



## Gazetecilik Sektörünün Geleceğine Yönelik Genel Değerlendirme

Biol Akgül  
Orcid:0000-0003-2600-7262  
Zeynep Ayer  
Orcid:0000-0003-4107-0171  
[ayerzeynep@gmail.com](mailto:ayerzeynep@gmail.com)

### Öz

Gazete, geleneksel gazeteciliğin en çok tercih edilen araçlarından biridir. Türkiye’de ilk gazete 17. yüzyılda basılmış ve 2000’li yıllara dek gelişimini sürdürmüştür. 1970’lerde internetin ortaya çıkması ve 1990’larda gazetelerin internet üzerinden erişilebilir olmasıyla, basılı gazetelere olan talep önemli derecede azalmıştır. Teknolojinin gelişmesi, bilgiyi daha kolay ulaşılabilir hal getirmiştir. Böylece internet tabanlı araçlarla bilgiye ulaşmak daha çok tercih edilmeye başlanmıştır. Genç kuşak başta olmak üzere toplum, önce televizyon ve radyo, son dönemde de internet üzerinden ulaştığı haberi gazetedeğine tercih etmeye başlamıştır. Haberleşme, böylece, farklı bir boyut kazanmıştır. İletişimin dijital araçlarla yapılması, haber kaynaklarının, yani medya araçlarının da dijitalleşmesini gerekli kılmıştır.

Dört ana bölümden oluşan çalışmanın ilk bölümünde bir medya aracı olan gazetenin tanımı yapılmış ve gelişim süreci ele alınmıştır. İkinci bölümde gazetecilik, mesleki anlamda analiz edilmiştir. Üçüncü bölümde geleneksel gazetecilik ve dijital gazetecilik (internet gazeteciliği) kavramları tanımlanmış ve karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Son bölümde ise, gazeteciliğin geleceğine yönelik değerlendirme ve öngörülere yer verilmiştir. Çalışmada literatür tarama ve kurgulama yöntemleri kullanılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Geleneksel Gazetecilik, Dijital Gazetecilik, İnternet Gazeteciliği.

## General Evaluation for the Future of Journalism Sector

### Abstract

The newspaper is one of the most preferred means of traditional journalism. Newspaper published for the first time in Turkey in 1970s and has continued its development until the 2000s. With the emergence of the internet in the 1970s and the availability of newspapers on the internet in the 1990s, demand for printed newspapers decreased significantly. The development of technology has made information more accessible. Thus, it has become more preferred to access information through internet-based tools. The society, especially the young generation, started to prefer the news that it reached via television and radio and recently via internet.

## **Gazetecilik Sektörünün Geleceğine Yönelik Genel Değerlendirme** Birol Akgül Zeynep Ayer

Communication has thus gained a different dimension. Communication with digital means necessitated the digitization of news sources, namely media.

In the first part of the study, which is composed of four main sections, the definition of the newspaper, which is a media tool, is made and the development process is discussed. In the second part, journalism has been analyzed professionally. In the third chapter, the concepts of traditional journalism and digital journalism (internet journalism) are defined and analyzed comparatively. In the last section, evaluations and predictions for the future of journalism are given.

**Key Words:** Traditional Journalism, Digital Journalism, Internet Journalism.

## **Gazetecilik Sektörünün Geleceğine Yönelik Genel Değerlendirme**

### **Giriş**

Son yüzyılda bilimsel çalışmalara verilen önemin artması, dünya çapında etkili olan ekonomik, siyasi ve kültürel gelişmelerin yaşanması, bilişim teknolojilerinin önem kazanmasına ortam hazırlamıştır. Teknolojinin gelişmesi, sektörlerde önemli yapısal değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Bilgisayar üretiminin artması, fiyatının düşmesini sağlamıştır. Böylece kişisel bilgisayara sahip olmak ve bilgiye ulaşmak kolaylaşmıştır. İletişim ağlarının bu şekilde yaygınlaşması, bilgi paylaşımını artırmış ve medya araçlarının dijitalleşmesine ortam hazırlamıştır. Bu durum, haber içeriklerinin dijital formatta hazırlanmasını ve yeni medya araçlarında yayımlanacak hale getirilmesini gerekli kılmıştır. Bilginin toplanması ve paylaşılması hızlanıp kolaylaştıkça, internetin de etkisiyle, büyük bilgi yığınları oluşmaktadır. Dolayısıyla bilgi, iletişim ağları başta olmak üzere, farklı alanlarda sık sık başvurulan bir kavram haline gelmiştir.

