

DİJİTALLEŞME TEMELLİ GAZETECİLİK TEORİLERİ HAKKINDA BİR SINIFLANDIRMA DENEMESİ

Ali ÇAKIR¹

ÖZ

Bu çalışmada, dijitalleşme, teknoloji ve platformların gazetecilik teorilerine olan etkileri incelenmiş; adı geçen kavramlarla doğrudan ilişkili teorilerin sınıflandırılması amaçlanmıştır. Dijitalleşmenin oluşturduğu yeni medya ortamını anlamak için çok sayıda teori ortaya atılmıştır. Dijitalleşmeyle birlikte gazetecilik pratiklerinde önemli dönüşümler gerçekleşmiş olup çeşitli teoriler aracılığıyla yaşanan dönüşüm anlamlandırılmaya çalışılmaktadır. İlgili teoriler içinde, yukarıda belirtilen üç kavramın doğrudan etkilediği teoriler çalışmanın sınırı olarak belirlenmiştir. Konu hakkında yapılan araştırmalar sistematik olarak analiz edilmiş olup çalışmada yöntem olarak literatür taraması kullanılmıştır. Bunun için “Dijitalleşme, teknoloji, platform, veri, yapay zeka vb.” anahtar kelimelerle Web of Science, Google Scholar gibi akademik arama ortamlarından faydalanılmıştır. Yapılan literatür taraması sonrası ortaya çıkan bulgular ışığında incelenen teoriler “Dijitalleşme, Teknoloji ve Platform Bazlı Gazetecilik” başlığı altında değerlendirilmiştir. Bu kapsamda “robot gazetecilik, veri gazeteciliği, yapay zekâ destekli gazetecilik, duysal gazetecilik, görsel gazetecilik, ağ gazeteciliği, mobil gazetecilik, sosyal medya gazeteciliği, platform gazeteciliği, gündem belirleme 2.0, medya konverjansı (yakınsama), hibrit gazetecilik” teorileri ayrıntılı olarak incelenmiştir. Dijitalleşme, haberin üretimi ve gönderilmesi ile alıcıya ulaşması aşamalarını hızlandırmış ve etkileşimi arttırmıştır. Veri temelli içerik üretiminin de önemi artmıştır. Bununla birlikte haber kaynağının çoğalması, hız ve etkileşimin artması, dezenformasyonun yayılması, etik kavramının boyutunun yeniden tartışılması ve etik ihlallerin çoğalması ile bilgi güvenliğinin sağlanmasında yaşanan problemler gibi bir dizi sorunu da beraberinde getirmiştir. Bilgi akışının hızlanması, gazetecilerin güvenilirlik ve tarafsızlık gibi temel etik ilkelere daha fazla dikkat etme zaruriyeti doğurmuştur. Dijitalleşme aynı zamanda gazetecilik faaliyetlerini geleneksel yapıdan ileri taşımış ve daha demokratik, dinamik ve etkileşimli bir yapıya dönüştürmüştür. Bu çalışmanın dijitalleşen dünyanın gazetecilik teorilerinin sınıflandırmasıyla ilgili literatüre katkı sağlayacağı varsayılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: dijitalleşme, teknoloji, platform, gazetecilik teorileri

AN ATTEMPT TO CATEGORIZE THEORIES OF JOURNALISM BASED ON DIGITALIZATION

ABSTRACT

This study examines the effects of digitalization, technology, and platforms on journalism theories and aims to classify the theories directly related to these concepts. Many theories have been put forward to understand the new media environment created by digitalization. Significant transformations have occurred in journalistic practices with digitalization, and various theories have been used to make sense of this transformation. Among the relevant theories, the theories directly affected by the three concepts mentioned above were determined as the limit of the study. Research on the subject has been systematically analyzed, and a literature review has been used. For this purpose, academic search environments such as Web of Science and Google Scholar were used with keywords such as ‘digitalisation, technology, platform, data, artificial intelligence etc.’. The theories examined in light of the literature review findings were evaluated under “Digitalization, Technology and Platform-Based Journalism.” In this context, the theories of “robot journalism, data journalism, artificial intelligence supported journalism, sensory journalism, visual journalism, network journalism, mobile journalism, social media journalism, platform journalism, agenda setting 2.0, media convergence, hybrid journalism” were examined in detail. Digitalization has accelerated the production and delivery of news, the stages of reaching the recipient, and increased interaction. The importance of data-based content production has also increased. However, the proliferation of news sources, increased speed, and interactivity have also brought along a series of problems, such as the spread of disinformation, the re-discussion of the concept of ethics, the proliferation of ethical violations, and difficulties in ensuring information security. The acceleration of the flow of information has made it necessary for journalists to pay more attention to fundamental moral principles such as credibility and impartiality. At the same time, digitalization has moved journalistic activities beyond the traditional structure and transformed them into a more democratic, dynamic, and interactive structure. This study will likely contribute to the literature on classifying journalism theories in the digitalized world.

Key Words: digitalization, technology, platform, journalism theories

Giriş

Geleneksel gazetecilik yöntemleri, etik kuralları merkeze alan ve profesyonel standartları olan, doğruluk, güvenilirlik ve tarafsızlık gibi temel ilkelere dayandırılmıştır. Meslek profesyonelleri tarafından devam ettirilen süreç, içeriğin editöryal denetimini de güçlü

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, alicakir@kastamonu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2903-4071

kılmıştır. McQuail (2010: 230), editöryal denetimin bilginin güvenilirliğini ve doğruluğunu garanti ettiğini söylemektedir. Geleneksel gazeteciliğin doğası gereği tek taraflı yapısı, alıcıyı pasifize etmekte ve sadece tüketici konumuna indirgemektedir. Diğer bir ifadeyle editöryal sürece alıcının katılımı mümkün olmamaktadır (Deuze, 2008, 850). Bununla birlikte tek taraflı iletim, gazetecilik etiğinin önemini de arttırmaktadır. İçeriğin kamu yararına hizmet etmesini ve toplumu doğru bilgilendirmeyi amaçlayan bu süreç, kitle iletişim araçları vasıtasıyla yapılmakta ve kontrollü bir şekilde alıcıya ulaştırılmaktadır (Schudson, 2001: 150). Curran ve Seaton (2009: 37-38) editöryal sürecin farklı bir noktasına temas ederek, merkez medyanın içeriğe filtre uyguladığını ve editörler ile meslek profesyonellerinin haberleri toplumun ihtiyaçlarına göre düzenlediğini; bu sayede haberin topluma etkisinin daha uzun vadeli olacağını ve gazetecilerin kamu yararı sorumluluklarının yerine geldiğini iddia etmektedir. Tek taraflı ilerleyen süreç aynı zamanda geri bildirim de kısıtlı olmasına sebep olmaktadır. Schudson (2001: 151)'un da ifade ettiği üzere alıcılar içerik üretim sürecine sınırlı bir şekilde katılabilmekte ve içeriğin oluşmasında etkili olamamaktadır. İşte editöryal süreçler, geri bildirim sınırlı olduğu pasif bir alıcı kitlesi oluşmasına zemin hazırlarken içeriğin alıcı tarafından güvenli bulunması için gerekli görülmektedir. Bu sayede tarafsızlığın korunması ve güvenilirliğin sağlanması adına geleneksel gazetecilik, etiği ve editöryal süreci ön planda tutmaktadır.

