

# TEKNOLOJİ ve İNTERNETLE YENİDEN ŞEKİLLENEN MEDYA

Deniz ERGÜREL

## ÖZET

Gelişen yeni teknolojiler, yaygınlaşan internet kullanımı, mobil cihazlar ve sosyal ağların ortaya çıkışıyla birlikte medya radikal bir değişim sürecinden geçiyor. Haber ve bilgiyi oluşturma, erişme ve paylaşma yöntemleri farklılaşıyor.

Bir zamanlar, sadece küçük bir profesyonel azınlığa ait olan yayın yapma ayrıcalığı, ortaya çıkan yepyeni ve ucuz mecralar sayesinde ortadan kalkıyor. Yeni iş modelleri ortaya çıkıyor. Artık herkesin potansiyel bir yayıncı olduğu ve global bir kitleye hitap ettiği bir çağda medya kuruluşları ve gazeteciler mesleklerini en iyi şekilde uygulamak için ne yapmalı?

**Anahtar Kelimeler:** Gazetecilik, Gazeteciler, Vatandaş Gazeteciliği, Yeni Medya, İnternet, Sosyal Ağlar, Yeni Medya İş Modelleri.

## Teknoloji ve İnternetle Yeniden Şekillenen Medya

Teknolojinin hızla gelişmesi, internet kullanımının artması, sosyal ağların ortaya çıkışı ve akıllı mobil araçların yaygınlaşmasıyla birlikte dünya büyük bir değişim sürecinden geçmektedir. Yaşanan bu değişim politikadan sanata, ülkeler arası ilişkilerden ticarete, eğitimden bireyler arasındaki iletişime kadar hayatın tüm alanını derinden etkilemektedir.

Eğer bundan 10 yıl önce cep telefonlarımızdan dünyanın tüm cadde ve sokaklarının haritasını hem de bedava kontrol edebileceğimiz söylenseydi buna ancak çok azımız inanırdı. Cep telefonunun ekranına dokunarak bir resmi büyütüp küçültebilmek, herhangi bir ücret ödemediği dünyanın bir ucundaki bir kişiyle görüntülü konuşma yapabilmek veya 3 boyutlu yazıcılarda kendi tasarımlarımızı ürün haline getirebilmek ancak bilimkurgu filmlerinde görülebilirdi. Oysa şimdi tüm bunlar gerçek hayatın bir parçasıdır. Bu muazzam değişimin en çok hissedildiği alanlar ise medya ve gazeteciliktir.

Gutenberg'in on altıncı yüzyılda matbaayı icadından, elektronik medyanın ortaya çıktığı yirminci yüzyılın sonuna kadar geçen süre içerisinde, bildiğimiz ve alıştığımız medya düzeni, radikal bir biçimde değişmektedir. Bir zamanlar sadece profesyonel azınlıkların elinde olan yayın yapma ayrıcalığı, internet ve herkesin kullanımına açık araçlar sayesinde artık ortadan kalkmış durumdadır.

Bugün, dijital ağların sunduğu sınırsız imkanlardan faydalanan her birey artık potansiyel bir yayıncıya ve gazeteciye dönüşmüştür. Bugüne kadar izleyici, dinleyici veya okuyucu olarak tanımlanan kitleler, hem kendi içeriğini üretebilmekte hem de paylaşabilmektedir. İçinden geçtiğimiz bu büyük değişim sürecinin en önemli özelliği işte bu yayıncılık ayrıcalığının artık mevcut olmamasıdır.

Bir zamanların pasif kitleleri, şimdi bloglar, wikiler, podcastler, sosyal ağlar ve online video platformları üzerinde muazzam seviyelerde içerik üretiyor:

- YouTube'a bir dakikada yüklenen videonun uzunluğu 72 saattir ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)).
- Twitter'da bir günde atılan tweet sayısı 400 milyondan fazladır ([www.expandedramblings.com](http://www.expandedramblings.com)).
- Facebook'ta günlük beğeni (like) sayısı ortalama 2 milyar 700 milyondur ([www.expandedramblings.com](http://www.expandedramblings.com)).
- Flickr'a yüklenmiş fotoğraf sayısı 8 milyarı aşmış durumda, her gün yüklenen fotoğraf sayısı ise 3.5 milyondur ([www.theverge.com](http://www.theverge.com)).
- ABD kaynaklı blog sayısı 42 milyon ve her gün 500 bin yeni blog yazısı yazılmaktadır ([www.blogging.org](http://www.blogging.org)).
- İnternet World Stats verilerine göre ([www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)) dünya çapındaki internet kullanıcılarının sayısı 2012 yılı itibariyle 2 milyar 405

milyonu aşmış durumda. Bu rakamın 2013 yılında 2.7 milyara yükselmesi bekleniyor.