Bilgi kaynaklarının artması, bilgiye erişimi kolaylaştırmıştır. Bilgiye duyulan ihtiyacın ve bilginin artması, bilgi toplumu olma yolunda yapılacak çalışmaların önünü açmıştır. Bu kapsamda iletişim yöntemlerinde de değişim başlamıştır. Geleneksel gazeteciliğin karşısında, yeni bir tür olarak internet gazeteciliği, bir başka ifadeyle dijital gazetecilik, ortaya çıkmıştır. Sağladığı kolaylıklar sayesinde, günümüzde internet gazeteciliği hem gazeteciler hem de okurlar tarafından geleneksel gazeteciliğe tercih edilmektedir. Bu çalışmada, dijitalleşme kapsamında gazetecilik sektörünün geleceğini tartışmak amaçlanmıştır.

### **1) Gazete Kavramının Tanımı ve Gelişimi**

Kültür-sanat, ekonomi, siyaset, spor, magazin vb. konularda bilgi vermek için, taraflı ya da tarafsız, genellikle günlük, haftalık ya da aylık yayımlanan medya aracı, “gazete” olarak adlandırılmaktadır. Akbulut (2018:1), dünyanın en eski gazetesinin yaklaşık olarak 2150 yıl önce Roma İmparatorluğu’nda Acta Diurna adı ile çıktığını belirtmektedir. Modern anlamda gazete, 15. yüzyılda matbaanın icadıyla beraber önemli bir aşama kaydetmiş ve günümüzdeki haline gelmiştir. Aynı dönemde, Avrupa’daki savaşların yer aldığı haber mektupları ortaya çıkmıştır. Fakat Özer’e (2013: 91-92) göre, modern gazetecilik anlamında, dünyada kâğıt üzerine basılan ilk gazetenin 1605’te Johann Carolus tarafından yayınlanan, “Aller Fürnenmen und Gedenckwürdigen Historie” olduğu kabul edilmektedir. Temeli Avrupa’da haber kağıtları ve haber mektuplarına dayanan gazete, ilk defa 1600’lü yılların sonunda, Avrupa çıkarılmıştır. İlk Türkçe gazete olan Takvim-i Vekayi, 1831 yılında yayımlanmıştır (Benek, 2016: 28-38). Söz konusu gazete, literatürde Türkiye’de resmi gazeteciliğin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. 1860’ta yayımlanan Tercüman-ı Ahval ise, ilk özel gazete olma özelliğine sahiptir (Benek: 2016: 28-38).

Gazeteler, ekonomik, siyasi ve kültürel gelişmeler başta olmak üzere, birçok farklı türde haberi konu edinmektedir. Gazeteler, faaliyet gösterdiği alana göre ulusal gazete ve yerel gazete olarak ikiye ayrılmaktadır. Ulusal gazeteler, ülke sınırları içinde dağıtılan gazetelerdir. Bir başka ifadeyle ulusal gazeteler, “Dünyanın ve ülkenin her tarafından, her türlü haberlere sayfalarında yer veren ve çok geniş bir okur kitlesine dağıtım

## **Gazetecilik Sektörünün Geleceğine Yönelik Genel Değerlendirme** Birol Akgül Zeynep Ayer

yapılacak şekilde yayın yapan gazeteler (Bodur 1997: 29)” şeklinde tanımlanmaktadır. Ulusal gazeteler, ağırlıklı olarak büyük şehirlerde ve merkez noktalarda meydana gelen olayları ve gelişmeleri konu edinmektedir. Günümüzde ulusal gazetelerde yer alan haberler, İstanbul başta olmak üzere, Ankara ve İzmir gibi büyük şehirleri esas almaktadır. Kültür-sanat, ekonomi, spor ve politika gibi konularla ilgili olan haberler, ulusal gazetelerdeki haber içeriklerini oluşturmaktadır.