İnternetin yaygınlaşması ve Web 2.0 teknolojilerinin gelişimiyle birlikte gazetecilik pratiklerinin dönüşmeye başladığını söylemek mümkündür. Jenkins (2006: 5), dijitalleşme olarak adlandırdığı sürecin geleneksel medyanın aksine dinamik ve katılımlı bir gazetecilik anlayışını ortaya çıkardığını söylemektedir. Nitekim zamanla ortaya çıkan ve yaygınlaşan sosyal medya platformları, içeriğin üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerini hızlı ve kesintisiz bir noktaya taşımıştır. Yeni dönem gazeteciliğinde, alıcının içeriği tüketen pasifize durumu, yerini içeriği hem üreten hem şekillendiren aktif alıcıya bırakmıştır. Çift taraflı etkileşimi arttıran bu süreç, tüketiciyi de içerik üreticisi konuma getirmiş, gazetecilik süreçlerinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır (Deuze, 2008: 852). Aynı zamanda içerik akışının çok yönlü ve dinamik hale geldiği de söylenebilir. Dijitalleşmeyle ortaya çıkan yukarıdaki yenilikler, doğruluk ve güvenilirlik gibi etik ilkeler açısından yeni sorumlulukları alıcıya da yüklemektedir. Etkileşim ve kitleleşmenin hızlanmasının ana taşıyıcısı mobil cihazlar olmuştur. Mobil cihazlar aynı zamanda içeriklerin alıcı davranışlarına göre şekillenmesine yol açmıştır. Bucher (2012: 1165), algoritmaların içerikleri kişiselleştirdiğini ve kullanıcıların ilgi alanlarının odağa alındığını belirtmektedir. Günümüz yapay zekâ uygulamaları, anılan durumu daha da görünür hale getirmiş, veri gazeteciliğini ön plana çıkarmıştır. Büyük verilerin analizi ve yapay zeka algoritmaları, kişisel içerik üretiminde yoğun olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bilginin hızlı yayılması ve etkileşimin artması bir avantaj olmakla birlikte, yanlış bilginin bilerek veya bilmeyerek yayılımı da dezavantaj olarak ortaya çıkmıştır (Wardle & Derakhshan, 2017: 28).

Gerek etik kaygılar gerekse dezenformasyonla mücadele gibi temel hedefler ve gazeteciliğin kamu hizmeti rolü noktasında geleneksel ve yeni nesil gazetecilik pratikleri benzerlikler göstermektedir. Gazetecilik pratiklerinin uygulanması ve içerik üretim, dağıtım ve geri bildirim süreçlerinde ise önemli farklar ortaya çıkmıştır. McQuail (2010: 230)'in de belirttiği gibi geleneksel gazetecilik, doğru bilgi, güvenilirlik ve tarafsızlık gibi editöryal süreçleri ön plana alırken, Singer (2005: 177) dijitalleşen gazeteciliğin anılan ilkelerden vazgeçmediğini, bunun yerine etkileşimin ön plana alınarak içerik üretim ve dağıtım süreçlerinin esnek hale geldiğini savunmaktadır. Geleneksel gazetecilikte içeriğin meslek profesyonelleri tarafından üretilip kurumsal bir yapı altında olmasından dolayı editöryal sürecin sıkı tutulduğu varsayılmaktadır. Dijital içerik üretiminde ise alıcının da sürece dâhil olması ile daha demokratik bir sürecin oluştuğu iddia edilmektedir (Deuze, 2008: 850). İlaveten

içeriğin tekil kaynak yerine birçok farklı noktadan dağıtımını gerçekleştirmiş olmakla, sosyal medya platformlarının sahiplik yapısı bir dizi yeni problem alanları oluşturmuştur. Geleneksel gazetecilikte editöryal sürecin kurumsal bir yapı tarafından kontrolü sağlanabilirken, dijitalleşen gazeteciliğin ürünlerinde doğruluk, güvenilirlik ve tarafsızlık gibi temel etik ilkelere uygunluğu kontrol etmek yukarıda da belirtildiği üzere zorlaşmaktadır.

Editöryal süreç, etkileşim vb. gazetecilik süreçleri farklı bir boyuta evrilmiştir. Ayrıca defaatle değinildiği üzere süreçler içerisinde en belirgin farklardan biri “hız” olmuştur. Zira geleneksel gazetecilikte yukarıda belirtilen süreçler zaman almaktayken, dijital gazetecilikte zaman mefhumu oldukça farklılaşmış; etkileşim saniyelerle ölçülür hale gelmiştir. Dezenformasyon ve yanlış bilginin yayılması noktasında kontrol mekanizmaları yetersiz hale gelmektedir. Dolayısıyla içeriğin doğruluğu ve güvenilirliği tehdit altında kalmaktadır. Yeni nesil gazetecilik pratikleri anılan durumlara karşı bir kontrol unsuru oluştururken aynı zamanda içeriğin üretimine de odaklanmaktadır. Gerek kontrol mekanizmalarının uygulanabilirliği gerekse içeriğin nerede ve nasıl üretildiği temel problem alanlarını oluşturmaktadır. Sosyal medya platformlarında haber üretiminin başlı başına bir teori çerçevesinde ele alınmasının yanında bizzat platformların kontrol mekanizmalarının nasıl işlediğine dair kavramsal çerçeveler oluşturulmaktadır. Ayrıca içeriği üreten kişi/ler veya kurumların hareket kabiliyetleri dahi tartışmaların odak noktasına gelebilmektedir. Tüm bu süreçler göz önüne alındığında yeni nesil gazetecilik pratiklerinin teorik çerçeveleri oluşturulmaya çalışılmakta; teknolojinin gelişmesine paralel süreçleri anlamlandırma faaliyetlerinin devam edeceği varsayılmaktadır.

Kavramsal Çerçeve ve Yöntem

Teknolojide yaşanan gelişimle birlikte yeni dönem gazeteciliğin ağırlıklı olarak dijital mecralarda yapılmaya başladığını söylemek mümkündür. Literatüre bakıldığında, dijital gazetecilik üzerine hem genel hem de spesifik çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Geniş kapsamlı bir değerlendirme yapan Deuze (2008), dijital medyanın gazeteciliği nasıl şekillendirdiğini ve gazetecilik pratiklerinin ne surette dönüşebileceğini incelemiştir. Franklin (2011) de benzer şekilde dönüşüme işaret etmekte ve dijital medyada gazetecilik türlerinin çoğaldığını ifade etmektedir. Jenkins (2006), dijital mecraların sunduğu fırsat ve imkânlar üzerine yoğunlaşmaktadır. Diakopoulou (2019), dijital platformların gazetecilik pratiklerindeki rolünü algoritmalar üzerinden açıklamayı tercih etmiştir. Hikâye anlatımı ve izleyici etkileşimi üzerine yapılan çalışmalarda haber anlatımının ve alıcılarla kurulan etkileşimin dönüşümü üzerine odaklanmaktadır. Dijital mecraların haber içeriğinin oluşturulmasına ve bunun alıcıyı etkileyiş boyutu Ryan (2003) tarafından tartışılmıştır. Domingo (2008), çevrimiçi gazetecilik pratiklerini irdelediği çalışmada, alıcı-verici etkileşiminin gazetecileri nasıl dönüştürebileceği hakkında değerlendirmelerde bulunmuştur.

Singer (2005) ise çalışmada farklı bir noktaya temas ederek toplumsal sorumluluk kavramını ön plana çıkarmaktadır. Toplumsal sorumluluğun temsiliyet odaklı çalışmalarla da birleştirildiği görülmektedir. Örneğin McQuail (2010), medyanın sadece bilgi aktarımı görevi olmadığını, toplumsal eşitlik ve adaleti de ön planda tutması gerektiğini savunmaktadır. Dezavantajlı grupların medya temsilinin artırılmasında önemli olduğu düşünülmektedir. Allan (2009), yurttaş gazeteciliğinin tarihini ele aldığı çalışmada, medyanın sadece bilgi aktarım aygıtı değil aynı zamanda toplumsal dönüşümün önemli parçalarından biri olduğunu savunmaktadır. İleri sürdüğü argümanını demokratikleşme ve bireyselleşme özelinde tartışmaktadır. Medyanın toplum üzerindeki etkisi; algı yönetimi ve dezenformasyon problemlerini ve “hakikat” kavramının ön plana çıktığı bir süreci de beraberinde getirmiştir. D’ancona (2017), post-truth gazetecilik bağlamında hakikatin yerini politik ve duygusal anlatıların aldığını ifade etmektedir. Dijital platformlar üzerinden yayılan yanlış bilginin

temelinde ilgili gerekçenin olduğunu söyleyerek manipülatif bilginin medyadan nasıl temizleneceğini sorgulamaktadır. Wardle & Derakhsan (2017) ise işin teknolojik boyutunu incelemiştir. İlgili çalışma, algoritmaların dezenformasyonun yayılımındaki ve toplum üzerindeki etkilerini analiz etmektedir. Muller (2014) de etik ilkeleri ön plana çıkarırken, sosyal medya platformlarının özellikle hız yönüyle manipülasyona açık olduğunu vurgulamaktadır.

