tematik yönde de evrenselleşme eğilimi gözlemlenmektedir. Bu, K. Nikunen'in araştırmasıyla doğrulanmıştır: "İşverenlerin bakış açısından, 'evrensel gazeteci' esnek çalışan ve aynı zamanda daha az maliyetli biridir... Ancak, belirli bir işte uzmanlaşmış gazetecilerin perspektifinden bu yaklaşım, yetkinliğin zayıflaması olarak görülüyor. Yeni oluşan durumda, bu gazetecilerin daha önce olduğu gibi konularını derinlemesine ve ciddi bir şekilde inceleme için daha fazla zaman ve fırsatları yoktur, bu nedenle 'yeni' haber üretiminin sürekli yoğun ritmine uyum sağlamak zorundadırlar" (Nikunen, 2014).

Modern dünyada internet, gerçekliğin özgün bir üst yapı olmuştur. Ana eğilimlerden biri dijitalleşme olarak adlandırılabilir. Bu, türlerin belirsizliğinde ve hibridleşmesinde, yeni formatların ortaya çıkmasında kendini gösterir, iş modellerinin değişmesine, karın aşırı harcamasına ve üretim yöntemlerinin dönüşümüne yol açar. Teknoloji, hikâye anlatımının yeni formlarını, çoklu medya öğelerinin kombinasyonunu ve bilgi görselleştirmesini, seyirciyi çekmenin yeni yollarını kullanmamıza izin veriyor. Teknolojik gelişmelerle birlikte gazetecilik bu teknolojilere daha bağımlı hale gelmektedir. İletişim alanında dijitalleşme, son on yıllarda büyük bir hızla ilerlemiş ve bu ilerleme, habercilik pratiğini de önemli ölçüde etkilemiştir. Geleneksel haber kaynaklarının yanı sıra internet, sosyal medya ve diğer dijital platformlar, haberin üretimi, yayılması ve tüketimi üzerinde köklü değişikliklere yol açmıştır. Bu değişiklikler, yeni bir habercilik şekli olan "dijital habercilik" veya "çevrimiçi habercilik" kavramını ortaya çıkarmıştır.

Dijitalleşmenin habercilik üzerindeki etkisi, birçok açıdan incelenebilir. İlk olarak, internetin yaygınlaşması ve hızlı bilgi akışının sağlanabilmesi, haberin anında ve sürekli olarak güncellenebilmesini mümkün kılmıştır. Bu, geleneksel medya araçlarına göre haberin daha hızlı bir şekilde okuyuculara ulaşmasını sağlamıştır.

Ayrıca, sosyal medya platformları haberlerin paylaşılması ve yayılması için güçlü araçlar sunmaktadır. Kullanıcılar, kendi gözlemlerini ve haberleri kolayca paylaşabilirler, bu da haberin hızla viral hale gelmesine olanak tanır. Ancak bu durum, haberin doğruluğu ve güvenilirliği konusunda yeni sorunlar ortaya çıkarmıştır, çünkü haberlerin doğruluğu çoğu zaman doğrulamadan önce hızlı bir şekilde yayılır. Dijital habercilik aynı zamanda interaktif bir yaklaşımı teşvik etmektedir. Okuyucular, haberlere yorum yapabilir, beğenebilir veya paylaşabilirler. Haber kaynakları, okuyucularla daha yakın bir ilişki kurabilir ve onların geri bildirimlerini alabilirler.

Ancak, dijital haberciliğin bu avantajlarına rağmen, geleneksel haber medyasının sürdürülebilirliğini tehdit edebilir. Reklam gelirlerinin azalması, çevrimiçi haber sitelerinin finansmanını zorlaştırabilir. Ayrıca, dijitalleşme ile birlikte haberlerin kalitesi ve doğruluğu konusundaki endişeler de artmıştır. Bu çalışma, iletişimin dijitalleşmesi ile ortaya çıkan habercilik şekillerini ve bu şekillerin avantajlarını ve zorluklarını daha ayrıntılı bir şekilde ele alacaktır. Ayrıca, dijital haberciliğin geleceği ve geleneksel medya ile nasıl etkileşime girdiği konularını da inceleyecektir.

Dijitalleşmenin Haber Üretimine Etkisi

Dijitalleşme, fiziksel, analog bilgilerin dijital (sayısal) formatlara dönüştürülmesi sürecidir. Bu dönüşüm, bilginin elektronik cihazlar ve yazılım aracılığıyla daha kolay saklanmasını, işlenmesini, paylaşılmasını ve iletilmesini mümkün kılar. Dijitalleşme ayrıca iş süreçlerinin, hizmetlerin ve faaliyetlerin dijital teknolojilerle optimize edilmesi ve otomatikleştirilmesi anlamına da gelir.

Günümüzde dijitalleşme, birçok sektörde olduğu gibi medya ve haber üretim süreçlerinde de büyük değişikliklere neden olmuştur. Hem teknolojik gelişmeler hem de toplumsal değişimler, haberin nasıl üretildiğini, dağıtıldığını ve tüketildiğini baştan sona yeniden şekillendirmiştir. Dijitalleşmenin haber üretimine etkisi, haber endüstrisinde köklü değişikliklere yol açmış ve haberlerin üretimi, dağıtımını ve tüketimi üzerinde önemli etkiler yaratmıştır. Dijitalleşme, haberlerin hızla üretilip yayılmasını mümkün kılmıştır (Fenton, 2009). Geleneksel medya araçlarına göre dijital platformlar, haberlerin anında ve sürekli olarak güncellenmesine olanak tanır. Bu, okuyucuların en son gelişmelere hızla erişmelerini sağlar.

Dijitalleşmenin haber üretimine etkisi birçok farklı boyutta incelenebilir. Aşağıdaki tabloda bu etkiler gösterilmiştir:

