

TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN HABERCİLİK PRATİKLERİ ÜZERİNE ETKİSİ

Harun DAĞ¹

Emrah BUDAK²

ÖZ

Derleme Makalesi

Review Article

¹Arş. Gör.

Süleyman Demirel Üniversitesi
İletişim Fakültesi, Isparta,
Türkiye

E-Posta
harundag@sdu.edu.tr
ORCID
0000-0003-1345-9489

²Arş. Gör. Dr.

Akdeniz Üniversitesi İletişim
Fakültesi, Antalya, Türkiye

E-Posta
emrahbudak@akdeniz.edu.tr
ORCID
0000-0001-6896-7558

Başvuru Tarihi / Received

15.10.2021

Kabul Tarihi / Accepted

04.03.2022

Toplumun etkileşim sağladığı ve yaşananlardan haberdar olduğu kitle iletişim araçları, teknolojik yeniliklere bağlı olarak gelişme göstermektedir. İletişim teknolojilerinin gelişmesi ile haber verisinin elde edilmesi, haberin üretimi ve dağıtımını değiştirmiştir. 2000'li yıllardan itibaren internet ve diğer dijital teknolojilerin habercilik alanında kullanılmaya başlamasıyla yeni habercilik pratikleri ortaya çıkmıştır. Teknoloji odaklı habercilik pratiklerinin incelenmesi, haberciliğin mevcut ve gelecekteki durumuna dair tespitler yapmada önem taşımaktadır. Bu bağlamda, çalışmada teknoloji odaklı habercilik pratiklerinin ele alınması amaçlanmakta ve bu habercilik türlerinin uygulanma biçimleri aktarılmaktadır. Alanyazın taraması yöntemi ile ele alınan bu çalışmada drone, veri, mobil, podcast, robot habercilik ile sanal gerçeklik, sosyal medya gibi teknoloji odaklı habercilik türleri incelenmektedir. Çalışma neticesinde, teknolojinin haberciliğe getirdiği yeni pratiklerin hız, kolaylık, estetik ve maliyet avantajı ile birlikte, demokratik topluma katkı sunan bir yapıda olduğu saptanmaktadır. Bu özelliklerinin yanı sıra habercilik pratiklerinin güvenlik, etik gibi konularda sorunlara yol açabilecek durumları da barındırdığı gözlenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Habercilik pratikleri, Teknoloji ve gazetecilik, Teknoloji odaklı habercilik

THE EFFECT OF TECHNOLOGICAL DEVELOPMENTS ON JOURNALISM PRACTICES

ABSTRACT

The mass media, where the society interacts with each other and is aware of what is happening, is developing depending on technological innovations. With the development of communication technologies, the obtain of news data, the production and distribution of the news have changed. With the usage of internet and other digital technologies in the field of journalism since the 2000s, new journalism practices have emerged. Investigating technology-oriented journalism practices is important in making determinations about the current and future situation of journalism. In this context, it is aimed to handle technology-oriented journalism practices and explain the application forms of these types of journalism in the study. In this study, the types of technology-oriented journalism such as drone, data, mobile, podcast, robot journalism with virtual reality and social media are examined with the method of literature review. As a result of the study, it was determined that the new practices brought by technology to journalism had a structure that contributes to the democratic society along with the speed, convenience, aesthetics and cost advantages. In addition to these features, it is observed that journalism practices contain situations that may cause problems in issues such as security and ethics.

Keywords: Journalism practices, technology and journalism, technology-oriented journalism

GİRİŞ

Toplumlar, eski çağlardan itibaren duygu ve düşüncelerin paylaşılması, sorunların çözülmesi gibi birçok amaçla iletişim kurmuşlardır. Sözlü, yazılı ve şekillerle kurulan iletişim teknolojinin gelişmesine paralel olarak farklı biçimlerde tezahür etmiştir. Kitle iletişim araçları da iletişimin önemli bir parçası olmuş, bireylerin etkileşim kurmasını ve yaşananlardan haberdar olmasını sağlamıştır. Bu bağlamda, gazete, dergi, televizyon, radyo gibi araçlar toplumların kendi içinde ve dünya ile iletişimine imkân vermiş, araçların teknolojik özellikleri iletişim biçimini de değiştirmiştir. İletişim araçlarının gelişmesine paralel olarak değişen iletişim biçimleri ekseninde habercilik pratikleri de değişmeye başlamıştır. Van Dijk, ikinci dünya savaşının ardından yaşanan dijital gelişmeler ile telgraf, sabit telefon gibi geleneksel araçların yerine bilgisayar temelli ve kişiselleştirilmiş iletişimin öne çıktığı bir sistemin varlığından söz etmektedir (2012: 96).

Şüphesiz ki dijital teknolojilerin gelişimi medyanın standart formların ötesine geçmesini sağlayarak (Rençber, 2019: 73) haberciliğin tüm doğasını değiştirmiş hem üretici hem de tüketici açısından farklı durumlar ortaya çıkarmıştır. Pavlik'e göre, teknolojik gelişmelerin sağladığı mobil araçların sunduğu habercilik anlayışının,

daha kapsamlı bir deneyime öncülük edebileceği ifade edilmektedir (2013: 182). Dijital habercilik, çok yönlü, hızlı, az maliyetli ve kolay erişilebilir bir ortam yaratmıştır. Bu özelliklerinin yanı sıra teknolojinin haberciliğe etik ve güvenlik sorunlarını da getirebildiği göz ardı edilmemesi gereken bir durumdur. Habercilik alanında yaşanan dönüşüm farklı teknikler ve araçların kullanımı ile yeni habercilik türlerini yaratmıştır. Bu bağlamda, gazeteciliğin farklı araç ve tekniklerle yapılması haberciliğin pratiklerinin yanı sıra gazetecilerin, tüketicilerle dolayısıyla toplumla olan ilişkisini de etkilemiştir. Haberciliğin hem kendi dinamiklerini hem de toplumu etkileyen bu teknolojik dönüşümünün ele alınması, haberciliğin içinde bulunduğu durum ve geleceğine ilişkin tespitler sunacağı düşünülmektedir. Ayrıca değişen habercilik pratiklerinin incelenmesi, haberciliğin toplumla kurduğu ilişkiyi anlamada ipuçları sunmakta ve gazeteciliğin teknolojik temelli gelişimini kavramada önem taşımaktadır.

Teknoloji ve habercilik üzerine yapılan çalışmalar genellikle internet haberciliği ekseninde hareket etmektedir. Elbette ki dijital çağıdaki birçok habercilik türünün temeli internet gazeteciliğine dayanmaktadır. İnternet gazeteciliği 1995 yılında ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) uygulanmaya başlamış, oradan da kısa süre içerisinde Avrupa başta olmak üzere dünyaya yayılmıştır İlk örneklerinde basılı gazetelerin olduğu gibi internet sayfalarına aktarılması olan internet gazeteciliği zaman içinde değişikliğe uğramış ve uygulama biçimleri farklılaşmıştır. Zamanla yalnızca internet platformunda yayınlanmak üzere çeşitli gazeteler ortaya çıkmıştır. Bu yeni gazetecilik türü enformasyonun toplandığı, işlendiği ve dağıtımının yapıldığı ağ tabanlı habercilik olarak tanımlanmıştır (Alemdar ve Uzun, 2019: 271-272; Van Der Haak vd., 2012: 2927). Bugün ise sosyal medya haberciliği ve mobil habercilik gibi gazetecilik pratikleri ilk çıkış noktasına göre farklılaşmış bir platformda yürütülen internet gazeteciliği olarak nitelendirilebilir. Bir alanyazın taraması olan bu çalışma ise internetin dâhil olduğu yazılım teknolojisinin yarattığı habercilik türlerinin yanı sıra dijital araç teknolojisiyle icra edilen habercilik türlerine de odaklanmayı amaçlamaktadır. Konu, teknolojinin gazeteciliğe etkileri üzerine yapılan teorik ve uygulamalı çalışmalardan yararlanılarak incelenmiştir.

Teknolojinin gelişimi ile oluşan yeni habercilik türleri konusunda yapılan çalışmalara bakıldığında; Papadopoulou ve Maniou'nun drone, selfie, ağ, sanal gerçeklik gazeteciliği, hibrit, yavaş ve robot gazetecilik gibi türlerini ele almıştır (2021). Bir diğer çalışmada (Kalsın, 2016) ise teknoloji odaklı kapsam internet, sosyal medya, drone, veri, yurttaş haberciliği ile robot ve mobil gazetecilik ile sınırlı tutulmuştur. Bunun yanı sıra Karaduman (2018) da sosyal medya haberciliği, yurttaş haberciliği, robot gazeteciliği ve veri haberciliğini ele almıştır. Görüldüğü üzere nicelik bakımından sınırlı olan teknoloji odaklı habercilik türlerinin ele alındığı çalışmalarda, farklı bir kapsam alanının oluşturulduğu saptanmakta ve konuya yönelik literatürde de keskin bir uzlaşma olmadığı görülmektedir. Bu sebeple, teknoloji odaklı haberciliğin çerçevesi drone, veri, sanal gerçeklik, podcast, sosyal medya haberciliği ile mobil ve robot gazetecilik ile sınırlandırılması uygun görülmüştür.

Çalışmada, yeni habercilik türlerinin güncel uygulamalarına değinilmekte ve habercilik türlerinin geleceğine ilişkin öngörülerde bulunmaktadır. Çalışmanın ilk kısmında teknoloji ve gazetecilik ilişkisine yer verilmekte, ikinci kısımda ise teknolojinin getirdiği yeni habercilik türleri incelenmektedir. Bu kapsamda şu sorulara yanıt aranmaktadır.

1-Günümüzde teknolojinin habercilik alanında yarattığı belli başlı habercilik türleri nelerdir?

2-Teknolojinin getirdiği habercilik türleri nasıl uygulanmaktadır?

3-Yeni habercilik türlerinin ne tür avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır?

4-Yeni habercilik türlerinin geleceğine ilişkin öngörüler nelerdir?

1. Teknoloji ve Gazetecilik

Matbaanın ortaya çıkışından itibaren hız ve gelişme kazanan habercilik farklı mecralarda icra edilmektedir. İlk olarak gazete ile başlayan gazetecilik mesleği teknolojik ilerlemelere paralel olarak gelişim göstermiştir. Bu bağlamda, gazetelerde yapılan haberciliğe 1920'lerde radyo ve haber ajansları, 1960'larda da televizyon eklenmiştir. Radyo haberciliğe naklen ve sesli yayıncılık imkânı sunarken, televizyon

bu özelliklerle birlikte görselliği de içinde barındıran bir yayıncılığı ortaya çıkarmıştır. İletişim teknolojisinin devrimi olarak görülen internetle birlikte ise habercilik 2000’li yıllardan itibaren dijital mecralara aktarılmaya başlanmıştır. Tarihsel süreç içerisinde gazete ve dergi haberciliğini nitelemek adına “basın” kavramı kullanılmış, zamanla teknolojik gelişmeler ekseninde habercilik alanına radyo ve televizyonun eklenmesiyle bu alan “medya” olarak tanımlanmaya başlamıştır. Son olarak özellikle internet teknolojisinin de gazetecilikte kullanılmaya başlamasıyla birlikte “dijital medya” kavramı literatüre yerleşmiştir. Dijital medyaya geçişle birlikte teknolojik araç ve yazılımlar yeni habercilik türlerinin de ortaya çıkmasını sağlamıştır.

İletişim teknolojileri ile birlikte yaşanan dijitalleşme (Manovich, 2002), yöndeşme (Thompson, 2008) gibi süreçlerin yanı sıra teknolojik araçlarla, haberlerin dijital ortamlarda hızlı, detaylı ve kolay bir şekilde hazırlanmasını ve servis edilmesini sağlamıştır. Dijital kanallar haberi üreten ve tüketenler için maliyet ve zaman yönünden avantaj getirmektedir. Teknolojinin habercilikle ilgili bağımlı alan çalışmalar yapan Castells (2005), teknolojik küreselleşmenin getirdiği dijital yapının iletişim sisteminde bir “ağ toplumu” oluşturduğunu ifade etmektedir. Pavlik ise teknolojinin, haberciliğin icra edilme biçimini, haber içeriğinin niteliğini, haber sektörünün yapısını, haber kaynakları ve kullanıcılar gibi unsurlar arasındaki ilişkiyi değiştireceğini ifade etmiştir (2000: 229).

Everett Rogers, “yeniliklerin yayılımı” modelinde yenilikleri, yeni fikirleri, teknolojik yenilikler olarak tanımlamakta her türlü teknoloji ve bilginin aktarımını da “yayılma” (diffusion) olarak nitelemektedir. Teknolojik determinist bir bakış açısına sahip bu yaklaşımda kitle iletişim araçları, bu teknoloji ya da bilginin aktarımında hızlı ve etkili bir araçtır (1983: 12, 17, 18). Bu bağlamda, teknolojinin habercilik alanında kullanımı hem bilginin hem de teknolojik yeniliğin küresel ölçekte hızlı, kolay bir şekilde algılanması, değerlendirilmesi ve kullanılmasını sağlamaktadır. Rogers teknolojiyi, teknolojik malzeme, fiziksel nesne ve araçları kapsayan “donanım” ile aracın bilgi tabanında yer alan algoritmik sistem olan “yazılım” şeklinde sınıflandırmaktadır (1983: 12). Habercilikte de yazılım ve donanım teknolojinin gelişimine bağlı olarak ortaya çıkan; drone, podcast, robot, mobil, veri,

sanal gerçeklik ve sosyal medya haberciliği gibi gazetecilik meslek pratikleri ön plana çıkmıştır. Habercilikte belirtilen durum keskin çizgiler ayrılmamakta donanım ile oluşturulan haber içeriği yazılımlarla işlenerek sunulmakta, yazılımın işlediği haber içerikleri de bir araçla servis edilebilmektedir.

Teknoloji ile habercilik ilişkisine değinen Powers, teknolojinin habercilik pratiklerini değiştirmesinin yanı sıra teknoloji temelli üretimleri de beraberinde getirdiğini vurgulamaktadır. Ayrıca Powers teknolojinin, habercilik mesleğinin devamını sağlayan, mesleği tehdit eden ya da haberciliğin yeniden keşfini mümkün kılacak fırsatlar sunan nitelikte olduğunu belirtmektedir (2012: 24). Teknoloji odaklı habercilik türlerini inceleyen bu çalışma teknolojinin sunduğu fırsatları ve tehditlerini ele almaktadır.