- Cisco'nun yayınlamış olduğu bir araştırmaya göre dünyadaki mobil internet bağlantılı cihazların sayısı 2014 yılında insan nüfusunu geçecek, 2017 yılında dünya üzerindeki mobil internet bağlantılı cihaz sayısı ise 10 milyardan fazla olacaktır (www.cisco.com).

## Ucuzlayan Teknoloji ve Mikro İşlemcilerin Yükselişi

Özellikle 2000'li yılların başından itibaren teknolojinin başdöndürücü gelişimine şahit omaktayız. Bu değişimin hızı müthiştir.

İnsanoğlunun yazının icadından el yazması kitaba geçmesi 4.300 yıl alırken, el yazması kitaptan matbaaya geçişi 1.150 yıl, matbaadan internete geçişi ise 540 yıl almıştır. Geniş bant internete geçiş süresi ise sadece 10 yıldır (www.unesdoc.unesco.org).

Yeni bir icadın 50 milyon kullanıcıya ulaşma süresi, telefonda 75 yıl, radyoda 38 yıl, televizyonda 13 yıl olurken, bu süre internette 4 yıl, iPhone'da ise sadece 3 yıldır. 2001 yılında tek bir kablodan aktarılabilen veri seviyesi 1997 yılında tüm internet ağından gönderilen veriden daha fazladır (www.play.learningpartners-hip.org).

Yaşadığımız bu hızlı değişim sürecinin ardındaki en büyük etkenlerden birisi teknoloji yatırımı yapan firmaların üretimlerini, çok ucuz işgücünün olduğu Çin Halk Cumhuriyeti'ne kaydırmasıdır. Böylece pek çok firma yüksek sayıda teknolojik ürünü rekabetçi fiyatlarla piyasaya sürebilmektedir. Bir diğer önemli etken ise internet sayesinde tüketici kitlelerin yeni ürünlerden hızla haberdar olması ve ciddi avantajlar sunan e-ticaret imkanının artmasıdır.

2012 yılında global e-ticaret seviyesi ilk defa 1 trilyon doları aşmıştır. 2013 yılında bu rakamın 1.3 trilyon dolara yükselmesi beklenmektedir (www.emarketer.com).

Yüzmilyonlarca dolar yatırım yapma kapasitesine sahip olan dev teknoloji markaları neredeyse her altı ayda bir ürünlerini yenilemekte ve her seferinde daha hızlı, daha kapasiteli ve kaliteli ürünleri tüketicilere sunmaktadırlar.

Intel'in kurucusu olan Gordon Moore'a atfedilen Moore yasasına göre bir çip üzerindeki transistör sayısı her iki yılda bir ikiye katlanmaktadır.

*Bilgisayar teknolojisinin düzenli olarak daha küçük ve daha hızlı işlemciler üreteceğini öngören Moore Yasası, ayrıca maliyetlerin de sürekli olarak azalacağı öngürüsünde bulunur. Silikon tabanlı bileşenlerin ve platform parçalarının performansı arttıkça, bunları üretmek ekonomik olarak daha ucuza mal olmaya başlar ve bu sayede bu aygıtlar daha fazla adetlerle, daha güçlü ve koşulsuz bir şekilde günlük hayatımıza entegre edilebilir. Bugünün işlemcileri, oyunculardan trafik lambalarına kadar her şeyi kontrol eder. Birkaç dolar maliyetindeki müzikli bir doğum günü kartı, birkaç yıl öncesindekilere göre çok daha fazla işlem gücüne sahiptir (www.intel.com).*

Her yıl daha çok incelen işlemciler, daha kapasiteli bilgisayarlar, yeni teknolojiler ve yaygınlaşan internet kullanımı bilgiye erişme, haber alma ve paylaşma yöntemlerimizi radikal bir biçimde değiştirmektedir.