Dijital medya ortamlarını incelemenin diğer bir teorik altyapısı yeni medya ve ağ teorileri çerçevesinde oluşturulmuştur. Castells (2009)'ın ağ toplumunun yükselişini ele aldığı çalışmasında, bilginin çok yönlülüğü ve etkileşim üzerinde durduğu görülmektedir. Van der Haak, Parks & Castells (2012) ise çok yönlülüğü haber üretim süreçleri üzerinden ele alarak dijital medya vasıtasıyla gazeteciliğin kamuya yayıldığını iddia etmektedir. Sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla beraber kurumsal medya örgütleri de kendi hesaplarını açarak alıcıya ulaşmaya çalışmaktadır. Her ne kadar kişisel çabayla yürütülen gazetecilikle kurumsal gazeteciliğin şartları eşit olmasa da veriye ulaşma, yapay zekâ ve algoritmalar bireysel çabaların da ön plana çıkmasını kolaylaştırmaktadır. Konuyla ilgili Lewis & Westlund (2014)'un büyük veri ve gazetecilik üzerine yaptıkları çalışmalarında, büyük medya kuruluşlarının durumu incelenirken bireysel gazetecilik pratiklerine değinildiği görülmektedir. Yapay zeka ve algoritmaların gazetecilik pratiklerinde yaşattığı dönüşümün etik boyutuna ise Anderson (2012) değinmiştir. Gazetecilik etiğinin önemi medyanın toplumu bilgilendirme ve yönlendirme sorumluluğunun üst düzeyde olduğu, kriz ve olağanüstü durumlarda daha da ön plana çıkmaktadır. Seeger, Sellnow ve Ulmer (2003), anılan dönemlerde medyanın doğru bilgiyi sağlama görevini güvenilirlik üzerinden tartışmaktadır. Lynch ve McGoldrick (2005) ise barış gazeteciliğini ele aldıkları kitaplarında çatışma olgusu üzerinden haber çerçeveleme ve toplumsal etkileri üzerinde durmaktadır. Hülâsa, genel akademik çalışmalar üzerinden yapılan bir literatür çalışması, çalışmanın geniş ölçeği nedeniyle eksik kalabilir. Bu durumun giderilebilmesi adına çalışmanın “bulgular” bölümünde farklı kaynaklara da temas edilecektir.

Dijitalleşme, teknoloji ve platform bazlı gazetecilik faaliyetleri, anılan her üç kavramın gelişimiyle birlikte sürekli değişim halindedir. Haberin üretiminden dağıtımına, haberi üreten kimin dağıttığına değin birçok konuda köklü değişimler yaşanmış ve yaşanmaya devam edecek görünmektedir. Geleneksel medyanın gazetecilik pratikleri sosyal medya platformları, yapay zeka ve algoritmalar gibi unsurlarla dönüşüm geçirmiştir. Bunun doğal sonucu olarak gazetecilik teorileri de evrilmiş ve yeni medya ekosisteminde nasıl uygulanabileceğini anlamak, akademik çalışmaların konusu haline gelmiştir. Napoli (2011)'nin dijitalleşme ile birlikte izleyici kitlenin dönüşümünü ele aldığı kitabında, dijitalleşmenin sadece gazetecilik pratikleri üzerine etkilerinin değil aynı zamanda tarafsızlık ve toplumsal sorumluluk gibi kavramların da tekraren gözden geçirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Bu sayede uygulanmakta olan gazetecilik pratiklerinin teorik arka planını açıklamak da kolaylaşacaktır. Haberin üretimi, dağıtımı, alıcı vb. kavramların birden fazla şekilde dijitalleşmeden etkilenmesi, ilgili teorilerin sınıflandırılmasını zorunlu kılmaktadır. Bu çalışma kapsamında yapılan değerlendirmede, öncelikle dört ana başlık belirlenmiştir. Bunlar; “Dijitalleşme, Teknoloji ve Platform Bazlı Gazetecilik Teorileri”, “Hikâye Anlatımı ve İzleyici Etkileşimi Temelli Gazetecilik Teorileri”, “Toplumsal Sorumluluk ve Temsiliyet Odaklı Gazetecilik Teorileri”, “Dezenformasyon, Kriz ve Olağanüstü Durum Odaklı Gazetecilik Teorileri” şeklindedir. Bu çalışma, “Dijitalleşme, Teknoloji ve Platform Bazlı Gazetecilik Teorileri” başlığıyla sınırlandırılmıştır. İlgili başlığın seçilme sebebi, gazetecilik pratiklerinin yeni mecrada doğrudan nasıl ele alındığını tespit edebilmektir. Nitekim Anderson, Bell, & Shirky (2012: 41-44)'nin The New York Times gazetesi üzerine yaptıkları çalışmada belirttiği üzere, endüstri sonrası yeni medya düzeninde farklı yaklaşımların kaçınılmaz olduğu vurgulanmıştır.

Bu çalışmanın amacı, dijitalleşme ve teknolojik gelişmelerin gazetecilik teorilerine nasıl etki ettiğini incelemek ve bu bağlamda çeşitli teorileri sınıflandırmaktır. Her bir sınıflandırma, gazeteciliğin farklı yönlerini ele almayı ve dijitalleşmenin medya pratikleri üzerindeki etkilerini işaret etmeyi hedeflemektedir. Steensen ve Ahva (2015)'nın "Dijital Çağda Gazetecilik" isimli meta analiz yöntemiyle yaptıkları çalışmada, seçili dergilerde yer alan makalelerin anahtar kelime ve özet bölümleri incelenmiştir. Burada yapmak istediğimiz çalışmadan farklı olarak, ilgili makalelerin tarih, sosyoloji ve siyaset bilimi gibi farklı alanlarla olan ilişkisi incelenmiş, gazetecilik teorileri doğrudan isimlendirilmemiştir. Dutta ve Gangopadhyay (2019) ise dijital gazeteciliğin modern teorileri üzerinde durmuş, teorilerin ortaya çıkış süreçleriyle ilgili yukarıdaki çalışmaya benzer çıkarımlarda bulunmuştur. İlgili çalışmalarda görüldüğü üzere, dijital çağın teorileri genel olarak temel çıkış noktaları üzerinden değerlendirilmiştir. Bu çalışmada yapılmak istenen ise temel bir liste hazırlamak olduğundan yöntem olarak, literatür taraması seçilmiştir. Mevcut olan gazetecilik teorileri için Web of Science, Google Scholar vb. akademik arama ortamlarında "dijitalleşme, teknoloji, platform, veri, yapay zeka vb." anahtar kelimelerle aramalar yapılmış ve sistematik bir şekilde analiz edilmiştir. Daha sonra birbirleriyle bağlantılı olduğu düşünülen teoriler aynı başlık altında sınıflandırılmıştır.