2. Teknoloji Odaklı Habercilik Pratikleri

Habercilik teknolojik gelişmelerden en çok etkilenen medya uygulamalarından biri konumunda bulunmaktadır. İletişim teknolojilerindeki teknik gelişmeler habercilik pratiklerini değişim ve dönüşüme uğrattığı gibi yeni habercilik türlerinin de ortaya çıkmasını sağlamıştır. Nitekim bu konuda Thompson (2008: 245) da yirminci yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkan, enformasyonun depolanma ve aktarım gücünün artırılmasına olanak sağlayan iletişim teknolojilerinin medyanın faaliyetleri üzerinde önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Yine Değirmencioğlu (2016) da her tür enformasyonun dönüşümünde rol oynayan dijital teknolojilerin habercilik pratiklerini köklü bir değişime uğrattığı üzerinde durmaktadır. Dijital teknolojiler, büyük oranda gazeteciliğin biçimini değiştirmiş ve zamanla teknolojik yeniliklerle uyumlu bir alan ortaya çıkmaya başlamıştır (Pavlik, 2013: 83). Teknoloji aynı zamanda gazeteciliğin nasıl yapıldığını şekillendirme noktasında da önemli bir konumda bulunmakta (Zamith ve Braun, 2019: 1) ve meslek pratiklerine evrimsel bir süreç yaşatabilmektedir (Caddington, 2015). Bu sürecin önemli adımlarından biri de bilgi işlem teknolojilerindeki ilerlemeler ile bilgi işleme ve dağıtım avantajlarının ortaya çıkması olmuştur (Törenli, 2005: 102). Teknolojik yeniliklerin medya alanında kullanılmaya başlamasıyla birlikte geleneksel habercilik uygulamalarındaki değişimin önü açılmıştır. Yeni ortamdaki tek bir araç, birçok eski aracın yapacağı işlevi yerine getirebilir duruma gelerek farklı

iletişim araçlarının bütünleşmesini sağlamıştır (Değirmencioğlu, 2016: 592). Bu gelişmeler ekseninde çeşitli iletişim araçlarının kullanıldığı habercilik alanındaki değişim ve dönüşüm de kaçınılmaz bir hale gelmiştir. Tüm bunlardan hareketle çalışmada teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan, teknoloji odaklı habercilik pratiklerinden drone, veri, sanal gerçeklik, podcast, sosyal medya haberciliği ile mobil ve robot habercilik farklı yönleriyle mesleki açıdan ele alınmıştır.

2.1. Drone Haberciliği

İletişim teknolojinin gelişimi ile habercilik alanına dâhil olan araçlardan biri de drone'lardır. Oxford sözlüğüne göre drone (İnsansız Hava Aracı, İHA- Unmanned Air Vehicle UAV), uzaktan kumanda ile kontrol edilen, gövdesindeki kamera sayesinde video, fotoğraf çekimi yapan, belirli bir yükseklik ve uzaklığa ulaşabilen, uçan bir robot olarak tanımlanmaktadır (Oxford Dictionary/drone, t.y). Drone'lar ilk ortaya çıktığında askeri amaçlı (Garamone, para 2-3; Gynnild ve Uskali, 2018a: 1) olarak ABD iç savaşında ve Japonlar tarafından II. Dünya Savaşı'nda kullanılmış (Garamone, para 2-3) akabinde sivil ve ticari eksende farklı alanlarda rol oynamaya başlamıştır. Bu bağlamda, haber kuruluşları da yaşanan gelişmeleri drone'ların sağladığı görüntülerle topluma servis etmeye yönelmişlerdir. Drone'un belirli bir yüksekliğe ve uzaklığa ulaşarak görüntü alabilme özelliği, habercilik alanında heyecan yaratmış ve haberciler için ayırt edici bir nitelik olmuştur. Drone habercilik alanına mali, estetik ve güvenlik anlamında birçok yenilik getirmiştir.

Drone'lar, haberciliğin birçok alanında kullanılmakta ve özellikle drone'un ayırt edici niteliğini belli eden haber üretimlerinde sıklıkla yer almaktadır. Bu anlamda, spor müsabakaları, doğal afetler, toplumsal çatışma ve protestolar ile ilgili haber üretimlerinde drone'ların kullanım sıklığı dikkat çekmektedir (Fitzpatrick, 2014: 24; Ntalakas, Dimoulas, Kalliris ve Veglis, 2017: 193-194; Gynnild ve Uskali, 2018a: 1). Haber kuruluşları, Wall Street protestoları, Brezilya, Nijerya, El Salvador'da yaşanan işçi protestoları, 2018 Super Bowl finalindeki Lady Gaga konseri, 2014 Soçi Olimpiyatları ve Pyeongchang'daki Kış Olimpiyatları'ndan etkileyici görüntüler almak için drone'u kullanmışlardır (Gynnild, 2014: 336; Captain, 2012; Kalsın, 2016: 87; Fennely ve Perry, 2020: 189). Günümüzde

drone'lar turizm haberciliği bağlamında bölgelerin doğal, tarihi ve turistik yanlarını öne çıkararak şehir tanıtımı yapmaktadır. Ayrıca Covid-19 salgınının yaşandığı bu dönemde drone'lar, şehirlerdeki sessizliği, boş meydanları ve trafiği havadan görüntülemek için haber kuruluşlarının yoğun bir şekilde başvurduğu yöntemlerden biri olmuştur.

Doğal afet, toplumsal eylemler ya da spor müsabakalarında drone kullanımı güvenlik, estetik ve doğru bilgiye ulaşma açısından oldukça önemlidir. Doğal afet ya da protestoların yaşandığı yerler muhabirlerin yer alamayacağı zorlu koşullara sahiptir ve bu yerler muhabirler için hayati tehlike taşımaktadır. Medya kuruluşlarının gelişmeleri etkileyici bir biçimde topluma sunmak için birbiriyle yarıştığı günümüzde drone'lar, bu tür durumdaki yerleri görüntülemeye, bilgi almada hayati bir değere sahiptir. Bu görüntüler, olayın gerçek durumunu göstererek yetkililere gerekli önlemi almayı, topluma gerçek bilgiyi ulaştırmayı ve habercilerin güvenliğini sağlamaktadır. Corcoran, bu duruma örnek teşkil edecek bir olaya değinmekte, 2011 yılında Japonya'da meydana gelen deprem ve tsunaminin ardından zarar gören nükleer tesisteki hasar tespit çalışmalarının drone'lar aracılığıyla yapıldığını bildirmektedir (2014: 33-34). Drone haberciliği estetik açıdan değerlendirildiğinde, drone'un gökyüzünde konumlanması sebebiyle bir muhabirin yerde elde edemeyeceği derecede geniş açılı, olayın bütününe görebilen ve estetik açıdan görülmeye değer görüntüler ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda, drone muhabirleri ile yapılan görüşmelerde muhabirler, drone ile haberlerin gökyüzünden farklı bir gözle sunulduğunu (Budak, 2019: 128), drone görüntüleriyle haberlerin daha net, keskin görünüm kazanarak hikâyeye anlatımı ve sinemasal bir bakış açısına evrildiğini belirtmektedir (Gagnon, Owen ve Holton, 2017).

Habercilikte havadan görüntü alma yıllardır kullanılan bir yöntem olsa da drone, haberciliğe yeni bir soluk getirmiştir. Helikopter aracılığı ile alınan görüntülerin maliyetinin çok yüksek olması bu imkânın kullanımını zorlaştırmakta ve bu yöntemi yalnızca büyük medya kuruluşlarının sahip olduğu bir ayrıcalık durumuna düşürmektedir. Drone kullanımı ile birlikte çok daha ucuz bir maliyete hemen her kuruluş havadan ve insanın ulaşamadığı mekânlardan görüntü elde etme olanağına kavuşmuştur. Öyle ki, Nimo ve Barreno'ya göre (2015), bir helikopter

kamera ile yapılan çekim 2500 avro maliyete tekabül ederken, drone ile yarım günlük çekim 250 avro tutarındadır.

Drone'un birçok yönden habercilik alanına faydası olduğu dile getirilirken bazı uygulamalarda etik ve güvenlik açısından sorun teşkil ettiği de bilinmektedir. Bu anlamda, belirli bir yükseklikten görüntü kaydı yapması mahremiyet sorunlarını da beraberinde getirmiştir. İnsanların yaşadığı kent merkezlerinden, mahallelerden haber amaçlı çekim yapılırken insanların mahremiyetinin de kaydedilmesi özel hayata müdahale kapsamında etik sorunları da beraberinde getirmiştir. Tremayne ve Clark, magazin muhabirlerinin drone kullanarak Paris Hilton'un yattaki görüntülerini çekmelerini etik açıdan bir ihlal olarak değerlendirmektedir (2014: 236). Drone kullanımı güvenlik açısından da özellikle havaalanlarının olduğu bölgelerde sorun yaratmaktadır. Uçakların iniş ve kalkışa geçtiği bu bölgelerde drone'lar uçakların sağlıklı uçuş yapmasını engelleyebilmekte ve büyük insani felakete yol açabilmektedir. Bu etik ve güvenlik sorunları nedeniyle Amerika ve Avrupa başta olmak üzere Türkiye (SHGM, 2017) de dahil birçok ülkede drone kullanımı için kısıtlamalar ve yasal düzenlemeler yapılmaktadır (Gynnild ve Uskali, 2018b: 91).

Haber kuruluşlarının kullanım sıklığı ve potansiyeli göz önünde bulundurulduğunda, drone'lar haberciliğin geleceğinde de yer alacak bir araç olarak görülmektedir. Estetiğe, ilgi çekici gerçek ve doğru bilgiye erişme hırsı drone'u habercilik için gelecekte de önemli bir araç olacaktır. Teknolojinin gelişmesi ile drone boyutlarının giderek küçülmesi ve güçlü bataryalar ile daha uzun süre havada kalmaları, habercilerin işini daha da kolaylaştıracaktır. Öte yandan drone'un verimli ve faydalı kullanılması yapılan yasal düzenlemelere de bağlıdır. Drone'lar ne kadar gelişirse gelişsin kullanıma ilişkin getirilen düzenlemeler drone'un gelecekte habercilikte çizeceği yolu belirleyecektir.

2.2. Podcast Haberciliği

Teknoloji odaklı habercilik türlerinden bir diğeri podcast yayınlarıdır. Podcast yayınları ABD'de Dave Winer ve Adam Curry'nin çalışmaları ile ortaya çıkmış ve bu sistemle webde yer alan haber, ses ve görüntülerin cihazlara indirilmesini sağlayan bir teknik geliştirilmiştir (Geoghegan ve Klass, 2005: 3;

Berry, 2006: 145). Eğlence şovları, eğitim ve habercilik (Hodges vd, 2008, s. 140), tarih, makale ve yazılar, (Edmond, 2015: 1571), spor, edebiyat (Birch ve Weitkamp, 2010) gibi konularda podcast yayıncılığı yapılmaktadır.

Podcast, radyo yayıncılığında olduğu gibi kullanıcıların işitme duyusuna hitap eden ancak; radyo yayınları gibi naklen yayınlanmayan içeriklerdir. Kısacası podcast yayınları birkaç teknik ekipman ile kaydedilmekte ve internet üzerinden yayınlanmaktadır. Yayınlar naklen olmadığı için kullanıcılar tarafından istenildiği zaman dinlenilmektedir. Podcast ile çeşitli alanlarda yayınlar yapılmasının yanı sıra haber üretimi de gerçekleştirilmektedir. Podcast haberciliği, ABD başta olmak üzere Güney Kore, Japonya, İngiltere, Almanya, Kanada gibi birçok ülkede uygulanmaktadır.

Habercilik alanında yapılan podcast yayınlarına bakıldığında, ABD’de Ulusal Halk Radyosu (NPR – National Public Radio) 2005’te podcast haberciliğine başlamış (Niles, 2005), This American Life (TAL), Invisible, Planet Money, The Mystery Show, The Start-Up (Lindgren, 2016) gibi bireysel ve kurumsal yayınlar üretilmiştir. Ayrıca, ABD’de Washington Post, New York Times, ABC News, MSNBC, CNN gibi haber kuruluşları da araştırmacı ve özgün gazetecilik yapımları üretmektedir. Kanada da CBC (Canadian Broadcasting Corporation) (CBC, 2006), Güney Kore’de Naneun Ggomsuda (Koo vd, 2015: 421), İngiltere’de BBC (Berry, 2006: 150), The Guardian, Daily Telegraph, (Bonini, 2015: 27) podcast yayınlarıyla oldukça etkili habercilik yapmışlardır. Türkiye’de ise Anadolu Ajansı, TRT World gibi kamu kuruluşları mevcut haber yayınlarını podcast şeklinde sunmaktadır. Medyascope, Medyapod, Ünsan Ünlü, Sokrates Dergi, Kısa Dalga Podcast gibi özel kuruluş ve bireylerin de bu alanda araştırmacı ve alternatif bir yayıncılık yaptığı söylenebilir.

Podcast yayıncılığının habercilik alanında kullanılmaya başlanması habercilik pratiklerini etkilemiştir. Öncelikle birkaç teknik ekipmana sahip herkesin podcast haberciliği yapabilme olanağına kavuşması, alternatif habercilik ve çok sesliliğin önünü açmaktadır. Podcast haberciliğinde rutin haber yayınlarından farklı olarak toplumsal gelişmeler derinlemesine ele alınmakta, uzman yorumlarıyla sorunlara çözüm aranmaktadır. Ayrıca, haberlerde bireysel yayıncılar kurumsal bir baskıdan

uzak, özgür bir yayın anlayışı sergileyebilmektedir. Bu anlamda, Geoghogan ve Dan Klaas podcast yayıncılığı ile bireylerin kendisini ifade edebildiğini, topluma ürettiği içerikleri sunarak onlarla fikir alışverişinde bulunduğunu ifade etmektedir. Podcast yayıncılığı ile habercilik bir holding, devlet veya kurumsal bir nitelikten bireysel bir anlayışa evrilmiştir. Yayıncılar, bir verici ya da uydu gibi maliyetli teknik cihazlara gereksinim duymadan internet aracılığı ile çok geniş bir coğrafyaya seslenebilmektedir (2005: 2).