Herkesin cep telefonundan kolayca internete bağlanabildiği, akıllı telefonlarıyla bilgisayarda yapabileceği birçok işlemi gerçekleştirebildiği bu dönemde ortaya çıkan en önemli kavramlardan birisi ise vatandaş gazeteciliğidir.

### **Yükselen Bir Kavram: Vatandaş Gazeteciliği**

Vatandaş gazeteciliği (diğer adıyla yurttaş gazeteciliği) adını verdiğimiz kavram, bireylerin aktif şekilde haber veya bilgi toplama, oluşturma, analiz yapma ve yayma işine verilen addır. Vatandaş gazetecileri herhangi bir medya kuruluşuna bağlı değildirler, teknolojinin ve internetin yardımıyla fikirlerine uygun olarak habercilik yapabilmektedirler.

ABD’li medya eleştirmeni ve New York Üniversitesi gazetecilik eğitmeni Jay Rosen’in tanımıyla vatandaş gazeteciliği “bir zamanlar izleyici, dinleyici ve okuyucu olarak bilinen kitlelerin birbirlerini bilgilendirmek için ellerindeki medya araçlarını kullanma sürecidir” ([www.archive.pressthink.org](http://www.archive.pressthink.org)).

Vatandaş gazeteciliği kavramı, uzun yıllar boyunca sadece profesyonel kitlelerin elinde olan yayın yapma ayrıcalığının ortadan kalkmasıyla ortaya çıkmıştır. Yeni teknolojiler, internet, sosyal ağlar ve akıllı cihazların yaygınlaşması ile birlikte artık herkes kendi imkanları ölçüsünde global bir izleyici kitlesine yönelik olarak yayın yapabilmektedir.

International Telecoms Union’ın 2013 yılı içerisinde yayınladığı bir rapora göre dünya üzerinde 6.8 milyar mobil telefon aboneliği bulunmaktadır. 2014 yılında bu rakamın 7.1 milyarlık dünya nüfusunu geçmesi beklenmektedir ([www.itu.int](http://www.itu.int)).

Sahip olduğu araçlar sayesinde, pasif bir izleyici olmaktan çıkan ve gördüğü bir olayı kendi imkanlarıyla amatör olarak yayınlayan her birey, bir vatandaş gazetecisi olarak adlandırılabilir. Bugün en basit bir cep telefonun bile bir kamerası bulunmaktadır. Mobil internet bağlantısı ve sosyal ağların yardımıyla bu görüntüleri başkalarıyla paylaşmak oldukça kolaylaşmıştır.

Özellikle “2009 İran seçimleri”, “Arap Baharı Olayları”, “Wall Street’i İşgal Et Eylemleri” gibi sosyal hareketlerde vatandaş gazeteciliğinin çok yoğun şekilde kullanıldığı gözlemlenmiştir.

Vatandaş gazeteciliği resmi görevlilerin toplum içerisinde yapmış olduğu haksız davranışların ortaya çıkarılmasında oldukça önemli bir araç olmuştur. 2012’nin Haziran ayında İstanbul’un Fatih ilçesinde bir grup polisin yoldan geçmekte olan bir vatandaşa yönelik uyguladığı şiddet bunun ilginç örneklerindedir ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)).

Maksat haber değeri taşıyan bir olayı kaydetmek olduğunda, basit bir cep telefonu, on binlerce dolarlık profesyonel haber kameralarının işlevini görebilmektedir.

Amatör kullanıcıların ürettiği içerikler sadece siyasi olaylarda değil, müzik ve eğlence gibi farklı alanlarda da profesyonel yapımlarla ciddi şekilde rekabet edebilmektedir. “Annoying Orange” adı verilen animasyon karakteri bunun son yıllardaki en önemli örneklerinden birisi olmuştur.

Sosyal ve ekonomik dengelerin de etkisiyle güç kazanan vatandaş gazeteciliği kavramı hem gazetecilik mesleğini hem de gazetecilik kavramını önemli biçimde etkilemektedir.

Bu etkinin olumlu olduğu kadar bazı tartışmalı sonuçları da vardır. Vatandaş gazeteciliği her ne kadar “bilginin demokratikleşmesi” adı verilen bir sürecin temelini oluşturuyor olsa da, demokratik bir şekilde paylaşılan bilginin doğruluğu ciddi bir sorun olarak karşımızda durmaktadır.