Türk basınında taşra basını ya da yerel basın olarak adlandırılan basının ürettiği haberlere yer veren gazeteler, yerel gazetelerdir. Yerel gazeteleri, şehir gazeteleri olarak adlandırmak da mümkündür. Yerel gazeteler, ulusal gazetelerde yer almayan, bölgesel nitelikli haberleri konu edinerek, faaliyet gösterdiği bölgede meydana gelen olayları aktarmaya, gerekli durumlarda bölge halkının sesini duyurmaya gayret göstermektedir. Yerel gazetenin faaliyet gösterdiği alan kısıtlı olduğunda, bölgenin sosyal ve kültürel özellikleri de gazetenin habercilik anlayışı üzerinde etkilidir. Bu durum, bölge halkının, yani okurların, yaşadıkları bölgeyi sahiplenmelerine ve kendilerini bölgenin bir parçası olarak görmelerine yardımcı olacaktır.

### **2) Bir Meslek Olarak Gazetecilik**

Gazetecilik, kısaca haber yapma işi olarak tanımlanabilir. Gazeteciliğin haber kaynağı ise bilgidir. Bilginin toplanması, bir araya getirilip yorumlanması, düzenlenmesi, yazılması ve dağıtılması bir bütün olarak değerlendirmelidir. Dolayısıyla gazeteci, hedef kitesine hitap edeceğini öngördüğü bilgileri toplayarak bir araya getiren ve dağıtımını yapan kişidir. “Bir basın kuruluşunda, düzenli olarak kadrolu, sözleşmeli veya telif ücreti karşılığı çalışan, haber alıp verme ve olaylar hakkında görüş belirtme işini yapan, çalıştığı kuruma karşı yasaların kendisine karşı yüklediği sorumlulukları yerine getiren ve kendisine verilen haklardan faydalanan kişilere” denir (Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2007). “Yazılı, sözlü ve/veya elektronik basında gazetelerde yer alan haberlere yönelik çalışmaları yürüten kişiler “gazeteci” olarak tanımlanmaktadır” (Önal, 2008: 290).

Gazeteciler, haber olarak yayınlanacak bilgilerin toplanmasından dağıtılmasına kadar devam eden süreci baştan sona takip etmektedir. Bilgiyi toplamak, doğruluğunu teyit etmek ve anlaşılır forma getirmek, gazetecinin sorumluluğundadır. Haberin tanımı ve ne olduğu ile ilgili yapılan tartışmalar, gazetecilerin haberin nasıl ürettiği sorusuna cevap aramaktadır. Bu sorunun cevabını bulmak için, gazetecinin haber üretiminde gazetecilerin rolünü şekillendiren ekonomik ve toplumsal normları ele almaktadır. Basın özgürlüğü kavramı kapsamında, gazetecilere, gerçeği ortaya çıkarma sorumluluğu verilmiştir. Gazeteci, profesyonel bir bakış açısıyla çalışarak okurlarına gerçeği aktarmaktadır/aktarmalıdır. Bunu yerine getirebilmesi için, gazeteciye özerklik gibi birtakım haklar verilmiştir. Ancak, günümüzde, tekelleşmenin bir sonucu olarak, gazetecilerin olması gerektiği kadar özgür olmadığı söylenebilir. Esasen, gazeteciler toplumun bilgilendirilmesini sağlayacak olan bilgilerin bulunması ve bunun tarafsız bir şekilde topluma aktarılması ile görevlendirilmiş kişilerdir.