Geleneksel haber mecralarında haber değeri görmeyen ya da kurumsal yapıdan kaynaklı, bilinçli bir şekilde haber bültenlerinin dışında kalan olaylar podcast yayıncılığında rahat bir şekilde işlenebilmektedir. Bu durumda podcast haberciliğinin alternatif habercilik uygulamalarına uygunluğunu göstermektedir (Baloğlu ve Dağ, 2019: 111). Alternatif podcast yayıncılığı yapan yayın yapan Naneun Ggomsuda Güney Kore’de muhalif kesimin ilgisini çekmekte (Park, 2017a), politik katılımı arttırmakta (Park, 2017b: 247) toplumu bilinçlendirmektedir. Ayrıca podcast yayınları kamuya açık bir tartışma ortamı sunarken (Madsen, 2009: 1196) podcast haberciliği ile sosyal sorumluluk çalışmaları yapılmakta, toplumdaki şiddete vurgu yapılarak şiddetin önlenmesinde (Miguel-Descalzo, 2015) önemli bir rol almaya çalışmaktadır.

Podcast haberciliğinin habercilik açısından olumlu yönlerini vurgulamanın yanı sıra yol açabileceği sorunları da dile getirmek gerekmektedir. Bu bağlamda hemen herkesin podcast yayını yapabiliyor oluşu haberin güvenilirliğini zedeleyebilmektedir. Nitekim Coombs, bireylerin haber üzerindeki yönlendirme, kontrol özgürlüğünün ve haber-yorum ayrımının bulanıklaşmasının haberin nesnellik unsuruna zarar verdiğine vurgu yapmaktadır (2016: 25). Ayrıca, New York Times’in oldukça ses getiren The Caliphate (Hilafet) adı ile IŞİD gerçeklerini anlattığı bir podcast serisinin esasında gerçeği yansıtmadığı, seriye konuk olan IŞİD mensubunun aktardıklarının bir düzmece olduğu yönündeki iddialar (Robertson, 2020) podcast haberciliğine yönelik güvenilirlik sorununu daha görünür hale getirmiştir.

Son dönemde podcast yayıncılığında üretilen bölüm, podcast yayıncısı ve dinleyici sayısında zamanla yükseliş dikkat çekmektedir (Edison Research, 2019). Podcast yayıncılığının giderek yaygınlaşması sektöre olan yatırımları da

artırmaktadır. Özellikle ABD’de podcast sektörüne milyon dolarlık yatırımlar yapılmaktadır (Vogt, 2016: 65). Türkiye’de podcast sektörü üzerine Batı ülkelerinde olduğu gibi araştırma ve istatistik kurumlarının bünyesinde yatırımları, reklam pazarını inceleyen herhangi bir profesyonel araştırma yapılmamıştır. Türkiye’de henüz tam anlamıyla nitelikli bir podcast ağı ve dinleyici profilinin olmayışı sektöre yönelik yatırım ya da mali adımların da atılmasını önlemektedir. Öte yandan Türkiye’de podcast dinleme alışkanlıkları üzerine yapılan bir akademik araştırmada (Kaynar, 2021) 11 kişi ile görüşme gerçekleştirilerek podcast dinleme motivasyonları incelenmiş, söz konusu görüşmecilerin podcast üzerine fikirleri ele alınmıştır. Ayrıca, Ipsos’un yaptığı bir incelemede Türkiye’de podcast yayınlarının bilinirlik oranı yüzde 11 gibi düşük bir seviyede kalmıştır (Ipsos, 2021). Bu tür araştırmaların akademinin yanı sıra istatistik, veri sağlayan kuruluşlar tarafından da Türkiye genelinde ele alınması, podcast dinleyici profilinin ortaya çıkarılması ve reklam ve gelir modeli oluşturulması adına önem taşımaktadır.

Podcast haberciliğinin zamanla habercilik alanında daha da yaygınlaşacağı ve etkili olacağını söylemek mümkündür. ABD başta olmak üzere küresel ölçekte sektörün hacminin giderek büyümesi, toplumun haber podcastlerine olan ilgisinin artmasının, podcasti habercilik alanının önemli bir unsuru yapacağı düşünülmektedir. Öyle ki 2020 yılı podcast yayınlarının reklam geliri 842 milyon dolarken 2021 yılında bu rakamın 1 milyar doları geçtiği belirtilmekte ve zamanla daha da yükseleceği öngörülmektedir. Ayrıca, bu reklam pastasından en fazla payı habercilik alanı almaktadır (IAB & PwC, 2021: 7). ABD’deki podcast büyümesi, küresel ölçekte de gelecekte kendisini gösterecektir. Yaygın kullanılan medya araçlarının değinmediği farklı konuların podcast ile topluma sunulması da podcast haberciliğinin içeriklerine merak uyandırmakta ve bireylerin podcast yayını yapma isteğini artırmaktadır. Türkiye’de de podcast yayıncılığının zamanla daha görünür hale geldiğini, daha çok ilgi gördüğünü söylemek yanlış olmayacaktır. Mevcut podcast yayıncılarına yenileri eklenmekte, farklı haber kuruluşları da podcast alanına yönelmektedir. Bunun yanı sıra yapılan bir araştırmada 2020 yılında podcast dinleme oranında en çok yükseliş gösteren ülkelerin başında Türkiye’nin gelmesi podcast sektörünün gelişimi için sevindirici bir adım olarak göze çarpmaktadır (Muradoğlu,

2021). Öte yandan podcast haberciliği alanında genel habercilik pratiklerinde uygulanan etik değerlerin benimsenmesi, uygulanması adına birtakım habercilik ilkelerinin tüm yayıncıları kapsayacak biçimde düzenlenmesi ve hayata geçirilmesi oldukça önemlidir. Bu düzenlemelerin podcast haberciliğine olan güven ve nesnellik sorunlarını bertaraf edebilecek niteliktedir.

2.3. Robot Gazetecilik

Günümüzde üzerine tartışılan ve farklı yaklaşımların getirildiği habercilik pratiklerinden biri de robot gazeteciliktir. Algoritmalar ile desteklenen otomatize işlemlerin bir sonucu olarak ortaya çıkan robot gazetecilik, habercilik alanına çeşitli yenilikler getirmiştir. Otomatize işlemlerin gazetecilik alanında daha önceki kullanım şekliyle günümüzdeki kullanımı açısından değişimler bulunmaktadır. Bu noktada robot gazetecilik uygulamalarının gelişimini ve kullanım alanlarını ortaya koymak önemlidir.

Günümüzde haber yazma konusunda sıkça gündeme gelen algoritmalar, haber yazmanın yanı sıra haber seçimi ve düzenlenmesinde de uzun bir süredir kullanılmaktadır (Jung vd. 2017: 291). Haber yazma bakımından algoritmaların medyada daha yaygın bir şekilde kullanılmasıyla ortaya çıkan bu habercilik türü; “robot gazetecilik”, “otomatik gazetecilik” ve “algoritmik gazetecilik” şeklinde adlandırılmaktadır (Clerwall, 2014; Carlson, 2014; Anderson, 2013; Diakoupolos 2014; Van Dalen 2012). Robot gazeteciliğin habercilik açısından işleyişi yapay zekanın programcılar haricinde, dışarıdan herhangi bir girdiye ihtiyaç duymadan otomatik olarak haber yazma sürecini ifade etmektedir. Yapay zekâ algoritması bağımsız bir şekilde veriyi toplayıp, analiz ederek habere formatına dönüştürmektedir. Robot gazetecilik, dijital olarak yapılandırılan verinin, veri kümesinden metin tabanlı gazeteciliğin oluşturulmasını sağlayan doğal dil üretme (NLG) teknolojisi ile yakından ilgilidir. Otomatik gazeteciliğin yapılmasını sağlayan bir diğer teknolojik altyapı ise Doğal Dil İşlemedir (NLP). NLP ile özetleme, çeviri, adlandırılmış varlık tanıma, konuşma, tanıma ve konu bölümlendirme gibi görevler düzenlenebilmektedir. NLP'nin imkanları ise medyanın her alanına

uygulanabilmektedir. Bu nedenle robot gazeteciliğin temelinde doğal dil işleme bulunmaktadır (Akt. Bulut, 2020: 299). Kökeni TeleSpin yazılımına dayanan robot gazetecilik yazılımları, veri tabanlarındaki ve diğer veri kaynaklarındaki ilgili verileri kullanarak tanımlamakta, ham verileri temizleyerek kategorilere ayırmaktadır. Sonrasında ise verileri öncelik sırasına koyup, haber metninin oluşumunu sağlayabilmektedir (Akt. Montal ve Reich: 2017: 831-832). Günümüzde robot gazetecilik pratiğinin en çok kullanıldığı alanlar spor ve finans gibi sayısal verilerin yoğun olduğu habercilik türleridir. Ancak ilerleyen süreçte tüm haber türlerinde kullanımının yoğunlaşacağı öngörülmektedir (Narin, 2017: 84-85).

Tarihsel süreç içerisinde robot gazeteciliğinin gelişimine bakıldığında; Graefe (2016: 16), Los Angeles Times gazetesinin 2007 yılındaki cinayet raporunun otomatik haberciliğin ilk örneklerinden biri olduğunu belirtmektedir. Bu yıllardan itibaren robot gazetecilikle ilgili çeşitli uygulamalar gündeme gelmiştir. Robot gazeteciliğin erken dönem uygulamalarından sayılan bu gelişmenin yanı sıra yine Los Angeles Times'ın 2014 yılında depremle ilgili otomatik haber yayınları robot gazeteciliğin ilk örneklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Yazılan algoritma sayesinde depremden yalnızca üç dakika sonra haberler yayımlanmıştır. Ayrıca Forbes ve Associated Press gibi büyük medya kuruluşları da otomatik haber üretimi için çeşitli kuruluşlarla iş birliği yapmıştır. Bunun yanı sıra Norveç Haber Ajansı (NTB), Thomson Reuters ve Google gibi şirketler de haberler için algoritmalarından yararlanmaktadır (Martin, 2018; Peiser, 2019). Gazetecilik mesleği ve uygulamaları bakımından henüz yaklaşık 15 yıllık bir geçmişi bulunan robot gazetecilik uygulamalarının, meslek pratikleri açısından oldukça yeni bir alan olduğunu söylemek mümkündür. Ancak çok hızlı bir şekilde gelişme gösteren teknoloji sayesinde, robot gazetecilik uygulamalarının yakın bir gelecekte habercilik alanında yaygınlık kazanabileceği öngörülebilir niteliktedir. Öyle ki, Castellano (2018), mevcut durumda haberlerin çok küçük bir kısmı robot gazetecilik ile oluşturulsa da yakın gelecekte, haber içeriklerinin yüzde 90'ının robot habercilik aracılığıyla üretilebileceğini öngörmektedir.

Robot gazetecilik yapılmasında ön plana çıkan Automated Insights'ın yöneticisi Marc Zions da makinelerin, muhabir ve editörlerin yerini almasının çok

uzun bir süreç olduğunu ancak gazetecilerin de ileride istihdam vb. sorunlar yaşamaması adına bu teknolojik alanda kendisini geliştirmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Peiser, 2019). High (2019) ise yapay zekâ uygulamalarının gazetecilerin yerini alamayacağı üzerinde dururken, araştırmalardan yola çıkarak robotların insanlardan daha çabuk önyargıya sahip olabileceğini belirtmekte ve yapay zekâ uygulamaları ile medyanın toplumu geliştirme işlevini yerine getiremeyeceğini ön plana çıkarmaktadır. Ayrıca Associated Press yönetici Lisa Gibbs de, otomatik haberciliğin gazetecilerin enerjilerini eleştirelilik açısından daha etkili bir şekilde kullanmalarını sağladığını belirtmektedir (Martin, 2019). Robot gazetecilikte haberlerde insani unsurlar ve duyguların eksikliği, okuru haberden koparabileceği de düşünülmektedir. Bunun yanı sıra robot gazetecilik algoritmalarının veri çektiği kaynakların hata verebileceği, hacklenebileceği, bu nedenle de etik sorunların ortaya çıkabileceği de öngörülmektedir. (Narin, 2017: 95, 102). Görüldüğü üzere, robot gazetecilik artık yalnızca haber seçiminde değil yazımı için de kullanılmaktadır. Özellikle yapay zekâ uygulamalarının hızla gelişmesi, günümüzde çok yeni sayılabilecek robot gazeteciliğin yaygınlaşmasının önünü açacaktır. Kısa vadede insan gazetecilerin yerini almayacak olan robot gazeteciliğin, meslek pratikleri açısından önemli bir konuma geleceği ise açıktır.

2.4. Veri Haberciliği

Habercilik doğası gereği bilgi, istatistik, istihbarat, veri gibi unsurların rol oynadığı bir süreçtir. Hemen her haberde birtakım bilgi ve verilerin yer aldığı dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda verilerin habercilik açısından önemli bir unsur olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Çelik, herhangi bir veriye dayanmayan haberin düşünülmemeyeceğini, şüpheleri içinde barındıracağını ifade etmektedir. Verinin yer aldığı haberler ise okurun anlayacağı bir şekilde basit, gerçekçi, itibarlı ve güvenilir olarak değerlendirilmektedir (2019: 264). Dolayısıyla habercilikte önemli bir unsur olan verinin teknolojik gelişmelerle birlikte devasa boyutlara ulaşması, neredeyse her şeyin rakamlarla ifade edilmesi veri haberciliğinin neden önemli olduğunu da ortaya koymaktadır. Veri haberciliği, geleneksel habercilikteki “haber kokusunu alma” niteliğiyle çağın dijital bilgi yelpazesi ve ölçeğinin çokluğunun birleştirilmesi sonucunda meydana gelen yeni olanakları temsil etmektedir (Gray vd, 2012: 12).

Web geliştiricisi ve gazeteci Holovaty, 2016 yılında kaleme aldığı bir yazısında geleceğin güvenilir medyasını yaratmak için haber merkezlerinin hikâye merkezli bakış açısından vazgeçip veriye dayalı analizleri içeren, çok büyük ve karmaşık verileri bile anlamlı bir bütüne dönüştürebilen bir habercilik anlayışına evrilmesi gerektiğine vurgu yapmaktadır (Holovaty, 2016).

Dijitalleşme ile ortaya çıkan “büyük veri” kavramı veri haberciliğini önemli bir noktaya taşımıştır. Büyük veri, oldukça geniş veri kümelerini içine alan (Parks, 2014: 355) daha fazla süreç ve sonuçların saklandığı, analizi ve görselleştirilmesinin (Vance: 2010) de dâhil olduğu işleme sürecini ifade etmektedir. (Paraise, 2015: 364). Bu devasa veriler, teknik gereçlerin yardımıyla habercilik alanında da kullanılmaya başlanmıştır. Büyük ölçekteki verilerin anlamlı ya da anlaşılır hale getirilmesi için birtakım algoritma ya da yazılımlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu yazılımların uygulanması ile devasa veriler anlamlı bir bütün haline dönüşmekte ve belirli bir formatta haber olarak yayımlanmaktadır. Veri haberciliği olarak adlandırılan bu habercilik türünde, birçok alandaki verileri ortaya çıkarılarak araştırmacı gazetecilik örneği sergilenmektedir.