Bulgular

Yapılan literatür taraması sonucunda, "Dijitalleşme, Teknoloji ve Platform Bazlı Gazetecilik Teorileri" başlığı altında gazetecilik pratiklkeri, içerik üretimi vb. süreçleri içeren 12 farklı gazetecilik teorisi sınıflandırılmıştır. İlgili başlıklar oluşturulurken haber süreci baz alınarak; haber üretimi, dağıtımı ve alıcı temelinde yeni yaklaşımlar değerlendirilmiştir. İlâveten haberin sunulduğu platform, etkileşim, toplumsal etki ve bunların teknolojik gelişmelerle ilişkileri irdelenmiştir.

- 1.Robot Gazetecilik Teorisi
- 2.Verî Gazeteciliği Teorisi
- 3.Yapay Zekâ Destekli Gazetecilik Teorisi
- 4.Duyusal Gazetecilik Teorisi
- 5.Görsel Gazetecilik Teorisi
- 6.Ağ Gazeteciliği Teorisi
7. Mobil Gazetecilik Teorisi
- 8.Sosyal Medya Gazeteciliği Teorisi
- 9.Platform Gazeteciliği Teorisi
- 10.Gündem Belirleme Teorisi 2.0
- 11.Medya Konverjansı (Yakınsama) Teorisi
- 12.Hibrid Gazetecilik Teorisi

Tablo 1. Dijitalleşme, Teknoloji ve Platform Bazlı Gazetecilik Teorileri

Gazetecilik faaliyetlerinin üretimi, dağıtımı ve tüketiminde dijitalleşme köklü değişimlere neden olmuştur. Sosyal medya ve mobil uygulamalar gibi alanlarda algoritmalar ve yapay zekâ uygulamaları üretim ve dağıtım süreçlerinde merkeze oturmuştur. Gazetecilik süreçlerinde hız, etkileşim ve veriye dayalı içerik ön plana çıkmıştır. Deuze (2008, 854), hız ve içeriğin geniş kitlelere ulaşmasında dijitalleşmenin rolünü belirtirken, gazeteciliğin daha akışkan hale geldiğini ve dolayısıyla geleneksel gazetecilikten farklı olarak sınırlarının belirsizleştiğini savunmuştur. Anderson, Bell ve Shirky (2015: 41-44) ise algoritmalar ve yapay zekâ uygulamalarına odaklanarak, gazetecilik faaliyetlerinin merkezi konumuna geldiklerini iddia etmiştir. Lewis ve Westlund (2015)'un da benzer değerlendirmelerde

bulunarak gazeteciliğin otomatikleşme sorunuyla karşı karşıya olduğunu dile getirmiştir. Flew ve Smith (2014) de teknolojik gelişmeler üzerinde durmuş ve dijitalleşmenin haber üretim ve dağıtım süreçlerine etkisini tartışmıştır. Geleneksel medyanın merkezi yapısının yeni medya ortamında dağıtıklaşacağını ve çok katmanlı bir yapıya dönüşeceğini ifade etmiştir.

Tablo.1’de görüldüğü üzere 12 farklı gazetecilik teorisi, teknolojik gelişmelerin sonucu olarak ortaya çıkan dijitalleşmenin ve dijitalleşen dünyanın önemli bileşenlerinden olan platformların temel alındığı başlık altında değerlendirilmiştir. Bunlardan biri olan robot gazetecilik, içeriğin algoritma ve yapay zekâ uygulamalarıyla otomatik olarak oluşturulmasını içermektedir. Örneğin Carlson (2015), içeriğin insansız oluşturulmasını yıkıcı bulmakta fakat verilerin finans, spor vb. veriye dayalı bilgilerin doğruluğu noktasında önemli görevler üstlendiğini ifade etmektedir. Clerwall (2014) ise robot gazeteciliğin hızına odaklanmış bununla birlikte çalışmasının odağını oluşturan izleyici görüşleri üzerinden yaptığı değerlendirmede insan tarafından üretilen içeriğin daha etkili olduğu sonucuna varmıştır. Diğer bir alt başlıkta değerlendirilen veri gazeteciliği, veri setlerinin gazetecilik faaliyetlerine uyumu ve anılan verilerden anlamlı sonuçlara ulaşılmasını sistematize etmektedir. Lewis ve Westlund (2014), robot gazeteciliğin de öneli çıktılarında olan raporlama süreçlerinde veri gazeteciliğinin, derinlemesine analize imkân verdiğini belirterek teyit mekanizmalarının daha sağlıklı işleyebileceğine işaret etmektedir. Robot gazetecilikle olan farklı bir benzerliğine de Flew (2012) dikkat çekmiş ve bilgi havuzlarından derinlemesine bilginin hızlıca alınabileceğini vurgulamıştır. Teknolojinin gelişimiyle beraber ortaya çıkan diğer bir husus, yapay zekâ uygulamalarının gazetecilik faaliyetlerinde kullanılmaya başlamasıdır. Örneğin Marconi (2020)’nin yapay zekânın gazeteciliğin geleceği üzerine olası etkilerini incelediği eserinde, haber üreticisinin alıcının arzu ve isteklerine yönelik içerik üretebilmesine olanak sağladığını; veri analizi, içerik önerisi ve editöryal süreçlerde nasıl yardımcı olabileceğini ayrıntılarıyla belirtmiştir. Diakapoulos (2019)’un da editöryal süreç üzerine eğildiği ve içeriklerin alıcı beğenilerine göre optimize edilebildiği savı savunulmaktadır.

Sanal ve artırılmış gerçeklik gibi farklı teknolojik gelişmeler de gazetecilik faaliyetlerini doğrudan etkilemiş, alıcılara olayların içinde olduğu sanısını sunabilen duyuşal gazetecilik olarak adlandırılan yeni bir gazetecilik faaliyeti ortaya çıkmıştır. De La Pena vd. (2010) ilgili teknolojiler sayesinde haber deneyiminin etkisinin artacağını ve alıcı için haber içeriklerinin daha sürükleyici olacağını iddia etmiştir. Bu sayede alıcının olayın merkezine taşınacağını ve olaylarla duygusal bağ kurmanın kolaylaşacağını da sözlerine eklemiştir. Soler-Adillon ve Sora-Domenjo (2018)’un sanal gerçeklik ve gazetecilik faaliyetleri üzerine yaptıkları çalışmalarında da izleyicinin olayların içine çekildiği belirtilmekte, savaş, sel vb. olağanüstü durumlarda empati kurulmasını kolaylaştırıcı etkisi olduğu vurgulanmaktadır. Görsel gazetecilik için de benzer ifadeleri kullanmak mümkündür. Anılan teoriyle, teknoloji ürünü olan fotoğraf, video vb. görsel içeriklerin alıcı üzerindeki etkisi incelenmektedir. Newton (2012), konu hakkında ilk eser veren araştırmacılardan biri olup fotoğraf ve video gibi görsel içeriklerin, haber gerçekliğini arttıracaklarını belirtmektedir. Lester (2020) ise ilgili görsel materyallerin haberlerde nasıl kullanılacağına dair ayrıntılar vermektedir. Zelizer (2010), basında yer alan fotoğrafları incelediği eserinde, duyuşal gazetecilikteki sonuçlara benzer çıkarımlarda bulunarak haberlerde görsel kullanımının alıcıda empati ve duyuşal karşılık bulunduğunu söylemektedir.

