

# TEMEL GAZETECİLİK

Kavramlar, Teknikler, Yenilikler

EDİTÖR

Yavuz BAYRAM



© Copyright 2024

*Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.*

|                                  |                                |
|----------------------------------|--------------------------------|
| <b>ISBN</b>                      | <b>Sayfa ve Kapak Tasarımı</b> |
| 978-625-375-013-8                | Akademisyen Dizgi Ünitesi      |
| <b>Kitap Adı</b>                 | <b>Yayıncı Sertifika No</b>    |
| TEMEL GAZETECİLİK                | 47518                          |
| Kavramlar, Teknikler, Yenilikler |                                |
| <b>Editörler</b>                 | <b>Baskı ve Cilt</b>           |
| Yavuz BAYRAM                     | Göktaş Ofset                   |
| ORCID iD: 0000-0002-1494-7823    | <b>Bisac Code</b>              |
|                                  | SOC052000                      |
| <b>Yayın Koordinatörü</b>        | <b>DOI</b>                     |
| Yasin DİLMEN                     | 10.37609/akya.3141             |

#### Kütüphane Kimlik Kartı

Temel Gazetecilik Kavramlar, Teknikler, Yenilikler / ed. Yavuz Bayram.  
Ankara : Akademisyen Yayınevi Kitabevi, 2024.  
712 s. : fotoğ, tablo, grafik, resim. ; 160x235 mm.  
Kaynakça ve Ek var.  
ISBN 9786253750138  
1. Gazetecilik.

#### GENEL DAĞITIM

#### Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A  
Yenişehir / Ankara  
Tel: 0312 431 16 33  
siparis@akademisyen.com

[www.akademisyen.com](http://www.akademisyen.com)

## ÖNSÖZ

Gazetecilik mesleği 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren hızlı bir değişim içerisine girmiştir. Bilgisayar teknolojisinin hem haber yazımı ve yapımında hem de basımı ve dağıtımında yoğun olarak kullanılmasıyla birlikte gazetecilik meslek pratiklerinin ciddi değişimler geçirdiğini, alandaki çalışma ilişkilerinin de yeniden belirlendiğini ifade etmek mümkündür. Günümüzde elinde fotoğraf çekme ve video kaydetme özelliği olan bir cep telefonu bulunan her birey haberi kaydetme, belgeleme ve yayma faaliyetleri içerisinde yer aldığı gibi kamuoyu nezdinde tanınırlığını arttırıp bunu maddi ve manevi çıkara dönüştürmek heyecanı taşımaktadır. Gelişen teknoloji haberin toplanması, yazılması ve yayılması noktasında medya profesyonellerine büyük kolaylıklar sağlamıştır. En iyi görüntülere ulaşmak, en ayrıntılı fotoğrafları çekmek, en çok bilgiyi hafızaya kaydetmek, her noktadan hızlıca haberi geçmek ve hatta canlı yayımla izleyici karşısında olmak artık mesleğin rutinleri haline gelmiştir. Günümüzde internet temelli habercilik yapmak, gök yüzünden dronlarla ulaşılması güç görüntüleri elde etmek, haber yaparken yapay zekadan istifade etmek, haberlerde robotları kullanmak gibi uygulamalar farklı gazetecilik pratiklerinin oluşmasını sağlamıştır. Geleneksel gazetecilik pratikleri yanında yeni tür haber elde etme ve yayma araçları ile yeni uygulamalar bir arada gazetecilik alanını şekillendirmektedir.

Türkiyede gazetecilik eğitiminin yüksek eğitim kurumlarında dört yıllık fakültelerde verilmesinin tarihi 1990'ların gerisine gitmez. Bu süreçte Oya Tokgöz, Hıfzı Topuz, Ünsal Oskay gibi nice meslek duayeni gazetecilik ve iletişim alanında yurt dışı tecrübesi edinmişler ve gazeteciliğin bilim alanı haline gelmesinde, alanın ilk eserlerinin ortaya çıkmasında önemli rol oynamışlardır. Prof. Dr. Oya Tokgöz'ün 1981 yılında ilk baskısı yapılan Temel Gazetecilik kitabı alanda uzun süre başucu kaynak olma özelliğini taşıdığı gibi bu gün hala güncellenmiş haliye önemli bir rehber kaynak niteliğindedir. Elinizdeki bu kitap Oya Tokgöz hocamızın gazetecilik eğitimine yaptığı katkıları temel alarak gazetecilik mesleğinde ortaya çıkan yeni gelişmeler ışığında gazetecilik öğrencilerine ve akademisyenlerine taze bir soluk getirme hevesiyle ortaya çıkmıştır. Türkiye'de gazetecilik eğitimi veren farklı üniversitelerden birçok akademisyen bu kitabın hazırlanmasında önemli katkılar sunmuştur. Bu noktada kitabın ortaya çıkmasında emeği olan tüm



## Önsöz

yazarlarımıza ayrı ayrı teşekkürü borç bilirim. Akademisyen yayın evi yetkililerini kitap yazma fikrinin ortaya çıkmasındaki cesaretlendirici ve yayın aşamasındaki titiz tavırları için ayrıca tebrik etmek gerekir. Yazılanların gazetecilik eğitime katkıda bulunması tek arzumuzdur. İyi okumalar.

Prof. Dr. Yavuz BAYRAM

# İÇİNDEKİLER

## KISIM 1

- BÖLÜM 1** Dünyada ve Osmanlı'da Gazetelerin Ortaya Çıkışı.....1  
*Merve ŞENTÖREGİL*
- BÖLÜM 2** 20.yy.'Da Değişen Gazetecilik Anlayışı ve Günümüze  
Yansımaları .....13  
*Yavuz BAYRAM*
- BÖLÜM 3** Toplumsal Açından Gazeteciliğin Önemi ve Demokrasi  
Bağlamında Gazeteciliğin İrdelenmesi .....31  
*Elif YILMAZ*
- BÖLÜM 4** Uluslararası ve Ulusal Gazetecilik Meslek Örgütlenmeleri .....45  
*Tülây ATAY*
- BÖLÜM 5** Yerel Basın .....63  
*Murad KARADUMAN*  
*Muhammet Erdem DURU*

## KISIM 2

- BÖLÜM 6** Haberde Nesnelliği Yeniden Düşünmek: Tarihsel Temellerin,  
Teorik Zorlukların ve Güncel Pratiklerin Eleştirel Bir  
İncelemesi .....91  
*Esin GHADİANİ*
- BÖLÜM 7** Haber Kaynağına İlişkin Gazetecinin Sorumlulukları.....117  
*Ferhat GÖÇER*
- BÖLÜM 8** Haber Değeri Kavramı Üzerine Bir Değerlendirme .....127  
*Petek DURGEÇ*



**BÖLÜM 9 Eşik Bekçiliği ve Haberde Yönlendirme .....143**  
*Nagihan ÜNLÜ KARATAŞ*

**KISIM 3**

**BÖLÜM 10 Gazetecilik Mesleğine İlişkin Temel Kavramlar .....155**  
*Elif AKYÜZ ERTUNÇ*

**BÖLÜM 11 Gazetecilik Mesleğinin Rutinleri  
(Gündelik İşleyiş Düzeni) .....167**  
*Ergin SARI*

**BÖLÜM 12 Gazetecilerin Çalışma Koşullarına İlişkin Sorunlar ve  
Zorluklar .....181**  
*Ferhat GÖÇER*

**KISIM 4**

**BÖLÜM 13 Fikir Gazeteciliği .....193**  
*Taybe TOPSAKAL*

**BÖLÜM 14 Saklanmış Gerçeklerin İzinde: Araştırmacı Gazeteciliğe Genel  
Bir Bakış .....205**  
*Didem DENİZ ANAMUR*

**BÖLÜM 15 Magazin Gazeteciliği.....219**  
*Şerife Özgün ÇITAK*

**KISIM 5**

**BÖLÜM 16 Radyo ve Televizyon Haberciliği.....231**  
*Sibel MERT*

**BÖLÜM 17 İnternet Gazeteciliği .....251**  
*Revsan ŞEN*



|  |            |
|--|------------|
| <b>BÖLÜM 18 Ajans Haberciliği Üzerine Genel Bir Değerlendirme .....</b>                        | <b>275</b> |
| <i>Mehmet Emin SATIR</i>   |            |
| <i>Nazım ANKARALIGİL</i>   |            |
| <b>BÖLÜM 19 Barış Gazeteciliği.....</b>  | <b>289</b> |
| <i>Ayçin GELİR ATABEY</i>  |            |
| <b>BÖLÜM 20 Bir Gazetecilik Pratiği Olarak Hak Haberciliği.....</b>                            | <b>301</b> |
| <i>Erhan ATABEY</i>  |            |
| <b>KISIM 6</b>   |            |
| <b>BÖLÜM 21 Basında Uzmanlaşma .....</b>   | <b>317</b> |
| <i>Özgehan ÖZKAN</i>   |            |
| <b>BÖLÜM 22 Geleneksel Gazeteciliğe Alternatif Bir Yöntem Olarak Yurttaş Gazeteciliği.....</b> | <b>349</b> |
| <i>Nihal ERDOĞAN SEPETCİ</i>   |            |
| <b>BÖLÜM 23 Gökyüzündeki Gözler: Drone Haberciliği.....</b>                                    | <b>363</b> |
| <i>Emrah BUDAK</i>   |            |
| <b>BÖLÜM 24 Ekonomi Gazeteciliği ve Haber Kaynakları .....</b>                                 | <b>379</b> |
| <i>Çiğdem DİRİK</i>  |            |
| <b>BÖLÜM 25 Dış Politika Gazeteciliği .....</b>  | <b>389</b> |
| <i>Özlem DORUK ŞAHİN</i>   |            |
| <b>BÖLÜM 26 Spor Gazeteciliği .....</b>  | <b>403</b> |
| <i>Mehmet BÜYÜKAFŞAR</i>   |            |
| <b>BÖLÜM 27 Sağlık Gazeteciliğinin Rolü: Tarihsel Kökler ve Güncel Yaklaşımlar.....</b>        | <b>415</b> |
| <i>Esin GHADİANİ</i>   |            |



|                 |   |            |
|-----------------|---|------------|
| <b>BÖLÜM 28</b> | <b>Veri Gazeteciliği .....</b>  | <b>435</b> |
|                 | <i>Ömer ALANKA</i>  |            |
|                 | <i>Bilal AKKÖPRÜ</i>  |            |
| <b>BÖLÜM 29</b> | <b>Savaş ve Kriz Gazeteciliği .....</b>   | <b>449</b> |
|                 | <i>Taner YAPKU</i>  |            |
| <b>BÖLÜM 30</b> | <b>İklim ve Çevre Gazeteciliği.....</b>   | <b>465</b> |
|                 | <i>Şule Yüksel ÖZMEN</i>  |            |
| <b>BÖLÜM 31</b> | <b>Yavaş Gazetecilik.....</b>   | <b>479</b> |
|                 | <i>Onur OĞUR</i>  |            |
| <b>BÖLÜM 32</b> | <b>Habercilikte Yeni Bir Dönüm Noktası: Robot Gazetecilik.....</b>                                  | <b>497</b> |
|                 | <i>Merve ŞENTÖREGİL</i>   |            |
| <b>BÖLÜM 33</b> | <b>Sosyal Medya Gazeteciliği .....</b>  | <b>509</b> |
|                 | <i>Hüseyin YAŞA</i>   |            |
| <b>BÖLÜM 34</b> | <b>Hızlı ve Hazlı Tüketim: Sosyal Medya Haberciliğinin Bak-Geç<br/>Haberciliğine Dönüşümü .....</b> | <b>537</b> |
|                 | <i>Sinem ONAR</i>   |            |
|                 | <i>Deniz SAHİL</i>  |            |

## KISIM 7

|                 |   |            |
|-----------------|---|------------|
| <b>BÖLÜM 35</b> | <b>Gazetecilik- Etik İlişkisi ve Yalan Haber Olgusu.....</b>            | <b>553</b> |
|                 | <i>Selver MERTOĞLU</i>  |            |
| <b>BÖLÜM 36</b> | <b>Haberde Doğruluk-Haber Doğrulama Faaliyetleri .....</b>              | <b>569</b> |
|                 | <i>Mehmet BÜYÜKAFŞAR</i>  |            |
| <b>BÖLÜM 37</b> | <b>Kendi Kendini Denetleme Yolu Olarak Basın<br/>Ombudsmanlığı.....</b> | <b>583</b> |
|                 | <i>Dursun Can ŞİMŞEK</i>  |            |



**BÖLÜM 38 Türk Basınında Sahiplik Yapısı ve Yoğunlaşma Sorunu.....597***Aygün ÖZSALIH***KISIM 8****BÖLÜM 39 Gazetecilikte Röportaj ve Teknikleri .....619***Fatma Nur DEMİR ALADA***BÖLÜM 40 Temel Haber Toplama Yöntemleri.....635***Segâh YEŞİLYURT***BÖLÜM 41 Yapay Zeka ve Gazetecilik İlişkisi .....649***İbrahim Etem ZİNDEREN***BÖLÜM 42 Gazetecilikte Genel Olarak Sayfa Tasarımı.....669***Şerife Özgün ÇITAK***BÖLÜM 43 Seo – Google Haberciliği.....683***Erdem Alper TURAN*



## YAZARLAR

**Dr. Bilal AKKÖPRÜ**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van Meslek  
Yüksekokulu, Görsel, İşitsel Teknikler ve  
Medya Yapımcılığı Bölümü

**Öğr. Gör. Dr. Fatma Nur DEMİR  
ALADA**

Eskişehir Teknik Üniversitesi, Porsuk  
Meslek Yüksek Okulu Basım ve Yayın  
Teknolojileri Programı

**Prof. Dr. Ömer ALANKA**

Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İletişim  
Fakültesi Gazetecilik Bölümü

**Dr. Öğr. Üyesi Didem Deniz ANAMUR**

Uşak Üniversitesi, İletişim Fakültesi,  
Gazetecilik Bölümü

**Prof. Dr. Nazım ANKARALIGİL**

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve  
Beşerî Bilimler Fakültesi, Medya ve İletişim  
Bölümü

**Dr. Öğr. Üyesi Ayçin GELİR ATABEY**

Pamukkale Üniversitesi İletişim Fakültesi,  
Yeni Medya ve İletişim Bölümü

**Dr. Erhan ATABEY**

Bağımsız araştırmacı

**Dr. Öğr. Üyesi Tülây ATAY**

Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İletişim  
Fakültesi, Gazetecilik Bölümü

**Prof. Dr. Yavuz BAYRAM**

Trabzon Üniversitesi İletişim Fakültesi  
Gazetecilik Bölümü

**Doç. Dr. Emrah BUDAK**

Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi,  
Gazetecilik Bölümü

**Dr. Öğr. Üyesi Mehmet BÜYÜKAFŞAR**

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi,  
İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü

**Öğr. Gör. Dr. Şerife Özgün ÇITAK**

Afyon Kocatepe Üniversitesi Rektörlük  
Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü

**Doç. Dr. Çiğdem DİRİK**

Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi,  
Gazetecilik Bölümü

**Doç. Dr. Petek DURGEÇ**

Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi  
Gazetecilik Bölümü

**Doktorant Muhammet Erdem DURU**

Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler  
Enstitüsü İletişim ABD

**Öğr. Gör. Elif AKYÜZ ERTUNÇ**

Gaziantep Üniversitesi Naci Topçuoğlu  
Meslek Yüksekokulu, Elektronik ve  
Otomasyon Bölümü

**Dr. Öğr. Üyesi Esin GHADİANİ**

Trabzon Üniversitesi, İletişim Fakültesi  
Gazetecilik Bölümü

**Dr. Öğr. üyesi, Ferhat GÖÇER**

Avrasya Üniversitesi İletişim Fakültesi  
Görsel İletişim ve Tasarım Bölüm

**Doç. Dr. Murad KARADUMAN**

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi  
Gazetecilik Bölümü



**Doktorant Nagihan ÜNLÜ KARATAŞ**  
Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler  
Enstitüsü, Gazetecilik ABD

**Dr. Öğr. Üyesi Sibel MERT**  
Trabzon Üniversitesi İletişim Fakültesi,  
Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü

**Doç. Dr. Selver MERTOĞLU**  
Kastamonu Üniversitesi, İletişim Fakültesi  
Gazetecilik Bölümü

**Dr. Onur OĞUR**  
Bağımsız Araştırmacı

**Doç. Dr. Sinem ONAR**  
Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi  
Gazetecilik Bölümü

**Doç. Dr. Özgehan ÖZKAN**  
Manisa Celal Bayar Üniversitesi İletişim  
Fakültesi Gazetecilik Bölümü

**Prof. Dr. Şule Yüksel ÖZMEN**  
Trabzon Üniversitesi İletişim Fakültesi  
Gazetecilik Bölümü

**Dr. Öğr. Üyesi Aygün ÖZSALİH**  
Trabzon Üniversitesi, İletişim Fakültesi  
Gazetecilik Bölümü

**Öğr. Gör. Deniz SAHİL**  
Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi  
Osmaniye Meslek Yüksek Okulu,  
Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

**Dr. Ergin SARI**  
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van Meslek  
Yüksekokulu, Görsel, İşitsel Teknikler ve  
Medya Yapımcılığı Bölümü

**Doç. Dr. Mehmet Emin SATIR**  
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve  
Beşerî Bilimler Fakültesi, Medya ve İletişim  
Bölümü

**Dr. Nihal ERDOĞAN SEPETCİ**  
Bağımsız Araştırmacı

**Öğr. Gör. Dr. Özlem DORUK ŞAHİN**  
Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim  
Fakültesi İktisadi ve İdari Programlar AD

**Öğr. Gör. Revşan ŞEN**  
Gaziantep Üniversitesi, Medya ve İletişim  
Uygulama ve Araştırma Merkezi

**Dr. Merve ŞENTÖREGİL**  
Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim  
Fakültesi, Gazetecilik Bölümü

**Dr. Öğr. Üyesi Dursun Can ŞİMŞEK**  
Avrasya Üniversitesi, İletişim Fakültesi,  
Yeni Medya ve İletişim Bölümü

**Dr. Öğr. Üyesi Taybe TOPSAKAL**  
Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni  
Medya ve İletişim Bölümü

**Öğr. Gör. Erdem Alper TURAN**  
Başkent Üniversitesi, İletişim Fakültesi  
İletişim ve Tasarımı Programı

**Öğr. Gör. Taner YAPKU**  
Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi,  
Rektörlük Birimi

**Dr. Hüseyin YAŞA**  
Bağımsız Araştırmacı

**Öğr. Gör. Dr. Segâh YEŞİLYURT**  
Ondokuz Mayıs Üniversitesi Alaçam  
Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve  
Sekreterlik Bölümü

**Dr. Elif YILMAZ**  
Anadolu Üniversitesi Radyosu Radyo A

**Doç. Dr. İbrahim Etem ZINDEREN**  
Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi  
Gazetecilik Bölümü

# BÖLÜM 1

## Dünyada ve Osmanlı'da Gazetelerin Ortaya Çıkışı

Merve ŞENTÖREGİL<sup>1</sup>

### |Matbaa Öncesi Haberleşme

Jeanneney basın tarihinde haberleri saklama isteği ile başkalarının elinde bulunan haberleri öğrenme ve yayma isteği arasında bir diyalektik olduğunu vurgulamaktadır. Haber alma ve haberi aktarma arzusuyla çağlar boyunca farklı yöntemlere başvurulduğu bilinmektedir (2009, s. 19). İlk haber iletme yöntemlerine bakıldığında ses, ışık ya da işaretlerle önceden belirlenmiş bir mesajın aktarımı söz konusudur. Bu araçlara başvurularak bir av hayvanı ya da düşmanın yaklaştığını bildirmek mümkündür. Ancak bunların sayısı, yönü gibi detayların verilmesinin olanağı yoktur. Bugün dahi Vatikan'daki papalık seçimlerinden geleneksel bir yöntem olan dumanla haberleşme kullanılmaktadır. Beyaz dumanın görülmesi yeni papanın kim olduğunu söyleyemese de seçimin tamamlandığını haber vermektedir (Alemdar, 1981, s. 15).