Tablo 1. Dijitalleşmenin haber üretimine etkisi

Etki Türü	Açıklama
Hızlı Haber Dağıtım	Dijitalleşme haberlerin hızlı bir şekilde dağıtılmasını sağlar. Haber kaynakları, olayların anında duyurulmasını ve güncel bilgilere erişimi kolaylaştırır.
Çoklu Platform Erişimi	Dijitalleşme, haberleri farklı platformlarda (web siteleri, mobil uygulamalar, sosyal medya) paylaşmayı ve erişmeyi kolaylaştırır. Bu da haberlerin daha geniş bir kitleye ulaşmasına imkan tanır.
Veri Madenciliği	Dijitalleşme ile birlikte veri madenciliği (data mining) ve analitik teknikler haber üretiminde kullanılır. Bu sayede büyük veri analizi ile daha derinlemesine ve içgörülü haberler üretilir.
Okuyucu Geri Bildirimi	Dijital haber platformları okuyucuların yorumlarını ve geri bildirimlerini kolayca alabilir. Bu, haber üreticilerine okuyucu taleplerini ve ilgi alanlarını daha iyi anlama fırsatı sunar ve daha iyi içerikler üretmelerine yardımcı olur.
Görsel ve İnteraktif İçerikler	Dijital haberler, fotoğraf galerileri, videolar, interaktif grafikler ve animasyonlar gibi görsel ve etkileşimli öğeler içerebilir. Bu, haberlerin daha çekici ve anlaşılır hale gelmesine yardımcı olur.
Kişiselleştirilmiş Haber	Dijitalleşme, okuyucuların tercihlerine göre kişiselleştirilmiş haber içeriği sunma yeteneğini artırır. Bu, okuyuculara daha ilgi çekici ve ilgili haberler sunarak kullanıcı deneyimini geliştirir.
Sosyal Medya Etkisi	Haberler, sosyal medya platformlarında hızla yayılır ve tartışılır. Dijitalleşme, haberlerin sosyal medya üzerinden hızla paylaşılmasını ve viral olmasını kolaylaştırır. Bununla birlikte, yanlış veya yanıltıcı bilgilerin de hızla yayılma riski vardır.
Haber Kaynakları Çeşitliliği	Dijitalleşme ile birlikte haber kaynakları çeşitlenir. Geleneksel medyanın yanı sıra bağımsız gazeteciler, blog yazarları ve sivil toplum kuruluşları da haber üretimine katkıda bulunabilir. Bu, farklı bakış açıları ve haber kaynaklarını sunar.
Veri Güvenliği ve Etik İssizlikler	Dijital haber üretimi veri güvenliği ve etik sorunlarına yol açabilir. Haberlerin doğruluğunu ve güvenilirliğini sağlama sorumluluğu artar. Ayrıca, kişisel verilerin korunması ve haberlerin manipülasyonu gibi etik konular da önemlidir.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Bu etkiler, dijitalleşmenin haber endüstrisini nasıl dönüştürdüğünü ve haber üretiminin nasıl şekillendiğini göstermektedir. Bu dönüşümler, hem avantajlar hem de zorluklar içermektedir ve haber profesyonelleri için dikkate alınması gereken önemli konuları vurgulamaktadır. Dijitalleşme, haberlerin hızlı ve anında dağıtılmasını sağlar, bu da güncel bilgilere kolay erişim sunar. Haberler dijital platformlarda daha geniş bir kitleye ulaşabilir, farklı cihazlar ve sosyal medya üzerinden paylaşılabilir. Büyük veri analizi ve veri madenciliği, daha derinlemesine ve içgörülü haberlerin üretilmesine yardımcı olabilir. Dijital haber platformları okuyuculardan geri bildirim alabilir, bu da haber üreticilerine daha iyi içerikler sunma konusunda rehberlik eder. Dijital haberler, daha çekici ve anlaşılır hale gelir, görsel ve etkileşimli öğelerle zenginleştirilir.

Dijitalleşme haber üreticilerine metin tabanlı haberlerin ötesinde farklı medya biçimlerini kullanma fırsatı sunar. Haberler artık video, ses, infografikler, animasyonlar ve fotoğraflar gibi çeşitli formatlarda sunulabilir. Bu, haberlerin daha etkili bir şekilde iletilmesine yardımcı olur. Sosyal medya platformları, haberlerin paylaşılması, yorumlanması ve hızla yayılmasını kolaylaştırır. Ayrıca, kullanıcılar haberlere katkıda bulunabilirler, bu da vatandaş gazeteciliği (citizen journalism) olarak bilinir (Picard, 2014). Bu, olayların daha geniş bir perspektiften ele alınmasına ve çeşitli kaynaklardan gelen bilgilere dayalı haberlerin oluşturulmasına olanak tanır.

Dijitalleşme, büyük veri analitiği ve veri madenciliği tekniklerinin haber üretiminde kullanılmasına olanak tanır. Bu, haber üreticilerinin verilere dayalı daha derinlemesine araştırmalar yapmalarını ve daha kapsamlı hikayeler oluşturmalarını sağlar. Dijital platformlar, kullanıcılara ilgi alanlarına ve tercihlerine göre kişiselleştirilmiş haber sunma yeteneği sunar. Bu, her kullanıcının kendi haber akışını oluşturmaya olanak tanır, ancak aynı zamanda "filtre kabarcığı" sorunlarına yol açabilir, yani kullanıcılar yalnızca kendi görüşlerini yansıtan haberlere maruz kalabilirler (Entman, Usher, 2018).

Dijitalleşme aynı zamanda haberin doğruluğu, güvenilirliği ve sürdürülebilirliği konularında da sorunlar yaratmıştır. Yanlış bilgi (fake news), haber kaynaklarının güvenilirliği ve reklam gelirlerinin azalması gibi zorluklarla karşılaşmıştır. Sonuç olarak, dijitalleşme haber üretimini daha hızlı ve etkili hale getirmiş, ancak aynı zamanda yeni sorunlar ve zorluklar yaratmıştır. Haber endüstrisi, bu değişen ortamda uyum sağlama ve yüksek kaliteli, güvenilir haberler üretme yolunda çeşitli çabalar içindedir (Carlson, 2020).

Dijitalleşen haberler, geleneksel basın ve medya platformlarının yanı sıra internet ve dijital teknolojiler kullanılarak üretilen ve dağıtılan haberleri ifade eder. Geleneksel gazetelerin veya televizyon kanallarının web siteleri, güncel haberleri anında yayınlamak için kullanılır. Örnek olarak, BBC News, CNN, The New York Times gibi büyük haber kuruluşlarının web siteleri gösterilebilir.

Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya platformları, kullanıcıların kendi haberlerini ve güncel olayları paylaşmalarına olanak tanır. Bu platformlar aynı zamanda haber kuruluşları ve gazeteciler tarafından da kullanılır. Örneğin, birçok haber ajansı Twitter üzerinden anlık haber güncellemeleri yapar. Haber uygulamaları, kullanıcılara özelleştirilmiş haber içerikleri sunar. Kullanıcılar, ilgi alanlarına göre haberleri takip edebilirler. Örneğin, Flipboard gibi bir haber okuma uygulaması, kullanıcılara çeşitli kaynaklardan haberleri toplu bir şekilde sunar.

Sesli ve görsel medya, dijital haberlerin önemli bir parçasıdır. Podcastler, insanların haberleri ve hikayeleri dinleyerek takip etmelerini sağlar. YouTube gibi video platformları da haber kuruluşlarının video haber içerikleri sunmasına olanak tanır. Veri gazeteciliği, büyük veri setlerini analiz ederek

haberler oluşturmayı içerir. Bu tür haberler, interaktif grafikler, haritalar ve veri görselleştirmeleri kullanarak karmaşık konuları daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir (Demuyakor, 2021).

Birçok haber kuruluşu, okuyuculara günlük veya haftalık bültenler gönderir. Bu bültenler, en önemli haber başlıklarını ve analizlerini içerir ve abonelerin e-posta kutularına ulaştırılır. Mobil cihazlarda haberlere erişim sağlayan uygulamalar, kullanıcıların haberleri hızlı ve kolay bir şekilde takip etmelerini sağlar. Özellikle hava durumu, trafik ve acil durum güncellemeleri sunan yerel haber uygulamaları da bulunur.