Haber ve içeriklerin dijital mecralarda nasıl bir ağ yapısıyla dağıtıldığını ve etkileşimi ne surette etkilediğini incelemek için ağ gazeteciliği teorisi geliştirilmiştir. İlk defa “ağ toplumu” kavramını ortaya atan Castells (2009)’in ağ toplumunun yükselişini konu edindiği eserde, medyanın da ağ yapısı içinde yeniden yapılandığı ve bilgi akışının merkezilikten uzaklaştığı ifade edilmektedir. Heinrich (2011) de Castells’in merkezietten uzaklaşma savını

destekler çıkarımlar yapmıştır. Ona göre artık haberler çoğunlukla sosyal medya ve dijital platformlar gibi alanlardan yayılmaktadır. Bruns (2005), ağ gazeteciliğini “gatewatching” kavramı üzerinden ele almakta; Castells ve Heinrich ile benzer ifadeleri sarf etmektedir. Diğer iki araştırmacıdan Bruns’u ayıran, içeriğin birden çok kaynak tarafından paylaşılması vasıtasıyla daha demokratik bir haber akış süreci olacağını söylemesidir. Ağ gazeteciliği gibi birçok farklı gazetecilik faaliyetinin günümüzde yaygınlaşmasının temelinde yer alan teknolojik gelişmelerin önemlilerinden biri de cep telefonlarıdır. Nitekim her an her yerde haber üretebilme ve habere ulaşma imkânı sağlayan bu teknolojiyle beraber gazetecilik pratiklerinde yaşanan değişim, mobil gazetecilik teorileriyle açıklanmaya çalışılmaktadır. Pavlik (2013), mobil gazeteciliğin öneminin arttığını ve geleneksel medyanın yerini almaya başladığını vurgulamaktadır. Sadece içerik üretimini değil aynı zamanda alıcıların haber tüketim alışkanlıklarını da kökten değiştirdiğini ifade etmiştir. Westlund (2013)’un “mobil gazetecilik” üzerine kaleme aldığı araştırmasında da benzer sonuçları görmek mümkündür. Mobil cihazların habercilikte hız konusunda sağladığı avantajları belirttikten sonra gerek haberin üretimi gerekse habere ulaşım gibi parametrelerin dönüşümüne odaklanmaktadır.

Günümüzde mobil cihazlar teknolojik olarak daha da gelişmiş, internet bağlantıları, görsel teknoloji vb. yönleriyle birer cep bilgisayarı hüviyeti kazanmıştır. İnsanların birbirleriyle etkileşime geçmek, gündelik hayatlarını düzenlemek, bilgi edinmek vb. farklı gerekçelerle mobil cihazları kullanırken en çok tercih ettikleri yöntem sosyal medya platformları haline gelmiştir. Bunun doğal sonucu olarak anılan platformların gazetecilik faaliyetlerinde meydana getirdiği değişiklikler ve yenilikler sosyal medya teorileri kapsamında değerlendirilmeye başlanmıştır. Sosyal medya platformları aracılığıyla, geleneksel gazetecilikten farklı olarak haber üretim ve dağıtım süreçleri hızlanmış ve izleyiciyle gazeteci arasında dinamik bir etkileşim ortaya çıkmıştır. Hermida (2010), Twitter üzerine yapmış olduğu çalışmasında, haberlerin anlık dağıtımını üzerine odaklanmaktadır. Yine platformların bazı kısıtlayıcı özellikleri olduğunu vurgulamaktadır. “Ambient Journalism” ismini verdiği platform bazlı gazetecilik pratiklerini profesyonel gazeteciler ve bireyler üzerinden yeniden ele almaktadır. Burns (2010)’ün “ambient journalism” kavramı üzerinden farklı stratejileri ele aldığı çalışmasında ise Hermida’nın tezine farklı yaklaşımlar getirmiştir. Hermida’dan farklı olarak bilişsel, sibernetik ve bilgi sistemleri araştırmalarını ön plana çıkarmıştır. Newman (2009)’ın sosyal medya platformlarının henüz ilk zamanlarına tesadüf eden sosyal medyanın geleneksel medyaya olası etkilerini araştırdığı raporunda, günümüzde sosyal medyanın oluşturduğu etkinin ilk izlerini görmek mümkündür. Bireysel gazetecilik faaliyetleri ekseninde eksik kalmakla beraber, profesyonel gazetecilerin sosyal medya üzerinden yürüttüğü gazetecilik faaliyetlerinin ilk izlenimlerine rastlanmaktadır. İddiasına göre daha kişisel bir haber dili oluşmakta ve izleyiciyle doğrudan kurulan iletişimin samimiyeti arttıracığı varsayılmaktadır.

Mobil cihazların gelişimine paralel olarak dijital platformların insan hayatındaki yeri artmıştır. Bunun doğal sonucu olarak habercilik faaliyetleri de anılan mecralara kaymış ve platform gazeteciliğinin teorik çalışmalarının da başlamasına vesile olmuştur. İlgili teorinin ana çerçevesini, dijital platformların haber üretimi, dağıtımını ve alıcı üzerindeki etkilerini incelemek oluşturmaktadır. Dijital dönüşümün en belirgin sonuçlarından olan merkezleşmenin aşınması durumu, Anderson (2012)’un ifade ettiği üzere platform gazeteciliğinin en belirgin sonuçlarından biri olarak kabul edilmektedir. İlaveten farklı kaynaklardan haberlerin yayılması daha demokratik bir ortam oluşmasına imkân verirken aynı zamanda daha geniş kitlelere ulaşmayı da mümkün kılmaktadır. Her ne kadar merkezleşmenin aşındığı varsayımı farklı araştırmacılar tarafından dile getirilse de Napoli (2019), merkezleşmenin sosyal medya platformlarında yeniden üretildiğini iddia etmektedir. Haber üreticilerinin platformlara bağımlı hale geldiğini ve içeriklerini görünür kılmak için

platformların algoritma ve politikalarına uymak zorunda olduklarını sözlere eklemektedir. Van Dijck ve Poell (2015)'in dikkat çektikleri konu ise sosyal medya ve kamusal alan ilişkisidir. Onlara göre haberlerin viral olması, geniş kitlelere hızlıca yayılması ve izleyicilerin geri bildirimlerinin gazetecilere ulaşması kolaylaşsa da platform eko-politiği haber sürecini doğrudan etkilemektedir.

Sosyal medya platformlarının, kamuoyu oluşturma ve/veya yönlendirmek amacıyla kullanıldığını söylemek mümkün olup gündem belirleme teorisi 2.0 ile bu durumun ne surette olup olmadığı araştırılmaktadır. McCombs ve Shaw (1972)'un temellerini attığı gündem belirleme teorisinin, dijital mecralara yeniden uyarlanmış halidir. İlgili teorisinin varsayımlarından biri platformlarda önemli olarak sunulan bir haber veya içeriğe kamuoyunun ilgisinin kaydığı yönündedir. Dijitalleşen medya ortamında alıcılar, pasif bir bilgi tüketicisi konumundan çıkarak aktif bir içerik üreticisi haline gelmiştir. Yaşanan bu dönüşüm, gazeteciler ve alıcı arasındaki etkileşim pratiklerini de yeniden şekillendirmiştir. Özellikle sosyal medya platformlarında, medya organlarından bağımsız olarak kullanıcılar tarafından gündem belirleme mümkün olduğundan, medya organları gündemin arkasında kalabilmektedir. Vargo vd. (2014), dijital platformların dinamik yapısına işaret ederek bu savı desteklemektedir. Herhangi bir konunun gündeme taşınması için kullanıcıların ilgisinin ve katılımının yeterli olacağını savunmaktadır. Shaw vd. (2016) ise “Arap Baharı” temalı gündem belirleme çalışmalarında farklı bir görüş sunmuştur. İddialarına göre geleneksel medya, gündem belirlemede sosyal medyadan daha güçlü durmaktadır. Bununla birlikte sosyal medyanın gündem oluşturmaya dair farklı yöntemleri olduğunu da belirtmiştir. Çalışmanın yaklaşık 8 sene öncesine ait olması ve spesifik bir olay örgüsünü temel alması nedeniyle çıkarımlarının günümüzde farklılaşacağını söylemek, fazla iddialı olmayacaktır. Guo ve Vargo (2017) tarafından 2015 yılında 67 ülkeden 4708 çevrimiçi haber kaynağının veri analizi yöntemiyle değerlendirildiği çalışmalarında, ülkelerin gündem belirlemedeki rolleri tartışılmaktadır. Gündem belirlemenin geleneksel medyadan sosyal medya platformlarına kaymaya başlaması gibi uluslararası gündem belirlemede de ABD'nin etkisinin azaldığı iddia edilmektedir. Hülasa dijital mecranın sağladığı olanaklar gündem belirleme sürecinin çok katmanlı bir yapıya dönüşmesine olanak sağlamaktadır.