İnsanların yazılı tarih öncesinde ve hatta yazının kullanıldığı dönemlerde iki nokta arasında gidip gelerek haber aktarımı yaptıkları bilinmektedir. Bu haber iletiminde mesajı taşıyanın zihinsel ve bedensel dayanıklılığı önem arz etmektedir

<sup>1</sup> Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, mervesentoregil@sdu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-7576-0376



devrimi ve ticari kapitalizmin itici gücüyle Kıta Avrupası'nda yaşanmıştır. Sanayileşme, Rönesans, Reform gibi köşe taşlarıyla kendi modernleşme tarihini yazan Kıta Avrupası'nda gazeteler halkın başlıca haber kaynağı olmasının yanı sıra zaman içerisinde iktidarı denetleyen bir dördüncü güce evrilmiştir. Farklı bir ilerleme öyküsüne sahip Osmanlı toplumunda ise gazetecilik modern ve gelişmiş Batı'yı yakalama ve yenilikleri halka duyurma ihtiyacıyla ortaya çıkmıştır. Her iki örnekte de gazeteciliğin gelişimi sancılı bir süreçte gerçekleşmiş, haber alma hakkı iktidarların denetim ve sansürleriyle sekteye uğramıştır.

## KAYNAKÇA

- Alemdar, K. (1981). *Türkiye'de Çağdaş Haberleşmenin Tarihsel Kökenleri: İletişim Sosyolojisinin Temelleri Üzerine Bir Deneme*, Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayını No: 165, Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu Yayını No:6.
- Allan, S. (2010). *News culture*. McGraw-Hill Education (UK).
- Briggs, A., Burke, P., ve Şener, İ. (2004). *Medyanın toplumsal tarihi: Gutenberg'den internete*. İzdüşüm Yayınları.
- Cangöz, İ. (2015). *Değişen anlam ve değerleriyle gazetecilik*. Ankara: Sınırsız.
- Crowley, D., ve Heyer, P. (2019). *İletişim tarihi: Taş devri sembollerinden sosyal medyaya*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Ersoy, O. (1979). Türkiye'ye Matbaanın Girişi. *Türk Kütüphaneciliği*, 28(1-2), 59-65.
- Jeanneney, J. N. (2009). *Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi*, (çev. Esra Atuk), Üçüncü Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayıncılık.
- Koloğlu, O. (1992). *Osmanlı'dan günümüze Türkiye'de basın* (Vol. 89). İletişim yayınları.
- Koloğlu, O. (2006). *Osmanlı'dan 21. yüzyıla basın tarihi*. Pozitif yayınları.
- Kurlansky, M. (2016). *Paging through history*. WW Norton & Company.
- Özer, Ö. (2010). *Liberal basın*. İstanbul: Literatürk Yayınları.
- Poe, M. T. (2014). *İletişim Tarihi: Konuşmanın Evriminden İnternete, Medya ve Toplum*, (çev. Umur Yener Kaya). İslık Yayınları, İstanbul.
- Sander, O. (1987). *Anka'nın yükselişi ve düşüşü: Osmanlı diplomasi tarihi üzerine bir deneme*. Yedinci Baskı. İmge Kitabevi.
- Thompson, J. B. (2008). *Medya ve Modernite*, (çev. Serdar Öztürk), İstanbul: Kırmızı Yayınları
- Tokgöz, O. (2006). *Temel Gazetecilik* (6. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.
- Topuz, H. (2003). *Türk basın tarihi: II. Mahmut'tan holdinglere*. Remzi kitabevi.
- Yazıcı, N. (1991). *Vakayi-i Mısıriye Üzerine Birkaç Söz*. OTAM Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi, 2(2).

# BÖLÜM 2

## 20.yy.'da Değişen Gazetecilik Anlayışı ve Günümüze Yansımaları

Yavuz BAYRAM<sup>1</sup>

### Giriş

Gazeteler insanoğlunun ticari enformasyon beklentilerini karşılamanın en etkili iletişim araçları olarak ortaya çıkmıştır. 1600'lü yıllar ve daha sonrasında uzunca bir süre sınırlı sayıda insanın beklentilerine hitap eden gazeteler 18.yy. İngiliz demokrasisinde önemli işlevler yerine getirince siyasetten haberdar olmak isteyen sıradan insanların da ilgisini çekmeye başlamışlardır. Sanayi devrimi sonrasında kol gücü yerine buharın matbaa makinelerinde kullanılmasıyla gazeteler daha hızlı şekilde basılmaya başlandığı gibi buharlı gemiler ve trenlerle daha hızlı bir şekilde dağıtılmaya da başlanmıştır. Şüphesiz geliştirilen her bir yeni teknoloji gazete basımında ve dağıtımında önemli bir değişim de yaratmıştır.

Gelişen teknoloji sadece makineleşmeyi sağlamadı toplum yapısını da derinden etkileyip değiştirdi. Sanayi toplumunda geniş ailelerin yerini çekirdek aileler aldı. Politik demokrasi yükselirken gazeteler hem çekirdek ailenin eğitiminde ve

<sup>1</sup> Prof. Dr., Trabzon Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, yaba@trabzon.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-7350-6027



Dünyada gazeteciler gittikçe toplumsal ideallerinden uzaklaşarak, endüstrinin birer uzantısı olarak düşünsel alanı etkilemeye çalışan birer içerik üretici haline gelmeye başlamışlardır. Demokratik ideallerin bir yana bırakıldığı, mesleğin toplumsal tarafının unutulduğu bir meslek kolu haline gelen gazetecilikte çalışma şartları da gittikçe zorlaşmaktadır. Sendikal faaliyetlerden uzaklaştırılan gazeteciler ekonomik kaygılarla gazete patronlarının çıkarlarının gerçekleşmesini sağlayan etki ajanları haline gelmişlerdir demek abartı olmaz. Bu şartlar altında gazetecilik mesleğinin meslek ideallerinden uzaklaştığını ifade etmek gerekir. Gelişen her bir teknoloji mesleğe olumlu yansıdığı kadar çalışma düzeni açısından da farklı zorlukları beraberinde getirmektedir. Her bir gazeteci her bir teknolojiyi asgari düzeyde öğrenmek, mesleğine uygulamakla mükellef hale gelmiştir. Gelişen her bir teknoloji ile gazetecilik mesleğinde iş alanı daha daralmaya başlamış, eskiden birden fazla kişinin yapmış olduğu işler bir muhabir tarafından yerine getirilmeye başlanmıştır. Bu durum sayısal anlamda mesleğin daralmasına da neden olmuştur. Sonuç olarak endüstrinin bir uzantısı olarak günümüzde gazetecilik daha teknolojik bir uğraş alanı haline geldiği gibi, bu durum mesleğin icra edilmesi ve çalışma şartları üzerinde çok önemli değişiklikler yaratmıştır denilebilir.

## KAYNAKÇA

- Adaklı, G. (2006). Türkiye’de Medya Endüstrisi Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri, Ütopya Yayınları, 1. Baskı, Ankara.
- Bulut S. (2009). ‘Osmanlı’dan 1980’li Yıllara Basının Mülkiyet Yapısı’ içinde: *Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi, Ekonomi Politik Yaklaşımlar (der)*. Selda Bulut, Ütopya Yayınları, 1. Baskı, Ankara.
- Emiroğlu, K. (2020). *Gündelik Hayatımızın Tarihi*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 9. Basım, İstanbul.
- Erengöz, Y. (1993) *Medya Aracı Olarak Televizyon*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- İnuğur, M. N.i (2005). *Basın ve Yayın Tarihi*, Beşinci Basım, Der Yayınları, İstanbul.
- Kınav, E. (1988). *Türk Basınında Bilgisayar*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Osterhammel, J. (2022). *Dönüşen Dünya Küresel 19. Yüzyıl Tarihi*, (çev.) Mustafa Tüzel, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 1. Basım, İstanbul.
- Özçetin B. (2018). *Kitle İletişim Kuramları, Kavramlar, Okullar, Modeller*, 2. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Taş, O. (2006). *İletişim Alanında Yöndeşme Eğilimleri Teknoloji, Pazar ve Düzenleme*, Kültür ve İletişim, 9 (2), ss.33-62
- Toktaş, S. (2010). 1980 Sonrası Değişen Medya Ortamında Gazeteci: Zanaatkâr mı, Profesyonel mi?, Mülkiye Cilt: XXXIV Sayı:269, ss. 147-170



- Topuz, H. (2003). II. Mahmiud'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi, 8. Basım, Remzi Kitabevi, İştanbul.
- Törenli, N. (2005). Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi, Yeni Medya Yeni İletişim Ortamı, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Ulusoy Nalcıoğlu, B. (t.y.), Türk Basın Tarihi, İştanbul Üniversitesi, Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Ders Notları, erişim adresi: <https://avys.omu.edu.tr/storage/app/public/gulten.arslanturk/131025/t%C3%BCrk%20bas%C4%B1n%20tarihi%20a%C3%A7%C4%B1k%20%C3%B6%C4%9Fretim%20kitab%C4%B1.pdf>
- Yalçınkaya, H. (2008). "Savaşlarda Asker-Medya İlişkilerinin Geldiği Son Aşama: İliştirilmiş Gazetecilik", Uluslararası İlişkiler, Cilt 5, Sayı 19, s. 29-56.
- Yıldırım, B. (2013). *Gazeteciliğin Dönüşümü: Yndeşen Ortam ve Yndeşen Gazetecilik*. Selçuk İletişim, 6(2), 230-253. <https://doi.org/10.18094/si.58612>
- <https://journo.com.tr/gazetecilerin-kullandigi-araclar>



# BÖLÜM 3

## Toplumsal Açıdan Gazeteciliğın Önemi ve Demokrasi Bağlamında Gazeteciliğın İrdelenmesi

Elif YILMAZ<sup>1</sup>

### |Toplumda Gazeteciliğın Demokratik İşlevi

İnsanoğlu doğanın bir parçası olarak başladığı yolculukta, yerleşik hayata geçerek toplumu oluşturan sosyal, kültürel ve siyasal sistemler inşa etmeye başlamıştır. Toplumun bir parçası olmak bireyin toplumun değerlerini, normlarını, inançlarını ve davranış biçimlerini öğrenmesini, içselleştirmesini ve benimsemesini ifade etmektedir. Toplumsallaşma sürecinde birey, toplumun beklentilerine uygun davranışları öğrenir, sosyal rolleri kabul eder ve toplumsal kimliğini oluşturur. Bireyin kişisel gelişimi ve toplumsal entegrasyonu için çeşitli deneyimler, etkileşimler ve öğrenme yoluyla sosyal beceriler kazanması ve toplumun normlarına uyum sağlaması önemlidir. Bu süreç, bireyin değerlerini, inançlarını, tutumlarını ve davranışlarını şekillendirir ve toplumun bir üyesi olarak kabul edilmesini sağlar. Doğal ortama uyum sağlamak için kültür geliştiren ve bu kültürle uyumlu olmayı başaran insan, bunu tek başına değil, diğer insanlarla birlikte gerçekleştirir. Duygularını, düşüncelerini ve inançlarını anlam yüklü sesler, işaretler, bedensel hareketler veya bunların stilize edilmiş çeşitli formlarıyla

<sup>1</sup> Dr., Anadolu Üniversitesi Radyosu Radyo A, e\_yilmaz@anadolu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-6744-0807



sahipliğinin sınırlı sayıda olması veya medya kuruluşlarının tekelleşmesi durumunda, farklı görüşlerin ifade edilmesi ve çeşitliliğin sağlanması zorlaşabilir. Bu durum, demokratik tartışma ve çoğulculuk açısından endişe vericidir.

Sonuç olarak, demokrasi bağlamında gazeteciliği incelediğimizde, gazetecilerin özgürce, tarafsız bir şekilde ve çeşitlilik içinde çalışabilmelerinin demokratik bir toplumun sağlıklı işleyişi için elzem olduğunu görmekteyiz. Bu nedenle, gazetecilere yönelik baskıların ve kısıtlamaların azaltılması, demokrasinin sağlanması ve güçlenmesi için önemli bir adımdır. Buna ek olarak medyanın modern toplumdaki rolü, demokratik sistemin çalışmasını sağlayan denge ve denetim mekanizmasının kritik bir parçası olan “dördüncü güç” olarak geleneksel işlevinin ötesine geçmektir. Dördüncü güç olarak medya, hükümet ve diğer güçlü varlıklar üzerinde bağımsız bir denetim ile şeffaflık ve hesap verebilirlik sağlama görevini üstlenir. Bu gözetim rolü, sağlıklı bir demokrasi için temel niteliğindedir, çünkü halkın bilgilendirmesine ve liderlerin eylemlerinden sorumlu tutulmasına yardımcı olur.

## KAYNAKÇA

- Akdemir, Z. B. (2014). *Demokrasinin Gelişiminde Basının Yeri ve Önemi*. [İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]
- Alemdar, K. ve Uzun, R. (2013). *Herkes İçin Gazetecilik*. Ankara: Tanyeri Kitap.
- Blumler, J., &Gurevitch, M. (2002). *The crisis of publiccommunication*. Routledge.
- Carey, J. (1996) “Where journalism educationwentwrong.” 1996 Seigenthaler Conference, Middle Tennessee StateUniversity.
- Christians, C. G. (2009). *Normativetheories of the media: Journalism in democraticsocieties*. University of Illinois Press.
- Deshpande, P. (2013). Why curatorsmatternowmorethan ever. *The Huffington Post*, 3.
- Donohue, G. A., Tichenor, P. J. ve Olien, C. N. (1995) A GuardDogPerspective on the Role of Media. *Journal of Communication*, 45 (2), 115-132.
- Dutton, W. H. (2009). The FifthEstateEmergingthrough the Network of Networks. *Prometheus: Critical Studies in Innovation*, 27 (1), 1-15.
- Eizenstat, S. E. (2004). NongovernmentalOrganizations as the FifthEstate. *SetonHall Journal of Diplomacy and International Relations*, 5 (2), 15-28.
- Erdoğan, İ. (2013). Dördüncü Güç Medyadan Beşinci Güç İnternete: Demokratik BirDönüşüm Mü Yaşanıyor? *Selçuk İletişim*. 8 (1), 176-191.
- Gökalp, E. (2019). Medya, Kitle İletişimi ve Toplum (Ed. Suğur, N.). *İnsan ve Toplum* içinde (24-55. ss.). Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2387 Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1384
- Hampton, M. (2010). The FourthEstateIdeal in Journalism History (Ed. Allan, S.), *The Routledge Companion to News and Journalism* içinde (3-12. ss.). London; New York: Routledge.
- Hanitzsch, T., &Vos, T. P. (2017). Journalisticroles and the struggleoverinstitutionalidentity: The discursiveconstitution of journalism. *Communication theory*, 27(2), 115-135.



- Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2018). Journalism beyond democracy: A new look into journalistic roles in political and everyday life. *Journalism*, 19(2), 146-164.
- Heidegger, M. (2015). *Teknik ve Dönüş İle Özdeşlik ve Ayrım* (Çev. Aça, A.). Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Johnstone, J. W., Slawski, E. J., & Bowman, W. W. (1972). The professional values of American newsmen. *Public opinion quarterly*, 36(4), 522-540.
- Kabacalı, A. (1999). *Türk Basınında Demokrasi*. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Demokrasi Klasiikleri.
- Kovach, B. ve Rosenstiel, T. (2011). *Gazeteciliğin Esasları*. Ankara: ODTÜ Yayıncılık.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2021). *The elements of journalism, revised and updated 4th edition: What newspeople should know and the public should expect*. Crown.
- Lee, C. C. (2001). Servants of the state or the market? Media and journalists in China. *Media occupations and professions: A reader*, 240-52.
- McGoldrick, A. (2000). Peace journalism-An introduction. *The Media in Conflicts—Accomplices or Mediators*, 19-24.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.
- Meyen, M., & Riesmeyer, C. (2012). Service Providers, Sentinels, and Traders: Journalists' role perceptions in the early twenty-first century. *Journalism Studies*, 13(3), 386-401.
- Pasti, S. (2005). Two generations of contemporary Russian journalists. *European Journal of Communication*, 20(1), 89-115.
- Rosen, J. (1999) *What are journalists for?*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Schramm, W. (1964). *Mass media and national development: The role of information in the developing countries* (Vol. 65). Stanford, CA: Stanford University Press.
- Temiztürk, H. (2012). Kitle Basınının Doğuşu: 'İşaretleşme'den' Gazete'nin İcadına. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (15).
- Tokgöz, O. (2015). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitapevi.
- Touraine, A. (2002). *Demokrasi Nedir?* (Çev. Kunal, O. ). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Tuzcuoğlu, Ç. (2022). *Kişilerarası iletişim bağlamında engelli bireylere yönelik tutumların incelenmesi*. [Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]
- Weaver, D. H., & Wilhoit, G. C. (1986). *The American journalist: A portrait of US newspeople and their work*. Indiana University Press.
- Weaver, D. H., & Wilhoit, G. C. (1996). *The American journalist in the 1990s: US newspeople at the end of an era*. Routledge.
- Wong, K. (2004). Asian-based development journalism and political elections: Press coverage of the 1999 general elections in Malaysia. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 66(1), 25-40.
- Yılmaz, E. (2024). *Alternatif Bir Yayıncılık Ortamı Olarak Haber Podcastleri*. [Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü]

# BÖLÜM 4

## Uluslararası ve Ulusal Gazetecilik Meslek Örgütlenmeleri

Tülây ATAY<sup>1</sup>

### | Uluslararası Gazetecilik Örgütleri

Çalışmada uluslararası boyutta gazetecilik ve habercilik konusunda çalışmalarını sürdüren 6 örgüt/kuruluş mercek altına alınmaktadır.

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, atayavsar@gmail.com & atayavsar@mku.edu.tr ORCID iD: 0000-0002-0746-7127



gazetecileri bünyesinde toplar. Dernek, fiilen ekonomi dalında çalışan gazetecileri, yukarıda belirtilen kuruluşlar ile kamuoyu önünde temsil eder. Üyelerinin ekonomik, sosyal, kültürel, mesleki ve yasal haklarını, çıkarlarını koruyarak geliştirir. Dernek, bu amacını gerçekleştirirken üyelerinin her türlü hakkını fırsat eşitliği ve sosyal adalet ilkeleri içinde değerlendirir.”