Bazı haber siteleri, yapay zekâ ve otomatik yazılım kullanarak haberleri üretirler. Bu tür sistemler, belirli türdeki haberleri hızla oluşturabilir ve dağıtabilir. Dijitalleşen haberler, haber tüketimini kolaylaştırırken, haber üretimini ve paylaşımını da hızlandırmıştır. Ancak aynı zamanda doğru bilgiye erişim konusunda da yeni zorluklar ve sorumluluklar getirmiştir, çünkü dijital platformlarda yanlış veya yanıltıcı bilgilere de kolayca erişilebilir (Praprotnik, 2016). Bu nedenle, haber tüketirken kaynakları dikkatle seçmek ve güvenilir haber kaynaklarına güvenmek önemlidir.

Haberin Hızla Yayılması

Günümüzde yaşadığımız çağın en dikkat çekici özelliklerinden biri, bilginin ışık hızında yayılmasıdır. Bu durumun arkasında yatan ana sebep, teknolojinin son birkaç on yılda katettiği ilerlemedir. Daha önceki zamanlarda haberlerin duyurulması günler, haftalar hatta aylar sürebilirken, şimdiki zamanlarda saniyeler içinde dünyanın öbür ucuna ulaşabiliyor. İnternet, bu hızın anahtarıdır. Özellikle sosyal medya platformları sayesinde her bir birey kendi haber kaynağı haline gelmiştir. Twitter, Facebook, Instagram ve TikTok gibi platformlar üzerinde milyonlarca kullanıcı, gördükleri veya yaşadıkları anları anında paylaşabiliyor. Bu durum, haberin yayılma hızını eskiye göre katbekat artırmıştır. Bir olayın gerçekleşmesinden sadece dakikalar sonra, milyonlarca kişi bu olaydan haberdar olabiliyor.

Gazetecilikte haberin hızla yayılması, özellikle dijital medyanın yükselişi ile birlikte büyük bir önem kazanmıştır. İnternet, haberlerin anında yayılmasını sağlayan en önemli faktördür. Haber kuruluşları, web siteleri ve sosyal medya platformları aracılığıyla haberleri hızla paylaşabilirler. Bu, haberlerin saniyeler içinde dünya genelinde milyonlarca kişiye ulaşmasını mümkün kılar. Sosyal medya platformları (örneğin, Twitter ve Facebook), haberlerin viral bir şekilde yayılmasına olanak tanır. Kullanıcılar, kendi hesapları üzerinden haberleri paylaşabilir ve bu haberler hızla geniş bir izleyici kitlesine ulaşabilir. Haberin hızla yayılması, önemli bir sorumluluk da getirir (Lecheler, vd.,2019).

Hız, doğru bilgiyi kontrol etme ve haberin güvenilirliğini sağlama sürecini etkileyebilir. Bu nedenle, gazeteciler ve haber kuruluşları haberleri hızla paylaşırken doğruluk ve tarafsızlık ilkelerine bağlı kalmalıdır. Yanlış veya yanıltıcı haberlerin yayılmasını önlemek için dikkatli bir şekilde çalışılmalıdır. Doğruluk kontrolü yapılması için yeterli zamanın olmaması, yanıltıcı veya hatalı bilgilerin de aynı hızla yayılmasına neden olabiliyor. Bu durum, bireylerin ve toplumun genel olarak doğru bilgiye erişimini zorlaştırabilir (Zhu vd., 2022). Bu sebeple, hızın yanı sıra haberin güvenilirliği ve doğruluğu da oldukça önemli bir hal almıştır.

Sosyal medya ve sosyal ağlar aynı zamanda gazetecilere araştırma yapmak için harika bir araç sunar ve aynı zamanda haberlerin kaynağıdır. Twitter, Facebook veya YouTube gibi platformlar, diğer gazeteciler ve sıradan vatandaşlar tarafından birçok olayın ele alınmasını sağlar, bunlar arasında güvenlik, mali nedenler ve diğer sebeplerden dolayı gazetecilerin erişiminin sınırlı olduğu etkinlikler de bulunur. Bu tür araştırmalar için Web 2.0 araçlarının - veya "kitle kaynağı" - kullanımı hala yeterince

gelişmemiş durumdadır ve gazetecilerin doğru ve güvenilir bilgi sunumunu sağlamak için kaynak doğrulama becerilerini geliştirmeleri gerekmektedir. Son olaylar, gazetecilerin sosyal medya ile çalışırken gerçekleri doğrulama yeteneğinin yetersiz olduğunu göstermiştir (Cohen, 2019). Gazetecilerin sosyal medya ve sosyal ağlar hakkında farkındalıklarını artırmak ve bu platformlarla çalışma becerilerini geliştirmek için eğitim araçları geliştirmek gerekmektedir.

Teknolojik araçlar sadece haberlerin yayılma hızını artırmakla kalmıyor, aynı zamanda haberin daha etkili ve görsel bir şekilde sunulmasını da sağlıyor. Videolar, grafikler ve interaktif öğelerle zenginleştirilmiş haber içerikleri, bireylerin olayları daha iyi anlamalarına yardımcı oluyor. Bu da haberin sadece hızla değil, aynı zamanda daha etkili bir şekilde yayılmasını sağlıyor. Sonuç olarak, yeni teknolojilerin sağladığı imkanlar sayesinde haberler saniyeler içerisinde dünyanın dört bir yanına ulaşabiliyor (Sparks, vd., 2016). Ancak bu hızın yanı sıra, haberin doğruluğu ve güvenilirliği de büyük önem taşıyor. Teknolojik ilerlemenin getirdiği bu hızın, doğru bilgiye erişimi destekleyecek şekilde kullanılması, toplumların daha bilinçli ve bilgili bireyler haline gelmesi için kritik bir öneme sahiptir.