Dijitalleşmenin ortaya çıkardığı diğer bir sonuç da farklı medya türlerinin iç içe geçmesi durumudur. Medya konverjansı (yakınsama) teorisi, anılan durumun gazetecilik pratikleri üzerindeki etkilerini incelemektedir. Televizyon, radyo ve basılı ürünler gibi geleneksel medya kuruluşları, dijital ortama taşınmış ve haberin üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerinde değişimlere yol açmıştır. Jenkins (2004)'in kaleme aldığı ve yakınsamanın kültürel mantığını irdelediği çalışmasında, yakınsamayı farklı medya türlerinin birleşmesinden fazlası olarak ele almaktadır. Yakınsamanın ana hatlarını izleyicilerin medya içeriklerine farklı platformlardan ulaşması çizmektedir. Kullanıcıların, farklı dijital yollarla kendisine sunulan içeriğe zaman ve mekân sınırına bağlı kalmaksızın ulaşabilmesine Jenkins “Convergence Culture (kavuşum kültürü)” ismini vermiş olup kullanıcıların süreçte daha aktif rol alabildiğini ve içeriklerin de daha etkileşimli hale geldiğini iddia etmiştir. Bird (2011) de medya konverjansı (yakınsama) hakkında benzer çıkarımlarda bulunmuştur. Sosyal medya kullanıcılarının siyasi, sosyal, kültürel vb. konularda kendi içeriklerini oluşturup geniş kitlelerle paylaştığını; bu sayede gündeme ilişkin belirleyici rol üstlendiğini ifade etmektedir. Etkileşimlerin, medya organları ile toplumsal kesimler arasındaki güç ilişkilerini yeniden şekillendirdiğini ve sosyal medya platformlarının kitlesel hareketler için yeni bir alan oluşturduğunu belirterek katılımcı bir medya kültürünün doğmaya başladığını sözlere eklemiştir. Deuze (2007), eserinde bir bölüm ayırdığı medya konverjansının (yakınsama), gazeteciliği multidisipliner bir yapıya dönüştürdüğünü belirtmektedir. Habercilerin sadece yazılı metinle iktifa edemeyeceğini görsel, işitsel vb. Farklı içerikleri de üretmek zorunda olduklarını söylemektedir. Dolayısıyla

gazeteciler, daha fazla teknik bilgiye ve farklı medya formatlarına sahip olmalıdır. Diğer bir ifadeyle yakınsamayı sadece medya örgütlerinin farklı platformlarda bir araya gelmesi değil meslek profesyonellerinin de birden çok yetiye sahip olmaları gerektiği yönünden ele almıştır.

Günümüzde medyanın farklı yapıları dijital mecrada faaliyetlerine devam etmektedir. Bazı medya profesyonellerinin süregelen alışkanlıkları ve geleneksel yapıda yetişmeleri, dijital mecralarında geleneksel yöntemlerin de kullanılmaya devam etmesini doğurmaktadır. Geleneksel medya pratikleriyle dijital medya pratiklerinin bir arada nasıl kullanıldığını ve her ikisinin birbirini ne surette tamamladığını incelemek için hibrid gazetecilik teorisi kullanılmaktadır. Hem gazete, televizyon vb. geleneksel medya araçlarının hem de sosyal medya platformları gibi yeni medya araçlarının nasıl birlikte kullanıldığı hibrid teorinin araştırma alanlarının başında gelmektedir. Chadwick (2017), siyasal iletişim üzerinden hibrid gazeteciliği ele aldığı çalışmada, medya kuruluşlarının, sosyal medya platformları gibi dijital araçlarla nasıl etkileşime geçtiğini ve bu iki medya ortamının birbirini nasıl etkilediğini açıklamaktadır. Hermida (2010), hibrid gazetecilik yöntemleriyle özellikle sosyal medya platformlarının daha etkin kullanılarak haberlerin hızlı yayılmasının kolaylaştığını ve etkileşimin arttığını söylemektedir. Deuze (2005) ise olaya gazeteciler perspektifinden yaklaşarak, meslek profesyonellerinin haberleri daha esnek bir şekilde ele alabileceğini ve dijital mecranın yapısı sonucunda interaktif bir şekilde içeriklerini sunabileceklerini söylemektedir.

Yukarıda belirtilen teoriler, dijitalleşen dünyada gazetecilik pratiklerinin tek açıklayıcısı değildir. Bunların dışında birçok teorinin de doğrudan dijitalleşme ile ilişkilendirilmesi mümkündür. Örneğin “Hiper-Yerel Gazetecilik” veya “Katılımcı Gazetecilik” gibi farklı teorilerden de bahsetmek mümkündür. Bununla birlikte çalışmanın amacı kapsamında dijitalleşmenin, teknolojinin ve platformların doğrudan etkilediği teoriler üzerinde durulmaya çalışılmıştır. Bu çalışmanın evreni oluşturulurken yapılan literatür taramasında elde edilen bulgular ışığında dijitalleşmeyle ilintili olduğu düşünülen diğer teorilerin bir listesi Tablo.2’de gösterilmiştir.

Hikâye Anlatımı ve İzleyici Etkileşimi Temelli Gazetecilik Teorileri	Toplumsal Sorumluluk ve Temsilîyet Odaklı Gazetecilik Teorileri	Dezenformasyon, Kriz ve Olağanüstü Durum Odaklı Gazetecilik Teorileri
1.Anlatı Gazeteciliği Teorisi	1.Kapsayıcı Gazetecilik Teorisi	1.Manipülatif Gazetecilik Teorisi
2.Duygusal Gazetecilik Teorisi	2.Sessiz Gazetecilik Teorisi	2.Hakikat Sonrası Gazetecilik Teorisi
3.Etkileşim Odaklı Gazetecilik Teorisi	3.Topluluk Medyası Teorisi	3.Kitle Kaynaklı Gazetecilik Teorisi
4.Katmanlı Gazetecilik Teorisi	4.Kamusal Gazetecilik Teorisi	4.Karşıt Gazetecilik Teorisi
5.İzleyici Odaklı Gazetecilik Teorisi	5.Göçmen Gazeteciliği Teorisi	5.Gizli Gazetecilik Teorisi
6.Sanal Gerçeklik Gazeteciliği Teorisi	6.Etik Gazetecilik Teorisi	6.Gerçek Sonrası Gazetecilik Teorisi
7.Empati Odaklı Gazetecilik Teorisi	7.Post-Kolonyal Gazetecilik Teorisi	7.Kriz Gazeteciliği Teorisi
8.Etkileşimli Gazetecilik Teorisi	8.Sosyal Sorumluluk Gazeteciliği Teorisi	8.Çatışma Gazeteciliği Teorisi
9.İnteraktif Gazetecilik Teorisi	9.Evrensel Gazetecilik Teorisi	9.Sınırötesi Gazeteciliği Teorisi
10.Bilişsel Gazetecilik Teorisi	10.Kültürlerarası Gazetecilik Teorisi	10.Canlı Yayın Gazeteciliği Teorisi
11.Anlam Gazeteciliği Teorisi	11.Eko-Gazetecilik Teorisi	
12.Katılımcı Gazetecilik Teorisi	12.Gözlemci Gazetecilik Teorisi	
13.Yavaş Gazetecilik Teorisi	13.Vatandaş Gazeteciliği Teorisi	
14.Yeniden Tasarım Gazeteciliği Teorisi	14.Hiper-yerel Gazetecilik Teorisi	
15.Bağımsız Gazetecilik Teorisi		
16.Sürdürülebilir Gazetecilik Teorisi		
17.Derinlemesine Gazetecilik Teorisi		