Dernek, 2018 yılında Türkiye’de faaliyet gösteren 8 diğer sivil toplum kuruluşu<sup>20</sup> ile beraber imzaladıkları “İletişim ve Medya İlişkileri Yönetiminde Mesleki İlkeler”<sup>21</sup> başlıklı ortak metni web sitesinde “etik ilkeler” başlığı ile paylaşmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Hargreaves, I. (2006). *Gazetecilik. Yeliz Özkan (Çev.)*, Ankara: Dost Yayınevi.  
 Hargreaves, I. (2014). *Journalism: A very short introduction*. OUP Oxford.  
 Limor, Y. H. (2006). Gazetecilik ve ek iş: Uluslararası 242 etik ilkenin karşılaştırılması. Çeviren: Aytül Tamer. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı 23 Yaz-Güz, s. 151-160.  
 Tılıç, L. D. (1998). Utanıyorum ama gazeteciyim: Türkiye ve Yunanistan’da gazetecilik. *İletişim Yayınları*, İstanbul.

## Yararlanılan web siteleri:

<https://journo.com.tr/sansur-yasasi-uluslararasi-gazetecilik-orgutleri> (29 Mayıs 2024).

## Uluslararası Örgütler:

1-IFJ

<https://www.ifj.org/>

<https://www.facebook.com/InternationalFederationofJournalists>

<https://twitter.com/IFJGlobal>

<https://www.linkedin.com/company/internationalfederationofjournalists/>

[https://www.instagram.com/ifj\\_journalists/](https://www.instagram.com/ifj_journalists/)

<https://www.youtube.com/@internationalfederationofj3548>

<https://www.ifj.org/media-centre/newsletters>

2-ICFJ

<https://www.icfj.org/>

<https://www.facebook.com/icfjorg/>

<https://twitter.com/icfj>

<https://www.linkedin.com/company/international-center-for-journalists/>

<https://www.instagram.com/icfj/>

<https://www.youtube.com/user/ICFJournalists>

<https://www.icfj.org/news/icfj-newsletter>

3-IJNET

<sup>20</sup> Bilişim Medyası Derneği (BMD), İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği (İDA), Kurumsal İletişimciler Derneği (KİD), Reklamverenler Derneği (RVD), TOBB Türkiye Medya ve İletişim Meclisi, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC) ve Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD), Türkiye Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (TÜSİAD).

<sup>21</sup> <https://ekonomigazetecileri.org/tr/sayfa/etik-ilkeler>



<https://ijnet.org/en>  
<https://www.facebook.com/IJNet>  
<https://twitter.com/ijnet>  
<https://www.linkedin.com/showcase/international-journalists%E2%80%8B-network-ijnet/>  
<https://www.instagram.com/ijnet>  
<https://www.youtube.com/ijnetvideo>  
<https://open.spotify.com/show/6JeuYpHXIm6s7wvz9CAQU5>  
<https://ijnet.org/en/newsletter/subscribe>  
4-GIJN  
<https://gijn.org/>  
<https://www.facebook.com/GlobalInvestigativeJournalismNetwork>  
<https://twitter.com/gijn> <https://twitter.com/gijnturkish>  
<https://www.linkedin.com/company/global-investigative-journalism-network/>  
<https://www.instagram.com/gijnorg/>  
<https://www.youtube.com/channel/UCY8xUWeaWVE4JY05JUupzYQ>  
5-ICIJ  
<https://www.icij.org/>  
<https://www.facebook.com/ICIJ.org>  
<https://twitter.com/icijorg>  
<https://www.linkedin.com/company/international-consortium-of-investigative-journalists/>  
<https://www.instagram.com/icijorg/?hl=en>  
[https://www.reddit.com/user/ICIJ/?onetap\\_auto=true&one\\_tap=true](https://www.reddit.com/user/ICIJ/?onetap_auto=true&one_tap=true)  
<https://www.icij.org/newsletter/>  
6-IFEX  
<https://ifex.org/>  
<https://twitter.com/ifex>  
<https://www.linkedin.com/company/ifex/>  
<https://www.youtube.com/user/IFEXorg>  
<https://ifex.org/newsletters/>  
<https://mastodon.ngo/@ifex>

## Ulusal Örgütler:

### 1-TGC

<https://www.tgc.org.tr/kurumsal/tarihce.html>  
<https://www.tgc.org.tr/kurumsal/tuzuk.html>  
<https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/t%C3%BCrkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi/bildirge.html>  
<https://www.instagram.com/turkiyegazetecilercemiyeti/?hl=en>  
<https://x.com/tgctr?lang=en>  
[https://www.facebook.com/TGCtr/?locale=tr\\_TR](https://www.facebook.com/TGCtr/?locale=tr_TR)  
<https://www.youtube.com/channel/UCr4dOKnxai7R3NImA9ZBSqQ>

### 2-TGS

<https://tgs.org.tr/tuzuk/>  
<https://tgs.org.tr/wp-content/uploads/2024/05/TGS-BASIN-OZGURLUGU-RAPO-RU-TAM-METIN.pdf>  
<https://tgs.org.tr/63-yilda-degisen-bir-sey-yok-uretenler-kadin-yonetenler-erkek/>  
<https://www.facebook.com/gazetecilersendikasi>  
<https://www.youtube.com/tgsistanbul>



[https://x.com/tgs\\_org\\_tr](https://x.com/tgs_org_tr)

<https://www.linkedin.com/company/turkiye-gazeteciler-sendikasi/3-GC>

<https://gc-tr.org/>

<https://x.com/Cemiyet1946>

<https://www.facebook.com/24SaatGazete06>

<https://www.youtube.com/channel/UChIrmErWv-3sh9qf5S8IIIQ4-ÇGD>

<https://cgd.org.tr/>

<https://www.facebook.com/CagdasGazeteciler>

<https://www.instagram.com/cagdasgazetecilerdernegi/>

<https://x.com/cgdgenelmerkez>

<http://www.youtube.com/@cagdasgazetecilerdernegicg7615>

5-TSYD

<https://www.tsyd.org.tr/wp/>

<https://www.facebook.com/tsyd1963>

<https://x.com/TSYD1963>

<https://www.instagram.com/tsyd1963/?hl=en>

[https://www.linkedin.com/company/tsyd/?trk=public\\_post\\_feed-actor-name&originalSubdomain=tr](https://www.linkedin.com/company/tsyd/?trk=public_post_feed-actor-name&originalSubdomain=tr)

6-EGD

<https://ekonomigazetecileri.org/>

[https://www.facebook.com/ekonomi.gazetecileri.dernegi/?locale=tr\\_TR](https://www.facebook.com/ekonomi.gazetecileri.dernegi/?locale=tr_TR)

[https://x.com/EGD\\_EGD](https://x.com/EGD_EGD)

<https://www.instagram.com/ekonomigazetecileri?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>

<https://www.linkedin.com/in/ekonomi-gazetecileri-derne%C4%9Fi-b0ba59b6/?originalSubdomain=tr>

# BÖLÜM 5

## Yerel Basın

*Murad KARADUMAN<sup>1</sup>  
Muhammet Erdem DURU<sup>2</sup>*

### | Giriş

Günümüzde basın, bireylerin ve toplumların bilgiye ulaşma, haber alma ve iletişim kurma biçimlerini köklü bir şekilde değiştiren bir aktör olarak nitelendirilmektedir. Basının bu geniş ve karmaşık yapısı içinde yerel basın, toplumsal dinamikleri, kültürel kimliği ve yerel sorunları yansıtmada benzersiz bir rol oynamaktadır. Yerel basın, belirli bir coğrafi bölgeye odaklanan, bölge halkına özgü haberler, bilgiler ve içerikler sunan medya organlarını ifade eder. Bu medya organları, gazetelerden radyolara, televizyon kanallarından dijital platformlara kadar geniş bir yelpazede faaliyet göstermektedir.

Yerel basının işlevi, küresel ve ulusal medyanın aksine, yerel toplulukların gündemini belirlemek, yerel yönetimlerin hesap verebilirliğini sağlamak ve topluluk içindeki sosyal bağları güçlendirmektir. Yerel basın organları, genellikle

<sup>1</sup> Doç. Dr. Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, mkaraduman@gmail.com, ORCID iD: 0000-0002-6700-8547

<sup>2</sup> Doktorant, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim ABD, eduru07@gmail.com, ORCID iD: 0000-0003-4282-9645





güçlendirilmesi, sadece basın sektörü için değil, aynı zamanda toplumun genel refahı ve demokrasinin sağlanması için de kritik bir öneme sahiptir.

Sonuç olarak, yerel medyanın güçlü ve bağımsız bir şekilde varlığını sürdürebilmesi için tüm paydaşların ortak bir çaba göstermesi gerekmektedir. Devlet ve yerel yönetimler, akademisyenler, medya profesyonelleri ve sivil toplum kuruluşları, yerel medyanın karşılaştığı sorunları çözmek ve bu alandaki potansiyeli maksimize etmek için işbirliği yapmalıdır. Bu ortak çaba, yerel medyanın demokratik toplumların gelişimine katkıda bulunmaya devam etmesini sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Adanır, B. (2024). *BİK ölçütleri yerel medyada da "ık yarışı" başlattı: Diyarbakır örneği* <https://journalo.com.tr/bik-resmi-ilan-yerel-medya>
- Akçan, L. (1986). Türk basını içinde Anadolu basınının sorunları ve sorumlulukları. *Türk Basınının Kendi Kendini Kontrolü. Türk Basınının Sorunları Sempozyumu 26- 27 Mayıs 1986* Ankara: Ankara Üniversitesi Basın- Yayın Yüksek Okulu.
- Alankuş, S. (2005). Demokratik bir medya ortamı için yerel/ sivil medya ve yeni imkanlar. S. Alankuş (Der.) *Medya ve Toplum*. IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Alemdar, K. & Uzun, R. (2013). *Herkes için gazetecilik*. Tanyeri Kitap.
- Alemdar, K. (1996). *İletişim ve tarih*. İmge Yayınevi.
- Alver, F. (2011). *Gazetecilik bilimi ve kuramları Gazetecilik kuram tasarımlarını Türkiye'deki gazetecilik sistemi ve uygulamalarıyla snama denemesi*. Kalkedon Yayınları.
- Arabacı, C. & Ayhan, B. & Demirsoy, A. & Aydın, H. (2009). *Konya basın tarihi*. Palet Yayınları.
- Arslan, B., & Yunusoğlu, A. (2023). Yerel medyada kadın yönetici olmak. *World Women Studies Journal*, 8(2), 153-170.
- Atabay, M. (2015). *Çanakkale basın tarihi*. PA Paradigma Akademi.
- Atabek, N. (2005). Yerel basın ve yerel demokrasi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (22): 47- 54.
- Barnhurst, K. G. & Nerone, J. (2001). *The form of news: A history*. Guilford Press.
- Baykal, H. (1988). Milli mücadelede basın. T.C. Başbakanlık Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Araştırma Merkezi. 471- 479.
- Bek, M. G. (2005). Yerel politika ve yerel medya. S. Alankuş (Der.) *Medya ve Toplum*. IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Briggs, A. ve Burke, P. (2011). *Medyanın toplumsal tarihi Gutenberg'den internete*. Kırmızı Yayınları.
- Bulut, Ç. K. (2019). *Sınıf sınırlarında gazeteciler ve proleterleşme*. NotaBene.
- Bülbül, R. (1997). *Genel gazetecilik bilgileri*. Paragraf Dizgi ve Tasarım.
- Cangöz, İ. (2003). Yurttaş gazeteciliği ve yerel basın. S. Alankuş (Der.) *Gazetecilik ve Habercilik*. IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Çavuş, S. (2017). Yerel basının sorunları üzerine tespitler: Aksaray örneğinde nitel bir araştırma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(4), 19-32.
- Çobanoğlu, F. (2021). *Çok partili döneme geçişin yerel basına etkisi. 1950- 1960 Demokrat Parti dönemi Mardin basını*. Töz Yayınları.



- Dağtaş, E. & Dağtaş, B. (2007). Eskişehir kent basını ve gazeteciliği üzerine bir profil denemesi: gazetecilerin kent basınına ilişkin tutumları. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi* 6, 9- 46.
- Delibaş, İ. (2023). Dijitalleşmenin yerel medyanın dönüşümündeki etki ve sonuçları. *Dil ve Edebiyat Araştırmaları* (28), 90-103. <https://doi.org/10.30767/diledeara.1285792>
- Demirkent, N. (2000). Demokrasinin kökünde güçlü yerel basın olduğu unutulmamalı. *Salı Yazıları Medya Medya* 2, Dünya Yayıncılık.
- Dimitrakopoulou, D. (2015). *Local, National, Transnational /International Media* [http://www.info-core.eu/wp-content/uploads/2017/02/def\\_Local-national-transnational-international-media.pdf](http://www.info-core.eu/wp-content/uploads/2017/02/def_Local-national-transnational-international-media.pdf).
- Ercebe, Ö. (2023). Yerel medya ve dijitalleşme: Keşan örneği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Özel Sayı (25)*: 363-384. <https://doi.org/10.26468/trakyasobed.1270884>
- Erdem, B. K. (2007). Birbirinin çözümü olan iki sorun: Yerel basında profesyonel kadro eksikliği ve iletişim fakültesi mezunlarının istihdam sorunu. Gezgin, S. (Ed). *Türkiye’de yerel basım. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.*
- Eriñç, O. (2007). Yerel medyanın tarihsel gelişimi ve geleceği. Gezgin, S. (Ed). *Türkiye’de yerel basım. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.*
- Faraç, M. (1999). Türkiye’deki yerel basın hakkında genel bilgi. *Türkiye’de ve Almanya’da Yerel Gazetecilik*. Konrad Adenauer Vakfı.
- Franklin, B. (2006) Attacking the devil? Local journalist sand local newspapers in the UK. B. Franklin, (Ed.) *Local Journalism and Local Media Making The Local News*. Routledge.
- Frost, C. (2006). Ethics for local journalism. Franklin, B. (Ed). *Local Journalism and Local Media Making the local news*. Routledge.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of peace research*, 2(1), 64-90.
- Gezgin, S. (1998). *Basım sözlüğü*. İstanbul İletişim Fakültesi Yayınları.
- Gezgin, S. (2007). Türkiye’de yerel basın. Gezgin, S. (Ed). *Türkiye’de yerel basım. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.*
- Girgin, A. (1997). *Cumhuriyet döneminde Türkiye’deki yerel basımın gelişmesi*. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Gölcü, A. (2019). *Basım ve toplumsal tarih bir Türkiye hikayesi*. LiteratürkAcademia.
- Görgülü, G. (1991). *Basında ekonomik bağımlılık ve tekelleşme 1970’lerden 1990’lara*. Gazeteciler Cemiyeti.
- Güneş, M. (1999). Yerel basında karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri. *Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim Yerel Basım Eğitim Seminerleri Dizisi: 15*. Türkiye Gazeteciler Cemiyet- Konrad Adenauer Vakfı.
- Gürel, N. (2007). Yerel basının işlevi ve demokrasilerde önemi. Gezgin, S. (Ed). *Türkiye’de yerel basım. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.*
- Horoz, T. (2022). Yerel medya. Özay, S. ve Kaya, S. (Ed.). *Yerel gazetecilik*. Çizgi Kitabevi.
- İlgen, A. & Temiztürk, H. (2021). *Diyarbakır sözlü basım tarihi, olaylar, insanlar, gazeteler, gazeteciler*. Gece Kitaplığı.
- İnuğur, N. (1992). *Türk basın tarihi*. Gazeteciler Cemiyeti.
- Kaya, S. (2022). Yerel gazetecilik için etik. Özay, S. ve Kaya, S. (Ed.). *Yerel gazetecilik*. Çizgi Kitabevi.
- Koloğlu, O. (2010). *Osmanlı dönemi basımın içeriği*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Koloğlu, O. (2013). *Osmanlı’dan 21. yüzyıla basım tarihi*. Pozitif Yayınları.
- Kösedag, M. S. (2021). *Kayseri basım tarihi 1910- 2020*. Eğitim Yayınevi.
- Köseoğlu, A. (2023). Yerel Medyada Kadın Gazeteci Olmak: Ağrı, Erzurum, Erzurum, Hakkâri ve Van İlleri Özelinde Bir Araştırma. *Communicata*, (25), 15-21. <https://doi.org/10.5152/communicata.2023.23028>



- Maden, İ. (2023). Yerel basının dijitalleşmesi sürecinde Basın İlan Kurumunun rolü. *İletişim ve Diplomasi*, (11): 202- 219. <https://doi.org/10.54722/iletisimvediplomasi.1375274>
- Maigret, E. (2016). *Medya ve iletişim sosyolojisi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mathisen, B. R. (2023). Sourcing practice in local media: Diversity and media shadows. *Journalism Practice*, 17(4), 647-663. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1942147>
- Monahan, B. And Ettinger, M. (2018). News media and disasters: Navigating old challenges and new opportunities in the digital age. Rodriguez, H., Donner, W., Trainor, J. E. (Eds). *Handbook of disaster research*. Springer.
- Nalçioğlu, B. U. (2007). Türkiye’de yerel medya çalışanları, yerel medyanın sorunları ve çözüm önerileri. Gezgin, S. (Ed). *Türkiye’de yerel basım*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Özcan, A. (2022). Yerel Gazetecilik. *Dijital Çağda Uzman Gazetecilik 2*. S. Bayrakçı ve S. Özay. (Ed). Çizgi Kitabevi.
- Özsoy, S. (2021). *Bolu basım tarihi*. Siyasal Kitabevi.
- Öztürk, Y. (2012). *Bursa basım tarihi*. Ekin Basım Yayın.
- Pasley, L. J. (2001) “The Tyranny of printers”: *Newspaper politics in the early American republic*. The University Press of Virginia.
- Pettegree, A. (2014). *The invention of news: How the World came to know about itself*. Yale University Press.
- Press release Tackling the threat to high- quality journalism in the UK (2018). <https://www.gov.uk/government/news/tackling-the-threat-to-high-quality-journalism-in-the-uk>
- Resmi Gazete, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2023/02/20230201-7.htm>
- Schlapp, H. (2000). *Gazeteciliğe giriş*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi. Kondrad Adenauer Vakfı
- Schneider, W. ve Raue, P. J. (2002). *Gazetecinin el kitabı*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları- Kondrad Adenauer Vakfı.
- Şeker, M. (2007). *Tekniği, içeriği, çalışan profili, haber kaynakları, ekonomi politikası, gücü ve sorunlarıyla yerel gazeteler*. Tablet Yayınları.
- Şenol, F. T. (2022). Milli mücadele dönemi taşra basını. Özay, S. ve Kaya, S. (Ed.). *Yerel gazetecilik*. Çizgi Kitabevi.
- Temiztürk, H. (2023). *Erzurum basım tarihi*. Deniz Yayınevi.
- Tokgöz, O. (1982). Türkiye’de yazılı basının yerel olarak gösterdiği özellikler. *SBF Basım ve Yayın Yüksek Okulu Yıllık 1981- VI S. 283- 309*.
- Tokgöz, O. (2001). Türkiye’de yerel medyanın yapısı ve örgütlenişi. *İletişim* (2001/9 Bahar). 5- 39.
- Topuz, H. (1996). *100 soruda başlangıçtan günümüze Türk basım tarihi davaları, hapisler, saldırılar, faili meçhul cinayetler ve holdingler*. Gerçek Yayınevi.
- Topuz, H. (2014). *II. Mahmut’tan holdinglere Türk basım tarihi*. Remzi Kitabevi.
- Tutar, H. (1993). *21. yüzyılda Türk basını tiraj, promosyon ve değişim geçceği. ?*.
- TÜİK (2023). *Yazılı Medya ve Uluslararası Standart Kitap Numarası İstatistikleri, 2022*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yazili-Medya-ve-Uluslararası-Standart-Kitap-Numarası-İstatistikleri-2022-49423>
- Uçak, O., & Erkal, A. (2019). Osmanlı’dan günümüze Türkiye’de yerel basının gelişim süreci. *Selçuk İletişim*, 12(1), 92-122. <https://doi.org/10.18094/josc.397938>
- Üstün, H. (Ed.). *Antalya basım tarihi 1920- 2014*. Antalya Büyükşehir Belediyesi.
- Yücel, S. (1999). Yerel Basın. K. Alemdar (Ed.). *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*, Afa Yayıncılık ve TÜSES Vakfı.
- Yücel, S. (2009). Yerel basının genel görünümü (1980- 2000). K. Alemdar (Der.). *Türkiye’de Kitle İletişimi Dün- Bugün- Yarın*. Gazeteciler Cemiyeti Yayını.
- Yüksel, E. & Gürcan, H., İ. & Yakut, K. & Paksoy, A. F. (2020). *Eskişehir sözlü basım tarihi*. Dorlion.