Gazetecilik, yalnızca haber değeri taşıyan bilgilerin bir araya getirilerek topluma aktarılması olarak görülmemelidir. Gazetecinin, kamu yararını göz önüne alarak, haber üretirken gerekli araştırmayı yapması beklenmektedir. İletişim alanında meydana gelen teknolojik yenilikler, bilginin toplanmasından haberin dağıtılmasına kadar olan süreci hızlandırmaktadır. Bu durum haberin niteliğini değiştirirken, aynı zamanda, yalnızca bilgi aktarımı amacıyla yapıldığı düşüncesiyle, kalitesinin sorgulanmasına yol açmaktadır. Yeterli seviyede açıklama ve bilgiye dayanan, gerçeği yansıtan ve somut verilere dayanan haberler, toplumda daha geniş etki bırakmaktadır. Dolayısıyla haber yapım sürecinde araştırmaya gereken önemin verilmesi, gazeteciye yüklenen en önemli sorumluluklardan biridir. Bilgi temin etme sürecinde gazetecilerin önem verdiği konular bulunmaktadır. Önal (2008: 308-309), gazetecilerin bilgiye erişimiyle ilgili aşağıdaki hususlara dikkat çekmektedir:

-Gazetecilerin bilgi hizmetlerinde hız, doğruluk ve kolaylık istemektedir.

## **Gazetecilik Sektörünün Geleceğine Yönelik Genel Değerlendirme**

### **Birol Akgül Zeynep Ayer**

-Gazeteciler yaş, eğitim, mesleki deneyim farkı göstermeksizin; mesleklerine özgü olarak genelde haber nitelikli ya da haberle bağlantılı bilgilere gereksinim duymakta, anında bilgi aramaya yönelmekte, mutlaka ve ısrarla bilgi erişimi hedeflemektedirler.

-Güncel haberin ilgili kaynaktan, orijinal belgeye ulaşarak elde edilmesine yönelik bilgi arama davranışı tercih edilmektedir.

-Gazetecilerin bireysel farklılıklarıyla bağlantılı olarak geliştirdikleri kendilerine özgü bilgi arama davranışları bulunmaktadır.

-Gazetecilerin çalışmalarını en çok destekleyen unsurların başında arama motorları gelmekte, bunu haber ajansları, kupür veri tabanları ve bilgi merkezleri izlemektedir.

### **3) Dijitalleşme Karşısında Gazetecilik Sektörü**

Bu bölümde geleneksel gazetecilik ve internet gazeteciliği kavramlarının karşılaştırmalı analizi yapılmıştır. İlk bölümde 1990'lardan günümüze dek gelişimini sürdüren internet gazeteciliği kavramı incelenmiştir. Ardından geleneksel gazetecilik kavramı ele alınmıştır.

#### **3.1) İnternet Gazeteciliği**

Türkiye’de 1970’lerde internetin kullanılmasıyla, bilgiye ulaşım ve bilgi paylaşımı kolaylaşmaya başlamıştır. Bilginin aslında haberin kaynağı olması, internet kullanımının haberciliği geliştirmesine neden olmuştur. Günümüzde, geleneksel gazetecilik türünün yanında, “internet gazeteciliği” ortaya çıkmıştır. İnternet gazeteciliğinde, yazılı ve görsel medyada olduğu gibi yüksek maliyetli yatırımlara ihtiyaç duyulmamaktadır. Aksine, geleneksel gazeteciliğe göre daha düşük maliyetlerle hem görsel hem de yazılı medyada üretilen haber içeriği, internet gazeteciliği ile üretilebilmektedir.