Profesyonel gazeteciler hem hitap ettikleri kitleler hem de hukuk önünde sorumludurlar. Gazeteciler mesleki etik kurallara uymakla yükümlüdürler. Vatandaş gazeteciliğinde ise bu yaptırımların seviyesi oldukça düşüktür. Amatör bir sosyal medya kullanıcısı yanlış bir haber verdiğinde bu önemsenmeyecek bir durum olabilirken, aynı durumdaki bir gazetecinin yanlışlığın seviyesine göre işini veya itibarını kaybedebilme riski vardır.

Vatandaş gazeteciliği, her ne kadar toplumun bilgilendirilmesi için önemli bir araç haline gelmiş olsa da, gazetecilik mesleği ile arasındaki bu farkın mutlaka vurgulanması zorunludur.

## **Herkes Gazeteciye, Gazeteci Kim?**

Gutenberg’in matbaayı icadından, 20. yüzyılın sonuna kadar geçen süre içerisinde ortaya çıkan tüm medya biçimleri, kitleler için önemli, anlamlı veya ilgi çekici olan gelişmeleri bildiren bir araç görevi görmüştür. Geleneksel medya düzeni olarak tanımlanan bu dönemde gazeteciler, editörler veya yayıncılar kitleler için neyin önemli, anlamlı ve/veya ilgi çekici olduğunu belirlerlerdi.

Kısıtlı iletişim imkanları nedeniyle gazetecilerin gündemi belirleyebildiği bu dönemde medya ve toplum arasında tek yönlü bir iletişim biçimi söz konusuydu. Bu iletişim biçiminde medya merkezdeydi, izleyici, dinleyici ve okuyucu olarak adlandırılan kitleler ise çevresinde. 20. yüzyılın sonundan itibaren gelişen internet kullanımı ve ortaya çıkan yepyeni iletişim araçları bu ilişkiyi radikal biçimde değiştirmiştir.

Yeni medya olarak adlandırılan bu yeni ortamda insanlar kendi bloglarını, haber veya eğlence platformlarını kendileri geliştirme imkanı buldular. İnternet forumları sayesinde insanlar aracı bir medya kuruluşuna ihtiyaç duymadan, doğrudan iletişim kurma ve bilgi paylaşma fırsatı yakaladılar. Yayın içerikleri, gelişen web algoritmaları

sayesinde her bir bireyin ihtiyacına uygun olarak kişiselleştirilebilmiştir.

Okuyucular gazetecilerin yaptıkları haberleri yorumlarıyla yönlendirme imkânına sahip oldular. İnsanlar normal şartlar altında randevu bile alamayacakları isimlerle sosyal ağlar üzerinden doğrudan iletişim kurma fırsatı yakalamışlardır. Bu durum alıştığımız medya biçimini büyük bir değişime zorladığı kadar, gazeteci kavramının da yeniden tanımlanmasını gerektirmiştir.

İnternetin, kişisel blogların ve ucuz yayın araçlarının olmadığı bir dönemde gazeteciyi tanımlamak oldukça kolaydı. Bir kişinin gazeteci sayılabilmesi için bir basın kuruluşunda maaşlı veya ücretli olarak çalışması yeterliydi. Ama bugün, dijital mecralar üzerinden yayın yapma ayrıcalığına kavuşmuş olan herkes potansiyel birer gazeteci olarak tanımlanabilmektedir.

İmkânı olan herkesin cep telefonundan, Twitter hesabından, You Tube kanalından kendi istediği içeriği izlemesi, oluşturması veya yaymasıyla birlikte çok yönlü bir iletişim ortamı oluşmuş durumdadır. Kitleler, ilgilerini çeken haberleri istedikleri kaynaktan tamamen kendi tercihleriyle seçebilmektedir. İnternetin sağladığı imkanlarla artık global bir medya ortamından söz etmek mümkündür.

Bu global medya ortamında, geleneksel medya araçlarının merkezîyeti ciddi biçimde azalmış, kitlelerin çeşitlenen tercihleri ise medyayı yeniden şekillendirmektedir.