# BÖLÜM 6

## **Haberde Nesnelliği Yeniden Düşünmek: Tarihsel Temellerin, Teorik Zorlukların ve Güncel Pratiklerin Eleştirel Bir İncelemesi**

*Esin GHADIANI<sup>1</sup>*

### | Giriş

**G**azetecilikte nesnellik, Batı medya kültürlerinde köklü bir ilke olup hem teorik hem de pratik açılardan önemlidir. Uzun süreli etkisine rağmen, nesnellik kavramı yoğun eleştiriler ve tartışmaların odağı olmuştur. Bu bölüm, nesnellik kavramının çeşitli yönlerini eleştirel bir bakış açısıyla inceleyerek, haberlerin gerçekliğin tarafsız bir yansıması olduğu geleneksel görüşü sorgulamaktadır.

Curran (2002), medya tarihinin evrimini çeşitli perspektiflerden inceleyerek haberlerin zamanla nasıl değiştiğini ve bu değişimlerin güncel haber teorilerini nasıl şekillendirdiğini ele almıştır. Yazar, medyanın halkı güçlendirme ve demokrasiyi destekleme rolünü vurgulayan liberal medya tarihinden; halkın sesini yansıtmaya ve yükseltmeye odaklı popülist medya tarihine; medyanın cinsiyet temsillerini, eşitlik katkılarını veya önyargılarını analiz eden feminist medya tarihine; kültürel etkileşimleri inceleyen antropolojik medya tarihine ve ifade özgürlüğünü ön planda tutan özgürlükçü medya tarihine kadar bir dizi anlatıyı

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Trabzon Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, esinaygun@trabzon.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-7835-0113



Bu düşüncelerin ışığında, daha demokratik bir kamusal söylemi teşvik etmek için nesnellik kavramına eleştirel bir yaklaşım esastır. Bu, haberlerin yapılandırılmış doğasını tanımayı, mevcut ekonomik ve güç dinamiklerini anlamayı ve haber üretiminde farklı ve kapsayıcı bakış açılarını savunmayı içermektedir. Gazeteciler ve akademisyenler, geleneksel nesnellik kavramlarını eleştirel bir şekilde inceleyerek ve bunlara meydan okuyarak, daha eşitlikçi ve adil bir medya ortamına doğru yol alabilirler.

Sonuçta, gazetecilikte nesnellığe ilişkin eleştirel bakış açısı, gazetecilik uygulamaları ve ilkelerinin sürekli olarak yeniden değerlendirilmesi ihtiyacını vurgulamaktadır. Ekonomik çıkarların, güç dinamiklerinin ve kültürel bağlamların karmaşık etkileşimini kabul eden, haber üretimine yönelik daha adil bir yaklaşım çağrısında bulunmaktadır. Bunu yaparken de medya ortamının değişen şartlarına uyum sağlarken gazeteciliğin demokratik ideallerini desteklemeyi amaçlamaktadır.

## KAYNAKÇA

- Apuke, O. D. (2017). Another Look at the Political Economy of the Mainstream and New Media: The Capitalists Influence. *Journal of Mass Communication & Journalism*, 07(04). <https://doi.org/10.4172/2165-7912.1000341>
- Bailard, C. S. (2016). Corporate Ownership and News Bias Revisited: Newspaper Coverage of the Supreme Court's Citizens United Ruling. *Political Communication*, 33(4), 583–604. <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1142489>
- Bhayroo, S. (2008). The ownership of online news: a political economy analysis of www.FOXNews.com and www.news.yahoo.com Yayınlanmamış Doktora Tezi. Louisiana State University.
- Boudana, S. (2011). A definition of journalistic objectivity as a performance. *Media, Culture & Society*, 33(3), 385–398. <https://doi.org/10.1177/0163443710394899>
- Bulut, S. (2020). The Political Economy of News Production. İçinde S. Karlıdag & S. Bulut (Eds.), *Handbook of Research on the Political Economy of Communications and Media* (pp. 98–115). IGI Global.
- Chakravartty, P, ve Schiller, D. (2010). Neoliberal Newspeak and Digital Capitalism in Crisis. *International Journal of Communication*, 4, 670–692.
- Clausen, L. (2003). Global news production. Copenhagen Business School.
- Curran, J., Gurevitch, M., ve Woollacott, J. (1991). İletişim Araçları Üzerine Çalışma: Kuramsal Yaklaşımlar. İlef Yıllık, 228–253.
- Dahlgren, P. (1986). Beyond Information: TV News as a Cultural Discourse. *Communications*, 12(2), 125-136. <https://doi.org/10.1515/comm.1986.12.2.125>
- Durham, M. G. (1998). On the Relevance of Standpoint Epistemology to the Practice of Journalism: The Case for “Strong Objectivity.” *Communication Theory*, 8(2), 117–140. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1998.tb00213.x>
- Elliot, P, Murdock, G., ve Schlesinger, P. (1986). Terrorism and the state: a case study of the discourses of television. İçinde R. Collins (Ed.), *Media, Culture and Society: A Critical Reader* (pp. 264–287). Sage.



- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises In Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–90. <https://doi.org/10.1177/002234336500200104>
- Gans, H. J. (1979). *Deciding what's news*. Random House.
- Garnham, N. (1994). *Capitalism and communication: global culture and the economics of information*. Sage.
- Glasgow University Media Group. (1976). *Bad news*. Routledge & K. Paul.
- Golding, P., ve Murdock, G. (1979). Ideology and the Mass Media: The Question of Determination. İçinde M. Barrett, P. Corrigan, A. Kuhn, & J. Wolff (Eds.), *Routledge Revivals: Ideology and Cultural Production* (pp. 198–224). Routledge.
- Goldstein, T. (2007). *Journalism and truth: strange bedfellows*. Northwestern University Press.
- Goodarzi, M., Fahimifar, A. A., ve Shakeri Daryani, E. (2021). New Media and Ideology: A Critical Perspective. *Journal of Cyberspace Studies*, 5(2), 137–162. <https://doi.org/10.22059/jcss.2021.327938.1065>
- Hackett, R. A. (1998). Bir Paradigmanın Önemi. Yitirişi: Haber Medyası Çalışmalarında Yanlılık ve Nesnellik. İLEF Yıllık , 1997-1998, 31–72.
- Hall, S. (2005). “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü. İçinde M. Küçük (Ed.), *Medya, İktidar, İdeoloji* (pp. 75–123). Bilim ve Sanat Yayınları.
- Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J., ve Roberts, B. (1978). *Policing the crisis: Mugging, the state, and law and order*. Macmillan Education.
- Hallin, D. C. (2005). Eleştirel Kuram Perspektifinden Amerikan Haber Medyası. İçinde E. Mutlu (Ed.), *Kitle İletişim Kuramları* (pp. 291–320). Ütopya Yayınevi.
- Hardy, J. (2013). *Critical political economy of the media: an introduction*. Routledge.
- Hendrickson, E., ve Wilkins, L. (2009). THE WAGES OF SYNERGY. *Journalism Practice*, 3(4), 377–391. <https://doi.org/10.1080/17512780902798729>
- Hindman, E.B. (1998). “Spectacles of the Poor”: Conventions of Alternative News. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 75(1), 177–193. <https://doi.org/10.1177/107769909807500117>
- Humphrecht, E., ve Esser, F. (2016). Mapping digital journalism: Comparing 48 news websites from six countries. *Journalism*, 19(4), 500–518. <https://doi.org/10.1177/1464884916667872>
- İnal, M. A. (1995). Yazılı Basın Haberlerinde Yapısal Yanlılık Sorunu. *Toplum ve Bilim*, 67, 111–133.
- Jansen, Z. L. (2013). International Media and Cultural Flows: A Critical Political Economy of Media Organisations in the 21st Century, A case of the Reuters News Agency. *South African Review of Sociology*, 44(1), 87–110. <https://doi.org/10.1080/21528586.2013.784450>
- Jesse Owen Hearn-Branaman. (2014). *The Political Economy of News in China*. Lexington Books.
- Kaderoğlu Bulut, Ç. (2020). The Political Economy of Media in Turkey: An Infrastructural Analysis. İçinde S. Karlıdag & S. Bulut (Eds.), *Handbook of Research on the Political Economy of Communications and Media* (pp. 181–206). IGI Global.
- Kitch, C. (1999). Rethinking Objectivity in Journalism and History. *American Journalism*, 16(2), 113–120. <https://doi.org/10.1080/08821127.1999.10739177>
- Klaehn, J. (2002). A Critical Review and Assessment of Herman and Chomsky's 'Propaganda Model'. *European Journal of Communication*, 17(2), 147–182. <https://doi.org/10.1177/0267323102017002691>
- KOLLMEYER, C. J. (2004). Corporate Interests: How the News Media Portray the Economy. *Social Problems*, 51(3), 432–452. <https://doi.org/10.1525/sp.2004.51.3.432>
- Lacy, S., Fico, F., ve Simon, T. (1989). Relationships among economic, newsroom, and content variables: A path model. *Journal of Media Economics*, 2(2), 51–66. <https://doi.org/10.1080/08997768909358185>



- LeBrun, B., Todd, K., ve Piper, A. (2022). Buying the news: A quantitative study of the effects of corporate acquisition on local news. *New Media & Society*, 26(4), 2189–2212. <https://doi.org/10.1177/14614448221079030>
- Lee, T., ve Hwang, F. H. (2004). Journalistic ideologies versus corporate interests: How time and Warner's Merger influence time's content. *Communication Research Reports*, 21(2), 188–196. <https://doi.org/10.1080/08824090409359980>
- Mansell, R. (2004). Political Economy, Power and New Media. *New Media & Society*, 6(1), 96–105. <https://doi.org/10.1177/1461444804039910>
- Martin, H. J., ve Souder, L. (2009). Interdependence in Media Economics: Ethical Implications of the Economic Characteristics of News. *Journal of Mass Media Ethics*, 24(2-3), 127–145. <https://doi.org/10.1080/08900520902885210>
- McChesney, R. W. (2012). The Political Economy of Communication. *The International Encyclopedia of Media Studies.*, 1, 1–27. <https://doi.org/10.1002/9781444361506.wbiems031>
- Meadows, M. (1999). Cultural Studies and Journalism. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*, 90(1), 43–51. <https://doi.org/10.1177/1329878x9909000107>
- Molotch, H., ve Lester, M. (1981). News as purposive behaviour: on the strategic use of routine events, accidents and scandals. İçinde S. Cohen & J. Young (Eds.), *The Manufacture of News* (pp. 118–138). Sage.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. SAGE.
- Murdock, G. (1981). Political deviance: the pres presentation of a militant mass demonstration. İçinde S. Cohen & J. Young (Eds.), *The Manufacture of News* (pp. 206–226). Sage.
- Powers, A., ve An, S. (2009). The Effect of Ownership Structure on News Coverage in the United States. *Observatorio (OBS\*)*, 3(1), 13–27. <https://doi.org/10.15847/obsobs312009220>
- Price, C. J. (2003). Interfering Owners or Meddling Advertisers: How Network Television News Correspondents Feel About Ownership and Advertiser Influence on News Stories. *Journal of Media Economics*, 16(3), 175–188. [https://doi.org/10.1207/s15327736me1603\\_3](https://doi.org/10.1207/s15327736me1603_3)
- Ryan, M. (2001). Journalistic Ethics, Objectivity, Existential Journalism, Standpoint Epistemology, and Public Journalism. *Journal of Mass Media Ethics*, 16(1), 3–22. [https://doi.org/10.1207/s15327728jmme1601\\_2](https://doi.org/10.1207/s15327728jmme1601_2)
- Schudson, M. (1994). Haber Üretimini Sosyolojisi. *İLEF Yıllık* 94, 307–326.
- Schudson, M. (2001). The objectivity norm in American journalism. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 2(2), 149–170. <https://doi.org/10.1177/146488490100200201>
- Sobbrio, F. (2014). The political economy of news media: theory, evidence and open issues. İçinde F. Forte, R. Mudambi ve P. M. Navarra (Eds.), *A Handbook of Alternative Theories of Public Economics* (pp. 278–320). Edward Elgar Publishing.
- Steffen, L. S., Henriques, M. N., & Lisboa Filho, F. F. (2020). Cultural-mediatic analysis as a theoretical-methodological protocol of communication research. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências Da Comunicação*, 43(3), 21–39. <https://doi.org/10.1590/1809-5844202031>
- Sussman, G. (2012). Systemic Propaganda as Ideology and Productive Exchange. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 10(2), 474–487. <https://doi.org/10.31269/triplec.v10i2.370>
- Tuchman, G. (1978). *Making News: a Study in the Construction of Reality*. Free Press.
- Wasko, J. (2005). Studying the political economy of media and information. *Comunicação E Sociedade*, 7, 25–48. [https://doi.org/10.17231/comsoc.7\(2005\).1208](https://doi.org/10.17231/comsoc.7(2005).1208)
- Wien, C. (2005). Defining Objectivity within Journalism. *Nordicom Review*, 26(2), 3–15. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0255>

# BÖLÜM 7

## Haber Kaynağına İlişkin Gazetecinin Sorumlulukları

Ferhat GÖÇER<sup>1</sup>

### Giriş

Gazetecilik mesleği, kısa sürede çok şey anlatma sanatı olarak da tanımlanan bir meslektir. Gazetecinin toplumla kurduğu ilişkinin en önemli göstergesini yaptığı haberin kendisi oluşturmaktadır. Haber, nitelik ve zenginlik açısından ne kadar çok ögeyi içerisinde taşırsa, okuyucu/izleyici açısından o derece ilgi görür. Fakat haberin salt nitelik ve zenginlik açısından içeriğinin yoğun olması, tam anlamıyla yeterli olmayabiliyor. Çünkü haber, aynı zamanda güvenilir ve doğrulanabilir olan bir arka planı da muhteva etmelidir. Bu çerçevede gazeteciliğin asli parametrelerinden birisini de sahip olduğu kaynakların, güvenilirliği ve çeşitliliği oluşturmaktadır. Haber kaynaklarının varlığı, gazetecinin haber üretmesine ve dahası toplumun gizli gündeme ilişkin süreçlerden ve tartışmalardan da haberdar olmasını sağlayan temel unsurdur.

Gazeteci ve kaynak ilişkisi, haberi oluşturan en önemli olan motiflerden birisi olarak kendisini ortaya koyar. Fakat bu bağlamda gazetecinin haber kaynağı ile olan ilişkisinde bir dizi kodlar kendisini açık eder. Bu bölümde gazetecilik

<sup>1</sup> Dr. Öğr. üyesi, Avrasya Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim ve Tasarım Bölüm, ferhatzgocer@gmail.com, ORCID iD: 0000-0003-1150-7643





Gazeteciliğin bu tarihsel misyonunda şüphesiz en önemli uğrak noktasını, haberin asli malzemesini sağlayan haber kaynaklarıyla olan ilişkisi oluşturmaktadır. Gazetecinin ortaya çıkardığı ürün olarak haber, doğru, tarafsız ve gerçekliği kendi içerisinde taşıması gerekir. Haberin içerisinde olması gereken bu unsurlar, gazetecinin haber kaynağından aldığı bilgileri kontrol etmesiyle ancak karşılanabilir. Dolayısıyla gazeteci açısından haber kaynağı hem önemli olmakla birlikte hem de birtakım tedbirleri de uygulamasını gerekli kılmaktadır. Diğer yandan gazeteci haber kaynaklarına karşı her koşullar altında belli sorumlulukları taşımakla yükümlüdür. Haber kaynağının talep ve isteklerinin alt metninde yatan niyetlerini ve amaçladığı hedeflerin ne olduğunu bilmek kaydıyla; haber kaynağını korumak ya da gizlemek zorundadır. Haber kaynağının olası karşılaşabileceği tehdit ve saldırı vb. durumlara karşı hassas olmak zorundadır.

Son olarak da gazetecinin, haber kaynağı ile olan ilişkisinde belli yakınlık veya samimiyete dayalı bir ilişki kurması, gazetecinin tarafsızlığını gölgelediği gibi; mesleğin itibarını da zedeleyen etik dışı bir sorunu ortaya çıkartabilmektedir. Özellikle gazeteci ve haber kaynağı ilişkisinde, mesleğin etik kodlarına uygun düşen davranışlar geliştirmek, mesleğin saygınlığını da koruma altına alır.

## KAYNAKÇA

- Gans, H.J. (2004). Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time. 25th anniversary edition. Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Schudson, M. (2022). Gazetecilik neden önemli?. (Çev: Gülseren Adaklı). Ankara: Umag Yayınları.
- Siyao, P.O., & Sife, A.S. (2021). Sources of climate change information used by newspaper journalists in Tanzania. IFLA Journal, 47(1), 5-19.
- Tokgöz, O. (2019). Temel gazetecilik. Ankara: İmge Kitabevi Yayıncılık.
- Uzun, R., & K. Alemdar. (2019). Herkes için gazetecilik. Ankara: Siyasal Kitabevi.

### İnternet Kaynakları

- <https://www.spj.org/ethicscode.asp>
- <https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/t%C3%BCrkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi/bildirge.html>

# BÖLÜM 8

## Haber Değeri Kavramı Üzerine Bir Değerlendirme

Petek DURGEÇ<sup>1</sup>

### Giriş

**H**aber, bireylerin yaşamlarını etkileyen olumlu ve olumsuz tüm toplumsal gelişmeler hakkında bilgi edinmelerini sağlayan önemli bir araçtır. Demokratik sistemler içinde bireylerin sahip olduğu hak ve özgürlüklerden biri de çevrelerinde ve dünyada neler olup bittiğini öğrenme hakkıdır. Bu bağlamda haber, insanların doğrudan bilgi sahibi olmalarını amaçlayan bir olgu olarak kendini göstermektedir.