18.Transmedya Teorisi	Gazeteciliği		
-----------------------	--------------	--	--

Tablo 2. Dijitalleşme ile ilgili Diğer Gazetecilik Teorileri

Sonuç

Dijitalleşmenin gazetecilik faaliyetlerine doğrudan etkileri üzerine ortaya atılan teorileri sınıflandırma gayreti içinde olan bu çalışma, haber üretiminden dağıtımına, haberin alıcıya ulaşmasından nasıl algılandığına dair etkileşim odaklı tüm süreçlerin dijital dönüşümle nasıl şekillendiğini ortaya koymaya çalışmıştır. Dijitalleşme, teknoloji ve platform bazlı gazetecilik teorileri temel alındığında, ortaya çıkan sonuçlardan biri gazetecilik pratiklerinin köklü değişikliklere uğradığıdır. Gazeteciliğin daha esnek ve hızlı yapılabildiği, geniş kitlelere ulaşmanın kolaylaştığı bir yapının oluştuğu söylenebilir. Böylece meslek profesyonelleriyle alıcılar arasında etkileşim kurma yöntemleri değişmiştir. Gazetecilik kavramı, izleyiciyle haber paylaşma kimliğini aşarak çift yönlü etkileşim odaklı bir yapıya evrilmiştir. Bu dönüşümün ortaya çıkmasında dijital platformlar, yapay zekâ, sosyal medya, veri analizi ve mobil cihazlar vb. ana nedenler olarak görülmektedir. Dijitalleşme ve platform bazlı gazetecilik teorilerini şekillendiren, bu ana kavramlar olmuştur. Geleneksel gazetecilik pratiklerinin tek merkezden uzaklaşarak daha yaygın bir ağ kurgusunda yeniden yapılanmasına da öncülük etmişlerdir. Dolayısıyla haberler tek kaynaktan yayılmaktan ziyade izleyiciler tarafından da tekrar dolaşıma sokulabilmektedir. Sosyal medya platformları, haberin tekrar üretimi ve dağıtımını noktasında anahtar role sahiptir. Merkezleşmenin azalmasının gazetecilik faaliyetlerini daha demokratikleştirdiği ve gazeteci-izleyici iletişiminin aracısız sağlanmaya başladığı da ilgili teorilerin savları arasında olmuştur. Özellikle ağ gazeteciliği ve platform bazlı gazetecilik teorileri, dijital platformların gazetecilik süreçlerine katılmasıyla bilginin merkezleşmeden uzaklaştığını ve bilgi paylaşımının demokratikleştiğini iddia etmektedir.

Gazetecilik teorileri arasında keskin sınırlar çizmek ve birbirinden bağımsız olduklarını söylemek doğru olmayacaktır. Bununla birlikte geleneksel medyada gazetecilik pratiklerini ve haber akış süreçlerini incelemek için kullanılan farklı teorilerin, dijital mecrada devam eden yeni pratikleri açıklamada yetersiz kaldığı noktalar da bulunmaktadır. Var olan durumun sonucu olarak hem birbirlerini tamamlayan hem de geleneksel teorilerle harmanlanan yeni yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Yapılan literatür çalışmasında gazetecilik faaliyetleriyle doğrudan alakalı ve başka bilim alanlarından doğmakla birlikte gazetecilik alanında da kullanılabilecek teorilere odaklanılmıştır. Sonuç olarak 4 başlık altında 54 farklı teori listelenmiştir. Elde edilen verilerin bir akademik makale sınırları dâhilinde değerlendirilmesinin mümkün olamayacağı kanaatine varılmıştır. Bu sebeple dijitalleşme, teknoloji ve platformların doğrudan özne konumunda olduğu teorilere odaklanılmıştır. Örneğin “toplumsal sorumluluk ve temsiliyet odaklı gazetecilik” teorileri şeklinde oluşturulan bir başlık altında “hiper-yerel gazetecilik teorisi”nden bahsetmek mümkündür. Her ne kadar dijitalleşme, anılan teorinin gelişimine ve uygulama alanına büyük katkı sağlamış olsa bile hiper-yerel gazetecilik teorisini tek başına dijitalleşmenin sonucu olarak belirtmek uygun değildir. Yine “dezenformasyon, kriz ve olağanüstü durum odaklı gazetecilik teorileri” başlığında değerlendirilen “karşıt gazetecilik teorisi” de benzer şekilde dijitalleşmeden faydalansa da tek başına dijitalleşmenin sonucu olarak görülemeyecektir. Sonuç olarak çalışmanın sınırlarını belirleyebilmek adına tek başlık altında doğrudan dijitalleşme vasıtasıyla ortaya çıkan teoriler tasnife tabi tutulmuştur. Bu tercih, dijitalleşmenin gazetecilik pratiklerinde yarattığı somut değişiklikleri ve bunların gazetecilik pratiklerinin temel unsurlarına olan etkisini vurgulamak amacıyla yapılmıştır.

Bu bağlamda, dijitalleşme ile gazetecilik pratiğinde meydana gelen yeniliklerin başında robot gazetecilik, veri gazeteciliği ve yapay zekâ destekli teknoloji tabanlı teoriler gelmekte

olup içerik oluşturma süreçlerinin hızlandığı ve gazetecilik yapma şartlarının değiştiği iddiaları bulunmaktadır. Veri gazeteciliği ve yapay zekâ uygulamaları temelli teorilere göre içeriğin izleyicilere göre şekillendirilmesi kolaylaşmakta; hız, bilgi güvenliği ve veriye dayalı gazetecilik ön plana çıkmaktadır. Haberlerin merkezileşmeden uzaklaşması bilgi güvenilirliği ve etik gibi temel parametrelerde bazı tartışmalara da neden olmaktadır. Dijitalleşmenin sunmuş olduğu imkanlar dâhilinde insan eliyle oluşturulan içeriklerin tam anlamıyla makineler tarafından yerine getirilemediği belirtilmektedir. Dolayısıyla gazetecilik faaliyetlerinde yalnızca hız ve etkileşime odaklanılmaması gerektiğini ilgili teorilerin iddia ettiğini söylemek mümkündür. Sonuç olarak gazeteciliğin toplumsal sorumluluk ve etik boyutunun göz ardı edilmemesi ve dijitalleşmeyle birlikte yeni önlemler alınması gerekmektedir.