Gazeteler, haber verme işleviyle varlığını sürdüren medya araçlarıdır. Son yıllarda gazeteler, geleneksel anlayışın yanında internet ortamında da varlık göstermektedir. Geleneksel gazetecilikte basılı olarak üretilen haber, günümüzde sanal, online, elektronik, dijital, web ya da internet gazeteciliği adı altında yeni tekniklerle üretilmektedir. İçinde yaşadığımız dijital dönemde, medya araçlarının dönüşümünü zorunlu kılmaktadır. Medyanın dijitalleşmesiyle birlikte, medya araçlarının da yöntem ve yapı açısından değişmesi gerekmektedir. Gazeteler ilk defa 1995 yılında internet üzerinden yayın yapmıştır. ABD’de New York Times, The Washington Post; Avrupa’da da Daily Mirror gibi gazeteler, basılı formdaki haberlerini aynı şekilde internet ortamına aktarmıştır. Türkiye’de yine 1995’te Lemar ve Aktüel dergileri ile Zaman gazetesi, internet üzerinden haber yayımlamaya başlamıştır. Birkaç sene içerisinde, neredeyse tüm ulusal gazeteler, kendi internet sitelerini kurarak internet üzerinden yayın yapmaya başlamıştır. Kısa süre içerisinde gazetelerin yanında, haber portalları da internet gazeteciliğine uyum sağlamıştır. Bu gelişmeler birlikte değerlendirildiğinde Türkiye’de internet gazeteciliğini iki dönemde incelemek mümkündür. İlk dönem internetin medyada kullanılmasıyla başlayan ve gelişme dönemini içeren 1995-2000 yıllarını kapsayan süreçtir. Bu süreçte internet yeni yeni gelişmekte ve gazeteciler interneti henüz kullanmaya başlamaktadır. Bu durum, haber yapan web sitelerinin sayısının görece az kalmasına yol açmıştır. İkinci dönem, internet gazeteciliğinin ciddi gelişme gösterdiği 2000 ve sonrası dönemdir. 2000li yılların başlarında, Türkiye’nin içinde bulunduğu ekonomik kriz, medya sektöründe de oldukça etkili olmuş, birçok kişinin işini kaybetmiştir. Gazetecilikle uğraşan ve işini kaybeden kişiler, yüksek maliyetli yatırım gerektirmemesi ve piyasaya girmenin kolay olması sebebiyle internet gazeteciliğine yönelmiştir. İnternet gazeteciliği, kısıtlı olanaklarla mesleki tecrübelerini göstermek için ideal bir ortam olarak düşünülmüştür. Bu dönemde sadece internet üzerinden haber yapan portallar ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra, haber ve bilgiye duyulan ihtiyacın artmasına bağlı olarak, esas görevi habercilik olmayan arama motorları başta olmak üzere, farklı farklı internet sitesi internet üzerinden haber yapmaya başlamıştır. Günümüzde internet gazeteciliğinin

## **Gazetecilik Sektörünün Geleceğine Yönelik Genel Değerlendirme** **Birol Akgül Zeynep Ayer**

mevcut durumuna bakıldığında, haberin en hızlı yansıtılmasının adeta bir yarışa dönüştüğü görülmektedir.

### **3.2) İnternet Gazeteciliğinin Karşısında Geleneksel Gazetecilik**

Geleneksel gazetecilik, radyo, televizyon, gazete ve dergi gibi yazılı ve görsel medya araçlarıyla yapılan habercilik türüdür. Geleneksel gazetecilikte haberi topluma ulaştırabilmek için büyük tutarlı sermayeye ihtiyaç duyulmaktadır. Söz konusu sermaye, istihdam edilecek gazeteciler, kurulacak matbaa ve faaliyet gösterilecek işyerinin satın alınması ya da kiralanması için gerekmektedir. Bunun yanında, sahip olduğu katı hiyerarşik düzen ve kararların emir-komuta zinciri içerisinde alınması nedeniyle, geleneksel gazetecilik, sık sık problem yaşamaktadır. Medyada 1980'lerde başlayan tekelleşme, özgür haberciliği kısıtlaması sebebiyle, geleneksel gazeteciliğin aynı dönemde gelişmekte olan internet gazeteciliği karşısında daha az tercih edilmesine zemin hazırlamıştır.

İnternet gazeteciliği, henüz toplumun tüm kesimlerince benimsenmiş bir gazetecilik türü değildir. Ancak 2000'li yılların başından itibaren hızlı bir gelişim gösteren internet gazeteciliği, gazetecilik mesleğinde anlayış farklılıklarına sebep olmuştur. İnternetin kullanım alanının genişlemesi, birçok farklı alanla ilgili bilgi verici internet siteleri kurulmuştur. Günümüzde arama motorları, aranacak konu tam olarak yazılmadan bile arama önerisi sunacak şekilde çalışmaktadır. Arama motorları sundukları hizmetin oldukça hızlı olması sayesinde, her gelişmeyi anında takip etmeyi mümkün kılmaktadır. İnternet gazeteciliğini geleneksel gazetecilikten ayıran başlıca özellikleri, detaylara önem vermesi, hızlı olması, haberin geri alınabilmesi ve en önemlisi, gazeteciye ve okuyucuya özgürlük tanınmasıdır. Günümüzde haberler, televizyondan önce sosyal medyada ya da elektronik gazetelerde yer almaktadır. Gün içerisinde gerçekleşen bir olay anında internete düşerken, basılı gazetelerde ise ancak ertesi gün baskısında yayımlanabilmektedir. Bu durum, geleneksel gazeteciliğin internet gazeteciliği karşısında neden zayıf kaldığını açıklamaktadır. Geleneksel gazeteciliğin internet gazeteciliği karşısında daha az tercih edilmesine neden olan faktörler şu şekilde toparlanabilir:

- Okuyucunun habere 7 gün 24 saat istediği zaman ulaşabilmesi,
- Haberin görsel ve ses efektleriyle desteklenmesi,
- Haberin topluma ulaşım hızının çok hızlı olması ve haberle ilgili güncel gelişmelerin anında aktarılması,
- Geleneksel medya araçlarında yer almayan haberlerin elektronik ortamda izleyiciye sunulması,
- Okuyucunun yorum yaparak ya da vatandaş gazeteciliği kanalıyla haber süresine dahil olması,
- Bulut depolama sistemleri ile arşivde yer alan haberlere her zaman ulaşma imkanı sağlaması.

Görüldüğü gibi, internet gazeteciliği ile medya sektöründe haber yapım ve dağıtım süreçlerinin baştan sona değişim ve dönüşüme uğraması hem okuyucu hem de gazeteci için kolaylıklar sunmaktadır. Ancak, özellikle Türk medyasında, birtakım olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir:

- Okuyucuların internet gazeteciliğini tercih etmesi, basılı medya araçlarının satışını önemli ölçüde düşürerek gazetelerin gelirlerinde düşüşe sebep olmuştur.
- İnternet kanalıyla oluşturulan haber içerikleri, editör kontrolünden geçmediği için, kimi zaman kaynağı ve doğruluğu teyit edilemeyen ve basılı gazetede aslında yer alamayacak haberler, anında internet sitesinde yayımlanma imkanı bulmaktadır.

## **Gazetecilik Sektörünün Geleceğine Yönelik Genel Değerlendirme** Birol Akgül Zeynep Ayer

- Sürece uyum sağlayamayan köşe yazarları, internet üzerinde yayımlanan bir sözü ya da yabancı bir gazetenin web sitesinde yayımlanan haberleri çevirip yorumlayarak kendi ürünüymüş gibi yayımlamakta, ancak haberin asıl sahibini öğrenmek internet sayesinde çok kolay olduğu için, güç duruma düşmektedir.

#### **4) Gazetecilik Sektörünün Geleceğine Yönelik Değerlendirme ve Öngörüler**

Dünya genelinde internetin kullanım alanları ve kullanıcı sayısı sürekli artmaktadır. İnternetin medya sektörünün dijitalleşmesine ve medya araçlarının elektronik ortamda kullanılmasına olanak sağlamıştır. Yakın zamanda Dördüncü Sanayi Devrimi'nin getireceği teknolojilerin etkisiyle, gazetecilik sektöründe yeni gazetecilik türlerinin ortaya çıkacağı söylenebilir.

Doğrulama platformlarına dayalı bir sistem olarak kurulması beklenen platform gazeteciliği, haberin objektif ve tarafsız olarak yayımlanmasını ilke edinecektir. İnternet sayesinde veriye ulaşmak kolaylaşmış, ancak oluşan büyük veri yığınları arasından haber için kaynak olabilecek ve doğruluğu teyit edilmiş veriye ihtiyaç duyulacaktır. Doğrulama platformları, internet üzerinden topluma ulaşan, doğruluğu ve kaynağı teyit edilmeyen bilgilerin filtrelenmesi ve ayıklanması için çalışmaktadır. Türkiye’ de hizmet veren bir doğrulama platformu olan teyit.org (Teyit), “birincil haber kaynağı olarak interneti kullanan yurttaşların ve sivil toplum örgütlerinin çevrimiçi platformlarda doğru bilgiye ulaşmasını sağlamayı, eleştirel düşünme alışkanlığını ve doğru bilgiye ulaşma bilincini kazandırmayı” amaçlamaktadır.