Amerika’da araştırmacı gazetecilik yapmak için bilgisayarları ilk kullanan gazetecilerden biri olan (Paraise ve Dagiral, 2012: 7) Philip Meyer, bilgisayar ve istatistiklerin gazetecilik görevlerini yerine getirmede sonuç çıkarma, gerçekleri bulma gibi konularda etkili olduğunu belirtmektedir (1973: 4). Veri haberciliği, en ileri düzeydeki uygulayıcıların ellerinde, bilgisayar bilimlerini, istatistiği ve sosyal bilimlerin dev veri tabanlarını anlamlandırma adına bütünleştiren güçlü bir araçtır (Howard, 2014: 15). Veri haberciliği, veri toplama, veri filtreleme/temizleme, analiz ve görselleştirme, hikâyeleştirme gibi aşamalarla üretilmektedir (Çelik, 2019: 264).

2010 yılında yayımlanan Wikileaks belgeleri (Howard, 2014: 7) veri haberciliğinin güçlü bir şekilde dile getirilmesini sağlamıştır. Wikileaks, 26 Temmuz 2010’da Amerikan ordusunun Afganistan’da kaldığı 2004-2009 yılları arasındaki faaliyetlerini kaydettiği belgeleri (Gray vd, 2012) The Guardian, The New York Times ve Der Spiegel gazetelerine aktarmıştır. Bu gelişmelerin dünyada büyük yankı uyandırmasıyla veri haberciliğine olan ilgi artmıştır. Yaşananların ardından The Guardian bir datablog kurarak bu blog üzerinden veri haberciliğine yönelmiştir. The

New York Times bünyesinde kurulan The Upshot ile Washington Post'un geliştirdiği Wonkblog diğer örneklerdendir (Doğu, 2015: 183-184). Ayrıca BBC News (Furuncu, 2019: 38), Independent, ZeitOnline, FiveThirtyEight, Propublica, Datenschaetze, Datenjournalist, La Nacion Data, Badhessian.org da veri haberleri üretmektedir (Bayraktar, 2018: 73). Türkiye'de ise Dağ Medya, Birgün, Evrensel ve Hürriyet gazetesi ile Anadolu Ajansı gibi kuruluşlar veri haberciliği yapmaktadır.

Veri haberciliği ile birlikte haber içeriklerinde görselleştirme ve hikâyeleştirme aracı olarak infografik kullanımı da artmaya başlamıştır. İno (bilgi) ve grafik kelimelerinin birleşmesi ile oluşan bilgi grafikleri habercilikte etkili bir şekilde kullanılmaktadır. İno grafikler, haberi uzun metinlerle anlatmanın yerine grafiklerle aktarmaktır. İno grafik de haberi bir bütün halinde, daha anlaşılır ve daha kolay kılan bir görselleştirme aracıdır. Haberciliğin birçok alanında veriler infografikler gruplandırılarak okurların habere odaklanabilmesini ve daha kolay anlayarak haberin bütününe görmesini sağlamaktadır. İno grafikler, büyük ve karmaşık veri setlerinin hızlı ve kolay bir şekilde anlaşılması için (Sirichaoren, 2013: 169; Haan vd, 2018: 1293; Smiciklas, 2012: 3) birtakım fotoğraf, illüstrasyon, grafik ve harita gibi çeşitli görsel unsurların haber içeriği olarak sunulmasıdır (Lee ve Kim, 2015: 2). İno grafikler, habercilikte hem bir tasarım unsuru olarak ortaya çıkmakta hem de okurlara veri aktarmaktadır. Grafik, şema, tablo ve istatistiklere kadar birçok veri görselleştirilmesi zamanla habercilik için bir istisna değil kural haline gelmiştir (Pasternack ve Utt, 1990: 28-29). Habercilikte infografik kullanımı küresel ölçekte giderek yaygınlaşmaktadır. Günümüzde, The New York Times (Zwinger ve Zeiller, 2016: 1), The Guardian, BBC, The Times (Dick, 2014: 490), Independent, Reuters, Washington Post, CBC (Canadian Broadcasting Corporation), ABC (Australian Broadcasting Corporation) gibi haber kuruluşları, haberleri infografik olarak sunmaktadır. Türkiye'de Anadolu Ajansı'nın öncü olduğu infografikte, İhlas Haber Ajansı (İHA), Hürriyet, Sözcü, Habertürk, CNN Türk, Cumhuriyet gibi gazeteler de çevrimiçi haberlerinde infografiklere yer vermektedir.

Veri haberciliği, toplumun bilgi sahibi olması gereken konularda verilerin sunulması ile demokratik bir toplumun gelişmesine katkı sağlayabilmektedir. Veri haberciliğiyle anlamlı hale getirilen bilgilerle toplum, özellikle yönetimlerin

icraatlarıyla ilgili olmak üzere çeşitli konularda detaylı bir şekilde aydınlatılmaktadır. Bu anlamda, veri haberciliği kamusal bir sorumluluk da üstlenmekte ve yönetimlerin şeffaf davranmasını teşvik etmektedir. Boyles ve Meyer (2016) veri haberciliğinin, yönetimlerin sakladığı verileri, olası ihmal durumlarını ortaya çıkarmakta ve daha demokratik bir ortam oluşturduğunu vurgulamaktadır. Veri haberciliği, küreselleşme ile meydana gelen anlık haber üretimi yerine daha zengin enformasyon aktarmayı amaçlayan yavaş gazetecilik pratikleri arasında yer almakta, iktidarın bireyleri kendi lehinde yönetme girişimi olarak görülen “gözetim” anlayışına cevap niteliğinde bir “karşı gözetimi” temsil etmektedir. Ayrıca, veri haberciliğinde kullanılan ham veri setleri okurlara sunulması ile okurlar bu verileri inceleme fırsatı bularak habere katılım, haberin kontrolü sağlanmakta, habercinin göremediği bağlantılar kurulabilmektedir (Narmanlıoğlu, 2021: 53).

Covid-19 salgının yaşandığı dönemde veri haberciliği daha önemli bir duruma gelmiştir. Salgına ilişkin verilerin yayımlanması konusunda özellikle Çin başta olmak üzere (DW Türkçe, 2021) çeşitli ülkelerin gerçek bilgileri sakladığı iddia edilmektedir. Öyle ki Türkiye’de de açıklanan vaka, hasta ve ölüm sayıları da oldukça tartışılmış, tıp dünyasından eleştiriler almıştır (Independent Türkçe, 2021). ABD’de yayın yapan New York Times, Financial Times gibi gazeteler resmi verilerin yanı sıra veri habercilerinin katılımıyla kapsamlı istatistik çalışmaları düzenleyerek elde ettikleri verileri kamuoyuna sunmuştur (Henrikson, 2020). Dolayısıyla gerçek verileri içeren bir veri haberciliği, toplumu ve bilim dünyasını aydınlatacak, mevcut tabloyu aktaracak ve salgının önlenmesi konusunda katkı sağlayacaktır.

Veri haberciliğinin demokratik bir toplum için sunduğu fırsatların yanı sıra bazı dezavantajları da barındırdığı düşünülmektedir. Özellikle veri manipülasyonu ile iktidarların okurlar üzerinde kendi lehinde bir söylem oluşturduğu dile getirilmektedir. Hangi verilerin, ne şekilde işlenerek topluma sunulacağı iktidarların ya da özel şirketlerin isteğine göre şekillenebilmektedir (Narmanlıoğlu, 2021: 56). Bu durum da verinin toplum yararından ziyade iktidarlar lehinde oluşturulabileceği tehlikesini doğurmaktadır. Türkiye’de özellikle 2021 yılının son ayları ile 2022 yılının ilk ayları döneminde hesaplanan enflasyon verileri oldukça tartışmalı bir hal

almıştır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından açıklanan veriler ekonomistler tarafından gerçekçi bulunmamakta, açıklanan veriler ile şekillenen maaş artışlarında adil bir yükselişin sağlanmadığına vurgu yapılmaktadır (BBC Türkçe, 2021). Öyle ki öğretim üyesi ve ekonomistlerin kurduğu Enflasyon Araştırma Grubu (ENAG) her ay enflasyon rakamlarını açıklamakta, TÜİK'in açıkladığı rakamlardan oldukça farklı rakamlar ortaya çıkmaktadır (BBC Türkçe, 2022). Bu durum da verinin kullanılma amacına göre olumlu ve olumsuz yanlarını ortaya koymaktadır.

Veri haberciliğinin, dijitalleşen medya çağında gelişmiş teknikler ve olanaklarla gelecekte de habercilik alanında yer alacağı öngörülebilmektedir. Giderek daha da dijitalleşen, daha büyük veriyi içinde barındıran sistemde, verilerin anlamlı bir hale getirilerek sorunların tespiti, çözümü ve geleceğe dair ipuçları önem arz etmektedir. Bu bağlamda, haber kuruluşlarının veri haberciliğini, gazeteciliğin temel fonksiyonları içine dâhil edilebileceğini söylemek mümkündür. Bu noktada gazetecilerin teknik donanımı da ön plana çıkmaktadır. Konuyla ilgili olarak Narmanlıoğlu da veri haberciliği için enformasyon okuryazarlığı, analiz yapma, korelasyon kurma gibi istatistiki çoklu bir uzmanlık gerektiğini aktararak haber kuruluşlarının bu alandaki gelişiminin zorlu ve farklı politikalar benimsemesine bağlı olduğuna dikkat çekmektedir (2021: 49).

2.5. Sanal Gerçeklik ve Habercilik

Haber içerikleri üretilirken farklı ekipman ve yazılımların kullanılması ile haberlere sanal gerçeklik (virtual reality - VR) unsurları eklenmektedir. Haberdeki inandırıcılığı artırmak, habere kullanıcıları çekebilmek amacıyla görsel unsurlara uygun haberlerin sanal gerçeklikle sunulmaya başlandığı görülmektedir. Sanal gerçeklikte hedef kitlenin üç boyutlu görüntülerle haberin içinde yer aldığı hissetmesi amaçlanmaktadır. Farklı çekim, kurgu ve yazılım teknikleri ile hazırlanan içerikler geleneksel metotların ötesinde kullanıcıları duygusal yönden de etkileyebilmektedir.

De la Pena ve diğerlerinin sürükleyici gazetecilik (immersive journalism) (De la Pena vd, 2010) ekseninde ele aldığı sanal gerçeklik Dominguez-Martin'e göre, bilgisayar teknolojisi kullanılarak haberin ilk elden yaşanması, haberde yer alan

unsurlar simüle edilerek yeniden üretilmiş bir gerçekliğe, sahneye, seslere, habere eşlik eden ruh halleri ve duygulara erişim sağlayan bir uygulamadır (2017: 420). Kullanıcılar, kendisini haberin gerçekleştiği yerde haberin bir parçası, nezaretçisi veya “tanığı” (Singh, 2015: 1) olarak hissetmektedir (De la Pena vd, 2010: 292). Sanal gerçeklik haberciliği, duyuşsal bir gerçeklik sunması açısından farklı bir habercilik anlayışı ve deneyimi yaşanmasını sağlamaktadır (Sirkkunen ve Uskali, 2019: 1). Sanal gerçeklik ile kullanıcılara inşa edilmiş üç boyutlu bir içerikte somut bir varlık, canlılık ve etkileşim hissi (Lelyveld 2015) ile empati kurma (Sanchez Laws, 2017: 1) olanağı sunulmaktadır.

Sanal gerçekliğin habercilik alanında kullanımı giderek yaygınlaşmakta ve günümüzde Los Angeles Times, USA Today, ABC News (Doyle vd, 2016: 3), Associated Press (AP) (Singh, 2015: 3), NY Times (ABD); BBC, The Guardian, ARTE, Euronews, (Fransa); Die Welt (Almanya); Dagens Nyheter (İsveç); Helsingin Sanomat (Finlandiya) (Sirkkunen ve Uskali, 2019: 2) gibi haber kuruluşlarında uygulanmaktadır.

Haber kuruluşları okurları habere çekebilmek için farklı teknolojik uygulamaları uzun bir süredir icra etmektedir. Diğer teknolojik uygulamalarda olduğu gibi sanal gerçekliğin de gelecekte yaygınlaşacağı öngörülmektedir. Öyle ki 2021 yılı sonunda sanal gerçeklik pazarı 3,7 milyar dolara ulaşırken 2022 yılı itibariyle sanal ve arttırılmış gerçeklik alanındaki pazarın yaklaşık 210 milyar dolar olacağı öngörülmektedir (Petrov, 2022). Sirkkunen ve Uskali sanal gerçekliğin gelişme sürecini olumlu etkileyecek olan maliyetlerinin zamanla azaldığını belirtirken (2019: 2) eğitim eksikliği (Sirkkunen ve Uskali, 2019: 3) içerik kalitesi ve kulaklıklara erişebilirlik (Doyle vd, 2016: 4), tarafsızlık (Singh, 2015: 3) gibi engellerin de olduğu ifade edilmektedir. Öte yandan 2021 yılı sanal gerçeklik alanında bir dönüm noktası olarak görülmektedir. Facebook’un “Meta” olarak yeniden markalaşması ile Metaverse adında yeni bir sanal dünya için yatırımlar ön plana çıkmakta, ikinci hayat (second life) olarak adlandırılan bu yeni adım sanal gerçekliğin farklı bir versiyonu olarak sunulmaktadır. Metaverse, her türlü dijital ortamı birbirine bağlayan bir sanal dünyayı temsil etmekte, bireylerin üç boyutlu bir avatari ile bu dünyada var olmasını içermektedir (BBC Türkçe, 2021). Metaverse’nin

habercilik alanında kullanılan sanal gerçeklik uygulamalarına nasıl bir etki edeceği de merak konusudur. Sanal gerçeklik alanında çalışan Thomas Seymat, Metaverse'nin haber kuruluşlarına finansal teşvik sağlayarak meta veri deposundaki haber içeriği üretme araçlarını herkesin kullanımına açması durumunda habercilik açısından güçlü bir gelir modelinin inşa edilebileceğine vurgu yapmaktadır (Seymat, 2021).