Herkesin potansiyel bir gazeteci gibi aktif olarak haber sürecine müdahil olabildiği bu dönemde gazetecinin tanımı da tartışılmaktadır. Cebinde akıllı telefonu olan bir vatandaşın, meydana gelen bir olayı profesyonel gazetecilerden önce haber verebilmesi bu dönemin en dikkat çekici unsurudur. Bir haberin gazete, radyo veya televizyondan çok daha önce Twitter ve benzeri sosyal ağlarda paylaşılması gazetecilik mesleğinin sorgulanmasına yol açmaktadır. “Eğer herkes gazeteciye, o zaman gazeteci kimdir?” sorusu mesleğin geleceğini yakından ilgilendiren bir konu haline gelmiştir.

İlk bakışta kulağa gazetecilerin aleyhine gibi gelen bu soru aslında mesleğin itibarını hatırlamak adına büyük önem taşımaktadır. Çünkü gazetecilik hem okuyucular hem de hukuk önünde sorumluluk gerektiren bir meslektir. Gazetecilik mesleğinin etik kuralları vardır ve bu kurallara aykırı yayın yapmak mesleki sorunlar açabilir. Bu nedenle diyebiliriz ki; profesyonel gazeteciyi vatandaş gazetecisinden ayıran en önemli özellik mesleki etik ve hukuk kurallarına uygun yayıncılık yapma zorunluluklarıdır.

Clay Shirky, C.W. Anderson ve Tow Center direktörü Emily Bell’in Kasım 2012 tarihli “Post Industrial Journalism: Adapting to the Present” adlı raporunda bu durum veciz bir şekilde ifade edilmektedir.

*“Gazeteci ortadan kalkmamıştır ama yeri değişmiştir; gazeteciler haberin editoryal zincirinde, ilk gözlem yapan kişi olmaktan, haberin doğruluğunu konfirme eden ve arka pla-*

*nını yorumlayan, daha üst bir seviyeye çıkmıştır” (www.poynter.org).*

Robot gazeteci yazılımları (www.dunya.com) sayesinde basit istatistiklerin ve rakamların otomatik olarak haberleştirilebildiği bir dönemde internet gazeteciliği ortadan kaldırmamıştır, onu daha üst bir seviyeye çıkarmaktadır. Sosyal ağlar ve de özellikle Twitter, son dakika haberleri için başvurulan bir mecraya dönüşmüştür. Kitleler tek tek internet sitelerini dolaşmak yerine, ilgilerini çeken haber kaynaklarının Twitter hesaplarını akışlarına eklemekte, gündemi buradan takip etmekte ve hatta haber veya makale yazan gazetecilere doğrudan yorum yapabilmektedirler.

Diğer yandan, Twitter gibi sosyal ağların sağladığı özgür ortamla ortaya çıkan malumat yoğunluğu ve dezenformasyonlar ise bu ortamların en önemli zayıf noktalarını oluşturmaktadır. Bu zayıf noktalar “sözüne güvenilir” gazeteciler için önemli bir fırsat olarak değerlendirilebilmektedir. Gazeteciler, sosyal ağlar ve internette yayılan yanlış bilgilere karşı, mesleki etik anlayışları ve güvenilir bilgi kaynağı olma özellikleriyle güvenli bir liman olabilmektedirler.

Bu mevcut durumun artılarını ve eksilerini doğru şekilde değerlendiren medya kuruluşları ile gazetecilerin fark oluşturacakları kesindir. Kişiselleştirilebilir içeriğin yükselişe geçtiği bu müthiş değişime ayak uyduramayanlar ise yakın bir gelecekte yerlerini kaybetme tehlikesiyle karşı karşıyadırlar.

## **Tehditler, Fırsatlar ve Öneriler**

Son on yılda medyanın içinden geçtiği değişim süreci medyayı ve gazetecileri ciddi şekilde tehdit ettiği gibi, onların karşısına yepyeni fırsatlar da çıkarmaktadır.

Kitlelerin yoğun bir şekilde bilgi paylaşımı yapabildiği bu yeni dönemde, belirli bir alanda uzmanlaşmış, sosyal ağlarda yayılan bir haberin doğruluğunu konfirme edebilme kapasitesine sahip, bilgi birikimi yüksek ve etik değerleri mesleğinde başarıyla uygulayan gazeteciler fark oluşturacaktır.

Twitter, son dakika haberlerinin haber sitelerinden bile daha hızlı olarak paylaşıldığı bir sosyal platform olmakla birlikte, burada paylaşılan bilgilerin doğruluğunu ve gelişmelerin arkasında yatan sebepleri ortaya çıkarmak için profesyonel gazetecilere ciddi ihtiyaç olduğu ortadadır. Bunu başarıyla yapan gazeteciler yeni dönemde ön plana çıkacaktır.