2010 ve 2011 yıllarında Kuzey Afrika ve Orta Doğu'da gerçekleşen protesto ve isyan hareketlerinin başlangıcı olan "Arab Baharı", sosyal medya araçları sayesinde hızla yayıldı. Özellikle Facebook ve Twitter, bu hareketin organizasyonunda ve haberlerinin yayılmasında anahtar rol oynadı. Arab Baharı, 2010 ve 2011 yıllarında Kuzey Afrika ve Orta Doğu'da gerçekleşen bir dizi protesto ve isyan hareketidir. Bu hareketlerin birçoğu, otokratik yönetimlere karşı demokratik reform talepleriyle başlamıştır. Sosyal medya, Arab Baharı'nın başlamasında, yayılmasında ve organizasyonunda kritik bir rol oynamıştır. Genç nüfus ve aktivistler, Facebook, Twitter ve diğer sosyal medya platformlarını protestoların ve mitinglerin organizasyonunda kullanmışlardır. Bu platformlar, insanların belirli bir yerde ve zamanda toplanma konusunda bilgilendirilmesi için hızlı ve etkili bir araç haline gelmiştir. Sosyal medya, olayların hızla duyurulmasını sağlamıştır. Özellikle yerel medyanın sansürlenmesi veya devlet kontrolündeki medyanın tek taraflı haber yapması durumunda, sosyal medya gerçek olayları duyurmanın en hızlı yolu olmuştur. Olaylar sosyal medya sayesinde uluslararası arenada da geniş yankı bulmuştur. Bu, uluslararası topluluğun dikkatinin bu ülkelere çevrilmesine ve bu konuda baskı yapmasına neden olmuştur. Sosyal medya, insanların birbirleriyle dayanışma içerisinde olmalarını ve morallerini yüksek tutmalarını sağlamıştır. Özellikle zor zamanlarda, insanlar sosyal medya üzerinden birbirlerine destek mesajları göndermiş ve birlikte hareket etmenin gücünü hissetmişlerdir. Sosyal medya platformlarına yüklenen fotoğraf ve videolar, olayların görsel bir kaydını oluşturmuştur. Bu, hem gerçekleri doğrulama hem de uluslararası topluluğu bilgilendirme açısından oldukça önemli olmuştur. 2019 yılında Fransa'nın Paris şehrinde bulunan tarihi Notre Dame Katedrali'nde çıkan yangın, sosyal medya araçları ve canlı yayınlar sayesinde dünyanın dört bir yanına saniyeler içerisinde duyuruldu. Notre Dame Katedrali'nde 15 Nisan 2019'da meydana gelen yangın, tarihi bir yapı olan katedralin büyük bir kısmının alevler içerisinde kalmasına sebep oldu. Bu trajik olay, dünya genelinde büyük bir üzüntü ve şok yarattı. Sosyal medya, bu olayın hızla yayılmasında ve global bir farkındalığın oluşmasında anahtar bir role sahipti. Yangın başladığında, Paris'te veya katedralin yakınlarında olan birçok kişi, alevlerin ve dumanın fotoğraflarını ve videolarını sosyal medya üzerinden paylaştı. Bu, olayın gerçekleştiği anlarda dahi insanların bilgilendirilmesini sağladı. Sosyal medya platformları sayesinde yangın haberleri, sadece Fransa'da değil, dünyanın dört bir yanına saniyeler içerisinde duyuruldu. Instagram, Twitter, Facebook gibi platformlar üzerinde milyonlarca paylaşım yapıldı. Sosyal medya,

insanların duygusal tepkilerini ifade etmeleri için bir alan sağladı. Kullanıcılar, katedrale olan anılarını, fotoğraflarını ve videolarını paylaşarak bu tarihi yapının değerini ve yangının yarattığı etkiyi vurguladılar. Birçok kişi, yangının devam ettiği saatlerde canlı yayınlarla olay yerinden görüntüler sundu. Bu, insanların olayı gerçek zamanlı olarak takip etmelerini sağladı. Yangınla ilgili birçok bilgi ve söylenti sosyal medyada dolaşmaya başladı. Ancak resmi kurumlar ve gazeteciler, sosyal medya üzerinden doğru bilgileri paylaşarak yanıltıcı haberlerin önüne geçmeye çalıştı. Özetle, Notre Dame Katedrali Yangını'nın hızla yayılmasında ve global bir farkındalık yaratmasında sosyal medya kritik bir rol oynamıştır. Bu olay, sosyal medyanın günümüzde büyük olayların ve krizlerin nasıl anlaşıldığına ve nasıl tepki gösterildiğine dair önemli bir örnek teşkil eder.

Görsel ve İşitsel Unsurların Artışı

Habercilikte, özellikle son on yılda, görsel ve işitsel unsurların kullanımı büyük bir evrim geçirmiştir. Yeni nesil habercilik, bu unsurların etkili kullanımı sayesinde, izleyicilere daha çarpıcı, anlaşılır ve etkileyici haberler sunma kapasitesine kavuşmuştur. Yeni nesil haber platformları, bilgiyi sadece metinle sunmak yerine dinamik görsellerle zenginleştiriyor. İnteraktif grafikler, hareketli illüstrasyonlar ve animasyonlar sayesinde haberler daha anlaşılır bir hale geliyor (Goode, 2009). Özellikle karmaşık konuların veya büyük veri setlerinin sunulmasında bu tür görseller, konunun çok daha iyi anlaşılmasına yardımcı oluyor. 360 derece video teknolojisi ve sanal gerçeklik, izleyicilere bir olayın veya konunun içindeymiş gibi hissetme fırsatı tanıyor. Özellikle doğal afetler, büyük organizasyonlar veya önemli olaylar hakkında haberlerde bu teknolojiler sayesinde izleyici, olayın tam ortasında olma deneyimini yaşayabiliyor.

İşitsel unsurların habercilikteki yeri de artmış durumda. Özellikle yoğun yaşam temposunda, insanlar haberlere gözleriyle odaklanacak zaman bulamayabilir. Bu nedenle podcastler ve sesli haberler, izleyicilere hareket halindeyken bile bilgiye erişim imkanı tanıyor. Haberlerin sunumunda, arka plan müzikleri veya ses efektleri kullanarak duygusal bir atmosfer yaratmak daha yaygın hale gelmiştir. Bu, izleyicinin olaya daha derinden bağlanmasını sağlar ve haberin etkisini artırır. Sosyal medya platformlarındaki canlı yayın özellikleri sayesinde, haber ajansları ve bağımsız gazeteciler olayları anında izleyiciye ulaştırabiliyor. Bu da, olayların gerçek zamanlı takip edilmesine olanak tanıyarak haberciliğin dinamizmini artırıyor.

Bazı TV kanalları ve haber platformları, holografik teknolojileri kullanarak sunucuların veya konukların stüdyoda sanki gerçekmiş gibi gösterilmesini sağlıyor. Bu, özellikle uzaktan bağlantılar için etkileyici bir görsel deneyim sunuyor. Artırılmış gerçeklik teknolojisi, bilginin görsel olarak zenginleştirilmesi ve izleyicilere interaktif bir deneyim sunulmasını sağlar. Örneğin, bir spor haberinde, AR ile sporcuların istatistikleri ekrana canlı olarak getirilebilir. Yeni nesil habercilikte görsel ve işitsel unsurlar, bilgiyi daha etkileyici ve anlaşılır bir şekilde sunma potansiyeline sahiptir. Bu unsurların etkin kullanımı, haberciliğin geleceğini şekillendiren önemli faktörlerden biri haline gelmiştir.