2.6. Sosyal Medya Haberciliği

Sosyal medya haberciliği iletişim çalışmaları içerisinde son dönemin önemli konu başlıklarından biridir. Sosyal medya haberciliğini internet ve bu bağlantıya izin veren cihazlar aracılığı ile enformasyonun toplandığı, elde edilen verilerin de haberleştirilerek topluma aktarıldığı süreç olarak tanımlamak mümkündür. Sosyal medya haberciliği ile ilgili geçmişten günümüze yapılan araştırmalara bakıldığında ise konunun farklı yönleriyle ele alındığı gözlemlenmektedir. Bu noktada sosyal medya platformlarındaki habercilik pratiklerini (Arık, 2013; Peer ve Ksiazek 2011), geleneksel medyanın sosyal medyadaki faaliyetlerini (Lysak vd. 2012; Kürkçü, 2016; Al-Rawi 2017; Çetinkaya, 2019), sosyal medyanın haber takibi ve kaynağı olarak görünümünü (Brown vd. 2014; Duman, 2019; Paulussen ve Harder, 2014), gazetecilerin sosyal ağları kullanımı ve alana bakışını (Kurt, 2014; Sine ve Sarı, 2018) inceleyen çalışmalar ile sosyal medyadaki haberciliği etik (Temel vd. 2021) ve güven (Sine Nazlı, 2019) boyutuyla ele alan araştırmalar bulunmaktadır. Buradan hareketle, iletişim çalışmaları bakımından önemli bir konumda bulunan sosyal medya haberciliğini mesleki pratikler açısından somut örneklerle değerlendirmek önemlidir.

Sosyal medya günümüzde dijital iletişim platformlarının en popüler temsilcilerinden biri konumunda bulunmaktadır. Sosyal ağlar aracılığı ile iletişimin odak noktası haline gelmiştir. Kullanıcılar kolay bir şekilde içerik üretip, bu ürünlerin dolaşımını sağlayabilmektedir (Şeker ve Taşan, 2021: 428). Habercilik alanında da yoğun bir şekilde kullanımı artan sosyal medya, haberin üretim, dağıtım ve kaynağına erişim gibi konularda gazeteciler açısından oldukça önemli bir konuma gelmiştir (Acharya vd., 2012: 24-25). Ayrıca sosyal medya platformları, geleneksel medyada yalnızca tüketici konumunda olan izleyici/dinleyici/okura hem içerik üretme

hem de geri bildirimde bulunma fırsatı da sunmaktadır. Bunun yanı sıra haberlere atfedilen değer ve kamuoyuna sunulması düşünülen haberlerin belirlenmesinde de sosyal medya ve kullanıcıları aktif bir rol oynayabilmektedir (Çetinkaya, 2019: 6). Sosyal medyanın, yapısı gereği, haber üretim ve yayma sürecinde daha demokratik ve özgürlükçü bir potansiyeli de bulunmaktadır (Kürkçü, 2016: 85). Ancak; bu çok sesli ortamın oluşmasının önünü açan sosyal medyanın, gazeteciler ve habercilik için çeşitli riskleri de bulunmaktadır. Herkesin içerik üretebildiği bu yeni mecrada, her içeriğin özgün, güvenilir ve gerçek olmama ihtimali de bulunmaktadır (Kurt, 2014: 822).

Sosyal medya uygulamalarından Twitter, gazetecilik meslek pratikleri bakımından oldukça yoğun bir şekilde ele alınmaktadır. Twitter, gazetecilerin, yurttaşların, resmi ve özel kurumların kendilerini gösterdikleri dinamik bir gazetecilik alanı olarak görülmektedir. Hemen hemen tüm yayın kuruluşları Twitter aracılığı ile kitlelere ulaşmaya çalışmaktadır. Bunun yanı sıra birçok gazeteci de Twitter’da yer almakta, kullanıcılar ile etkileşim sağlamaktadır (Arık, 2013: 281). Twitter, habercilik ekseninde haber toplama, dağıtma ve okurla etkileşime geçme bağlamında hem ulusal (Paulussen ve Harder, 2014: 545) hem de yerel (Lysak vd., 2012: 187) medya kuruluşları ve haber ajansları (Kürkçü, 2016: 473) tarafından yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Haber kuruluşlarının sosyal medyada kitlelere ulaşmaya çalıştığı gibi bireyler de bu platformlarda haber takip etmek istemektedir (Brown vd., 2014). Bugün Twitter’ın medya kuruluşları için neredeyse vazgeçilmez bir unsur olduğunu söylemek mümkündür. Twitter medya kuruluşlarının yanında bireysel faaliyetler için de olanaklı bir konumdadır. Günümüzde bir kuruma bağlı kalmadan serbest çalışan gazeteciler de Twitter’ı bir haber mecrası olarak kullanmaktadır. Bu noktada birçok gazeteci bulunmakla birlikte Ünsal Ünlü, önemli örneklerden biridir. Ünlü, sosyal medya platformları aracılığı ile gazetecilik faaliyetlerini yürütmektedir. Twitter, habercilerin haber paylaştığı bir mecra olmasının yanı sıra bir haber kaynağı da olmaktadır. Siyasetçilerin Twitter üzerinden yaptığı paylaşımlar haber değeri taşımakta ve haberlere referans olmaktadır. Özellikle ABD Başkanı Donald Trump, belirlediği birçok politika ve siyasi kararları Twitter üzerinden tüm dünyaya duyurmaktadır. Bu paylaşımlar, siyasiler ve

haberciler için de tartışma ortamı yaratmakta ve karşılıklı paylaşımlarla diğer sosyal medya mecralarında olduğu gibi interaktif bir hale gelmektedir.

Twitter’da olduğu gibi Facebook da hem medya kuruluşları hem de bireysel olarak gazetecilerin kullandığı bir alandır. Ayten (2013), Türkiye’de basının sosyal medyada yer alışıyla ilgili yaptığı araştırmada neredeyse tüm gazetelerin resmi Facebook sayfasının bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra günümüzde pek çok gazeteci sık sık haber toplamak ve haber kaynağına ulaşmak için Facebook’u kullanmaktadır (Lysak vd., 2012). Ayrıca Pew Araştırma Merkezi tarafından ABD’de yapılan kapsamlı bir çalışma kullanıcıların hala büyük bir çoğunluğunun haber için Facebook’u kullandığını göstermektedir (Shearer ve Matsu, 2018).

Video paylaşımı, canlı yayın gibi imkanlar sunan ve dünya genelinde 2 milyar kullanıcısı bulunan YouTube, sosyal medya haberciliği açısından en önemli platformlardan biri olmuştur. YouTube dünyada Google’dan sonra en çok ziyaret edilen ikinci web site konumundadır (Digital in 2020). Bu sebeple YouTube, medya kuruluşları ve gazetecilerin ilgisini çekmektedir. Özellikle televizyon yayıncılığı yapan kuruluşlar, haber ve programlarını YouTube kanallarına yüklemektedir. Artık küresel bir haber mecrası olan YouTube’de sosyal, politika, ekonomi ve bilim gibi çeşitli konularda yoğun bir şekilde haberler hazırlanmakta ve topluma sunulmaktadır (Sumiala ve Tikka, 2013; Djerf-Pierre vd., 2019). YouTube yapısı itibarıyla serbest çalışan gazetecilere de önemli bir alan sunmaktadır. Çünkü sunduğu imkânlar ile internet kullanım becerisi bulunan, herhangi bir bireyin içerik üretimi ve dağıtımını yapmasına izin vermektedir (Arklan ve Kartal, 2018: 929). Bu gibi özelliğiyle de serbest çalışmak isteyen gazetecilerin ilgisini çekmektedir. Gerek ekonomik gerekse siyasal ve patronaj yapısından dolayı geleneksel medyada yer almak istemeyen birçok gazeteci YouTube üzerinden habercilik faaliyetlerini yürütmektedir. Bu noktada Cüneyt Özdemir önemli bir örnektir. 13 Aralık 2010’da kendi adına kanal kurmuş Özdemir’in bugün milyonu aşan abonesi bulunmaktadır.¹ Özdemir kanalında hemen her gün canlı yayın yapmakta, siyasetten magazine birçok konuya

¹ Cüneyt Özdemir’in abone sayısı bilgisi Ekim 2021’de alınmıştır. İlerleyen tarihlerde değişiklik gösterebileceği unutulmamalıdır.

değirmektedir. Özellikle 2019 yerel seçimleriyle ilgili yayımları yüzbinlerce kullanıcı tarafından takip edilmiştir. Bu açıdan kullanıcıların da en çok haber takip ettiği sosyal medya platformları arasında yer alan YouTube'un (Shearer ve Matsa, 2018), habercilik alanına sunduğu imkânlar sayesinde uzun yıllar gazetecilik meslek pratikleri açısından aktif bir rol alacağı söylenebilir.

Fotoğraf ve video paylaşımının yanı sıra kullanıcılarına canlı yayın imkânı da sunan Instagram da sosyal medya platformları arasında en popüler olanlardan biridir. Dünya genelinde 1 milyar (We Are Social) aktif kullanıcıya sahip olan Instagram, sosyal faaliyetlerin yanı sıra habercilik için de önemli bir fırsat sunmaktadır. Son yıllarda medya kuruluşları da Instagram'ın geniş kitlelere ulaşma potansiyelini değerlendirmek için bu platformda sıkça yer almaya başlamıştır. Çetinkaya'nın (2019), Türkiye'de Instagram'da en çok takipçiye sahip olan ve basılı olarak da yayımlanmaya devam eden üç gazeteye yönelik gerçekleştirdiği araştırma, bu platformda genellikle gündem, yaşam ve siyaset konularının işlendiğini ortaya koymaktadır. Gazete sayfalarında bunların yanında çeşitli konularda da paylaşımlar yapılmıştır. Kullanımı her geçen gün daha da artan Instagram'ın önümüzdeki yıllarda habercilik alanında da daha sık yer alacağını beklemek olasıdır.

Görüldüğü üzere, sosyal medya ve habercilik konusu günümüzde oldukça gündemde olan bir tartışmadır. Sosyal medya aracılığıyla artık gazeteciler, haber kaynağına ulaşabilmekte ve kullanıcılarla hızlı bir şekilde etkileşime geçebilmektedir. Sosyal medya haberciliğinin bir diğer avantajı ise özellikle bireysel anlamda gazetecilik faaliyetlerini yürüten gazeteciler ile alternatif seslerin topluma aktarılmasının önünü açmasıdır.

2.7. Mobil Habercilik

Dijitalleşme, bireysel olarak üretim ve dağıtım olanaklarının gelişmesi, mobil haberciliğin yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır. Mobil cihazlardaki hızlı gelişim ise, habercilik alanında da yeni uygulamaların önünü açmıştır. Bu yeni gazetecilik faaliyetlerinden biri olan mobil habercilik, gazetecilik faaliyetlerinde haber üretimi ve dağıtımına olanak sağlayan alanlardan biri konumundadır. Bu bakımdan mobil habercilik kavramsal olarak ele alınıp, meslek pratikleri açısından tartışılacaktır.

İletişimin dijitalleşmeye başlaması mobil medyanın doğuşunu başlatmıştır. 1990'lı yıllardaki dijital teknolojilerdeki gelişmeler ve günümüzdeki ileri teknoloji uygulamaları mobil cihazların sayısını ve kullanımını oldukça artırmıştır. Bu durumla birlikte de mobil iletişim farklı alanlarda yeni bir dönemin önünü açmıştır. Mobil yayıncılık da bu alanlardan biri olmuştur (Akt. Scholari vd., 2012: 30). Yayıncılığın önemli bir ayağı olan habercilik ise mobil teknolojilerden en çok etkilenen kitle iletişim faaliyetleri arasında yer almaktadır.

Mobil medya kavramı yeni medyanın bir alt dalı olarak görülen cep telefonu ve tablet bilgisayarlar gibi cihazların öncülüğünde zaman ve mekâna bağlı fark etmeksizin internet bağlantısı bulunan araçlar ile sağlanan içeriği ifade etmektedir. Haber ve bilgilendirme ise mobil medya hizmetlerinin önemli unsurları arasında bulunmaktadır (Kuyucu, 2018: 153). 2000'li yıllarda BBC'nin öncülüğünde çeşitli Avrupa ülkelerinde mobil cihazlara SMS-MMS aracılığıyla haber uyarıları gönderilmeye başlanması mobil haberciliğin ilk örnekleri olarak görülmektedir. Bu ilk uygulamaların hemen sonrasında ise Çin merkezli bir haber kuruluşu olan Yunnan Daily Press, SMS ile haber uyarıları sistemini hayata geçirmiştir. 2002 yılında başlanan bu uygulamada üç yıl içerisinde 290 bin aboneye ulaşılmıştır. Ancak bir yıl sonra abonelerin büyük çoğunluğu kaybedilmiştir. Dünyanın birçok yerinde 2005 yılından sonra buna benzer çeşitli çalışmalar yapılmıştır (Cheng ve Bruns 2009; Westlund, 2012). Bu tür girişimlerin yanı sıra mobil haberciliğin en önemli unsurlarından biri olan cep telefonu ile çekilen bir fotoğrafa 14 Şubat 2004 tarihinde New York Times gazetesi yer vermiştir (Quinn, 2009: 7). 2007 yılında Apple'ın iPhone'u tanıtmasıyla birlikte de hem mobil cihazlar hem de mobil habercilik alanında yeni gelişmelerin önü açılmıştır. Ayrıca bu dönemde dokunmatik cihazların kullanımının yaygınlaşmasıyla mobil cihazlar, gazetecilerin sahada çalışmasını kolaylaştırmış, haberleri hızlı bir şekilde bildirme ve anında bilgi kontrolünün sağlanmasına olanak tanımıştır (Westlund, 2012).