Yeni dönemde ortaya çıkması beklenen bir diğer gazetecilik türü “mobil gazetecilik” tir. Mobil gazeteciliğin başlangıç aşamasında, geleneksel gazetecilik anlayışına göre üretilen haber içeriği, olduğu gibi internete kopyalanarak internet gazetesi oluşturulmaktaydı. Devamında radyo, televizyon ve gazetede verilmeyen haberler, internet gazetesi aracılığıyla okuyucuya ulaştırılmaya başlanmıştır. Günümüzde mobil gazeteciliğin geldiği nokta, bir gazetenin internet sitesine girerek haber okumanın çok ötesindedir. Yakın gelecekte, günlük hayatın bir parçası olan nesnelere, insanlar için haber kaynağı olacak şekilde tasarlanabilecektir. Habere ulaşmak için akıllı telefon ve tablet gibi mobil cihazların ötesinde, kişisel eşyaların da haber kaynağı olarak kullanılması mümkün olacaktır. Medya Analisti Clay Shirky “The Last Call (Son Çağrı)” isimli yazısında, 1990’lardan itibaren doğan dijital yerli kuşağın kağıttan gazete okuma gibi bir alışkanlığı olmadığı gibi eski okuyucuların bile bir gün öncesinin bayat kağıt mecrasını kaderine terk edip taze, heyecanlı ve etkileşimli olan internet ve hatta ondan da daha ağırlıklı biçimde mobil mecraya doğru kaydığının altını çizmekte ve geleneksel gazetecilere işlerini kaybettikleri zaman işsiz kalmamaları için 3 temel unsuru şimdiden öğrenmeye başlamalarının kendilerinin yararına olacağını ifade etmektedir: Veri analizi, sosyal medya ve (Eski gazetecilikteki uzmanlaşmanın aksine) bir çok yetkinliği bir arada yapabilme becerisi (Shirky, 2014).

İnternet gazeteciliğinin gelişimine paralel olarak ortaya çıkması beklenen bir diğer gazetecilik türü, üç boyutlu gazeteciliktir. İngiltere’nin en çok bilinen tabloid gazetelerinden biri olan The Sun gazetesi, üç boyutlu gazetecilik alanında ilk örnek olma özelliğini taşımaktadır. Üç boyutlu gazetecilik alanında ilklerden olan The Sun, haberlere ek olarak reklamları da üç boyutlu olarak gösterebilmektedir. Gazeteye birlikte alınabilen üç boyutlu gözlükler ile, haber ve reklamlar üç boyutlu olarak izlenebilmektedir.

Robotik gazetecilik, yeni gazetecilik türlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Robotik gazetecilik, esasen geleceğin gazeteciliği olarak yorumlanabilir. Gazeteciliğe yönelik yapay zeka geliştirilmesi, robotik gazeteciliği doğurmaktadır. Bu türde, fiziksel olarak robotların haber yapması ve sunması mümkün olacaktır. Ayrıca sanal ortamdan haber değeri taşıyan verilerin yapay zeka tarafından ayıklanıp işlenmesiyle de robotik gazetecilik yapılabilecektir. Google’ın desteklediği bir proje olan “The Digital News Initiative” ile, gazeteciliğe yönelik tasarlanan yapay zekanın büyük veri kanalıyla veri toplaması ve haber üretmesi planlanmaktadır (Wikipedia). Robotik gazeteciliğin ilerleyen dönemde, kişinin ilgi alanlarını analiz ederek kişiye özel gazete oluşturabileceği öngörülmektedir.