Teknolojinin ortaya çıkardığı artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik vb. kavramlar duysal ve görsel gazetecilik teorilerinin temelini oluşturmaktadır. Bu teorilere göre teknolojinin yardımıyla izleyicinin haber deneyimine farklı boyut kazandırılmış, haberlerin duygusal etkisi artırılmıştır. Böylece alıcılar haber içerikleriyle derin bir bağ kurabilmekte ve olaylara karşı empati duyguları gelişmektedir. Görsel gazetecilik teorisinde de benzer çıkarımların yapıldığı görülmüştür. Haber içeriklerinin sadece bilgi veren metin hüviyetinden çıkıp görsel öğelerle izleyicilerin duyguları harekete geçiren içeriklere dönüştürüldüğü belirtilmektedir. Teknolojinin diğer bir ürünü olan mobil cihazlar da gazetecilik faaliyetlerinde keskin dönüşümlere sebep olmuştur. Mobil gazetecilik teorisi, anılan değişkenin gazetecilik faaliyetlerine olan etkisini incelemeyi hedeflemektedir. Mobil gazetecilik teorisine göre mobil cihazların gazetecilik pratiklerine kattığı en belirgin özellikler hız ve içeriğe anlık erişimdir. Böylece haber her an ve her yerde üretilebilen bir yapıya bürünmüştür. Meslek profesyonellerinin haber üretmek için belli bir mekâna bağlılıkları ortadan kalkmış, izleyicilerin aynı zamanda haber üreticisi konumuna gelebilmelerinin önü açılmıştır. Mobil cihazlar, izleyici etkileşimini de farklı bir boyuta taşıdığından, geleneksel medyaya bağımlılığı azaltarak gazeteciliğin mobilizasyonunu kolaylaştırmıştır. Hem geleneksel medyanın farklı unsurlarını bir arada bulundurması hem de farklı teknolojik gelişmelere adapte olarak aynı alanda kullanılması medya konverjansı (yakınsama) teorisini de benzer sonuçlara ulaştırmaktadır. Bununla birlikte yakınsama teorisi, birden fazla medya ortamını ve birçok dijital teknolojiyi bir arada kullanabilme kabiliyetinin meslek profesyonellerinde olması gerektiğini de iddia etmektedir. Özetle, bu çalışmada değerlendirilen teoriler, dijitalleşmenin, teknolojinin ve platform bazlı gazeteciliğin gazetecilik pratiklerinde ne tür değişimlere yol açtığını göstermektedir. Dijitalleşmenin sağladığı imkânlar, gazetecilik faaliyetlerinin alanını genişleterek, onu daha etkileşimli, hızlı ve veri temelli bir yapıya dönüştürmüştür. Dijital teknolojiler, gazetecilik süreçlerinin hızlanmasına olanak sağlamıştır. İlâveten bilgi akışının, daha kapsayıcı bir yapı haline gelmesine önemli bir katkı vermiştir. Çalışmanın temelinde yer alan bu dönüşümler, profesyonel gazeteciliğin sadece içerik üretme biçimini değil aynı zamanda meslek profesyonellerinin izleyiciyle kurduğu iletişim şeklini de dönüştürmüştür.

Kaynaklar

Allan, S. (2009). Histories of citizen journalism. In S. Allen & E. Thorsen (Eds.), *Citizen journalism: Global perspectives* (pp. 17–32). New York: Peter Lang.

Anderson, C. W. (2012). Towards a sociology of computational and algorithmic journalism. *New Media & Society*, 15(7), 1005–1021. <https://doi.org/10.1177/1461444812465137>

Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2015). Post-industrial journalism. *Geopolitics, History, and International Relations*, 7(2), 32–123.

Bird, S. E. (2011). Are we all producers now? Convergence and media audience practices. *Cultural Studies*, 25(4–5), 502–516. <https://doi.org/10.1080/09502386.2011.600532>

- Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative online news production*. New York: Peter Lang.
- Burns, A. (2010). Oblique strategies for ambient journalism. *M/C Journal*, 13(2). <https://doi.org/10.5204/mcj.230>
- Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 14(7), 1164–1180. <https://doi.org/10.1177/1461444812440159>
- Carlson, M. (2014). The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. *Digital Journalism*, 3(3), 416–431. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412>
- Castells, M. (2009). *The rise of the network society*. New Jersey: Wiley-Blackwell.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190696726.001.0001>
- Clerwall, C. (2014). Enter the robot journalist: Users' perceptions of automated content. *Journalism Practice*, 8(5), 519–531. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.883116>
- Curran, J., & Seaton, J. (2010). *Power without responsibility: Press, broadcasting and the internet in Britain* (7th ed.). New York: Routledge.
- D'Ancona, M. (2017). *Post-truth: The new war on truth and how to fight back*. London: Ebury Press.
- De la Peña, N., Weil, P., & Llobera, J. (2010). Immersive journalism: Immersive virtual reality for the first-person experience of news. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 19(4), 291–301. https://doi.org/10.1162/PRES_a_00005
- Deuze, M. (2007). *Media work*. Cambridge: Polity Press.
- Deuze, M. (2008). The changing context of news work: Liquid journalism and monitorial citizenship. *International Journal of Communication*, 2, 848–865.
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Cambridge: Harvard University Press.
- Domingo, D. (2008). Interactivity in the daily routines of online newsrooms: Dealing with an uncomfortable myth. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), 680–704. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.00415.x>
- Dutta, S., & Gangopadhyay, S. (2019). Digital journalism: Theorizing on present times. *Media Watch*, 10(2), 713–722. <https://doi.org/10.15655/mw/2019/v10i3/49684>
- Flew, T., & Smith, R. (2014). *New media: An introduction* (2nd Canadian ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Franklin, B. (2013). *The future of journalism*. London: Routledge.
- Guo, L., & Vargo, C. J. (2017). Global intermedia agenda setting: A big data analysis of international news flow. *Journal of Communication*, 67(4), 499–520. <https://doi.org/10.1111/jcom.12311>
- Heinrich, A. (2011). *Network journalism: Journalistic practice in interactive spheres*. London: Routledge.
- Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297–308.

- Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 33–43. <https://doi.org/10.1177/1367877904040603>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Lester, P. M. (2020). *Visual communication: Images with messages* (9th ed.). Independently Publishing.
- Lewis, S. C., & Westlund, O. (2014). Big data and journalism: Epistemology, expertise, and the future of news. *Digital Journalism*, 3(3), 447–466. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976418>
- Lynch, J., & McGoldrick, A. (2005). *Peace journalism*. Bath: Hawthorn Press.
- Marconi, F. (2020). *Newsmakers: Artificial intelligence and the future of journalism*. New York: Columbia University Press.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). London: SAGE Publications.
- Muller, D. (2014). *Journalism ethics for the digital age*. Melbourne: Scribe Publication.
- Napoli, P. M. (2011). *Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences*. New York: Columbia University Press.
- Napoli, P. M. (2019). *Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age*. New York: Columbia University Press.
- Newman, N. (2009). *The rise of social media and its impact on mainstream journalism*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Newton, J. H. (2012). *The burden of visual truth: The role of photojournalism in mediating reality*. London: Routledge.
- Pavlik, J. V. (2013). Innovation and the future of journalism. *Digital Journalism*, 1(2), 181–193. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666>
- Ryan, M.-L. (2003). *Narrative as virtual reality: Immersion and interactivity in literature and electronic media*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Schudson, M. (2001). The objectivity norm in American journalism. *Journalism*, 2(2), 149–170. <https://doi.org/10.1177/146488490100200201>
- Seeger, M. W., Sellnow, T. L., & Ulmer, R. R. (2003). *Communication and organizational crisis*. Connecticut: Praeger Publishers.
- Shaw, D. L., Moussa, I. S., Vargo, C. J., Minoie, M., & Cole, R. (2016). The agenda setting in the digital age: How we use media to monitor civic life and reframe community. *Jordan Journal of Social Sciences*, 9(1), 125–139.
- Singer, J. B. (2005). The political j-blogger: "Normalizing" a new media form to fit old norms and practices. *Journalism*, 6(2), 173–198. <https://doi.org/10.1177/1464884905051009>
- Soler-Adillon, J., & Sora-Domenjo, C. (2018). Virtual reality and immersive journalism: Media experience in the new digital reality. In M. Pérez-Montoro (Ed.), *Interaction in digital news media* (pp. 55–83). London: Palgrave MacMillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-96253-5_4

- Steen, S., & Ahva, L. (2015). Theories of journalism in digital age. *Digital Journalism*, 3(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.927984>
- Van Dijck, J., & Poell, T. (2015). Social media and the transformation of public space. *Social Media + Society*, 1(2). <https://doi.org/10.1177/2056305115622482>
- Van der Haak, B., Parks, M., & Castells, M. (2012). The future of journalism: Networked journalism. *International Journal of Communication*, 6, 2923–2938.
- Vargo, C. J., Guo, L., & McCombs, M. E. (2014). Network issue agendas on Twitter during the 2012 U.S. presidential election. *Journal of Communication*, 64(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/jcom.12089>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.
- Westlund, O. (2012). Mobile news: A review and model of journalism in an age of mobile media. *Digital Journalism*, 1(1), 6–26. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.740273>
- Zelizer, B. (2010). *About to die: How news images move the public*. Oxford: Oxford University Press.