Mobil habercilik kavramına bakıldığı zaman çeşitli tanımlar yapıldığı görülmektedir. Mobil habercilik akıllı telefonlar ya da tablet kullanılarak haber toplama ve yayma süreci olarak tanımlamaktadır (Kuyucu, 2018: 154). Özyal ve Tosun (2017: 60) ise habere erişim, üretim ve gazetecilik aktörlerinin yeniden

tanımlanmasına neden olan gazetecilik biçimi olarak görmektedir. Bunların yanı sıra Narin (2015) de mobil habercilikle ilgili en önemli unsurlardan biri olan cihazların, yalnızca haberin sunulduğu bir mecra olmadığını, gazeteciliğe yönelik birçok sayıda dinamikler üzerinde etkili olduğunu vurgulamaktadır. Bunlardan hareketle mobil gazeteciği, haberlerin toplanmasından yayımlanmasına kadar geçen aşamadaki her anın (bilgi toplama, fotoğraf çekme, video çekme, metin hazırlama, haberin yayınlanması vb.) mobil cihazlarla yapıldığı bir alan olarak tanımlamak mümkündür. Habercilik alanında birçok fonksiyonun bir arada yapılmasına imkân sağlayan mobil habercilik uygulamasının, meslek pratikleri açısından çeşitli avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Bu noktada Narin (2015) mobil haberciliğin avantajlarını kolaylık, haberin öyküsünün rahat bir şekilde sunulabilmesi, anımsalılık, etkileşim kapasitesi, kolay taşınabilirlik, ucuzluk, özel izleyici kitlesine ulaşılabilmesi olarak sıralarken, dezavantajları kötü görüntü ve ses kalitesi, pil ömrü, cep telefonunda haber yazmanın zor oluşu ve gizli çekimlerin yaygınlaşması olarak belirtmektedir. Daha önceki çalışmalarda fotoğraf, ses ve video kalitesi bakımından dezavantajları ön plana çıksa da bugün mobil cihazların fotoğraf ve video kayıt kalitesi profesyonel cihazlarla hemen hemen aynı kaliteyi sağlayabilmektedir. Ancak yine de batarya yetersizliği mobil haberciliğin teknik anlamdaki dezavantajlarından biri olarak devam etmektedir. Nitekim haberin en önemli anında ya da bir detay görüntü alırken böyle bir sorun yaşamak bilgi akışının tam anlamıyla sağlanmasının önüne geçebilecektir. Mobil haberciliğin en önemli dezavantajlarından birinin de cihazların çok rahat bir şekilde hayatın her alanında var olması ile ortaya çıkabilecek olan mahremiyet sorunu olduğunu söylemek mümkündür.

Özlüce, teknolojinin gelişmesine paralel olarak ortaya çıkan habercilik pratiklerinin farklı avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Bunları ise aşağıdaki şekilde aktarmak mümkündür:

Tablo 1. Teknoloji Odaklı Habercilik Pratiklerinin Avantajı, Dezavantajı ve Geleceği

Habercilik Türleri	Avantajları	Dezavantajları	Öngörüler
Drone	Daha düşük maliyetle, eğitimini alan her muhabirin kullanabileceği, estetik açıdan ilgi çekici görüntüler elde edilmekte, doğal afetlerde ve çeşitli organizasyonlarda fiziki olarak ulaşılamayan noktalardan görüntü, veri akışı sağlamaktadır.	Yerleşim yerlerinde yapılan çekimlerde mahrem alanların görüntülenmesi etik problemler doğurmakta, havaalanına yakın bölgelerdeki çekimler uçakların iniş ve kalkış güvenliği konusunda tehlike oluşturabilmektedir.	Gerçek ve ilgi çekici drone görüntüleri ile oluşturulan haberler, -görselliğin egemen olduğu bu çağda- haberciliğin geleceğinde daha sık kullanılacaktır. Drone'ların boyutu ve batarya gücü alanında yaşanacak gelişmeler drone haberciliğini daha sürdürülebilir bir hale getirecektir. Ayrıca, drone'a yönelik yasal düzenlemeler drone'un gelecekteki kullanımına etki edecek önemli bir faktördür.
Mobil	Düşük maliyetle, habercilik için en önemli unsurlardan olan fotoğraf, video, metin hazırlama gibi uygulamaları tek yerde yapma ve yayma imkânı ile hız açısından önemli bir fırsat sunmaktadır.	Gizli çekimlerin önünü açabilmekte ve kolaylaştırabilmektedir. Çok gelişmiş olsa da batarya sorunu bir diğer dezavantaj konumunda bulunmaktadır.	Mobil cihazlar ve uygulamalar önümüzdeki süreçte habercilik alanında daha sık kullanılmaya başlayacaktır. Bireysel gazeteciliğin yaygınlaşmasının önünü açacaktır.
Podcast	Çok düşük bir maliyetle herkesin yayın yapıyor oluşu, istenilen yerde ve zamanda dinlenebilir, samimi ve edebi bir nitelikte olma özelliği, podcast haberciliğini çekici kılan nedenlerdir. Ayrıca, ana akımda yer almayan birçok gelişmeyi kapsayan alternatif ve niş yayıncılık imkânı sağlamaktadır.	Herkesin yayın yapıyor oluşu, bireysel yayıncıların içerik üzerindeki kontrolü haberciliğin nesnellik ilkesini zedeleyebilmektedir. Ayrıca, bireysel yayıncıların gerçekliği teyit edilmemiş bilgileri topluma sunması, haberi aktarırken yorum katması ile toplumu manipüle edebilmektedir.	Podcast yayıncılığının ABD'de olduğu gibi diğer ülkelerde de yaygınlaşacaktır. Özellikle reklam ve yatırım alanındaki pazar paylarında yaşanan artış podcast yayıncılarının nicelik ve nitelik açısından zenginleşeceğini göstermektedir. Öte yandan genel habercilik ilkelerinin podcast yayıncılarını da kapsayacak biçimde genişletilmesi, podcast haberciliğinin daha nitelikli yapılmasını sağlayacak, podcast haberciliğinin bazı dezavantajlarını ortadan kaldıracaktır.
Robot	Hız faktörü önemli bir avantaj sunmaktadır. Özellikle doğal afet gibi toplumun acil bilgi ihtiyacı duyduğu alanlarda yardımcı olmaktadır.	Dijital mecralarda veri güvenliği en önemli sorun alanlarının başında gelmektedir. Bu noktada robot gazetecilik uygulamalarında enformasyonun elde edildiği alanlardan dolayı etik sorunları ortaya çıkarabilmektedir.	Günümüzde belli başlı alanlarda sık kullanılan robot gazetecilik, önümüzdeki süreçte birçok habercilik konularında yaygınlaşacaktır. Yalnızca haber seçme ve yazma işleminde değil yorum (köşe yazısı vb.) konusunda da varlığını hissettirmeye başlayacaktır. Kısa vadede insan gazetecilerin yerini alamayacaktır.

Habercilik Türleri	Avantajları	Dezavantajları	Öngörüler
Sanal Gerçeklik	Sanal gerçeklik uygulamaları, haberde inandırıcılığı ve ilgiyi artırma açısından önemlidir. Ayrıca, izleyiciye haberin içinde olduğu hissettirilerek duysal bir gerçeklik sağlanmaktadır.	Sanal gerçeklik, teknoloji ve profesyonellik gerektiren bir uygulama olduğundan maliyetli bir alandır. Bu sebeple her kuruluşun sanal gerçeklik haberciliği uygulama şansı bulunmamaktadır. Ayrıca, sanal gerçekliğin kullanıcılar tarafından izlenmesi için özel kulaklıklar gibi ekipmanlara ihtiyaç duyulmaktadır.	Sanal gerçeklik alanında yatırımların arttığı görülmekte, yatırımlara paralel olarak sanal gerçeklik haberciliğinin de kullanım sıklığı artacaktır. Ayrıca, sanal gerçekliğin farklı bir versiyonu olan Metaverse'nin gündeme gelmesi, insanların Metaverse dünyasından mekân alması, bu alandaki gelişimin önünün açık olduğunu göstermektedir.
Sosyal Medya	Enformasyonun toplanması ve haberin yayılmasında sunduğu kolaylık önemli bir avantajdır. Alternatif haberciliğin önünü açabilmektedir. Bireysel anlamda habercilik yapmaya imkan vermektedir.	Enformasyon edinme noktasında herkesin paylaşım yapabildiği bir ortamda dezenformasyon sorunu ortaya çıkabilmektedir.	Habercilik alanında sık kullanılan sosyal medya platformlarına (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube vb.) yenileri eklenerek kullanımı yaygınlaşacaktır.
Veri	Bireylerin enformasyona ulaşımı ve anlayabilmesi açısından demokratik bir işlevi yerine getirmektedir. Ayrıca, hemen her şeyin rakamlarla ifade edildiği bu çağda, toplumu ilgilendiren her türlü veriyi anlaşılır ve görünür kılmaktadır.	Birtakım verilerin siyasi iktidar kontrolünde olması veri manipülasyonuna yol açabilmekte, iktidarlar verileri kendi lehinde manipüle edebilmektedir. Ayrıca, her türlü veri akışının sağlandığı bir çağda veri gazeteciliği doğrultusunda kişisel verilerin aktarılması etik sorunlar ortaya çıkarabilmektedir.	Veri gazeteciliği, haberciliğin geleceğinde farklı boyutlarıyla ve nitelikleriyle sürekli var olacak bir habercilik türüdür. Haber kuruluşları veri haberciliğini temel habercilik fonksiyonları içinde değerlendirecektir. Bu doğrultuda habercilerin veri konusunda teknik olarak kendilerini ehil bir duruma getirmesi gerekecektir.

Görüldüğü üzere, habercilik türlerinin avantaj, dezavantaj ve geleceğine yönelik öngörülerinde benzerlikler bulunmaktadır. Özellikle drone, sosyal medya, mobil ile podcast haberciliğinin bireysel gazeteciliği teşvik ettiğini, bu durumun da alternatif bir yayıncılığı destekleyeceğini söylemek yanlış olmayacaktır. Ayrıca sözü edilen meslek pratiklerinde öne çıkan bireyselleşmenin etik açıdan sorunlar doğurabileceği, habercilik ilkelerinin göz ardı edilerek toplumsal problemlere yol

açabileceği de olması ortak öngörüler arasında yer almaktadır. Bunun yanı sıra bütün habercilik türlerindeki ortak nokta, habercilerin sahip olduğu nitelikleri geliştirmesi gerektiğidir. Teknolojinin sürekli geliştiği, sözü edilen tüm habercilik türlerinin gelecekte daha yaygın kullanılacağı şeklindeki prejeksiyonun olduğu bir çağda habercilerin güncel kalabilmesi adına teknolojik gelişmeleri takip ederek, o yenilikleri uygulayabilme yeteneğini kazanması bir ihtiyaçtır.

SONUÇ

Habercilik, tarihsel süreç içerisinde farklı unsurları bir arada barındıran alandır. İnsan ve teknolojilerin etkin rol oynadığı bu alan, hızlı bir şekilde değişim ve dönüşüm yaşamaktadır. İletişim teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak da habercilik meslek pratikleri yenilenmiş, birbirinden farklı uygulamalar ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada da teknolojik gelişmelerin habercilik pratikleri üzerindeki etkisi ele alınmış ve geçmiş çalışmalardan yola çıkarak tartışılmıştır. Habercilik ile ilgili son yıllarda yoğun bir şekilde gündemde olan ve en yeni habercilik türlerine odaklanılmış olsa da incelenen konuların yanında teknoloji temelli ortaya çıkan farklı meslek pratiklerinin bulunduğu da unutulmamalıdır. Ancak; genel olarak düşünüldüğünde, bu konu çok daha geniş kapsamlı olmakla birlikte tüm habercilik pratikleri başlı başına bir çalışma konusu niteliğindedir. Bu bağlamda, çalışma son dönemde teknolojik gelişmelerin en çok ön plana çıktığı habercilik türleriyle sınırlandırılmıştır.

Çalışmada, teknolojik gelişmelerin habercilik meslek pratiklerini en çok etkileyen unsurlardan biri olduğu gözlenmektedir. Son dönemde gerek yazılımsal gerekse de donanımsal teknolojilerin gelişimiyle veri, podcast, sanal gerçeklik, drone, sosyal medya haberciliği, mobil ve robot gazetecilik gibi türlerin ortaya çıkarak meslek pratikleri içerisinde önemli bir yer tutmaya başladığı görülmektedir. Bu habercilik türlerinin uygulanma biçimleri ve alanları farklılık göstermektedir. Drone haberciliği donanımı yani araç kullanım becerisi gerektiren bir durum olarak ifade ederken, veri, robot ve sanal gerçeklik gibi habercilik türlerinde yazılım bilgi ve becerisi ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda, bu habercilik türlerinin maliyet ve iş gücü açısından kurumsal yapılar için daha uygun olduğunu söylemek mümkündür. Podcast, sosyal medya ve mobil habercilik pratiklerinin ise özellikle maliyet ve kolay

kullanılabilirlik açısından bireysel gazetecilik için önemli bir alan yarattığını söylemek yanlış olmayacaktır. Ancak bu durum, keskin çizgilerle ayırt edilebilecek bir durum değildir. Teknoloji eksenli bu habercilik türleri hem kurumsal hem de bireysel gazetecilik yapan meslek profesyonelleri tarafından kullanılabilmektedir. Hem yazılım hem de donanım açısından ortaya çıkan habercilik türlerinde ortak olan nokta var olan temel gazetecilik becerisi üzerine inşa edilecek farklı nitelikler ve meziyetlerdir. Bu doğrultuda habercilerin mevcut yetkinliğine ek olarak ilgi alanına göre sözü edilen bu habercilik türlerinde uzmanlaşmasının haberciliğin ve habercilerin ayakta kalabilmeleri açısından elzem bir konu olmaktadır.

Teknoloji odaklı gelişen habercilik pratiklerinin toplum açısından çeşitli avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır. Özellikle bireysel anlamda haberciliğe imkân sağlayan uygulamaların, haber alanına çok seslilik bakımından önemli bir fırsat sağladığını söylemek mümkündür. Bunun yanı sıra bu habercilik pratikleri, yaşananların topluma aktarılmasında hızı artırmıştır. Bu habercilik pratiklerinin önemli katkılarından biri de okurlara görsel ve estetik açıdan da önemli bir katkı sağlamasıdır. Örneğin, haberlerde drone ve sanal gerçeklik gibi uygulamaların kullanımı bu durumu desteklemektedir. Ayrıca veri gazeteciliğinin, gazetecilerin yaptığı görselleştirme ve hikâyeleştirme sayesinde okurların haberdeki verileri anlayabilme ve haberin bütününe bakabilme noktasında kolaylaştırıcı olduğu düşünülmektedir. Habercilik pratiklerinin dönüşümü gazeteciler açısından da olumlu sonuçlar vermektedir. Hafif ve kolay kullanılabilir cihazların kullanımı haberin hızlı yazımı, üretimi ve yayımlanması konusunda gazetecilerin elini güçlendirmektedir. Bu habercilik türlerinin en önemli etkilerinden biri de bireysel anlamda icra edilen gazeteciliği kolaylaştırması olarak görülmektedir. Ancak herkesin içerik üretebildiği ve dolaşıma sokabildiği bu ortamda en büyük dezavantaj ise doğruluğu kanıtlanamayan bilgilerin hızlı bir şekilde yayılmasıdır. Ayrıca, drone haberciliği, özel hayatın gizliliği, mahremiyet ve güvenlik konularında ihlallere neden olabilmesinin yanı sıra veri haberciliğinde de kişisel verilerin yasadışı yollarla elde edilmesi gibi sakıncalar oluşmaktadır.