Haber, günlük yaşamımızın bir parçası olarak toplumsal olayları, politik gelişmeleri, ekonomik durumları, kültürel etkinlikleri ve diğer önemli konuları kapsar. Medya aracılığıyla iletilen haberler, bireylerin karar vermelerini, düşüncelerini şekillendirmelerini ve toplumda aktif bir rol oynamalarını sağlamaktadır. Bilgiye erişim hakkı, demokratik bir toplumun temel özelliklerinden biridir ve haberler bu hakkın önemli bir parçası olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla haber, kamuoyunu bilgilendirme, toplumsal tartışmalara zemin hazırlama ve demokratik süreçlere katılımı teşvik etme gibi önemli işlemlere sahiptir.

<sup>1</sup> Doç. Dr. Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, petek.durgec@ege.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-5927-145X



ilkesine bağlı kalarak aktarmalıdır. Bu sayede haberler, alıcıların doğru bilgiye erişimini sağlayacak ve güvenilirliğini koruyabilecektir.

## KAYNAKÇA

- Alver, F. (2011). *Gazetecilik Bilimi ve Kuramları*, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Aslan, K. (2002). *Haberin Yol Haritası*, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi
- Atabek, N. (2002). "Kamuoyu, Medya ve Demokrasi". *Kurgu Dergisi*, 19, 223-238
- Barrett, O. ve Braham, P. (1995). *Media, Knowledge and Power*, London: Routledge
- Demirel, S.D. (2018). Dijital Medyada Haber Üretim Sürecinde Okuyucu Odaklılık, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 11, Sayı: 55
- Erdoğan, İ. (1995). *Dünyanın Çarpık Düzeni Uluslararası İletişim*, İstanbul: Kaynak Yayınları
- Galtung, J., Ruge, M. (1973). Structuring and selecting news. S. Cohen and J. Young (Eds.) *The manufacture of news*. Constable, Londra.
- Girgin, A. (2003). *Yazılı Basında Haber*, İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Girgin, A. (2008). *Haber Yazma Teknikleri*. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Güz, N. (2005). *Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları*. Ankara: Nobel Yayınevi
- İrvan, S. (2003). "Medya ve Etik". *Medya, Etik ve Hukuk, Habercinin El Kitabı*, Vakfı Yayınları, İstanbul, Ed. Sevdâ Alankuş İstanbul:IPS İletişim.
- Kuyucu, M. (2019). "Matbaadan Twitter'a Değişen Gazetecilikte Yaşanan Sosyal Medya İnkılabı: Türkiye'de Yayınlanan Gazetelerin Twitter Kullanımına Yönelik Bir Araştırma", Ed: Dr. Zafer Özdemir ve Dr. Aysel Çetinkaya, *Dijital Çağda Habercilik*, İstanbul: Der Yayınları.
- Küçüközyiğit, U. (2014). *Haber Üretim Sürecinde Haber Kararı ve Karar Aşamasında Öne Çıkan Faktörler*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Lippmann, W. (1994). *Public Opinion*, çev. Ayseli Usluata, İstanbul: İletişim Yayınları.
- McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory: An Introduction*. SAGE
- Mutlu, E. (1995). *İletişim Sözlüğü*, Ankara:Ark Yayınevi
- Özbek, M. (2004). "Giriş: Kamusal Alanın Sınırları". Ed.Meral Özbek, *Kamusal Alan*. İstanbul: Hil Yayın, s. 10-90
- Özdemir, Z. (2019). "Dijitalleşme Sürecinde İletişim ve Haberciliğin Evrimi", (Ed: Dr. Zafer Özdemir ve Dr. Aysel Çetinkaya) *Dijital Çağda Habercilik*, İstanbul: Der Yayınları
- Pan, Z., and Kosicki, G. M. (2001). "Framing as a Strategic Action in Public Deliberation". In S. D. Reese, O. H. Gandy Jr. and A. E. Grant (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, pp. 35-65.
- Rigel N. (2000). *İleti Tasarımında Haber*, Der Yayınları, İstanbul
- Temizel, H. (2008). "Kamuoyu Kuramları ve Kamuoyu Oluşumunda Kitle İletişim Araçları". *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15, 127-146
- Tokgöz, O. (2012). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi,
- Yaylagül, L. (2010). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınevi
- Yücedoğan, G. (1997). "Medya-Kamuoyu İlişkisi". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hekimli Dergisi*, 6, 83-87.

# BÖLÜM 9

## Eşik Bekçiliği ve Haberde Yönlendirme

Nagihan ÜNLÜ KARATAŞ<sup>1</sup>

### |Eşik Bekçiliği Kavramı ve Önemi

Eşik bekçiliği kavramı, özellikle iletişim ve haber medyası alanında yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Haberlere konu olan olaylar, ilk elden veya ikincil kaynaklardan bilgi parçacıkları olarak toplanmaya başlandığında, yazım sürecinde ve çeşitli editoryal aşamalarda farklı filtrelerden geçer. Haberler, insanların doğrudan deneyimlemediği olayları dil pratikleri aracılığıyla yeniden inşa eder. Bu yeniden inşa edilmiş haberler, insanların olaylar hakkındaki algılarını, bilgilerini, duygularını ve tepkilerini şekillendirir. Alıcıya ulaşan mesajların kaynağı tarafından yapılandırılması işlemi, eşik bekçiliği uygulamalarının bir sonucudur.

Medyadan topluma iletilecek içerikler, medya sahiplerinin çıkarları, egemen güçlerle olan ilişkileri ve gelecekteki planları gibi çeşitli faktörler göz önünde bulundurularak filtrelenmelidir (Güngör, 2020, s.380). Dijital dönüşüm sonrasında gazetecilik uygulamaları, yapay zekâ teknolojilerinin ilerlemesiyle birlikte değişmiştir. Artık haber odalarında robot gazeteciler, haber

<sup>1</sup> Doktorant, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik ABD, nagihan.2607@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-2378-244X



hareket etmesi veya belirli bir çerçevede düşünmesi isteniyorsa, bu amaçla totaliter yöntemler tercih edilmez. Chomsky'nin belirttiği gibi, "demokratik sistemde gerekli yanılgılar zorla dayatılamaz" (Chomsky, 2002, s.71). Bunun yerine, bu tür yanılgıların halkın zihnine yerleştirilmesi için daha ince yöntemler kullanılır. Demokratik bir ortamda, insanların bağımsız düşüncelerinin eyleme dönüşmesi riski her zaman mevcuttur. Rızanın imalatı sürecinde, insanların ne düşündüğü önemli olmasa da tartışma yasaklanmaz. Bu, her ne kadar bir çelişki gibi görünse de kamuoyunun belirli bir çerçevede tartışma yapması arzu edilir. Bu çerçeve içinde kalan tartışmalar, sistemin güçlenmesine katkı sağlar. Çerçevenin sınırları ise gündem belirleme gücüne sahip olanlar tarafından çizilir.

Shoemaker (1991, s.75), bireysel özelliklerin önemine vurgu yaparak, haber medyasında çalışan bireylerin psikolojik özelliklerinin eşik bekçiliği sürecini etkilediğini belirtmektedir. Medya çalışanlarının beğenileri, mesleklerine dair düşünceleri, sorunlar üzerindeki düşünme biçimleri, karar verme stratejileri ve değerleri, mesajların seçimi ve şekillendirilmesinde etkili olmaktadır. Bu nedenle, medya kuruluşları personel seçiminde rastlantısallığa yer vermemektedir. Her kademedeki habercilerin seçimi, en üst düzeydeki eşik bekçiliği kuralı olan genel yayın politikasıyla uyumlu personel tercih edilerek gerçekleştirilmektedir. Herman ve Chomsky'ye (2006, s.15) göre, genel yayın politikasıyla uyumlu bir yayın çizgisinin sürdürülmesi, kaba müdahalelerle değil, uygun düşünce yapısına sahip personelin seçilmesiyle mümkündür. Farklı görevlerde bulunan habercilerin, kurumun politikasıyla uyumlu öncelikleri ve haber değeri kriterlerini içselleştirmeleri sağlanmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Alver, F. (2011). Gazetecilik bilimi ve kuramları. Kalkedon Yayınları.
- Atabek, N. (2002), "Kamuoyu, Medya ve Demokrasi". Kurgu Dergisi. Sayı 19, 223- 238.
- Bölükbaşı, S. (2024). Dijital Dönüşüm Sonrası Gazetecilikte Yaşanan Yenilikçi İkilemi Üzerine Ampirik Bir Araştırma. İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi, 4(2), 134-153. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10980533>
- Carter T. B. (1998), "Electronic Gatekeepers: Locking Out The Marketplace Of Ideas". Communication Law and Policy. 3:3., 389-408.
- Chomsky N. (2002) Medya Gerçeği. (Çev. Abdullah Yılmaz, Osman Akinbay). İstanbul: Everest Yayınları.
- Donohue, G.A. Tichenor, P.J. and Olien, C.N. (1972). "Gatekeeping: mass media systems and information control", in Kline, F.G. and Tichenor, P.J. (Eds), Current Perspectives in Mass Communication Research, Sage, 41-70.



- Edward S. Herman, Noam Chomsky, Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası, çev: Ender Abadoğlu, İstanbul, Aram Yayınevi, 2006
- Güngör, N. (2020). İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar. Siyasal Kitabevi.
- Herman, S. E. Chomsky, N. (2006). Kitle Medyasının Ekonomi Politikası Rızanın İmalatı. (Çev. Ender Abadoğlu). İstanbul: Aram Yayıncılık.
- Keshvani, N., and Tickle, S. (2001). "Online news: The Changing Digital Mediascape". Australian Studies Journal. April, 99-105.
- Keshvani, N., Tickle, S. (2001), "Online news: The Changing Digital Mediascape". Australian Studies Journal. April, 99-105.
- Küçüközyiğit, U. (2014). Haber üretim sürecinde 'Haber Kararı' ve karar aşamasında öne çıkan faktörler. Doktora Tezi.
- Lewin, Kurt (1947). Frontiers in group dynamics: Channels of group life; social planning and action research. Human Relations 1-2:5-41, <https://doi.org/10.1177/001872674700100201>
- Narmanlıoğlu, H. (2016). İnternet haber sitelerinde eşik bekçiliği/gatekeeping at online news sites. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20(1).
- Özçetin, B. (2019). Kitle İletişim Kuramları: Kavramlar, Okullar, Modeller. İletişim Yayınları.
- Shoemaker, P. J. (1991). Gatekeeping. Newbury Park : Sage Publications. <http://archive.org/details/ils/gatekeeping0000shoe>
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. (2009). Gatekeeping theory. Routledge.
- Tokgöz, O. (2015). İletişim Kuramlarına Anlam Vermek Başlangıcından Günümüze Anglo-Amerikan İletişim Kuramı. İmge Kitabevi Yayınları.
- Ünlü, A., & Aydın, H. (2023). Gazetecilik Haber Üretim Pratikleri Açısından Eşik Bekçiliği Kavramı ve Yeni Bir Eşik Olarak Seo Haberciliğinin Türk Basınındaki Sunumu. Erciyes Akademi, 37(4), 1586-1609. <https://doi.org/10.48070/erciyesakademi.1356255>
- White, David Manning (1950). The "Gate Keeper": A Case Study in the Selection of News, Journalism Quarterly, Volume: 27 issue: 4, 383-390, <https://doi.org/10.1177/107769905002700403>
- Yüksel, O. (2014). İnternet Gazeteciliği ve Blog Yazarlığı. Sinemis Yayınları.

# BÖLÜM 10

## Gazetecilik Mesleğine İlişkin Temel Kavramlar

Elif AKYÜZ ERTUNÇ<sup>1</sup>

### | Giriş

Gazetelerin kamuoyu üzerindeki etkisi göz önüne alındığında, doğru bilginin hedef kitleye ulaştırılması noktasındaki rolü dikkat çekicidir. Gerçek bilgiye ulaşabilmek, kitleleri hakikate yönlendirebilmek için araştırmacı, sorgulayıcı bir tutum sergileyebilmek; gazetecilik mesleğine emek verenler için büyük önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra değişen mesleki dinamikleri takip edebilmek, kendini geliştirmek, tarafsızlık ilkesine bağlı kalabilmek dikkat edilmesi gereken hususlar olarak ön planda yer almaktadır.

Gazete kuruluşlarında görev tanımları ve dağılımları yapılırken; etik değerlere bağlılık, yayın politikasına uygunluk, özdenetim mekanizmasını kullanabilmek, etkili iletişim kurabilmek gibi kriterler söz konusu olmaktadır. Gazete kuruluşunda görev alanların arasındaki bağ adeta, bir zincirin halkalarını anımsatır ve her birey ekibin bir parçası konumundadır. Bu çerçevede; taslak halindeki bilgilerin detaylandırılması, açık, anlaşılır hale getirilmesi, toplumun haber alma hakkının

<sup>1</sup> Öğr. Gör., Gaziantep Üniversitesi Naci Topçuoğlu Meslek Yüksekokulu, Elektronik ve Otomasyon Bölümü, elifakyuz@gantep.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-2613-3111



## Sonuç

Gazetecilik mesleğine ilişkin temel kavramların incelendiği bu çalışmada; gazeteciliğin tanımına yer verilmiş ve diğer mesleklerden farklı yönleri ele alınmıştır. Geleneksel anlamda yayıncılığa devam eden gazete kuruluşlarında Genel Yayın Yönetmeni, Yazı İşleri Müdürü, Editör, Redaktör, Muhabirler, Sayfa Sorumluları ve Haber Merkezinde çalışanların iş akışı açısından görev tanımları, sorumlulukları incelenmiştir. Buna göre; toplumun doğru bilgiyle buluşturulabilmesi için farklı kademelerde haber üzerinde yapılan işlemlerle çok aşamalı çalışma prensibinin benimsendiği sonucuna ulaşılmıştır. İnternet gazetelerinde ise hedef kitleyle çift yönlü iletişim kurulabilmesinin olumlu etkilerinin yanında, yazım kurallarına uygunluğu, gerçekliği denetlenmeyen haberlerin paylaşılmasının olumsuz yönlerine değinilmiştir.

Sonuç itibariyle; geleneksel şekilde ya da internet ortamında yayıncılık yapan gazetelerin, topluma yön verme amacından hareketle meslek etiğini, yazım kurallarını, sorumluluk anlayışını, tarafsızlığı dikkate almaları gerekmektedir. Gazetecilik mesleğinin geleceği açısından bu hususlar büyük önem taşımaktadır.

## KAYNAKÇA

- Bal, H. (2013). *İletişim Sosyolojisi: Sosyal İletişim/ Kitle İletişimi/ Elektronik İletişim*. Sentez Yayıncılık.
- Bilici, İ. E. (2020). *Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi*. Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
- Burton, G. (1995). *Görünenden Fazlası: Medya Analizlerine Giriş*. Alan Yayıncılık.
- Bülbül, A. R. (2000). *Genel Gazetecilik Bilgileri*. Nobel Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Girgin, A. (2003). *Yazılı Basında Haber*. İnkılâp Kitabevi Yayın Sanayi ve Tic. A.Ş.
- Koloğlu, O. (2006). *Osmanlı'dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi*. Pozitif Yayınları.
- Schneider, W., & Raue, P. J. (2002). *Gazetecinin El Kitabı* (A. K. Kurşun, Ed.).
- Basın Kanunu, *Resmî Gazete* 25504 (26 Haziran 2004), Kanun No. 5187, md. 5-6. Erişim 10 Nisan 2024. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=5187&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>
- Mesleki Yeterlilik Kurumu, Ulusal Meslek Standartlarına Dair Tebliğ, *Resmi Gazete* 32506 (31 Mart 2024), Tebliğ No. 2024/1, Ek – 3, sf: 39. Erişim 15 Mayıs 2024. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2024/03/20240331.pdf>



# BÖLÜM 11

## Gazetecilik Mesleğinin Rutinleri (Gündelik İşleyiş Düzeni)

Ergin SARI<sup>1</sup>

### | Giriş

Gazetecilik; haber toplama, yazma, doğrulama ve yayınlama süreçlerini içeren karmaşık bir meslektir. Bu meslek, toplumun doğru bilgiye ulaşmasını sağlayarak demokrasinin işleyişine önemli katkılarda bulunur. Gazeteciler, haberleri tarafsız ve doğru bir şekilde sunarak kamuoyunu aydınlatmada kritik bir rol oynarlar. Gazetecilik pratiği; muhabirler, editörler, foto muhabirleri, kameramanlar, genel yayın yönetmenleri, haber merkezi çalışanları ve sunucular gibi farklı uzmanlık alanlarına ve görevlere sahip birçok profesyonelin iş birliğiyle yürütülmektedir. Bu roller, medya organizasyonunun sorunsuz işlemesi için birbirine bağlıdır ve her bir profesyonel, diğerlerinin görevlerini etkin bir şekilde yerine getirebilmesi için gereklidir. Böylece haberler zamanında ve etkili bir şekilde topluma ulaştırılır.

Her ne kadar iletişim teknolojisindeki gelişmeler gazetecilik pratiklerinde değişimlere neden olmuşsa da meslek olarak gazeteciliğin tanımı değişmemiştir. Gazeteci, en net tanımıyla, olan biteni topluma aktaran kişidir. Gazetecinin

<sup>1</sup> Dr, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van Meslek Yüksekokulu, Görsel, İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, erginsari@yyu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-7956-1390



durum, gazetecilik mesleğinin esnek ve dinamik doğasını yansıtır. Gazeteciler, haber peşinde koşarken hızlı ve etkili bir şekilde hareket etmek zorundadırlar. Gazeteciler, her an haber peşinde koşarak, olayların merkezinde yer alırlar. Güne erken saatlerde başlayan muhabirler, haber toplantılarında günün planını yapar ve ardından sahaya çıkarak bilgi toplarlar. Editörler, muhabirlerden gelen bilgileri değerlendirir, doğrular ve haberin dilini düzenler. Foto muhabirleri ve kameramanlar, haberin görsel içeriğini sağlayarak olayları daha etkileyici bir şekilde sunarlar. Genel yayın yönetmenleri ise tüm bu süreci koordine eder, stratejik kararlar alarak medya kuruluşunun yayın politikasını belirler. Gazetecilik mesleği, bu yoğun ve çeşitli görevlerle gün boyu süren bir tempoda yürütülür. Günün sonunda, haberlerin zamanında ve doğru bir şekilde yayınlanması için tüm ekip üyeleri birlikte çalışır. Böylece, gazeteciler topluma güncel ve güvenilir bilgi sağlama görevlerini başarıyla yerine getirirler.