Multimedya kullanımı, modern online medyanın bir özelliğidir. Multimedya unsurları bilgiyi daha iyi anlaşılabilir hale getirmeye yardımcı olur. Eğitim alanı da dahil olmak üzere her konu, multimedya araçları kullanılarak anlatılabilir. Multimedya gazeteciliğinin, geleneksel gazetecilik araçlarını ve teknolojilerini sadece yeni dijital ortama mekanik bir şekilde aktarmak olmadığını anlamak önemlidir; bu, olaylar ve haberler hakkında yeni bir şekilde anlatma yoludur, farklı medya olanaklarının avantajlarını birleştirmekle kalmaz, her birinin avantajlarını kullanır. Multimedya hizmetleri,

kullanıcının hikayeyi veya haberi görmesine ve anlamasına yardımcı olmalı, algıyı ağırlaştırmamalıdır (Breese, Luengo, 2016). Multimedya yayınında metin, grafik, video, ses, fotoğraf gibi çeşitli medya platformlarının farklı kombinasyonları kullanılabilir. Meslek, özel haber gibi bilginin kalitesini kaybetmeye başlamıştır. Modern teknolojinin gelişimi, bir haberin yaklaşık bir buçuk saat içinde yapılması gerekmeyen bir şey olacağı anlamına gelir. Sonuç olarak, "özel" bir haber sadece birkaç dakika boyunca kalır - hemen ağda yayılır. Bu nedenle, bilgi sunumu ve hedef kitleye ulaştırma sanatı oluşan koşullarda daha da önemli hale gelmektedir. Meslekte egemen olan sözlü yazılı veya sözlü metin, ses, görüntü, müzik, animasyon gibi yeni ve oldukça verimli gazetecilik biçimleri geliştirilmiştir (uzun metin, snowfall, multimedya hikayeleri), bunlar sözlü ve görsel bileşenlerin sentezi olarak kabul edilir (Kristensen, Bro, 2023).

2019'da Amazon ormanlarında meydana gelen büyük yangınlar hakkında bilgiler, sosyal medya ve diğer dijital platformlar aracılığıyla hızla yayıldı. Birçok ünlü, bu yangını gündeme getirerek global bir farkındalık oluşturdu. Bu haberlerde kullanılan ana görsellerden Amazon Ormanları'nın yoğun duman altında kalırken çekilen uçaktan bir fotoğrafı. Bu dramatik görüntü, olayın ciddiyetini vurgulamaktaydı. İşitsel unsurlar olarak Yangın sırasında ağaçların çatırdaması, hayvanların çıkardığı sesler, rüzgarın ve alevlerin şiddetli gürültüsü, Ormanın korunmasına yönelik yerli toplulukların duygusal tepkileri, kayıplarını anlatmaları, Yangının ekolojik, ekonomik ve sosyal etkilerini değerlendiren çevre bilimcilerin ve ekologların sesli yorumları kullanılmıştır. Video içerikler olarak Helikopter veya dronla çekilmiş videolar, yangının yayılma hızını ve şiddetini gösteriyor. Bu haber örneği, Amazon Ormanları'ndaki yangının büyüklüğünü, etkisini ve sonuçlarını görsel ve işitsel unsurlar aracılığıyla izleyiciye aktarmaktadır. Bu unsurların entegrasyonu, izleyicinin olaya olan duyarlılığını artırırken, aynı zamanda daha kapsamlı ve detaylı bir bilgilendirme sağlar.

Kişiselleştirilmiş Haber Deneyimi

Kişiselleştirilmiş haber deneyimi, kullanıcıların ilgi alanları, tercihleri ve geçmiş davranışlarına göre özelleştirilmiş haber içeriklerine erişim sağlamalarıdır. Bu, kullanıcıların zamanlarını en çok ilgilendikleri konularla geçirmelerine olanak tanır ve bilgi bombardımanı içerisinde kaybolmalarını engeller. Ancak kişiselleştirme, habercilikte de etik ve teknik bazı meseleleri beraberinde getirir. Kişiselleştirilmiş haber deneyimi genellikle algoritmalar aracılığıyla çalışır. Kullanıcının geçmişte tıkladığı haber başlıkları, okuma süresi, haber türü tercihleri ve diğer etkileşimleri analiz edilir. Bu veri, kullanıcının ilgilenebileceği diğer haber içeriklerini önermek için kullanılır (Fenton, 2009). Haber platformları için kullanıcıların ilgi alanlarına hitap eden içerikler sunarken aynı zamanda çeşitlilik ve kaliteyi korumak önemlidir. Ayrıca, kullanıcılara sunulan kişiselleştirme araçları ve gizlilik seçenekleriyle şeffaf olmak da kritik bir öneme sahiptir. Sonuç olarak, kişiselleştirilmiş haber deneyimi, modern haber tüketiminin önemli bir parçasıdır ve etik, teknik ve kullanıcı deneyimi boyutlarıyla dikkatlice ele alınmalıdır.

Kişiselleştirilmiş haber, teknolojik ilerlemelerin gazetecilik dünyasına kattığı yeniliklerden biridir. Algoritmalar ve yapay zeka aracılığıyla, kullanıcıların ilgi alanlarına, tıklama geçmişlerine ve diğer dijital etkileşimlerine dayanarak haber akışları özelleştirilir. Bu, okuyucuların en ilgilendikleri konulara kolayca erişim sağlamalarını mümkün kılar. Ancak bu özelleştirme, okuyucuların sadece kendi perspektiflerini ve inançlarını teyit eden haberlere maruz kalmasına neden olabilecek bir "filtre

baloncuğu" oluşturma riskini de beraberinde getirir (Entman, Usher, 2018). Bu nedenle, kişiselleştirilmiş haber sunumu yapılırken çeşitliliğin ve objektifliğin korunması esastır.

2016 Amerika Başkanlık Seçimlerinde Kişiselleştirilmiş haber akışları, sosyal medya platformlarında kullanıcıların kendi inançlarına ve politik eğilimlerine uygun haberleri ve içerikleri görmelerine neden oldu. Bu, seçim sürecinde bazı kişilerin sadece kendi perspektiflerini destekleyen bilgilere maruz kalmasına yol açtı. Tıpkı 2016 Amerika seçimlerinde olduğu gibi, kişiselleştirilmiş haber akışları, bireylerin Brexit hakkında kendi inançlarına ve politik eğilimlerine uygun haberlere maruz kalmasına neden oldu. Bu, toplumun farklı kesimlerinde bilgi kutuplaşmasını teşvik edebilir.

Kaynak Güvenilirliği ve Haber Doğrulama

Online habercilik, bilginin saniyeler içerisinde milyonlarca insana ulaştığı dinamik bir alanı temsil eder. Ancak bu hız ve erişilebilirlik, yanlış ve yanıltıcı haberlerin de hızla yayılmasına neden olabilir. Dolayısıyla, online habercilikte kaynak güvenilirliği ve haber doğrulamanın önemi, hiç olmadığı kadar büyüktür. Online haber platformları, geleneksel medyaya kıyasla çok daha fazla içerik üretme ve yayınlama potansiyeline sahiptir. Bu, bireylerin bir haberin doğruluğunu sorgulamadan paylaşmasına neden olabilir (Carlson, 2020). Ayrıca, sosyal medya üzerinde viral olan içeriklerin gerçeklik payını doğrulamak da ayrı bir zorluktur. Yanıltıcı haberlerin yayılmasını engellemek için çeşitli online doğrulama araçları ve platformları mevcuttur. Bu platformlar, haberlerin, görsellerin ve iddiaların doğruluğunu kontrol ederek toplumu bilgilendirir. Özellikle politika, sağlık ve bilim haberlerinde doğrulama mekanizmalarının kullanılması, yanıltıcı bilginin toplumda yaratabileceği olumsuz etkileri engelleyebilir.