Bireysel ve kurumsal markaların önemi eskisinden daha çok artmıştır. Sosyal ağlar ne kadar hızlı bilgi alışverişine imkan verse de, doğru ve güvenilir bilginin değeri oldukça yüksektir.

Twitter veya Facebook gibi sosyal ağlarda, kaynağı belli olmayan dezenformasyona dayalı haberlerin, fotoğrafların paylaşılması giderek daha çok görülen bir durum olmaya başlamıştır. Özellikle terör veya doğal felaket olayları sonrasında sıklıkla manipülatif haberler paylaşılmaktadır. ABD’de ortaya çıkan Sandy

fırtınası sonrasında Twitter'da paylaşılan fotoğraflar bu durumun dikkat çekici bir örneğidir (www. mashable.com). Bu durum sosyal ağların en ciddi handikapı olarak karşımızda durmaktadır. Medya kuruluşları ve gazeteciler bu handikapı kendi lehlerine çevirecek yöntemler geliştirebilmektedirler.

Medya kuruluşları ve gazeteciler, Twitter ve Facebook gibi sosyal ağları haber konusu bulma, haber kaynaklarına ulaşma, haberlerini ve diğer içeriklerini yayma platformu olarak değerlendirebilirler. Bu ağlar gazeteciliğin rakibi olarak değil, gazeteciyi ve gazeteciliği bir üst seviyeye çıkarmaya yarayan bir araç olarak değerlendirilmelidir.

Medya kuruluşları ve gazeteciler, hitap ettikleri kitlelerin imkanlarını, alışkanlıklarını, beklentilerini ve değerlerini doğru bir şekilde tanımalıdırlar. Veri elde etmeye yardımcı olan sosyal ağ ortamları ve gerçek zamanlı araçlar bunun için çok zengin bir kaynak olabilir. Bir haberin kaç kişi tarafından, hangi saatte, hangi ülkelerden, ne kadar sıklıkta okunduğunu tespit etmek, hatta site ziyaretçilerinin bir web sitesinde en çok hangi bölgeye "tıkladıklarını" görmek mümkündür. Kullanıcı verilerine göre dinamik içerik üretmek isteyenler için bu verilerin önemi büyüktür. Bu ve bunun gibi birçok veri ancak online araçlar ile elde edilebilmektedir.

İnternet milyarlarca insanı bir araya getiren bir ağıdır ve kitlelerle bağ kurmanın çok önemli bir aracıdır. Medya kuruluşları ve gazeteciler doğru stratejiler geliştirerek, kendilerine sadık online topluluklar oluşturabilmektedirler.

Bir medya kuruluşunun web sitesi, kitlelerin beklentilerine göre 7 gün 24 saat ve 365 gün güncellenen bir yapıda olmalıdır. Sosyal ağlar, anlık bağlantılar kurmak ve yeni kitleleri yönlendirmek için kullanılabilmesi gibi, gazetecilerin farklı haber kaynaklarına erişmesi için de bir fırsattır.

Son yıllarda çok farklı sayı ve nitelikte elektronik cihazın ortaya çıkması medya kuruluşları için ciddi zorluklar ortaya çıkarmaktadır. Haber merkezlerinde üretilen bir içeriğin web, mobil, tablet, kağıt, ekran gibi farklı mecralara uyarlanması yepyeni bir iş düzeni oluşturulmasını gerektirmektedir. Farklı cihazlara uyumlu içerik üretilmesi ve bu içeriğin kolayca erişilebilir olması hem ciddi bir insan gücü hem de maliyet gerektirmektedir.

Bu alanda yatırım yapan uluslararası medya kuruluşlarının "Tek mutfak, çok restoran" olarak tanımlanabilecek bir yapıyı işlerine uyarladıkları görülmektedir. Bu yapıda haber içerikleri tek bir merkezde toplanır ama yayın yapılan her bir mecranın yapısal özelliklerine uygun bir sistem ve tasarımla dağıtılmaktadır. Mobil cihaz için üretilen bir haber içeriği, ertesi gün kağıt gazeteye basılacak bir haberin içeriğinden farklı olabilmektedir.