## KAYNAKÇA

- Anadolu Ajansı (2018). *Muhabir: Habercinin El Kitabı*. Ankara: Anadolu Ajansı Yayınları.
- Boyd, A., Stewart, P., & Alexander, R. (2008). *Broadcast Journalism: Techniques of Radio and Television News*. Focal Press.
- Bulunmaz, B., & Çetin, B. (2018). *Yavaş Gazetecilik: Geçmiş mi, Gelecek mi? Slav Journalizm*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Bülbül, A. (2000). *Genel Gazetecilik Bilgileri*. Konya: Nobel Yayınları
- Girgin, A. (2003). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i*. İstanbul: İnkılap Kitapevi.
- Kovach, Bill, & Rosenstiel, Tom. (2007). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Three Rivers Press.
- Mencher, M. (2010). *News Reporting and Writing*. New York: McGraw-Hill.
- Tokgöz, O. (1994). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Yüksel, E. (2018). Haberciliğin Temel Kavramları. H. İ. Gürcan içinde, *Haberciliğin Temel Kavramları* (s. 49-75). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

# BÖLÜM 12

## Gazetecilerin Çalışma Koşullarına İlişkin Sorunlar ve Zorluklar

Ferhat GÖÇER<sup>1</sup>

### Giriş

Geç kapitalizmin kırılğan, güvenceden yoksun, sendikasız ve freelancer (serbest) çalışma/emek biçimleri, endüstriyel bir üretim biçimine ve karakterine sahip olan, medya sektöründe de kendisini açık etmektedir. Medya sektöründe ortaya çıkan mevcut çalışma biçimlerinin birtakım tarihsel ve ekonomi politik sebeplere dayalı olduğu belirtilebilir. Örneğin, medya sahiplerinin siyasal iktidarlarla kurdukları ilişkiler dahası medya ortamında gerçekleşen tekelleşme ve holdingleşme gibi bir dizi gelişmeler, medya sektöründe istihdam edilen, medya çalışanlarının önemli derecede hak kayıpları yaşamasına neden olmuştur (Kaya, 2016). Tarihsel olarak da medya sektörünün ve medyada çalışma koşullarının yapısal dönüşümü, neoliberal politikaların yürürlüğe girmesiyle başlayan bir evredir. Neoliberalizm, geç kapitalizmin ekonomi politik mantığını oluşturan bir yaklaşımdır. Buna göre toplumsal servetin/işletmelerin ve doğal kaynakların tümünün piyasa güçlerinin eline geçmesi gerektiğini savunur. Bu da kapitalizmde tarihsel bir dönüşüm olarak kendisini gösterir. Neoliberalizm ekonomi politik bir sistem olarak, tarihsel süreç içerisinde toplumsal uzamda;

<sup>1</sup> Dr. Öğr. üyesi, Avrasya Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim ve Tasarım Bölüm, ferhatzgcocer@gmail.com, ORCID iD: 0000-0003-1150-7643



sorunların yaşanmasına neden oluşturmuştur. Medya endüstrisinin çalışma ekolojisi daha çok güvencesiz, sendikası, esnek ve bir dizi sosyal haklardan mahrum bir şekilde kendisini göstermektedir. Medya endüstrisinde uygulanan mevcut emek politikalarının en ağır koşullarını yaşayan/deneyimleyen kesimin başında da gazeteciler gelmektedir. Geç kapitalizmle ilişkili olarak gerçekleşen mevcut çalışma hayatının belirsiz, esnek, güvencesiz ve örgütsüz anlayışı ya da yeni çalışma biçimleri olan freelancer veya A-tipik tarzı süreçler, gazetecilik sektöründe de yaygınlaşan bir anlayışa dönüştü. Gazeteciliğin tarihsel ve toplumsal anlamda sahip olduğu önem açısından bakıldığında, başta ücret politikaları olmak üzere sosyal haklarının niteliksel olarak iyileştirilmesi bir zorunluluk olarak kendisini ortaya koymaktadır. Zira medya endüstrisinin güncel üretim atmosferi içerisinde gazetecilik pratiklerinin gerilemesi ve niteliksiz haberciliğin yaygınlaşması gazetecilerin çalışma yaşamı içerisinde sağlıklı olmayan politikalara maruz bırakılmasıyla yakından ilişkili bir süreçtir.

## KAYNAKÇA

- Adaklı, G. (2006). Türkiye’de medya endüstrisi. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Bali, R. N. (2020). Tarz-ı hayat’tan life style’a yeni seçkinler, yeni mekânlar, yeni yaşamlar. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Cangöz, İ. (2017). Değişen anlam ve değerleriyle gazetecilik. Ankara: Sınırsız Kitap.
- Franklin, B. (1997). Newszak and news media. London: Arnold
- Hargreaves, I. (2006). Gazetecilik. (Y. Özkan, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi.
- Kaya, A. R. (2016). İktidar yumağı medya-sermaye-devlet. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Maigret, E. (2021). Medya ve iletişim sosyolojisi. (H. Yücel, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- McChesney, R. W. (2003). Küresel iletişimin politik ekonomisi. E. M. Robert W. McChesney içinde, Kapitalizm ve enformasyon çağı (E. B. Nil Senem Çınga, Çev., s. 7-39). Ankara: Epos Yayınları.
- O’Donnell, P. (2017). Beyond Newsrooms: younger journalists talk about job loss and re-employment in australian journalism. Australian Journalism Review, 2(39), 163-175.
- Paulussen, S. (2012). Technology And The Transformation Of News Work: Are Labor Conditions In (online) Journalism Changing. The Handbook Of Global Online Journalism, 192-208.
- Salcatti, M. (1995). The Emergence of the reporter: mechanization and the devaluation of editorial workers. B. B. Hanno Hardt içinde, In news workers: towards a history of the rank and file (s. 48-74). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Schudson, M. (2022). Gazetecilik neden önemli?. (Çev: Gülseren Adaklı). Ankara: Umag Yayınları.
- Sherwood, M. O’Donnell, P. (2018). Once A Journalist, Always A Journalist? Industry Restructure, Job Loss And Professional Identity. Journalism Studies, 7(19), 1021-1038.
- Tokgöz, O. (2019). Temel gazetecilik. Ankara: İmge Kitabevi.

## İnternet Kaynakları

<https://tgs.org.tr/tgs-basin-ozgurlugu-raporu-2021-2022/>

# BÖLÜM 13

## Fikir Gazeteciliği

Taybe TOPSAKAL<sup>1</sup>

### | Fikir Gazeteciliği: Tanımı ve İlgili Kavramlar

**T**oplumun nabzını tutan, haber ve bilgi aktaran gazetecilik değişen araç ve teknolojiler ile birlikte her dönem önemini koruyan meslek olmaya devam etmektedir. Diğer yandan her dönemin siyasi, ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmeleri gazeteciliği derinden etkilemekle birlikte gerek siyasi gerekse ekonomik baskılar ideal gazetecilik pratiklerinin uygulanmasını zorlaştırabilmektedir. Fakat yine de fikirlerin savunuculuğu ve yorumlanması gazetecilik için önemini korumaya devam etmektedir. Bu açıdan fikir gazeteciliği ciddi içerikli haberlerle insanları düşünmeye yönlterek önemli toplumsal sorunları, konuları saptayarak toplumun gündemine getirmektedir (Tokgöz, 1981 s. 131 ). Bunu fikir ve görüşler ile tamamlayarak olay veya olgunun nedeni üzerinde durabilmektedir. Dolayısıyla haberin ayrıntılı anlatılması ve yorumlanması söz konusudur. Fikir gazeteciliği renkli ve magazinsel haberlerin dışında ciddi haber ve içerikler sunmaktadır. Böylece okuyucuyu daha fazla düşünmeye sevk etmekte ve bilgilendirme yönü daha ağır basmaktadır.

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü, taybe.topsakal@usak.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-0303-9870



gazetecilik, magazinsel ve eğlendirici içerikler yerine bilgilendirici ve eğitici içeriklere odaklanmaktadır. Gazeteciler, fikir gazeteciliğiyle toplumun kanaat ve düşünce yapısının şekillenmesine katkıda bulunur ve okuyucuların düşünsel dünyasını besler. Ancak bu tür gazetecilikte etik ilkelere bağlı kalma gerekliliği de önemlidir.

Fikir gazeteciliğinde etik ilkelere uyulması, gazetecilerin sorumluluklarını yerine getirmesi haberlerin doğru ve dengeli bir şekilde sunulmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda, haberlerin doğruluğu ve güvenilirliği her zaman önceliklidir. Ayrıca, fikir gazeteciliği yaparken gazetecilerin öznelliklerinin farkında olmaları ve okuyucuları yanıltıcı veya manipülatif içeriklerden kaçınmaları gerekmektedir. Haberlerde yer alan yorumlar ve analizlerin, gerçeklere dayanması gerekir. Gazetecilerin, kişisel veya siyasi çıkarlarına hizmet etmekten kaçınmaları ve kamu yararını gözetmeleri de önemlidir. Diğer yandan gazetecilerin kişisel görüşlerini aktarırken nefret söylemi yapmamaları ve bundan kaçınmaları gerekmektedir.

Sonuç olarak, fikir gazeteciliği fikirlerin ve yorumun ön planda olduğu, ciddi içerik ve bilgi yönü ağır basan bir gazetecilik türüdür. Fikir gazeteciliği yaparken gazetecilerin etik ilkelere uyum göstermeleri, haberlerin doğruluğunu korumaları ve okuyucuların çeşitli görüşlere erişimini sağlamaları önemlidir. Bu şekilde, fikir gazeteciliği toplumsal bilincin gelişimine katkıda bulmakta ve demokratik bir kamuoyunun oluşturulmasına yardımcı olmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Abadan, N. (1961) Gazeteciliğin gelişim safhaları. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, XVI (1), 127.
- Basın Konseyi (2024, 9 Mayıs). *Basın meslek ilkeleri*. <https://www.basinkonseyi.org.tr/basin-meslek-illeleleri/>
- Benson, R. & Hallin D. (2007) How states, markets and globalization shape the news: The French and US national press, 1965–97. *European Journal of Communication*, 22: 27–48.
- Djerf-Pierre, M. & Weibull L. (2008) From public educator to interpreting ombudsman. Regimes of political journalism in Swedish public service broadcasting, 1925–2005. Strömbäck J, Ørsten M and Aalberg T (Eds.), *Communicating Politics. Political Communication in the Nordic Countries*. Gothenburg: Nordicom, (s. 195–214).
- Ertuğ, H. F. (1960) *Basın ve yayım hareketleri tarihi*. İstanbul: Sulhi Garan Matbaası.
- Ezedike, E. U., Eyo, E. B. & Bassey, S. A. (2019) Truth and objectivity in the ethics of journalism: an appraisal. *PINISI Discretion Review*, 2(2), 193-204.
- Fielding, V. (2023) Conservative advocacy journalism: Explored with a model of journalists' influence on democracy. *Journalism*, 24(8), 1817-1835.
- Fisher, C. (2016) The advocacy continuum: Towards a theory of advocacy in journalism. *Journalism*, 17(6), 711-726.



- Hampton, M. (2008). The “objectivity” ideal and its limitations in 20th-century British journalism. *Journalism Studies*, 9(4), 477-493.
- Hanitzsch, T. & Vos, T. P. (2018) Journalism beyond democracy: A new look into journalistic roles in political and everyday life. *Journalism*, 19(2), 146-164. Doi.org/10.1177/1464884916673386
- Jacobs, R. N. & Townsley, E. (2011) *The space of opinion: Media intellectuals and the public sphere*. OUP USA.
- Janowitz M. (1975) Professional models in journalism: the gatekeeper and the advocate. *Journalism Quarterly*, 52(4): 618–626.
- Jiang, Y. (2022) The belt and road initiative narratives in Australian opinion journalism, 2013–2020. *Area Development and Policy*, 1-17.
- Johnson, B. G. Thomas, R. J. & Kelling, K. (2021) Boundaries of hate: Ethical implications of the discursive construction of hate speech in US opinion journalism. *Journal of Media Ethics*, 36(1), 20-35.
- Kalsın, B. (2014) II. Meşrutiyet’te fikir gazeteciliği: Sırat-ı müstakim, iştirak, içtihad ve Türk yurdu. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12), 199-218.
- Kelling, K. & Thomas, R. J. (2018) The roles and functions of opinion journalists. *Newspaper Research Journal*, 39(4), 398-419.
- Koloğlu, O. (1992) *Osmanlı’dan günümüze Türkiye’de basım*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Köktener, A. (2001) Fikir gazeteciliği ve ilk Türk fikir gazetesi: Tercüman-ı Ahval. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (11).
- Laws, N. & Chojnicka, J. (2020) “A future to believe in”: introducing varieties of advocacy journalism. The example of sustainability and the Sanders campaign. *Journalism Studies*, 21(9), 1261-1283.
- Nalcioglu, B. U. (2005). Tanzimat dönemi Türk gazeteciliği ve Türk basınının ilkleri. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 253-267.
- Okoye, I. (2007) *Nigeria press law and ethics*. Lagos: Malthouse Press.
- Öktem, M. (2001) *Türk fikir gazeteciliğinde değişim: Cumhuriyet ve radikal gazetelerinin karşılaştırılması* [Yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Özgen, M. (1998) Türkiye’de fikir gazeteciliğine tarihsel bir bakış açısı ve basın meslek ahlakı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (8).
- Patterson, Thomas, E. (2000) The United States: News in a free-market Society. Richard Gunther and Anthony Mughan (Eds.), *Democracy and the Media: A Comparative Perspective* (s. 241–265). New York: Cambridge University Press.
- Salgado, S. & Strömbäck, J. (2012) Interpretive journalism: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 144-161.
- Schudson, M. (2001a) The objectivity norm in American journalism. *Journalism*, 2(2), 149-170.
- Schudson, M. (2001b) The emergence of the objectivity norm in American journalism. Michael Hechter and Karl-Dieter Opp (Eds.), *Social norms*, New York: Russell Sage Foundation, (s. 165-85).
- Soontjens, K. (2019) The rise of interpretive journalism: Belgian newspaper coverage, 1985–2014. *Journalism Studies*, 20(7), 952-971.
- Tabada, M. T. A. Q. (2022) Gendered space: A study of newspaper opinion journalism as emergent and oppositional in the dominant culture of journalism. *Plaridel*, 19(1), 27-53. Doi.org/10.52518/2022.19.1-01tabada
- Tokgöz, O. (1981) *Temel gazetecilik*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları
- Topuz, H. (1973) *100 soruda Türk basım tarihi*. İstanbul: Gerçek Yayınları.
- Türkiye Gazeteciler Cemiyeti. (2024, 9 Mayıs ) *Türkiye gazetecileri hak ve sorumluluk bildirgesi*. <https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/t%C3%BCrkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi/bildirge.html>



- Waisbord, S. (2008) Advocacy journalism in a global context. Wahl-Jorgensen K and Hanitzsch T (eds.), *The Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge, pp. 371–385
- Weaver D. H. & Wilhoit, G. C. (1996) *The American Journalist in the 1990s: U.S. newspeople at the end of an era*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Yanardağ, M. F. (2011) Tanzimat dönemi fikir gazeteciliğinin önemli ismi Tasviri Efkâr ve toplumsal değişime katkısı. *Tercüman-ı Ahval'in 150. Yılında İstanbul'da Fikir Gazeteciliği Sempozyumu* (21-22 Ekim 2010), 1-15.



# BÖLÜM 14

## **Saklanmış Gerçeklerin İzinde: Araştırmacı Gazeteciliğe Genel Bir Bakış**

*Didem DENİZ ANAMUR<sup>1</sup>*

### | Giriş

Gazeteciden beklenen haberi ele alırken konuyla ilgili tüm detayları gözden geçirmesi, araştırması, sorgulaması ve haberi eksiksiz bir şekilde tamamlamasıdır. Bu sebeple, gazetecilikte araştırmacı bir bakış açısının önemli olduğunu söyleyebiliriz. Ancak her haberin kapsamlı bir araştırmaya dayalı özel bir haber olmayacağı gibi her gazeteci de araştırmacı gazeteci değildir. Araştırmacı gazeteciliği diğer habercilik türlerinden ayıran en önemli detay araştırmaya ayrılan süre ve emektir. Araştırmacı gazetecilik türünde gazeteciler kamu yararı gördükleri ya da toplumu ilgilendiren bir konu ile ilgili derinlemesine araştırma yaparken konu hakkında erişebildikleri tüm veri ve kişilere de ulaşmaya çalışmaktadır. Haber toplama ve kaynaklara ulaşma konusunda ekstra bir emek vardır.

Araştırmacı gazetecilik için her şeyden öte gazeteciyi tetikleyen ve ona bu konu hakkında derinlemesine araştırma yapmaya iten bir gizemin ya da sorunun olması gerekmektedir. Demokrasinin vazgeçilmez unsurlarından biri olan basın

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, didem.deniz@usak.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-0390-0245



karmaşık konuları derinlemesine araştırma ve ifşa etme amacını taşır. Bu tür gazetecilik, ayrıntılı araştırma ve veri toplama süreçleri gerektirir ve gazetecilerin, zaman, emek ve kaynaklar açısından büyük bir özveri göstermelerini zorunlu kılar.

Araştırmacı gazetecilik, demokrasinin güçlü bir destekçisi olarak, halkın bilgi edinme hakkını koruma ve güçlülerin eylemlerini denetleme işlevini üstlenir. Gazetecinin bağımsızlığı, etik ilkeleri ve yasal düzenlemelerle güvence altına alınmalıdır ki bu sayede kamu yararına hizmet edebilecek nitelikte derinlemesine çalışmalar gerçekleştirebilsin. Bununla birlikte, modern araştırmacı gazetecilik, teknolojinin sunduğu olanaklarla daha etkili araçlar ve yöntemler kullanarak bilgi toplama ve analiz etme yeteneğine sahiptir.

Muckraking hareketinin köklerinden günümüze uzanan araştırmacı gazetecilik, zaman içinde büyük bir gelişim göstermiştir. İlk yıllarda karşılaşılan zorluklar ve olumsuz çağrışımlara rağmen, araştırmacı gazetecilik, demokratik değerlere ve toplumsal adalete katkıda bulunma amacıyla önemli bir rol oynamaktadır. Watergate Skandalı gibi örnekler, araştırmacı gazeteciliğin toplumsal değişim ve adalet sağlama konusundaki gücünü gözler önüne sermektedir. Günümüzde de bu tür gazetecilik, derinlemesine araştırma ve objektif raporlama anlayışıyla, toplumsal sorunları ortaya çıkarmaya ve kamuoyunu bilgilendirmeye devam etmektedir.

Araştırmacı gazetecilik, bilgilendirilmiş ve demokratik bir toplumun teminatıdır. Gazetecilerin titiz çalışmaları ve etik değerleri, adil ve eşit bir toplumun inşasına önemli katkılarda bulunmaktadır. Araştırmacı gazetecilik, yalnızca haber üretmekle kalmaz, aynı zamanda toplumsal vicdanı temsil eder ve adaletsizliklere karşı sesini yükseltir. Bu bağlamda, hem gazetecilik pratiğinin hem de kamu desteğinin, bu değerli mesleğin etkin bir şekilde sürdürülebilmesi için önemi büyüktür.

## KAYNAKÇA

- Akçalı İçin, S. (2003). Kamu Çıkarını Korumak İçin Araştırmacı Gazetecilik Bir Alternatif Olabilir mi? 18, 73-97. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi*(18), 73-97.
- Armağan, A. (1998). Bir Uzmanlık Alanı Olarak Araştırmacı Gazetecilik. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(7), 77-88. <https://doi.org/https://doi.org/10.17064/iüifhd.19930>
- Aucoin, J. L. (2006). *The Evolution of American Investigative Journalism*. Columbia and London: University of Missouri Press.