Teknoloji merkezli habercilik pratikleri her geçen gün değişim ve dönüşüm yaşamaktadır. Burada robot, drone, sanal gerçeklik gibi görece yeni uygulamaların

önümüzdeki süreçte çok daha yaygın bir biçimde habercilik alanında varlık göstereceğini söylemek mümkündür. Örneğin bugün hala sınırlı işler için kullanılan robot gazetecilik kapsamında, gündem takibi yapılarak otomatik bir şekilde köşe yazılarının hazırlanması şaşırtıcı olmayacaktır. Ayrıca, toplumun büyük çoğunluğunun mobil cihazlara bağlı olarak yaşadığı ortamda podcast, sosyal medya, mobil habercilik de önemini koruyacaktır. Bunun yanı sıra dijitalleşmenin de etkisiyle büyük veri kümelerinin oluştuğu dünyada veri haberciliği, geniş kapsamlı olayları anlamlandırma bağlamında değerini artıracaktır. Son söz olarak, günümüzün teknolojik gelişmelerine ilerleyen dönemde de yenileri eklenecek ve bu gelişmeler farklı habercilik pratiklerini ortaya çıkaracaktır.

KAYNAKÇA

- ACHARYA, Ujjwal, PATHAK, Tilak, KARKİ, Bikash, SHRESTHA, Rajneesh Bhandari Umesh ve DAHAL Rishikesh (2012). 2011 National Survey on Nepali Journalists. Nepal: Center for Media Research.
- AL RAWİ, Ahmed (2017). “News Values on Social Media: News Organizations’ Facebook Use”, *Journalism*, 18(7), s. 871–889.
- ALEMDAR, Korkmaz ve UZUN, Ruhdan (2019). *Herkes İçin Gazetecilik*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- ANDERSON, Christopher (2013). “Towards a Sociology of Computational and Algorithmic Journalism”. *New Media & Society*, 15(7), p.1005–1021.
- ARIK, Emel. (2013). “Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği Örneği”, *İletişim ve Kuram Araştırma Dergisi*, 36, s.73-87.
- ARLAN, Ümit ve KARTAL, Zafer Nurullah (2018). “Y Kuşağının İçerik Tüketicisi Olarak Youtube Kullanımı: Kullanım Amaçları, Kullanım Düzeyleri Ve Takip Edilen İçerikler Üzerine Bir Araştırma”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6 (2), s.929-965.
- AYTEN, Adem (2013). “Sosyal Medyada Türk Basını”, *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 20, s.15-31.

BALOĞLU, Enes ve DAĞ, Harun (2019). Dijital Medyada Alternatif Habercilik: Podcast ve YouTube Örnekleri. (Editör) Mustafa İşliyen ve Fatma Şimşek İşliyen. Dijital Gazetecilik ve İletişim (s. 101-114). Konya: Literatürk.

BAYRAKTAR, Gökhan (2018). Türkiye'de Veri Gazeteciliği Medya Profesyonellerinin Veri Gazeteciliği Algısı Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

BBC NEWS (2021). “Apparently, it's the next big thing. What is the metaverse?”, https://www-bbc-co-uk.translate.google.com/news/technology-58749529?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=tr&_x_tr_hl=tr&_x_tr_pto=sc Erişim tarihi: 29.01.2022.

BBC TÜRKÇE (2021). “Enflasyon: Uzmanlar Türkiye'de resmi ve hissedilen enflasyon arasındaki farkın artmasını nasıl yorumluyor?”, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-55935159>, Erişim tarihi: 30.01.2022.

BBC TÜRKÇE (2022). “Enflasyonu %82,81 hesaplayan ENAG nasıl çalışıyor, sonuçları TÜİK'ten niye farklı?”, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-59889795>, Erişim tarihi: 29.01.2022.

BERRY, Richard (2006). “Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio”, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 12 (2), p.143–162.

BİRCH, Hayley ve WEITKAMP, Emma (2010). “Podologues: conversations created by science podcasts”, *New Media and Society*, 12(6), p.889-909.

BONINI, Tiziano (2015). “The “Second Age” of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium”, *Quaderns del CAC*, 41(18), p.21–30.

BOYLES, Jan Lauren ve MEYER, Eric (2016). “Letting the Data Speak”, *Digital Journalism*, 4(7), p.944–954.

BROWN, Carrie, HENDRICKSON, Elizabeth ve LITTAU, Jeremy (2014). “New Opportunities For Diversity: Twitter, Journalists and Traditionally Underserved Communities”, *Journal of Social Media Studies*, 1(1), p.1–16.

DAĞ, Harun ve BUDAK, Emrah (2022). Teknolojik Gelişmelerin Habercilik Pratikleri Üzerine Etkisi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (1), 359-402.

BUDAK, Emrah (2019). “Teknolojik Gelişmelerin Habercilik Uygulamaları Üzerine Etkileri: Türkiye’de Drone Haberciliği”, Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, 33, s.119-139.

BULUT, Serkan (2020). “Dijital Çağda Medya: Makine Öğrenmesi, Algoritmik Habercilik ve Gazetecilikte İşlevsiz İnsan Sorunsal”, Selçuk İletişim Dergisi, 13 (1), s. 294-313.

CAPTAIN, Sean (2012). “Livestreaming journalists want to occupy the skies with cheap drones.” <http://www.wired.com/threatlevel/2012/01/occupy-drones/> Erişim tarihi: 07.03.2020.

CARLSON, Matt (2015). “The Robotic Reporter: Automated Journalism and the Redefinition of Labor, Compositional Forms, and Journalistic Authority”, Digital Journalism, 3(3), p.416– 431.

CASTELLANO, Orge (2018). “The Future of Journalism: Will Robots Get it Right?” <https://medium.com/@orge/this-is-the-future-of-journalism-will-a-machine-get-it-right-d3e747f16751> , Erişim tarihi: 06.05.2020.

CBC (Canadian Broadcasting Corporation/Radio-Canada). (2006). Annual Report 2005–2006. Ottawa: CBC/Radio-Canada.

CHENG, Liu ve BRUNS, Axel (2009). Mobile News in Chinese Newspaper Groups: A Case Study of Yunnan Daily Press Group. (Editör) G. Goggin ve L. Hjorth. Mobile Technologies: From Telecommunications to Media (p.187-201). New York: Routledge.

CLERWALL, Christer (2014). “Enter the Robot Journalist”, Journalism Practice, 8(5), p.519–531.

CODDINGTON, Mark (2015). “Clarifying Journalism’s Quantitative Turn”, Digital Journalism, 3(3), s.331-348

COOMBS, Nicholas, Lopez. (2016). “Truth Isn’t Stranger than Fanfiction: The Serial Podcast and Citizen Journalism”. Master’s Thesis, Utrecht University Faculty of Humanities, Netherlands.

- CORCORAN, Mark (2014). Drone Journalism: Newsgathering applications of unmanned aerial vehicles (UAVs) in covering conflict, civil unrest and disaster. Introductory Paper, Australia: Australian Broadcasting Corporation.
- ÇELİK, Tolga (2019). “Dijital Çağda Gazetecilerin Büyük Veri Kullanımı”. Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi (C-iasoS 2019), İzmir – Türkiye, 04-06 Nisan 2019, s.263-273.
- ÇETİNKAYA, Aysel (2019). “Çevrimiçi Gazetelerin Instagram Üzerinden Haber Paylaşımı”, Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi, 1(2), s.1-28.
- DE LA PEÑA, Nonny, WEIL, Peggy, LLOBERA, Joan, SPANLANG, Bernhard, FRIEDMAN, Doron, SANCHEZ-VIVES, Maria ve SLATER, Mel (2010). “Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News”, Presence: Teleoperators and Virtual Environments, 19(4), p.291–301.
- DEĞİRMENCİOĞLU, Gürsoy (2016). “Dijitalleşme Çağında Gazeteciliğin Geleceği ve İnovasyon Haberciliği”, TRT Akademi 1(2), s. 590-606.
- DICK, Murray (2014). “Interactive Infographics and News Values”, Digital Journalism, 2(4), p.490-506.
- DIAKOPOULOS, Nicholas (2014). Algorithmic Accountability Reporting: On the Investigation of Black Boxes. New York: Tow Center for Digital Journalism. Columbia School of Journalism.
- DJERF-PIERRE Monika, LINDGREN, Mia ve BUDINKI, MikaylaAlexis (2019). “The Role of Journalism on YouTube: Audience Engagement with ‘Superbug’ Reporting”, Media and Communication, 7(1), p.235-247.
- DOĞU, Burak (2015). “Veri Haberciliği: Demokratik Medya İçin Olanaklar”, Folklor/Edebiyat, 83, s.181-197.
- DOMINGUEZ Eva (2017). “Going beyond the classic news narrative convention: the background to and challenges of immersion in journalism”. Frontiers in Digital Humanity, 4(10), p.1–21.

DOYLE, Patrick, GELMAN, Mitch ve GILL, Sam (2016). Viewing the future? Virtual reality in journalism. Florida: Knight Foundation.

DUMAN, Kenan (2019). “Haber Kaynağı Olarak Sosyal Ağların Kullanımı: Türk İnternet Haber Siteleri Üzerine Bir Analiz”, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi Uluslararası Türk Dünyası Basın Sempozyumu Özel Sayısı, s. 1637-1654.

DW TÜRKÇE (2021). “Wuhan'daki ilk Covid karantinasının birinci yılı: Çin, salgını nasıl kontrol altına aldı?”, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-55764013> Erişim tarihi: 30.01.2022.

EDISON RESEARCH (2019). “The Podcast Consumer 2019”, <https://www.edisonresearch.com/the-podcast-consumer-2019/> Erişim tarihi: 02.04.2020.

EDMOND, Maura (2015). “All platforms considered: Contemporary radio and transmedia engagement”, *New Media and Society*, 17(9), p.1566-1582.

FENNELLY, Lawrence, ve PERRY, Marianna (2020). “Unmanned Aerial Vehicle (Drone) Usage in the 21st Century”, *The Professional Protection Officer*, p.183–189.

FITZPATRICK, A. Choi (2014). “Drones for good: Technological innovations, social movements and the state”, *Journal of International Affairs Editorial Board*, 68(1), p.19-36.

FURUNCU, Duygu (2019). Haber Üretim Pratikleri Bağlamında Veri Gazeteciliği: Türkiye’deki Gazetecilerin Veri Gazeteciliğine Yaklaşımı. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

GAGNON, Valeria Belair, OWEN, Taylor ve HOLTON, Avery (2017). “Unmanned aerial vehicles and journalistic disruption”, *Digital Journalism*, 5(10), p.1226-1239.

GARAMONE, Jim (2002). “From U.S. Civil War to Afghanistan: A short history of UAVs. U.S. Department of Defence, American Forces Press Service”.

<http://archive.defense.gov/news/newsarticle.aspx?id=44164> Erişim tarihi: 01.03.2020.

GEOGHEGAN, Michael ve KLASS, Dan (2005). Podcast Solutions: The Complete Guide to Podcasting, Library of Congress Cataloging-in-Publication Data. New York NY: Springer-Verlag.

GRAEFE, Andreas (2016). Automated Journalism. Columbia: Columbia Journalism School.

GRAY, Jonathan, BOUNEGRU Liliana ve CHAMBERS, Lucy (2012). The Data Journalism Handbook. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

GYNNILD, Astrid ve USKALI, Turo (2018a). What is responsible drone journalism? (Editör) A. Gynnild ve T. Uskali. Responsible drone journalism (s.1-15). Milton Park, Abingdon, Oxon: Routledge.

GYNNILD, Astrid ve USKALI, Turo (2018b). Three scenarios of responsible drone journalism. (Editör) A. Gynnild ve T. Uskali. Responsible drone journalism (s.85-95). Milton Park, Abingdon, Oxon: Routledge.

HAAN, Yael De., KRUIKEMEIER, Sanne, LECHELER, Sophie, SMIT, Gerard ve NAT, Renee Van Der (2018). "When Does an Infographic Say More Than a Thousand Words?", Journalism Studies, 19(9), p.1293-1312.

HENRIKSSON, Teemu (2020). "How Journalists are Meeting the Covid-19 Challenge", <https://questproject.eu/how-journalists-are-meeting-the-covid-19-challenge/> Erişim tarihi: 28.01.2022.

HIGH, Margaret (2019). "Critical Thinking: Will Robot Journalism Replace Human Journalists?", <https://www.editorandpublisher.com/columns/critical-thinking-will-robot-journalism-replace-human-journalists/> Erişim tarihi: 06.05.2020.

HODGES, Charles, STACKPOLE-HODGES, Christene, ve COX, Kenneth (2008). "Self-Efficacy, Self-Regulation, And Cognitive Style As Predictors Of Achievement With Podcast Instruction", J. Educational Computing Research, 38(2), p.139-153.

HOLOVATY, Adrian (2006). “A fundamental way newspaper sites need to change”, <http://www.holovaty.com/writing/fundamental-change/>, Erişim tarihi: 29.01.2022.

HOWARD, Alexander Benjamin (2014). The art and science of data-driven journalism. columbia journalism school. Tow Center for Digital Journalism Report.

IAB & PwC. (2021). U.S. Podcast Advertising Revenue Study. Full-Year 2020 Results & 2021-2023 Growth Projections. New York: The Interactive Advertising Bureau.

INDEPENDENT TÜRKÇE (2021). “Türkiye’de gerçek can kayıpları açıklananın 3 katı, ölüm kaydının kodlanmasıyla ilgili sorun yaşanıyor”, <https://www.indytrk.com/node/345826/sa%27Flik/t%27BCrkiyede-ger%27ek-can-kay%27B1plar%27B1-a%27%27B1klanan%27B1n-3-kat%27B1-%27B6l%27BCm-kayd%27B1n%27B1n-kodlanmas%27B1yla> Erişim tarihi: 30.01.2022.