Bu durum bize mevcut haber merkezlerinin değişen dinamiklere göre yeniden yapılandırılması gerektiğini hatırlatmaktadır.

Bir haber merkezindeki akışın farklı mecralara en hızlı ve en doğru şekilde da-



ğıtılması için CMS (Control Management System) yazılımlarının güncellenmesi gerekmektedir. Bu da hem maddi hem de fikri yatırım anlamına gelmektedir.

Son yıllarda ortaya çıkan bir eğilime göre gazeteciler ve bilgisayar uzmanları birlikte daha sık mesai yapmaktadırlar. Gazeteciler bilgisayar yazılımlarının mantığını anlamaya çalışırken, bilgisayar uzmanları da haberciliğin işleyiş şeklini öğrenmeye çalışmaktadırlar. Her iki meslek grubu bir araya gelerek yenilikçi haber platformları oluşturulmasını sağlayabilmektedirler.

Bilgi akışının müthiş bir şekilde kolaylaştığı yeni medya ortamında, önem kazanan bir diğer konu da web'in doğasından gelen katılımcı felsefedir. Web ortamı sayısız insanın katkısıyla gelişen bir ağ mantığına sahiptir. Bu nedenle her bir medya kuruluşu, kendisine sadık okuyucuları, izleyicileri veya dinleyicileri medya kuruluşunun değerli bir ortağı gibi görmelidirler. Kitleler aktif bir şekilde haber sürecine dahil edilmelidir.

İnternetin yaygın kullanımı ile ortaya çıkan en ciddi tehditlerden birisi de siber güvenlidir. Medya kuruluşlarının web sitelerinin, haber akışlarının veya sosyal medya hesaplarının yetkisiz kişilerce ele geçirilmesi son zamanlarda sıklıkla duyduğumuz bir olay olarak karşımıza çıkmaktadır. Uluslararası haber ajansı AP'nin Twitter hesabının (henüz) kimliği belirsiz kişilerce geçirilmesi sonrasında atılan birkaç tweet ve sonrasında yaşananlar bunun iyi bir örneğidir ([www.haber7.com](http://www.haber7.com)).

23 Nisan 2013 tarihinde AP'nin Twitter hesabından atılan mesajda, Beyaz Saray'da patlama olduğu ve ABD Başkanı Barack Obama'nın yaralandığı duyurulmuştur. İnsanlar arasında ciddi paniğe sebep olan bu mesaj sonucunda Dow Jones sanayi endeksi 150 puan birden düşerek 136 milyar dolarlık değer kaybına uğramıştır. Her ne kadar bu mesajın sahte olduğu kısa sürede anlaşılıp borsa tekrar aynı seviyesine yükselmiş olsa da, bu olay medya kuruluşlarına yönelik elektronik saldırıların ne gibi sonuçları olabileceğinin ciddi bir göstergesi olmuştur.

Medya kuruluşları ve gazeteciler bu tür saldırılara karşı hem teknik donanımlarını hem de siber güvenlik hakkındaki bilgilerini arttırmalıdır.

Özellikle ülkemizde yaşanan sorunlardan bir tanesi deregüleyişin zayıf olduğu internet mecrasında yayıncıların, ilgi çekmek amacıyla spekülasyon içerikler sağlaması ve başkalarına ait içerikleri izinsiz olarak kullanması olarak gösterilebilmektedir. Bir içerikten kaynak göstererek alıntı yapmak global web kültürünün önemli bir parçası olmasına rağmen, ülkemizde yayın yapan bir çok internet sitesi - ki buna medya kuruluşlarına ait olan bazı haber siteleri de dahildir - başkalarına ait içerikleri kaynak göstermeden yayınlamak gibi bir alışkanlığa sahiptir.

Bu durum kimilerince internetin ruhuna uygun olarak tanımlansa da, medyanın adil bir şekilde gelişmesi için bu paylaşımlarda bazı sınırların olması şarttır. Bu sınırlar etik kurullarla korunabileceği gibi telif hakkı yasasının ilgili maddelerinin de güncellenmesi gerekmektedir.

Gelişen yeni teknolojiler, yaygınlaşan internet kullanımı, mobil cihazlar ve sosyal ağlar geleneksel medyanın yapısını radikal biçimde değiştirmektedir. Bu değişimle gelen bir takım tehditler olduğu gibi ortaya yepyeni fırsatlar da çıkmaktadır.