Güvenilir online haber kaynakları, bilgilerini aldıkları yerleri ve kaynakları belirtme eğilimindedir. Bu şeffaflık, okurların kendi araştırmalarını yapmalarını ve bilginin doğruluğunu teyit etmelerini kolaylaştırır. Haber siteleri, kaynaklarını ve referanslarını belirttiklerinde güvenilirliklerini artırır. Online habercilikte, kullanıcıların da aktif bir role sahip olduğunu unutmamak gerekir. Kullanıcılar, karşılaştıkları bilgileri sorgulamalı, şüpheli gördükleri içerikleri doğrulama platformlarına bildirmeli ve bu tür içerikleri paylaşmamalıdır (Demuyakor, 2021). Aynı zamanda, yanıltıcı haberleri paylaşan kaynakları engelleyerek ve gerçek dışı iddiaları reddederek bilgi kirliliğinin önüne geçebilirler.

Medya okuryazarlığının önemi, online habercilik dünyasında daha da belirgin hale gelmektedir. Bireylerin, hangi kaynaklara güvenebileceğini bilmesi, haberlerin nasıl doğrulanacağını öğrenmesi ve yanıltıcı bilgiyle nasıl başa çıkılacağını anlaması için eğitim programlarına ve farkındalık kampanyalarına ihtiyaç vardır. Sonuç olarak, online habercilikte kaynak güvenilirliği ve haber doğrulama, toplumun doğru bilgiye ulaşmasını sağlamak ve yanıltıcı içeriklerin yayılmasını engellemek için kritik bir öneme sahiptir. Habercilikte kaynak güvenilirliğini tespit etmek için kullanılan birçok dijital araç ve uygulama bulunmaktadır. Bu uygulamalar, haberin gerçekliğini kontrol etmek, görsel ve video içeriklerin doğruluğunu saptamak veya bir iddianın daha önce doğrulanıp doğrulanmadığını araştırmak için kullanılır (Praprotnik, 2016);

- Google Ters Görsel Arama: Görsellerin özgünlüğünü ve daha önce nerede kullanıldığını tespit etmek için kullanılır. Bir görselin önceki kullanımlarını göstererek, bu görselin gerçek zamanlı olup olmadığını veya başka bir kontekste mi kullanıldığı belirlenebilir.

- Bellingcat's Digital Forensics Tools: Bu araçlar, dijital içeriklerin (fotoğraf, video) orijinalliğini ve doğruluğunu kontrol etmek için kullanılır. Bellingcat, açık kaynaklı araştırma ve doğrulama teknikleri konusunda liderdir.
- FactCheck.org, Snopes ve PolitiFact: Bu tür siteler, popüler iddiaların ve haberlerin doğruluğunu kontrol eder ve analiz eder. Özellikle politik iddialar, söylentiler ve şehir efsaneleri için oldukça kullanışlıdır.
- Botometer: Sosyal medya hesaplarının otomatik (bot) olup olmadığını kontrol etmek için kullanılır. Bu, bir haberi veya iddiayı yaymak için otomatik hesapların kullanılıp kullanılmadığını anlamaya yardımcı olabilir.
- Hoaxy: Belirli bir iddianın veya haberin sosyal medyada nasıl yayıldığını görselleştirir. Ayrıca, bu yayılımın botlar tarafından mı yoksa gerçek kullanıcılar tarafından mı yapıldığını tespit etmek için de kullanılabilir.

Bu araçların yanı sıra, birçok medya kuruluşu kendi iç doğrulama protokollerine ve araçlarına sahiptir. Ancak, herhangi bir dijital aracın sonuçlarına tamamen güvenmek yerine, bu sonuçları bir başlangıç noktası olarak kullanmak ve ek araştırmalar yapmak her zaman daha iyidir.

Sosyal Medyanın Gazetecilik Üzerindeki Etkileri

Sosyal medya, teknolojik gelişmelerin habercilik ve gazetecilik üzerinde en büyük etkilerinden birini yaratmıştır. Hem olumlu hem de olumsuz pek çok etkisi bulunmakla birlikte, sosyal medya gazeteciliğin temel işleyişini derinden değiştirmiştir. Sosyal medya sayesinde, olaylar oldukça hızlı bir şekilde geniş kitlelere ulaşmaktadır. Bu, geleneksel medyanın olayları raporlama hızını büyük ölçüde etkilemiştir. Örneğin, bir doğal afet anında, ilk bilgilere genellikle sosyal medya kullanıcılarının paylaşımlarıyla ulaşılır. Gazeteciler, sosyal medya sayesinde farklı kaynaklardan bilgi alabilir, tanıklarla iletişime geçebilir ve farklı perspektifleri değerlendirebilirler. (Lecheler, vd., 2019)

Tablo 2. Sosyal Medyanın Gazetecilik Üzerindeki Etkileri

Etki Türü	Açıklama
Hızlı Haber Dağıtımı	Sosyal medya haberlerin anında ve geniş bir kitleye yayılmasını sağlar.
Kaynak Çeşitliliği	Sosyal medya, bağımsız gazeteciler, blog yazarları ve sivil toplum kuruluşları gibi farklı kaynakların katılımını teşvik eder.
Doğrudan Haber Alımı	Sosyal medya, olayların doğrudan paylaşılmasını ve haber kaynaklarına hızlı erişimi kolaylaştırır.
Okuyucu Geri Bildirimi	Sosyal medya, okuyucuların haberler hakkındaki görüşlerini ve geri bildirimlerini paylaşmalarını sağlar.
Viral Haberler	Sosyal medya, haberlerin hızla yayılmasını ve viral olmasını kolaylaştırır, ancak yanıltıcı bilgilerin de yayılma riskini taşır.
Haber Finansmanı	Sosyal medya, haber kaynaklarının gelir modellerini etkiler ve reklamlar, bağışlar gibi yeni finansman yöntemleri ortaya çıkarabilir.
Gazetecilik Etik Sorunları	Sosyal medya, haber kaynaklarını doğruluk ve etik sorunlarla karşı karşıya bırakabilir, hızlı haber yayımı ve rekabet, doğru bilgiyi doğrulama sürecini etkileyebilir.
Sosyal Medya Gazeteciliği	Sosyal medya platformları, kendi haber içeriklerini üreten ve paylaşan gazeteciler için bir platform olarak kullanılır.

Kaynak: Yazar Tarafından hazırlanmıştır.

Bu tablo, sosyal medyanın gazetecilik alanındaki etkilerini özetlemektedir. Her bir etki, gazetecilik pratiği üzerindeki önemini ve dönüşümleri yansıtmaktadır. Gazetecilik alanında çalışanlar ve haber

tüketicileri için bu etkileri daha iyi anlamak önemlidir, çünkü sosyal medya haber üretim ve tüketim süreçlerini büyük ölçüde etkilemektedir.