- Bernstein, C., & Woodward, B. (1974). *All the President's Men: The most devastating political detective story of the 20th century*. New York: Simon & Schuster Paperbacks.
- Brooks, B. S., Kennedy, G., Moen, D. R., & Ranly, D. (2014). *News Reporting and Writing* (11 b.). Bedford/St. Martin's.
- De Burgh, H. (2008). Introduction. H. De Burgh içinde, *Investigative Journalism* (s. 10). New York: Routledge.
- Ettema, J. S., & Glasser, T. L. (1985). On the Epistemology of Investigative Journalism. *Communication*, 8, 183-206.
- Feldstein, M. (2006). A Muckraking Model: Investigative Reporting Cycles in American History. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 11(2), 105-120. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1081180X0628678>
- Fordham, H. (2019). Muckraker. H. Fordham içinde, *George Seldes' War for the Public Good: Weaponizing a Free Press* (s. 11-20). New York: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-30877-3>
- Horrie, C. (2008). Investigative journalism and English law. H. De Burgh içinde, *Investigative journalism* (s. 114-129). Routledge.
- Houston, B. (2009). *The investigative reporter's handbook*. Boston: IRE.
- İrvan, S. (2018, Ekim). Araştırmacı Gazetecilik: Kavramsal Bir Değerlendirme. *Etkileşim*(2), 70-95.
- Kurt Öncel, G. (2012). *Soruşturmacı Gazeteciliğin Demokrasilerdeki Yeri: Kuramlar ve Uygulamalar*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mollenhoff, C. R. (1976, Summer). Investigative Reporting: "The Precarious Profession". *Nieman Reports*, XXX(2), 37-40.
- Ritchie, D. A. (1998). Investigating the Watergate Scandal. *OAH Magazine of History*, 12(4), 49-53.
- Tokgöz, O. (2006). *Temel Gazetecilik* (6. Baskı b.). Ankara: İmge.
- Türe, C. (2021, Ocak 24). "Mobilya Dosyası'nın Sonuçları, Türkiye'de İşlenen Benzeri Suçların Cezasız Kalmayacağı'nın Göstergesi Oldu". Temmuz 2, 2024 tarihinde <https://turk-internet.com/mobilya-dosyasinin-sonuclari-turkiyede-islennen-benzeri-suclarin-cezasiz-kalmayacagin-in-gos-tergesi-oldu/> adresinden alındı

# BÖLÜM 15

## Magazin Gazeteciliği

Şerife Özgün ÇITAK<sup>1</sup>

### |Magazin Nedir?

**M**agazini anlamak için önce kelime kökenine bakmak gereklidir. Magazin, Arapça pek çok şeyin saklandığı mekan anlamına gelen “mahzen” kelimesinin çoğulu olan, “mahazin”den gelmektedir (Belge, 1997, s. 373). Buradan da anlaşılabilirce üzere magazin konuları astrolojiden, yemek tariflerine; cinayetlerden, sansasyonel olaylara; ünlülerin özel hayatlarından, ne giydiklerine ulaşan çok geniş bir yelpazede yer almaktadır. Gazetelerin bilgi verme ve halkı aydınlatma işlevlerinin yanında eğlendirme işlevleri de vardır. Magazin haberleri de eğlendirme işlevini yerine getiren önemli bir haber türüdür. Magazin gazeteciliğinde, görseiliğin ön planda olduğu, renkli ve ilgi çekici haberler üretilmektedir. Magazin, insanların gündelik hayatın stresinden ve baskısından kaçıp, rahatlatma ve eğlenme ihtiyaçlarını gidermeye yarayan bir haber türüdür. Magazin haberleri toplumun her kesiminin ilgisini çekmektedir (Tokgöz, 1994, s. 285). Magazin içeriklerinin eğitim düzeyi daha düşük olan sınıflara hitap ettiği düşünülse de günümüzde tüm medyanın magazinleşmesinden de

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi Rektörlük Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, sozguncitak@gmail.com, socitak@aku.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-2347-6218



## KAYNAKÇA

- Belge, M. (1997). *Tarihten Güncelliğe* (1. baskı). İstanbul: İletişim.
- Cabas, M. (2017). *2001 Eski Türkiye'nin Son Yılı* (1. basım). Galatasaray, İstanbul: Can Yayınları.
- Çıtak, Ş. Ö. (2007). *1980 Askeri Darbesinin Yazılı Magazin Basımındaki Yansıması ve Basının Magazinleşmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Afyonkarahisar.
- Dağtaş, E. (2006). *Türkiye'de Magazin Basını: Magazin Eklerinin Sektör ve Metin Analizi*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Eldridge, S. A. (2021). Digital Impacts on the Tabloid Sphere: Blurring and Diffusion of a Popular Form and its Power. İçinde M. Conboy & S. A. Eldridge (Ed.), *Global Tabloid: Culture and Technology* (ss. 16-33). London ; New York: Routledge.
- Franklin, B., Hamer, M., Hanna, M., & Kinsey, M. (2024). *Key Concepts in Journalism Studies*. London. <https://doi.org/10.4135/9781446215821>
- Hargreaves, I. (2005). *Journalism: A Very Short Introduction*. Oxford, [England] ; New York: Oxford University Press.
- Johansson, S. (2007). *Reading Tabloids: Tabloid Newspapers and Their Readers*. Stockholm: Södertörns högskola.
- McNair, B. (2006). *News and Journalism in the UK* (4. ed., transferred to digital printing). London: Routledge.
- Oktay, A. (2002). *Türkiye'de Popüler Kültür*. İstanbul: Everest.
- Paparazi ne demek TDK Sözlük Anlamı. (t.y.). Geliş tarihi 07 Temmuz 2024, gönderen <https://sozluk.gov.tr/?kelime=paparazi>
- Sarı, E. (2003). *Haberin Magazinleşmesi ve Reha Muhtar Haberciliği* (Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Ana Bilim Dalı, Kocaeli.
- Soygüder, Ş. (2003). *Eyvah Paparazzi! Magazin Haberi, Haberin Magazinleşmesi ve Etik* (1. Baskı). İstanbul: Om Yayınevi.
- Tekin, A. (2006). *Türk Basımında Kayan Yıldız: Haldun Simavi'nin "Günaydın"ı* (1. baskı). Güneşli, İstanbul: Doğan Kitap.
- Tokgöz, O. (1994). *Temel Gazetecilik* (3. baskı). Ankara: İmge Yayınevi.
- Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi. (t.y.). Geliş tarihi 25 Mayıs 2024, gönderen <https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/t%C3%BCrkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi/bildirge.html>

# BÖLÜM 16

## Radyo ve Televizyon Haberciliği

Sibel MERT<sup>1</sup>

### 1. Radyonun Kısa Tarihi

Radyo kelimesinin etimolojik açılımına bakıldığında, Latince Radius (ışınlama) ve Yunanca fone (ses) kelimelerinin bir araya gelerek “Radyofoni” kelimesinin kısaltılmış şekli olduğu görülmektedir (MEGEP, 2011:2).

Radyo, teknik ve teknolojik olarak basın yayıncılığından sonra ortaya çıkan ilk kitle iletişim aracıdır. Radyo, basın yayınlarının aksine okuma yazma bilmeyi ya da herhangi çabayı gerektirmeyen, insanların yaşadıkları dünyadan haberdar olmak için her gün satın almak zorunda olmadıkları bir kitle iletişim aracı olarak uzun yıllar tahtını korumuştur. Ayrıca radyo, anında haber ve bilgi verme özelliğiyle kitle iletişim araçlarının farklı bir boyutunu ortaya çıkarmıştır. Örneğin bir gazete hava şartlarından dolayı ulaşımı çok zor olan bir yere en erken birkaç günde ulaşabilmesine rağmen radyo, yayın ağının genişliği kapsamında anında o yere haber ve bilgi iletimi sağlayabilmektedir.

Telgrafın icadıyla bir yerden başka bir yere elektromanyetik dalgalar sayesinde bir mesajın aktarılabilmesi, bilim insanları tarafından sesin de aktarılabilceği

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Trabzon Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, smert@trabzon.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-2787-1693



habercilik metodlarını kullanarak yeni bir habercilik anlayışıyla hedef kitleye ulaşmaktadırlar.

## KAYNAKÇA

- Akalın, İ. (2011). *Radio ve Televizyon Teknolojilerindeki Gelişmelerin Hukuki Düzenlemelere Etkisi. (Uzmanlık Tezi)*. T.C Radyo ve Televizyon Üst Kurulu. Ankara.
- Akıllıoğlu, Serpil & Aziz Aysel, & Çolakoğlu, Nuri & Dağlı, Nevzat, & Görün, Nurten, & Bayık, Hüdayi, & Saydamer, Hilka ve Tanık, Mihriban. (1990). *TRT, Düünden Bugüne Radio-Televizyon*. Ankara: Ajans Türk Matbaacılık.
- Alemdar, Korkmaz, & Uzun, Ruhdan. (2013). *Herkes için Gazetecilik*. Ankara: Tanyeri Kitap.
- Aziz, Aysel. (2013). *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı (Giriş)*. İstanbul: Hiperlink Eğitim İletişim Yayınları.
- Barbier, Frederic, & Lavenir, C.Bertho. (2001). *Diderot'dan İnternete Medya*. (Çeviren: Kerem Eksen). İstanbul: Okyanus Yayın.
- Boyd, Andrew. (2001). *Broadcast Journalism (5th Edition)*. Oxford: Focal Press.
- Cankaya, Özden. (2003). *Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: TRT 1927-2000 (1. Baskı)*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Dilekçen, T. (2005). *Televizyon haberciliği*. İstanbul: Okumuş Adam Yayınevi.
- Girgin, Atilla. (1998). *Haber Yazma Teknikleri*. İstanbul: İnkilap Yayınları.
- Gökçe, G. (2012). *Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği*. İstanbul: Der Yayınları.
- Işıklar, Hakan Cem. (2014). *Prpfesyonel TV Haberciliği*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Jeanneney, J.noel. (2009). *Başlangıçtan Günümüze Medya Tarihi*. (Çeviren: Esra Atuk). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- McLeish, Robert. (1999). *Radio Production (4th edition)*. Oxford: Focal Press.
- MEGEP, (2011). *Radyo ve Televizyon Tarihi*, 26 Haziran 2024 tarihinde [https://www.megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/Radyo%20Televizyon%20Tarihi.pdf](https://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Radyo%20Televizyon%20Tarihi.pdf), adresinden erişildi.
- MEGEP, (2013). *Radyo Haberciliği*, 26 Haziran 2024 tarihinde [https://megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/Radyo%20Habercili%C4%9Fi.pdf](https://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Radyo%20Habercili%C4%9Fi.pdf), adresinden erişildi.
- Parsa, Seyide. (1993). *Televizyon Haberciliği ve Kuramları*. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Şentürk, Rıdvan. (2009). "McLuhan'ın Televizyon Teorisi". İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl:8 Sayı:15 Bahar 2009 s.17-31.
- Tokgöz, Oya. (1994). *Temel Gazetecilik (3. Baskı)*. Ankara: İmge Kitap Evi.
- Tutuk, Z. Ş., & Barutçu, B. (2018). *Televizyon Diye Bir Şey Varmış: Türkiye'de Televizyonculuğun Başlangıç Öyküsü 1951-1971 İTÜ TV Dönemi*. (1. Baskı). İstanbul: İTÜ Vakfı İktisadi İşletmesi.
- Uğurlu, Faruk, & Öztürk, Şerife. (2006). *Türkiye'de Televizyon Haberciliği: Özel TV kanallarının Getirdikleri*. Konya: Tablet Kitapevi.
- Uslu, İ. (2011). *Televizyon Yayıncılığında Kamu Hizmeti Yayıncılığı. (Uzmanlık Tezi)*. Ankara: T.C. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu.
- Uyguç, Ü., & Genç, A. (1998). *Radyo Televizyon Haberciliği*. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Vivian, John. (1999). *The Medio Of Mass Communication (5th Edition)*. Needham: A Viacom Company.
- Yılmaz, Âdem. (t.y.). *Radyo ve Televizyon Haberciliği*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Yüksel, E., & Gürcan, İ. (2005). *Haber Toplama ve Yazma*. Konya: Tablet Yayınları.

# BÖLÜM 17

## İnternet Gazeteciliği

Revsan ŞEN<sup>1</sup>

1990'lı yıllara kadar ağırlıklı biçimde geleneksel medya üzerinden takip edilen haber izleme süreçleri bu yılların ardından internet ortamında yoğunlaşmıştır. İnternetin gazetecilik mesleği ile iç içe geçmesiyle birlikte farklılaşan haber üretim pratikleri birbirinden farklı kavramlarla ele alınmaya başlanmıştır. Dijital gazetecilik, çevrimiçi gazetecilik, web gazeteciliği, sanal gazetecilik veya sanal habercilik gibi tanımlamalarla ön plana çıkan bu yeni adlandırmaların ortak noktaları ise haber üretim ve dağıtım süreçlerinin internet ortamlarına entegre edilmesidir (Mitchelstein ve Boczkowski, 2009). Geleneksel gazetecilikte haberi takip edebilmek için gazete, radyo ve televizyona başvurmak zorunda kalan bireyler, yeni medya ile tüm bu haber takip etme sürecini aynı anda ve bir tek cihaz aracılığıyla takip edebilmektedir. Özellikle de mobil cihazların iletişim teknolojileri içerisinde geldiği nokta, haberin zaman ve mekânın tüm sınırlılıklarını aşarak kolaylıkla erişilebilir hale gelmesine yol açmıştır. Bu teknolojilerin bir araya gelmesi ile oluşan yeni medyanın en önemli parçasını ise bu yapının temel taşı olarak tanımlanabilecek, içerisinde bulunan araçları aşan ve her bir parçayı diğerine bağlayabilen internet oluşturmaktadır (Aktaş, 2007, s. 3). Bu gücü ile internet, anlık iletişimi mümkün kılan altyapısı ve merkezi

<sup>1</sup> Öğr. Gör., Gaziantep Üniversitesi, Medya ve İletişim Uygulama ve Araştırma Merkezi, revsansen@gantep.edu.tr., ORCID iD: 0000-0002-0189-1031





## KAYNAKÇA

- Abanoz, E. (2017). Yöndeşmenin haber endüstrisindeki etkisi: haber ajansı çalışanları üzerine bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 287-303.
- Aktaş, C. (2007). İnternet'in gazeteciliğe getirdiği yenilikler. *Selçuk İletişim*, 5(1), 30-41.
- Aktaş, C. (2007). Yeni medyanın geleneksel medya ile karşılaştırılması. G. Erol, Dü.) *Medya Üzerine Çalışmalar*, 117.
- Al-Quran, M. W. M. (2022). Traditionalmediaversussocialmedia: challengesandopportunities. *Technium: RomanianJournal of AppliedSciencesandTechnology*, 4 (10), 145–160.
- Aretio, L. G. (2007). Web 2.0 vs web 1.0. *DIM: Didáctica, Innovación y Multimedia*, (10).
- Bardoel, J., &Deuze, M. (2001). 'Network journalism': convergingcompetencies of oldandnewmediaprofessionals. *Australianjournalismreview*, 23(2), 91-103.
- Blacksher, E., Diebel, A., Forest, P. G., Goold, S. D., &Abelson, J. (2012). What is publicdeliberation. *Hastings CentRep*, 42(2), 14-17.
- Bhayroo, S. (2008). The ownership of online news: a political economy analysis of www. foxnews.com and www. news. yahoo. com. *Louisiana State University and Agricultural & Mechanical College*.
- Bulunmaz, B. (2014). Yeni medya eski medyaya karşı: savaşıkim kazandı ya da kimkazanacak?. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 22
- Carlson D (2005).Thenewsmedia's 30-year hibernation, niemanreports, 59 (3), 68–71. <https://niemanreports.org/articles/the-news-medias-30-year-hibernation/> Erişim Tarihi: 04. 05. 2024
- Çomu, T. ve Binark, M. (2013). Medya ve nefret söylemi kavramlar mecralar tartışmalar. M. Çınar (Dü.) içinde, *Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi*, 199-216.
- Çubukçu, G. (2019). Gazete tasarımlarında hiyerarşi ve düzenin sağlanması. *Uluslararası Disiplinlerarası ve Kültürlerarası Sanat*, 4(9), 125-1
- Dahlgren, P. (1996). Media logicincyberspace: repositioningjournalismanditspublics. *Javnost-the-public*, 3(3), 59-72.
- DATAREPORTAL, (2024). Dijital 2024: Küresel Genel Bakış Raporu, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
- Değirmencioglu, G. (2016). Dijitalleşme çağında gazeteciliğin geleceği ve inovasyon haberciliği. *Trt Akademi*, 1(2), 590-606.
- Demir, A. S., & Bulut, Ç. K. (2018). İnternet gazeteciliği ve çalışma: emek süreci ekseninde bir inceleme. *Akademia Sosyal Bilimler Dergisi*, 426-440.
- Devran, Y., & Özcan, Ö. F. (2017). Habercilikte hegemonya mücadelesi: Yurttaş gazeteciliği: Fırsat mı tehdit mi. *Global Media Journal TR Edition*, 7(14), 150-173.
- Dewolk, R. (2000). Introductionto online journalism: publishingnewsandinformation. *Prentice-Hall Professional Technical Reference*.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, W. R., & Robinson, J. P. (2001). Socialimplications of themternet. *Annualreview of sociology*, 27(1), 307-336.
- Domingo, D. (2008). Interactivity in the daily routines of online newsrooms: Dealingwith an uncomfortablemyth. *Journal of computer-mediatedcommunication*, 13(3), 680-704.
- Ebo, B. (1998). *Cyberghettoorcybertopia? Race, class, andgenderontheInternet*, PraegerPublishers,
- Erdoğan, İ. (2013). Yeni medya gazeteciliğinde etik bir paradigma belirlemenin kapsamı ve sınırları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36, 254-272.
- Garrison, B. (2000). Journalists' perceptions of onlneninformation-gatheringproblems, *Journalism&MassCommunicationQuarterly*, Vol.77,No.3 Autumn
- Hançer, E. (2022) Hakikat sonrası çağda dijital gazetelerde etik ihlaller güvenilirlik ve itibar arasındaki ilişki üzerine bir araştırma, İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü, Doktora Tezi.