Geri dönülmez bir yoldayız. 10 yıl önce ancak bilimkurgu filmlerinde görebileceğimiz teknolojiler bugün günlük hayatımızın sıradan bir parçası oldu. Önce bu muazzam değişim sürecini doğru anlamak sonra da getirdiği fırsatlarından istifade etmenin yollarını bulmak gerekmektedir. Hem bugünün hem de geleceğin dünyasında yer edinmek isteyen tüm medya kuruluşları ve gazeteciler bu çaba içerisinde olmalıdır. Çünkü bambaşka teknolojilere doğan yeni neslin öğrenme, fikir ifade etme, bilgilenme ve haber alma biçimleri bugünkünden de farklı olacaktır.

**Son Not:**

*Deniz ERGÜREL, Medya Derneği Genel Sekreteri, Teknoloji Yazarı, Blogger.*

## KAYNAKÇA

- 7 Fake Hurricane Sandy Photos You're Sharing on Social Media <http://mashable.com/2012/10/29/fake-hurricane-sandy-photos/> (Son erişim: 15 Mayıs 2013)
- 136 milyar dolarlık tweet <http://www.haber7.com/yazarlar/deniz-ergurel/1018760-136-milyar-dolarlik-tweet> (Son erişim: 15 Mayıs 2013)
- Address by Ms. Irina Bokova, Director General of UNESCO, on 3 February 2011 <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001908/190859e.pdf> (Son erişim: 15 Mayıs 2013)
- A most useful definition of citizen journalism [http://archive.pressthink.org/2008/07/14/a\\_most\\_useful\\_d.html](http://archive.pressthink.org/2008/07/14/a_most_useful_d.html) (Son erişim: 15 Mayıs 2013)
- Blogging.org, Blogging Stats 2012 <http://blogging.org/blog/blogging-stats-2012-infographic/> (Son erişim 15 Mayıs 2013)
- Cisco Visual Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update, 2012–2017 [http://www.cisco.com/en/US/solutions/collateral/ns341/ns525/ns537/ns705/ns827/white\\_paper\\_c11-520862.html](http://www.cisco.com/en/US/solutions/collateral/ns341/ns525/ns537/ns705/ns827/white_paper_c11-520862.html) (Son erişim: 5 Mayıs 2013)
- E-commerce sales topped \$1 Trillion for First Time <http://www.emarketer.com/Article/Ecommerce-Sales-Topped-1-Trillion-First-Time-2012/1009649> (Son erişim: 15 Mayıs 2013)
- Facebook statistics, <http://expandedramblings.com/index.php/by-the-numbers-17-amazing-facebook-stats/> (Son erişim 15 Mayıs 2012)
- Fatih'te polis dayağı <http://youtu.be/tAnIYNiNxbI> (Son erişim: 15 Mayıs 2013)
- Internet World Stats, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (Son erişim: 15 Mayıs 2013)
- 'Just the facts' isn't good enough for journalists anymore, says Tow Center's journalism manifesto <http://www.poynter.org/latest-news/mediawire/196457/just-the-facts-isnt-good-enough-for-journalists-anymore-says-tow-centers-journalism-manifesto/> (Son erişim: 15 Mayıs 2013)
- Moore Yasasının 40. Yıldönümü <http://www.intel.com/cd/corporate/techtrends/emea/tur/210462.htm> (Son erişim: 15 Mayıs 2013)
- Robot gazetecilik <http://www.dunya.com/robot-gazetecilik-148691yy.htm> (Son erişim: 15 Mayıs 2013)
- Technology facts and figures <http://play.learningpartnership.org/en/node/192> (Son erişim: 15 Mayıs 2013)
- The man behind Flickr on making the sevice 'awesome' again, <http://www.theverge.com/2013/3/20/4121574/flickr-chief-markus-spiering-talks-photos-and-marissamayer> (Son erişim: 15 Mayıs 2013)
- Twiter Statistics, <http://expandedramblings.com/index.php/march-2013-by-the-numbers-a-few-amazing-twitter-stats/> (Son erişim 15 Mayıs 2013)
- The World in 2013, ICT Facts and Figures <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2013.pdf> (Son erişim: 15 Mayıs 2013)
- You Tube Statistics, <http://www.youtube.com/yt/press/statistics.html> (Son erişim 15 Mayıs 2013)