Sosyal medya kullanıcıları, kendi deneyimlerini, gözlemlerini ve materyallerini (fotoğraf, video) paylaşarak hikayelere katkıda bulunabilmektedir. Bu, geleneksel medyanın tek yönlü yapısını kırmış, haber üretim sürecine daha demokratik bir boyut kazandırmıştır. Sosyal medyada paylaşılan bilgilerin doğruluğunu tespit etmek, gazeteciler için büyük bir zorluk haline gelmiştir. Yanıltıcı veya manipüle edilmiş bilgilerin yayılması, haberin güvenilirliğini ve buna bağlı olarak gazeteciliğin itibarını zedeler. Sosyal medya platformları, kullanıcıların ilgi alanlarına ve etkileşimlerine göre içerik sunar. Bu, kullanıcıların sadece belirli bir perspektife sahip haberlerle karşılaşmalarına ve "filtre baloncuğu" (echo chamber) etkisine yol açabilir (McCombs ve Valenzuela 2020).

Geleneksel medyanın gelir kaynakları, sosyal medyanın yükselmesiyle zayıflamıştır. Gazeteler ve TV kanalları, reklam gelirlerinin azalması nedeniyle dijital platformlarda yeni gelir modelleri arayışına girmiştir. Popüler sosyal medya başlıkları veya trendler, geleneksel medya organlarının da gündeminde yer bulabilir. Bu, haber ajandalarının belirlenmesinde sosyal medyanın etkili bir güç haline gelmesine yol açmıştır. Sonuç olarak, sosyal medya gazeteciliği derinden etkilemiş ve bu alandaki profesyonellerin çalışma şekillerini, etik standartlarını ve haberleşme yöntemlerini yeniden değerlendirmelerini zorunlu kılmıştır. Bu değişim, gazeteciliğin geleceğini şekillendirecek önemli dinamiklerden biridir (Zhu, Fu, 2022).

Geleneksel basılı yayıncılıkla kıyaslandığında, dijital yayıncılığın başlangıç ve işletme maliyetleri genellikle daha düşüktür. Bu, daha fazla sayıda bağımsız gazeteci ve yayıncının seslerini duyurabilmelerine olanak tanır. Ayrıca, geniş bir coğrafi alanda faaliyet gösteren veya uluslararası haberleri takip eden kuruluşlar için seyahat, iletişim ve dağıtım maliyetlerinde de büyük tasarruflar sağlar. Dijital habercilik, metin haberlerinin yanı sıra fotoğraf, video, ses kaydı, interaktif grafikler ve diğer multimedya unsurlarını bir araya getirebilme imkanı sunar. Bu, haberlerin daha etkileyici ve bilgilendirici bir şekilde sunulmasını sağlar, aynı zamanda okuyucunun olayı daha kapsamlı bir şekilde anlamasına yardımcı olur (Chadwick 2017). Yeni habercilik şeklinin bu avantajları, sektördeki dönüşümün ve medya tüketiminin değişen doğasının bir yansımasıdır. Ancak bu avantajlara rağmen, yeni medyanın getirdiği zorluklar ve etik meseleler de dikkate alınmalıdır.

Yeni habercilik şeklinin Sosyal ve Siyasi Etkileri

Yeni habercilik anlayışı, geleneksel medya araçlarından dijital ve sosyal medya platformlarına doğru kaymanın bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu dönüşüm, toplumsal ve siyasi arenada birçok değişikliğe yol açmıştır (Schudson 2020). Dijital platformlar, haber üretim ve dağıtım süreçlerini demokratikleştirmiştir. Artık bireyler, büyük medya kuruluşları olmaksızın kendi haberlerini oluşturabilir ve paylaşabilir. Bu, toplumun daha geniş bir kesiminin sesini duyurabilmesine olanak tanır ve çeşitli toplulukların, özellikle de marjinalleşmiş grupların, görünürlük kazanmasını sağlar. Algoritmaların kişiye özel içerik sunma eğilimi, kullanıcıları sadece kendi görüşlerini yansıtan bilgilerle sınırlı bir "filtre baloncuğu" içine sokabilir. Bu, bireylerin farklı perspektiflerden yoksun kalmasına ve toplumsal kutuplaşmanın artmasına neden olabilir.

Yeni habercilik platformları, siyasi aktörler için propaganda yapma ve dezenformasyon yayma araçları olarak da kullanılabilir. Özellikle sosyal medyada yanıltıcı bilgilerin hızla yayılması, seçmenlerin algılarını manipüle edebilir ve demokratik süreçleri tehlikeye atabilir. Dijital medyanın

interaktif doğası, bireylerin siyasi süreçlere daha aktif bir şekilde katılmalarını teşvik eder. Online anketler, kampanyalar, dilekçeler ve forumlar aracılığıyla insanlar, siyasi meselelere doğrudan etki edebilirler (Casero-Ripollés 2018). Sonuç olarak, yeni habercilik şeklinin sosyal ve siyasi etkileri, modern toplumun ve demokrasinin işleyişinde derinlemesine değişikliklere yol açmıştır. Hem olumlu hem de olumsuz etkileriyle, bu dönüşüm, toplumun bilgiye nasıl eriştiği, bilgiyi nasıl değerlendirdiği ve bu bilgiyi nasıl kullandığı konularında yeniden düşünmeye zorlamaktadır.

Gazetecilik ve politika arasındaki ilişki demokratik toplumlarda her zaman merkezi bir rol oynamıştır (Albæk vd. 2014). Gündemi belirleme, kamuoyunun ilgisine ilişkin sorunlar ve konularla ilgili sosyal çerçeveleri tanımlama, kamuoyu tartışmalarını teşvik etme ve kamuoyu oluşturma açısından esastır. Sosyal medyanın ortaya çıkışı, iletişim ortamında ve ilişki dinamiklerinde birçok değişikliğe neden oldu. Ek olarak, gazetecilik ve politika arasındaki güç dağılımı değişti. Siyasi bilgi talep-tedarik zincirinde önemli değişiklikler tespit edildi (Jungherr vd. 2020).

Bu yeni ortam, eski ve yeni medyanın sürekli olarak platformlar aracılığıyla birbiriyle ilişkilendiği yeni bir ağ mantığı ve hibrid bir sistemin gelişmesini hızlandırdı. Siyasi bilginin üretimi, dağıtımı ve tüketimi dijital medyanın yükselmesiyle dönüştü. Gazetecilik ve politika arasındaki oyun kurallarını değiştiren birkaç yeni olgu ortaya çıktı. Bunlar arasında, haberler üzerindeki gazetecilerin tekeline azaltan ve rekabeti artıran bilgi kaynaklarının artan sayısı bulunmaktadır. Ayrıca, sahte haberlerin ve sofistike propaganda ve bilgi manipülasyonu stratejilerinin yaygınlaşması gibi siyasi haberlerin yeni biçimlerini de içerir (Waisbord 2018). Dahası, iletişim sistemi içindeki güç dağılımında ve medya, gazeteciler ve siyasi aktörler tarafından sosyal etkinin uygulanmasında bir dönüşüm yaşandı (Casero-Ripollés 2021). Bilgi manipülasyonu, gazetecilik ve politikanın bugün karşı karşıya olduğu ana sorunlardan biridir. Sosyal medya, vatandaşların haberlere nasıl erişip tükettikleri konusunda köklü değişikliklere yol açmıştır. Özellikle genç insanlar, bilgi edinmek için dijital platformları giderek daha fazla kullanmaktadır. Bu ortamda, sahte haberlerin dolaşımı artmaktadır. Bu, politik istikrarsızlık, populizmin ve aşırılığın yükselmesi, nefret söyleminin artması gibi demokratik sağlık için önemli sonuçlara yol açabilir. Bu nedenle, insanların neden sahte haberleri tükettiğini, inandığını ve paylaştığını anlamak esastır.