## **Sonuç**

Günümüzde internet, haberi okuyucuya ulaştırma işlevinin yanında, haberin yeniden üretildiği bir mecra konumuna gelmiştir. İnternet gazeteciliği ile, medya sektöründe değişim ve dönüşüm sürecinin ilk adımı atılmıştır. İnternet, topluma daha tarafsız, daha doğru ve farklı haberlerin daha hızlı yoldan ulaştırılmasına olanak tanımaktadır. Elektronik medya araçlarının herkesin kullanımına açık olması ve her kesime hitap etmesi, kullanıcı sayısını ve etki gücünü arttırmıştır. Vatandaş haber yapma sürecine dahil eden internet gazeteciliği ile gazetecilik, temel seviyede olsa bile, herkes tarafından yapılabilir bir meslek haline gelmiştir.

İnternet teknolojisi günümüzde küresel çapta benimsenmiş; yalnızca medya alanında değil, ekonominin farklı alanlarında kullanılmaya başlanmıştır. İnternet gazeteciliği, olumlu ve olumsuz yönlerini bir arada bulundurmakla birlikte, geleneksel gazetecilik karşısında öne geçmiş durumdadır. Bilginin çabuk ulaşılan ve çabuk tüketilen bir kavram olması, haberlerin de ömrünü kısaltmaktadır. Artık basılı gazeteler, haberlerin anlık takip edilmesinde yetersiz kalmış, dolayısıyla bu alandaki üstünlüğünü radyo ve televizyona, ağırlıklı olarak internete kaptırmıştır. Günümüzde evlerde eskisi kadar basılı gazete okunmadığı, gazete tirajlarının düştüğü ve insanların gündemi telefon ve bilgisayarlarından takip ettiği bilinmektedir. Yani teknolojinin gelişmesi, insanların yaşam tarzlarını, buna bağlı olarak da ekonomik olarak gazetenin geri planda kalmasına sebep olmaktadır. Basılı gazetelerin üretiminin tamamen durması henüz beklenen bir gelişme olmamakla birlikte, eski üstünlüklerini kaybettikleri açıktır. Yapay zeka odaklı gazetecilik tam olarak uygulamaya geçene dek, basılı gazeteler, geçirdikleri yoğun editör denetiminden dolayı, doğru haber kaynağı olma avantajlarını bir süre daha koruyacaktır. Sonuç olarak, teknolojinin gelişmesi ve internetin medyada kullanımının artması, medyanın sektörel anlamda dijitalleşmesini zorunlu kılmaktadır.

**Gazetecilik Sektörünün Geleceğine Yönelik Genel Değerlendirme**  
**Birol Akgül Zeynep Ayer**

**Kaynakça**

- Akbulut, U. (2018). “Gazete: İlk Örneğini M.Ö. 131’de Romalılar Çıkardı” <http://www.uralakbulut.com.tr/wp-content/uploads/2018/04/GAZETE-%C4%B0LK-%C3%96RNE%C4%9E%C4%B0N%C4%B0-M-%C3%96-131-DE-ROMALILAR-%C3%87IKARDI-26-MART-2018.pdf> Erişim Tarihi: 18.07.2019
- Benek, M. K., (2016). “Osmanlı'da Basının Doğuşu ve II. Meşrutiyete Kadarki Gelişimi”. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(6-7), s. 27-39. <https://dergipark.org.tr/download/article-file/266304> Erişim Tarihi: 14.07.2019
- Önal, İ. (2008). “Türkiye’de Gazetecilerin Bilgi Gereksinimlerinin ve Arama Davranışlarının Değerlendirilmesi”. *Bilgi Dünyası Dergisi*, 9(2), s. 286-314. <http://www.bby.hacettepe.edu.tr/yayinlar/dosyalar/Gazetecilerin%20bilgi%20gereksinimi.pdf> Erişim Tarihi: 05.08.2019
- Özer, Ö. (2013). “*Medya Ekonomisi ve İşletmeciliği*”. Basın İşletmeciliği. Erdal Dağtaş. (der.) içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Teyit. “Nedir?”. <https://teyit.org/nedir/> Erişim Tarihi: 03.10.2017
- Shirky, C. (2014). “The Last Call”, <https://medium.com/@cshirky/last-call-c682f6471c70>, Erişim Tarihi: 28.09.2017
- Wikipedia. “Digital News Initiative”. [https://en.wikipedia.org/wiki/Digital\\_News\\_Initiative](https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_News_Initiative) Erişim Tarihi: 01.08.2019