IPSOS (2021). Türkiye’deki Podcast Bilinirliği ve Dinleme Alışkanlıkları. <https://www.ipsos.com/tr-tr/turkiyedeki-podcast-bilinirligi-ve-dinleme-aliskanliklari> Erişim tarihi: 28.01.2022

JUNG, Jaemin, SONG, Haeyeop, KIM, Youngju, IM, Hyunsuk ve OH, Sewook (2017). “Intrusion of software robots into journalism: The public’s and journalists’ perceptions of news written by algorithms and human journalists”, *Computers in Human Behavior*, 71, p.291-298.

KALSIN, Berrin (2016). “Geçmişten Geleceğe İnternet Gazeteciliği: Türkiye Örneği”, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 42(3), s.75-94.

KARADUMAN, Murad. (2018). Habercilik Ve Yeni Gazetecilik Türleri. *Current Debates in Public Relation, Cultural & Media Studies*, 9, 131- 146

KAYNAR, Açelya (2021). “Podcast Dinleme Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme”, *Yeni Medya*, (10), s.43-62.

- KOO, Chulmo, CHUNG Namho ve KIM, Dan J. (2015). “How do social media transform politics? The role of a podcast, Naneun Ggomsuda in South Korea”, *Information Development*, 31(5), p.421-434.
- KURT, Hanifi (2014). “Gazetecilik Pratiği ve Sosyal Medya”, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13(4), s.821-835.
- KUYUCU, Mihalis (2018). *Mobil Medya Ve Gazetecilik: Mobil Medya Ekseninde Geleneksel Haber Okurunun Yeni Nesil Haber Okuruna Dönüşümü*, 1. Uluslararası Eğitim ve Sosyal Bilimlerde Yeni Ufuklar Kongresi Bildiriler Kitabı, 9-11 Nisan 2018, İstanbul.
- KÜRKÇÜ DUMANLI, Duygu (2016). “Türkiye’de Ulusal ve Yerel Gazetelerin Twitter Kullanımı”, *International Journal of Social Sciences*, 46(4), s.85-101.
- LEE, Eun.-Ju ve KIM, Ye Weon (2015). “Effects of infographics on news elaboration, acquisition, and evaluation: Prior knowledge and issue involvement as moderators”, *New Media & Society*, 18(8), s.1579–1598.
- LELYVELD, Philip (2015). “Virtual Reality Primer with an Emphasis on Camera-Captured VR”, *SMPTE Motion Imaging Journal*, 124(6), p.78–85.
- LINDGREN, Mia (2016). “Personal narrative journalism and podcasting”, *The Radio Journal – International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), p.23-42.
- LYSAK, Suzanne, CREMEDAS, Michael ve WOLF, John (2012). “Facebook and Twitter in the Newsroom: How and Why Local Television News is Getting Social With Viewers?”, *Electronic News*, 6 (4), p.187-207.
- MADSEN, Virginia (2009). “Voices-cast: a report on the new audiosphere of podcasting with specific insights for public broadcasting”, *ANZCA09 Communication, Creativity and Global Citizenship*, Brisbane, July 2009, 1191-1210.
- MARTIN, Fraj (2018). “Does The Rise Of Robot Journalism Mean The End Of Newsrooms?”, <https://analyticsindiamag.com/does-the-rise-of-robot-journalism-mean-the-end-of-newsrooms/> Erişim tarihi: 06.05.2020.

MARTIN, Nicole. (2019). “Did A Robot Write This? How AI Is Impacting Journalism”, <https://www.forbes.com/sites/nicolemartin1/2019/02/08/did-a-robot-write-this-how-ai-is-impacting-journalism/#6056a8557795> Erişim tarihi: 06.05.2020.

MEYER, Philip (1973). Precision Journalism: A Reporter’s Introduction to Social Science Methods. Indiana: Indiana University Press.

MİGUEL DESCALSO, Alessandra Rose (2015). “The medium is the message: The rise of citizen journalism and podcasting”, <https://born2invest.com/articles/the-medium-is-the-message-the-rise-of-citizen-journalism-and-podcasting/> Erişim tarihi: 07.04.2020.

MONTAL, Tal ve REICH, Zvi (2017). I, Robot. You, Journalist. Who Is The Author? Authorship, Bylines and Full Disclosure in Automated Journalism, Digital Journalism, 5(7), 829-849.

MURADOĞLU, Candeğer (2021). “Türkiye’de Tekil Kullanıcı Sayısı Geçen Seneye Göre 3,5 Kat Artan Podcast Dünyasına Bakış”, <https://webrazzi.com/2021/04/14/turkiye-de-tekil-kullanici-sayisi-gecen-seneye-gore-3-5-kat-artan-podcast-dunyasina-bakis/> Erişim tarihi: 29.01.2022.

NARİN, Bilge (2015) “Mobil Telefonlar ve Gazetecilik: Mobil Haber Üretimi ve Habere Mobilden Erişim”, 20. Türkiye İnternet Konferansı, 1-3 Aralık 2015, İstanbul Üniversitesi.

NARİN, Fatma Bilge. (2017). “Uzman görüşleri bağlamında haber üretiminde otomatikleşme: robot gazetecilik”, Galatasaray Üniversitesi İleti-ş-im Dergisi, 27, s.79-108.

NARMANLIOĞLU, Haldun (2021). Veri Gazeteciliği ve Veri Manipülasyonu, (Editör) Osman Çalışkan. Çarpıtılmış Gerçekliğin İnşası II. Cilt: Manipülatif İletişimin Görünümleri (s.47-63). Ankara: Nobel Yayıncılık.

NILES, Robert (2005). “Will NPR's podcasts birth a new business model for public radio?”, Online Journalism Review. <http://www.ojr.org/will-nprs-podcasts-birth-a-new-business-model-for-public-radio/> Erişim tarihi: 3.04.2020.

NIMO, Ana ve BARRENO, Jorge. (2015). “Generación dron, <http://www.elmundo.es/tecnologia/2015/05/20/55549550e2704e3c648b457f.html> Erişim tarihi: 20 Nisan 2020.

NTALAKAS, Andreas, DIMOULAS, Charalampos, KALLIRIS, George. ve VEGLIS, Andreas. (2017). “Drone journalism: Generating immersive experiences”, Journal of Media Critiques, 3(11), p.187-199.

ÖZYAL, Burak ve Tosun Erdoğan, Gülgün (2017) “Dijital Gazeteciliğin Gelişen Bir Formu Olarak Mobil Gazetecilik”, Akdeniz Üniversitesi İletişim Dergisi, 28, ss. 60-81.

PAPADOPOULOU, Lambrini ve MANIOU, Theodora (2021). Digital Media and New Forms of Journalism. (Editör) Mehdi Khosrow-Pour. Encyclopedia of Information Science and Technology, (s.1130-1139). Pennsylvania: Information Resources Management Association. OXFORD DICTIONARY (t.y.). “Definition drone”,https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/drone_1?q=drone Erişim tarihi: 28.01.2022.

PARASIE, Sylvain (2015). “Data-Driven Revelation? Epistemological tensions in investigative journalism in the age of “big data”, Digital Journalism, 3(3), s.364–380.

PARASIE, Sylvain ve DAGIRAL, Eric (2012). “Data-driven journalism and the public good: “Computer-assisted-reporters” and “programmer-journalists in Chicago”, New Media & Society, 15(6), p.853–871.

PARK, Chang Sup (2017b). “Citizen news podcasts and engaging journalism: The formation of a counter-public sphere in South Korea”, Pacific Journalism Review, 23(1), p.245-262.

- PARK, Chang, Sup (2017a). "Citizen news podcasts and journalistic role conceptions in the United States and South Korea. *Journalism Practice*", 11(7), p.1158-1177.
- PARKS, Malcolm (2014). "Big Data in Communication Research: Its Contents and Discontents", *Journal of Communication*, 64, p.355–360.
- PASTERNAK, Steve ve UTT, Sandra (1990). "Reader Use & Understanding of Newspaper Infographics", *Newspaper Research Journal*, 11(2), p.28–41.
- PAULUSSEN, Steve ve HERDER, Raymond A (2014). "Social Media References in Newspaper", *Journalism Practice*, 8(5), p.542-551.
- PAVLIK, John Vernom (2013). *Dijital Teknoloji ve Gazetecilik: Demokrasiye Etkileri* (çev. Berrin Kalsın), (Editör), Müge Demir. *Yeni Medya Üzerine*, Konya: Literatürk, s. 83-108.
- PEER, Limor ve KSIAZEK, Thomas (2011). "Youtube And The Challenge To Journalism", *Journalism Studies*, 12(1), s. 45-63,
- PEISER, Jaclyn (2019). "The Rise of the Robot Reporter", <https://www.nytimes.com/2019/02/05/business/media/artificial-intelligence-journalism-robots.html> Erişim tarihi: 06.05.2020.
- PETROV, Christo (2022). "45 Virtual Reality Statistics That Will Rock the Market in 2021", <https://techjury.net/blog/virtual-reality-statistics/#gref> Erişim tarihi: 29.01.2022.
- QUINN, Stephen (2009). *Mojo-Mobile Journalism in the Asian Region*, Singapore: Konrad Adenauer Stiftung.
- RENÇBER, Hasan (2019). *Siyasal İletişimde Teknolojinin Dijital Dönüşümü*, (Editör) Banu Solmaz. *Siyasal İletişimin Dijital Dönüşümü* (s.71-106). Konya: Literatürk.
- ROBERTSON, Katie (2020). "The Times Starts Review of 'Caliphate' Podcast After Hoax Charge", <https://www.nytimes.com/2020/09/30/business/media/new-york-times-caliphate-podcast.html> Erişim tarihi: 28.01.2022.

SANCHEZ LAWS, Ana Luisa (2017). “Can Immersive Journalism Enhance Empathy?” *Digital Journalism*, 8(2), p.213-228.

SCOLARI, Carlos Alberto, AGUADO, Juan Miguel, Feijóo, Claudio (2012). “Mobile Media: Towards a Definition and Taxonomy of Contents and Applications”, *iJIM*, 6(2), ss. 29-38.

SEYMAT, Thomas (2021). “Will the Metaverse save journalism?”, <https://medium.com/@tseymat/will-the-metaverse-save-journalism-a4ce044c948e> Erişim tarihi: 29.01.2022.

SHEARER, Elisa. ve MATSA, Eva Katerina (2018). “News Use Across Social Media Platforms 2018”, <https://www.journalism.org/2018/09/10/news-use-across-social-media-platforms-2018/> Erişim Tarihi: 06.05.2020.

SHGM (2017). İnsansız hava aracı sistemleri talimatı (SHT-İHA). Ankara: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü.

SINGH, Kriti (2015). “Virtual Reality Journalism: Changing The Narratives Of News, Centre for Air Power Studies, Forum for National Security Studies”, http://capsindia.org/files/documents/CAPS_Infocus_KS_07.pdf Erişim Tarihi: 1.04.2020.

SIRICHAROEN, Waralak (2013). “Infographics: The new communication tools in digital age”, In *The International Conference on ETechnologies and Business on the Web*, Bangkok, s.169-174.

SIRKKUNEN, Esa ve USKALI, Turo. (2019). “Virtual Reality Journalism”, *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, 1, p.1-5.

SİNE NAZLI, Rengim (2019). “Değişen Habercilik Ve Haber: Güven İlişkisi Üzerine Bir Saha Araştırması”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 977-1005.

SİNE, Rengim ve SARI, Gülşah (2018). “Profesyonel Gazetecilerin Gözünden Sosyal Medya ve Habercilik İlişkisi”, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 30, s. 364-38.

- DAĞ, Harun ve BUDAK, Emrah (2022). Teknolojik Gelişmelerin Habercilik Pratikleri Üzerine Etkisi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (1), 359-402.
- SMICIKLAS, Mark (2012). The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audience. Indiana: QUE Publishing.
- SUMIALA, Johanna Maria, ve TIKKA, Minttu (2013). "Broadcast yourself global-news! A netnography of the "flotilla" news on YouTube Communication", Culture&Critique, 6(2), p.318–335.
- ŞEKER, Mustafa ve TAŞAN, Resul (2021). "Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinden Yaşlıların Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları: Tazelenme Üniversitesi Örneği", İNİF E-DERGİ, 6(1), 427-443.
- TEMEL, Mustafa, SOMUNCU, Burak ve GÜLTEKİN, Bünyamin (2021). "Sosyal Medya Haberciliğinde Etik: Instagram Hesapları Üzerine Bir İnceleme", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 45, s.290-305.
- THOMPSON, John (2008). Medya ve Modernite. (Çev: Serdar Öztürk), İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- TÖRENLİ, Nurcan (2005). Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- TREMAYNE, Mark ve CLARK, Andrew. (2014). "New perspectives from the sky", Digital Journalism, 2(2), p.232-246.
- VAN DALEN, Arjen (2012). "The Algorithms Behind the Headlines: How Machine-Written News Redefines the Core Skills of Human Journalists", Journalism Practice, 6 (5-6), p.648–658.
- VAN DER HAAK, Bregtje, Parks, Michael ve Castells, Manuel (2012). "The Future of Journalism: Networked Journalism. International Journal of Communication", 6, p.2923–2938.
- VANCE, Ashlee. (2010). "Start-Up Goes After Big Data With Hadoop Helper", <https://dealbook.nytimes.com/2010/04/23/start-up-goes-after-big-data-with-hadoop-helper/> Erişim tarihi: 2.3.2020.
- VOGT, Nancy. (2016). Podcasting: Fact Sheet, A. Mitchell, J. Holcomb ve R. Heisel (Ed.), State of the News Media (s.61-67). Washington: Pew Research Center.

DAĞ, Harun ve BUDAK, Emrah (2022). Teknolojik Gelişmelerin Habercilik Pratikleri Üzerine Etkisi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (1), 359-402.

WE ARE SOCIAL (2020). “Digital in 2020”, <https://wearesocial.com/digital-2020>
Erişim tarihi: 6.5.2020.

WESTLUND, Oscar (2012). “Mobile News”, Digital Journalism, 1(1), p.6-26.

ZAMITH, Rodrigo, ve BRAUN, Joshua A. (2019). Technology and journalism. In T. P. Vos, F. Hanusch, D. Dimitrakopoulou, M. Geertsema-Sligh, & A. Sehl (Eds.), The international encyclopedia of journalism studies (S. 1–7). Hoboken, NJ: Wiley.

ZWINGER, Sandra ve Zeiller, Michael. (2016). Interactive Infographics in German Online Newspapers, (Editors) W. Aigner, G. Schmiedl, K. Blumenstein, M. Zeppelzauer, Proceedings of the 9th Forum Media Technology, 2016, St. Pölten, 1-11.

Yazarların çalışmaya katkı oranları eşittir.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.