SONUÇ

İletişimin dijitalleşmesi, haberciliğin yapısını ve işleyişini kökten değiştirdi. Geleneksel medya organlarının yanı sıra, sosyal medya platformları ve dijital haber siteleri, insanların haberlere erişim şeklini yeniden tanımladı. Bu dijital dönüşüm, haberlerin daha hızlı ve geniş bir kitleye ulaşmasını sağladı. Ancak, aynı zamanda doğruluk ve güvenilirlik konularında bazı sorunları da beraberinde getirdi. Dijitalleşen iletişim, bireylerin kendi seslerini duyurmasına olanak tanıdı, fakat bu durum aynı zamanda yanıltıcı ve doğru olmayan bilgilerin yayılmasına da zemin hazırladı. Sonuç olarak, dijitalleşen iletişimin habercilik üzerindeki etkisi, hem olumlu hem de olumsuz yönleriyle dikkate alınmalıdır. Gelecekte, medya okuryazarlığının önemi artacak ve bireylerin doğru bilgiye nasıl ulaşacakları konusunda daha bilinçli olmaları gerekecektir.

Dijitalleşen iletişim sayesinde, bireyler artık sadece haber tüketicisi olmanın ötesine geçerek, aynı zamanda haber üreticisi de olabiliyor. Bu durum, demokratik bir haber paylaşım ortamının oluşmasını teşvik ederken, aynı zamanda doğrulanmamış ve yanıltıcı bilgilerin yayılmasına da neden oluyor. Böyle

bir ortamda, medya okuryazarlığı kavramının önemi daha da artıyor. Bireylerin, karşılaştıkları bilgiyi eleştirel bir gözle değerlendirmesi ve kaynaklarını sorgulaması gerekiyor.

Dijital habercilik, aynı zamanda coğrafi sınırları da ortadan kaldırdı. Artık dünyanın bir ucundaki bir olay, saniyeler içerisinde diğer ucunda yaşayan bir birey tarafından öğrenilebiliyor. Bu globalleşme, kültürler arası etkileşimi artırırken, yerel haberlerin de global bir öneme sahip olabileceğini gösteriyor. Ancak, dijitalleşen iletişimle birlikte gelen reklam ve tıklama odaklı habercilik anlayışı, haberin kalitesini ve derinliğini etkileyebiliyor. Haber siteleri, daha fazla tıklanma alabilmek için bazen abartılı ya da yanıltıcı başlıklar kullanabiliyor. Bu da bireylerin gerçeklerden uzaklaşarak, sadece yüzeysel bilgilere sahip olmasına neden olabiliyor.

Sonuç olarak, iletişimin dijitalleşmesiyle birlikte habercilikte yaşanan bu dönüşüm, hem olumlu hem de olumsuz yönleriyle değerlendirilmeli. Dijital medyanın sunduğu olanaklardan en iyi şekilde yararlanabilmek için, bireylerin medya okuryazarlığına sahip olmaları ve kritik düşünme yeteneklerini geliştirmeleri gerekiyor.

KAYNAKÇA

- Albæk, Erik, Arjen Van Dalen, Nael Jebril, and Claes H. de Vreese. (2014). *Political Journalism in Comparative Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press
- Breese, E., & Luengo, M. (2016). *News innovations and enduring commitments*. In *The crisis of journalism reconsidered*. Cambridge University Press.
- Carlson, M. (2020). Journalistic epistemology and digital news circulation: Infrastructure, circulation practices, and epistemic contests. *New media & society*, 22(2), 230-246.
- Casero-Ripollés, Andreu. 2018. Research on political information and social media: Key points and challenges for the future. *El Profesional de la Información* 27: 964-74
- Casero-Ripollés, Andreu. 2021. Influencers in the Political Conversation on Twitter: Identifying Digital Authority with Big Data. *Sustainability* 13: 2851.
- Chadwick, Andrew. 2017. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Cohen, N. S. (2019). *At work in the digital newsroom*. *Digital Journalism*, 7(5), 571-591.
- Demuyakor, J. (2021). The propaganda model in the digital age: A review of literature on the effects of social media on news production. *Shanlax International Journal of Arts, Science and Humanities*, 8(4), 1-7.
- Drok, N. (2013). Beacons of reliability: European journalism students and professionals on future qualifications for journalists. *Journalism Practice*, 7(2), 145-162.
- Entman, R. M., & Usher, N. (2018). Framing in a fractured democracy: Impacts of digital technology on ideology, power and cascading network activation. *Journal of communication*, 68(2), 298-308.
- Fenton, N. (2009). *News in the digital age*. In *The Routledge companion to news and journalism* (pp. 557-567). Routledge.
- Goode, L. (2009). Social news, citizen journalism and democracy. *New media & society*, 11(8), 1287-1305.
- Jungherr, Andreas, G. Rivero, and D. Gayo-Avello. 2020. *Retooling Politics: How Digital Media Are Shaping Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kristensen, L. M., & Bro, P. (2023). News values in a digital age-Intra-media, inter-media, and extra-media platforms. *Journalism*, 14648849231165855.
- Lecheler, S., Kruikemeier, S., de Haan, Y., Katz, J. E., & Mays, K. K. (2019). The use and verification of online sources in the news production process. *Journalism and Truth in an Age of Social Media*, 167-181.
- McCombs, Maxwell, and Sebastián Valenzuela (2020). *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity.
- Nikunen, K. (2014). Losing my profession: Age, experience and expertise in the changing newsrooms. *Journalism*, 15(7), 868-888.
- Picard, R. G. (2014). Twilight or new dawn of journalism? Evidence from the changing news ecosystem. *Journalism Practice*, 8(5), 488-498.
- Praprotnik, T. (2016). Digitalization and new media landscape. *Peer-reviewed academic journal Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 1855-0541.
- Schudson, Michael (2020). *Journalism: Why It Matters*. Cambridge: Polity.
- Sparks, C., Wang, H., Huang, Y., Zhao, Y., Lü, N., & Wang, D. (2016). The impact of digital media on newspapers: Comparing responses in China and the United States. *Global Media and China*, 1(3), 186-207.
- Waisbord, Silvio. 2018. Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies* 19: 1866-78.
- Zhu, Y., & Fu, K. W. (2022). How Propaganda Works in the Digital Era: Soft News as a Gateway. *Digital Journalism*, 1-20.