- Harper, C. (1996). Online newspaper: Goingsomewhereorgoinnowhere?. *NewspaperResearchJournal*, 17(3-4), 2-13.
- Himma-Kadakas, M., & Palmiste, G. (2019). Expectations and the actual performance of skills in online journalism. *Journal of Baltic Studies*, 50(2), 251-267.
- Jacobs, G. E. (2008). Sayingsomethingorhavingsomethingto say: Attentionseeking, thebreakdown of privacy, andthepromise of discourse in theblogosphere. *FastCapitalism*, 4(1), 35-47.
- Kalsın, B. (2016). Geçmişten geleceğe internet gazeteciliği: Türkiye örneği. *International Journal of SocialScience*, 42, 75-94.
- Karaduman, M., "İnternet ve Gazetecilik", der. Alankuş, S., *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya* (içinde), s.141-153, *IPS İletişim Vakfı Yayınları*, İstanbul, 2005
- Kavaklı, N. (2019). Yalanhaberlemücadeleve internet teyit/doğrulamaplatformları. *Erciyesİletişim Dergisi*, 6(1), 663-682.
- Kılıç, S. (2015). Türkiye’de geleneksel gazetecilik anlayışına alternatif bir yaklaşım: internet gazeteciliği (Doktora Tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Manosevitch, E., & Walker, D. (2009, April). Reader commentsto online opinionjournalism: A space of publicdeliberation. In *International Symposium on Online Journalism* (Vol. 10, No. April, pp. 1-30).
- Manovich, L. (2001). What is newmedia. *The language of newmedia*, 6, 1-15.
- Manovich, L. (2017). *Alan Kay veevenselmedyamakinesi*. (C. Araslan, Çev.). Aydoğan, F.(Ed.), *Yeni medyakuramcılarından yeni medyakuramları* içinde, 47-69.
- Myers, P. (2014). Browser add-ons (Part 2): Traveling back in time. Global Investigative Journalism Network, <https://gijn.org/resource/browser-add-ons-part-2-traveling-back-in-time/> Erişim Tarihi: 17.05.2024
- Narin, B. (2018). Kişiselleştirilmiş çevrimiçi haber akışının yankı odası etkisi, filtre balonu ve siberbalkanizasyon kavramları çerçevesinde incelenmesi. *Selçuk İletişim*, 11(2), 232-251.
- Özel, E. K., & Deniz, Ş. (2019). "Tık" ve "etik" arasında sıkışan gazetecilik: internet gazeteciliğinin ortaya çıkardığı yeni etik sorunlar ve gazetecilerin konuya bakış açısı üzerine bir araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 443-466.
- Sagan, P., & Leighton, T. (2010). The Internet & the future of news. *Daedalus*, 139(2), 119-125.
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. (2009). *Gatekeepingtheory*. Routledge.
- Siapera, E., & Veglis, A. (2012). Introduction: The evolution of online journalism. *The handbook of global online journalism*, 1-17.
- Singer, J. B. (1998). Online journalists: Foundationsforresearchintotheirchangingroles. *Journal of computer-mediatedcommunication*, 4(1), JCMC412.
- Standage, T. (2014). *İletişim tarihi*. Ankara: Siyasal Kitabevi. Crowley, D., & Heyer, P. içinde, *Sosyal Medya Tarihi Retweet Ediyor*, 403-410.
- Tokgöz, O. (2010). *Temel gazetecilik*. (8. baskı). İmge Kitabevi Yayınları.
- TÜİK (2023). Hanehalkı bilişim teknolojileri (bt) kullanım araştırması, 2023 [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407)
- Uçar, A. K. (2022). Bir yurttaş gazeteciliği mecrası olarak yeni medya: twitter örneği. *SocialSciencesStudiesJournal (Sssjournal)*, 3(8), 668-679.
- Uzun, R. (2006). Gazetecilikte yeni bir yönelim: yurttaş gazeteciliği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 633-656.
- Uzunoglu, S. (2018). Gazeteci emeğinin dönüşümü ve güvencesizleşme: türkiyeli dijital haber odalarının serbest muhabirleri üzerine bir çalışma. *Moment Dergi*, 5(2), 195-218.
- Watson, A. (2023). Socialmedianewsworldwide- statistics&facts. <https://www.statista.com/topics/9002/social-media-news-consumption-worldwide/#topicOverview>
- White, D. M. (1950). The "gatekeeper": A casestudy in theselection of news. *JournalismQuarterly*, 27(4), 383-390.



- Wilke, J. (2016). Journalism Since the French Revolution. Brewminate: A BoldBlend of News andIdeas. <https://brewminate.com/journalism-since-the-french-revolution/>
- Yaşıa, H. (2024). Twitter'da (X) linç kltr pratikleri: yonca evcimik rneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(2), 975-992. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.1381798>.
- Yaşıa, H., & ksz, O. (2020). Nefret söyleminin inşıasında sosyal medyanın rolü: ekşı sözlük rneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1383-1408. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.713467>.
- Yıldırım, B. (2013). Gazeteciliğin dönüşümü: yndeşen ortam ve yndeşen gazetecilik. *Selçuk İletişim*, 6(2), 230-253.

# BÖLÜM 18

## Ajans Haberciliği Üzerine Genel Bir Değerlendirme

Mehmet Emin SATIR<sup>1</sup>  
Nazım ANKARALIGİL<sup>2</sup>

### Giriş

Toplumsal bir varlık olan insan ve bilgi arasında ontolojik bir ilişki bulunmaktadır. Belirli bir toplumsallık içerisinde varlığını sürdürmeye çalışan insan, bu süreğenlik içerisinde bilgiye ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla toplumsal yaşantının sürdürülebilmesi için de bilgi son derece önemli bir role sahiptir. Tarihsel süreçte her dönemde insanlar, farklı şekillerde bilgiye ulaşmak istemiştir. Bilginin toplumsal kullanımı, bireylerin gündelik yaşantılarını kolaylaştırdığı gibi toplumsal organizmaların da varlığını sürdürmesini sağlamıştır. Dolayısıyla insan ve bilgi arasındaki ilişkinin bir zorunluluk hali olduğunu belirtmek gerekmektedir. İnsan, toplumsal hayatında ve doğal yaşam sınırları içerisinde varlığını sürdürebilmesi noktasında çok çeşitli bilgiye ihtiyaç duymaktadır. İlk insan topluluklarından günümüz modern toplumlarına kadar her toplum, kendi

<sup>1</sup> Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve Beşerî Bilimler Fakültesi, Medya ve İletişim Bölümü, mehmeteminsatir@gmail.com, ORCID iD: 0000-0001-5353-8742

<sup>2</sup> Prof. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve Beşerî Bilimler Fakültesi, Medya ve İletişim Bölümü, nazim.ankaraligil@ikcu.edu.tr. ORCID iD: 0000-0003-1125-7760



zaman tartışılan ve gündemde olan ajans haberciliği, teknik bir haber üretiminin ötesinde siyaset ve sosyoloji açısından da önem taşımaktadır.

## KAYNAKÇA

- Baldini, M. (2000). *İletişim tarihi* (Gül Batuş, Çev.). İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Barrett, O. B. (1953). *The news agencies: Their structure and operation*. Minnesota: Minnesota University Press.
- Barrett, O. B. (2010). *News agencies in the turbulent era of the internet*. Katalonya: Generalitat de Catalunya Publishing.
- Basalla, G. (2013). *Teknolojinin evrimi* (Cem Soydemir, Çev.). Ankara: Doğubatu Yayınları.
- Briggs, A & Burke, P. (2004). *Medyanın toplumsal tarihi* (İbrahim Şener, Çev.). İstanbul: İzdüşüm Yayınları.
- Burgh, H. (2000). *Investigative journalism*. London: Routledge Publications.
- Burke, P. (2001). *Bilginin toplumsal tarihi* (Metin Tunçay, Çev.). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Diner, D. (2011). *Mühürlenmiş zaman: İslam dünyasındaki durgunluk üzerine* (Sabir Yücesoy, Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Fenby, J. (1986). *The international news services*. New York: Knopf Doubleday Publishing.
- Girgin, A. (2002). Haber ajansı. *Selçuk İletişim*. 2(2), 107-116.
- Girgin, A. (2002b). *Uluslararası iletişim, haber ajansları ve A.A.* İstanbul: Der Yayınları.
- Girgin, A. (2014). *Gazeteciliğin temel ilkeleri*. İstanbul: Der Yayınları.
- Griessner, C. (2012). *News agencies and social media: A relationship with a future?*. Oxford: University of Oxford Press.
- Innis, H. (2006). *İmparatorluk ve iletişim araçları* (Nurcan Törenli, Çev.). Ankara: Ütopya Yayınları.
- Palmer, M. B. (2019). *International news agencies: A history*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Paulussen, S. (2012). Technology and the transformation of newswork: Are labor conditions in (online) journalism changing? (Eugenia Siapera & Andreas Veglis, Eds.) in *The handbook of global online journalism*. Massachusetts: Wiley-Blackwell Publishing, 192-209.
- Pettegree, A. (2014). *The invention of news: How the world came to know about itself*. London: Yale University Press.
- Postman, N. (2020). *Televizyon: Öldüren eğlence* (Osman Akinhay, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rantanen, T. (2019). News agencies from telegraph bureau to cyber factories. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*.
- Shrivastava, K. M. (2007). *News agencies from pigeon to internet*. Oregon: New Dawn Press.
- Sterling, C. H. (2009). *Encyclopedia of journalism*. California: Sage Publications.
- Tokgöz, O. (2010). *Temel gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Trend, D. (2008). *Medyada şiddet efsanesi: Eleştirel bir giriş* (Gül Bostancı, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

# BÖLÜM 19

## Barış Gazeteciliği

Ayçin GELİR ATABEY<sup>1</sup>

### | Giriş

Toplumdaki çoksesselik ve çoğulcu medya yapıları, demokrasinin olmazsa olmaz unsurlarından biri olarak ele alınmaktadır (Erdoğan Tosun, 2007, s.81). Medyanın yayınlarında ötekileştirici, dışlayıcı, şiddete teşvik edici ve ayrımcı nefret dili yerine kapsayıcı ve barış temelli bir dili temel alması beklenmektedir. Bu çerçevede, hak odaklı bir anlayış üzerinden temellenen yayınlar yapması hem mesleğin gereği hem de toplumsal barışa sunacağı katkı bağlamında önemli görülmektedir. Bu bağlamda, gerçek anlamda demokratik bir düzen için medyanın farklı seslere, kimliklere ve barışa açık dili son derece önem arz etmektedir. Savaş ve çatışma dilinin hâkim olduğu bir medya ortamı demokrasinin varlığı için engel olarak görülmektedir (Utku, 2015, s.4). Gazetecilik çalışmalarında barış dilinin önemine vurgu yapan barış gazeteciliği de (peace journalism), tam olarak böyle bir çabanın ürünü olarak ortaya çıkmış bir yaklaşımdır.

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Pamukkale Üniversitesi İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, aatabey@pau.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-1701-5730



zamanda görmezden gelinmesi kamu adına yapılması beklenen gazeteciliğin toplum nezdindeki itibarını da düşürmektedir. Bunun yanında rekabet koşullarının, ideolojik bakış açılarının ve ekonomi politik gerçeklerin belirleyici olduğu medya ekosisteminde, toplumun haberlere ve gazetecilere olan güveninin sarsılması, gazetecilerin fabrika ayarlarına dönmesini gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda geleneksel gazetecilik kodlarıyla üretilen habercilik pratikleri hem toplumun güvenini yeniden kazanma hem de gazetecilik mesleğine hak ettiği itibarı geri kazandırma adına önem arz etmektedir. Barış gazeteciliği, bu yeni arayışın önemli unsurlarından bir olarak öne çıkmaktadır.

Barış gazeteciliği, geleneksel medyanın çoğunlukla şiddet ve çatışma odaklı haberleriyle dolu olan ortamında, alternatif bir perspektif sunarak önemli bir rol oynamaktadır. Bu gazetecilik pratiği çatışma ve şiddet odaklı haber anlayışının aksine, çatışma ve gerilimlerin temelindeki sebepleri ve çözüm yollarını anlamaya ve aktarmaya çalışmaktadır. Haber metinlerinde sadece şiddet değil, aynı zamanda barış çabaları da vurgulanmakta ve toplumsal uzlaşma teşvik edilmektedir. Barış gazeteciliği, taraflar arasında adil bir bakış açısı sağlar ve nefret söylemi ve ayrımcılıktan kaçınarak anlayışı artıran bir dil kullanır. Bu sayede, medyanın şiddeti normalleştiren etkilerine karşı bir denge sağlayarak önemli bir alan açmaktadır. İrvan'ın da dediği gibi, "Medya tek başına elbette barışı yapamaz. Ama, barışın inşa ve sürdürülme süreçlerine olumlu katkıda bulunabilir" (2012, s.55). Dolayısıyla, barış gazeteciliği sadece haber anlatımını değil, aynı zamanda toplumsal bakış açısını ve medyanın toplum üzerindeki etkisini derinden dönüştürme potansiyeline sahiptir. Bütün bunların ışığında, barış gazeteciliğinin hem teorik hem de pratik açıdan değerli bir yaklaşım olduğunu ve medyanın çatışma çözümünde aktif bir rol oynayabileceğini söylemek mümkündür.

## KAYNAKÇA

- Alankuş, S. (2016). *Barış gazeteciliği*. IPS İletişim Vakfı.
- Arsan, E. (2005). "Çatışma ve savaş dönemlerinde gazetecilik". *Gazetecilik ve Habercilik*. İstanbul: IPS Yayınları
- BİA, (2015). "Barış"ı Kurarken Barış Gazeteciliği Kılavuzu! [www.bianet.org](http://www.bianet.org). Erişim tarihi: 05.05.2024.
- <http://bianet.org/bianet/toplum/143353-baris-i-kurarken-baris-gazeteciligi-kilavuzu>.
- Çoban, B., & Yanıkkaya, B. (2012). Barış medyası olarak alternatif medyalar ya da alternatif medyanın barış ile imtihanı.
- De Michelis, S. (2018). Peace journalism in theory and practice. *E-International Relations*, 2184-0466. *Peace Journalism in Theory and Practice (e-ir.info)*



- İrvan, S. (2008). Normatif bir kuram olarak barış gazeteciliği. Uygun adım medya bir bilinç körleşmesi. Ankara, Ayraç Yayınları
- İrvan, S. (2012). Barış Gazeteciliği Mümkün mü?. *Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik. Konya: Literatürk.*
- Galtung, J. (2000). The task of peace journalism. Ethical perspectives, 7(2), 162-167.
- Galtung, J. (2005). The missing journalism on conflict and peace and the middleeast. Transcend Articles Data Base, Bucarest. 8 Temmuz.2005, <https://www.transcend.org/files/article570.html>
- Lynch, J., McGoldrick, A. (2005). Peace Journalism, Hawthorn Press.
- Lynch, J., & McGoldrick, A. (2013). Response to peace journalism. *Journalism*, 14(8), 1041-1058. <https://doi.org/10.1177/14648849124641>
- Şen, A. F. (2013). "Medyanın Savaş Söylemleri: Barış Gazeteciliği Perspektifinden Anaakım ve Alternatif Haber Medyasında Suriye Sorunu", Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (1)
- Tosun, Gülgün Erdoğan. "Çocuklar ve çocuk haklarının medyada temsili", Çocuk Odaklı Habercilik, Hak Haberciliği Dizisi, Ed: Sevda Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, 2007.
- Türkkol, F. (2012). Habercilikte ideal arayışı: barış gazeteciliği. *Mukaddime*, (5), 89-120.
- Utku, Murat. "Barış Kadrajından Bakmak: Barış Gazeteciliği", *Kontrast Dergi*, 2015, Sayı: 49. Erişim adresi: Murat UTKU | Barış Kadrajından Bakmak: Barış Gazeteciliği (49. Sayı) - Dergi (kontrastdergi.com) Erişim tarihi: 05.05.2024.



# BÖLÜM 20

## Bir Gazetecilik Pratiği Olarak Hak Haberciliği

Erhan ATABEY<sup>1</sup>

### | İnsan hakları temelinde hak haberciliğine bakış

**H**abercilik ya da gazetecilik mesleği, doğrudan toplumdan beslenen, toplum adına faaliyetlerini sürdüren, bir anlamda toplumun sözcülüğünü üstlenen ve toplumun beklenti ve sorunlarını siyasi, ekonomik vb. her tür iktidar sahibine ulaştırarak bir mekanizma görünümündedir. Bu anlamıyla hem toplum hem de iktidar sahipleriyle kimi zaman doğrudan kimi zamansa dolaylı olarak bir ilişki içerisinde. Bir anlamda bu iki kesim arasında bir köprü işlevi görmektedir. Bunun yanı sıra haberin odağına alması gereken ve kişisel ilişkilerin ötesinde temel çıkış noktası olması beklenen olgu ise hak kavramıdır. Bu çerçevede hak haberciliği kavramı sağlıklı ve mesleğin gerektirdiği bir şekilde faaliyet yürütmenin başat unsuru olarak dikkat çekmektedir. Buradan hareketle haber olgusu, insan haklarıyla iki şekilde ilintilidir. Haberlere konu olan kişilerin, haberde konumlandırılışı, temsil edilme biçimi, kategorize edilmesi, belli kalıp yargılar içine hapsedilmesi ve bu şekilde sunulması vb. haberin insan haklarıyla dolaylı ve örtük bir bağlantı içerisinde olduğuna işaret etmektedir. Diğer yandan bireylerin doğal kazanımları olan yaşama, kişisel güvenlik, her türlü özgürlük

<sup>1</sup> Dr., Bağımsız araştırmacı, e-mail: erhanatabey@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-6817-3926



Bu bağlamda toplumda öteki olarak sayılabilecek pek çok kesim, bir yanıyla medya tarafından hak ettiği değeri göremezken, bir yanıyla da medyanın haberleri ele alış biçimiyle kendilerine yönelik bir ön yargıyla mücadele etmek durumunda kalmaktadır. Medyanın kadınlar, çocuklar, mülteciler gibi dezavantajlı gruplara yönelik yeterli hassasiyeti göstermediği haberler bu kesimlere toplum tarafından uygulanacak ayrımcı ve kalıp yargıları beslemekte, yanına yenilerini eklemekte ve kemikleştirmektedir. Bu durum toplumsal yaşamın eşitlikçi, özgür ve barışçıl ortamının oluşmasına zarar vermektedir.

Buradan hareketle gazetecilerin hak odaklı bir bakış açısını hedefleyen bir yayın politikasına geçmesi, bu politikalara sahip olan yayın organlarının daha görünür olması ve bu konuda hem mesleğin profesyonelleri hem de geleceğin gazetecilerinin eğitiminde bu unsurun üzerinde önemle durulması gerekmektedir. Haberciliğin siyasi, ekonomik, iktidar ilişkileri gibi kaotik bir yapıdan sıyrılıp, üretilen gerçeklerin değil yaşanan gerçeklerin haberlere konu edildiği, kamu yararının ve hak odaklı anlayışın her şeyden üstün tutulduğu bir bakış açısıyla yapılması gerekmektedir. Bunun yanında, gazetecilerin haber üretim sürecinde mesleki ve yaşamsal hiçbir kaygı taşımayacağı bir medya ortamının tahsis edilmesi de hem gazeteciler hem de toplum için oldukça önem taşımaktadır.

## KAYNAKÇA

- Alankuş, S. (2009). Yeni habercilik arayışları: hak odaklı habercilik, yurttaş gazeteciliği, barış gazeteciliği. İçinde Sevda Alankuş (Ed.), *Gazeteciliğe Başlarken*, (ss.88-127). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Arslan, H., & Topal, A. (2021). Çocuk Odaklı Habercilik Üzerine Yeni Medyaya Şiddet, Taciz, Tecavüz, Cinayet Haberleri Üzerinden Eleştirel Bakış: Leyla Aydemir Örneği. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (11), 132-159.
- Berk, K. (2020). Bedenin eril tarihi. Gönül Demez, Meral Timurturkan ve Cihan Ertan (Ed.), *Bedenin sosyolojisi-gündelik hayatın cisimleşme deneyimleri, tubileştirme ve dijital gözetim*, (s.239-263). İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Cangöz, İ. (2007). Haberde çocuk birey. İçinde Sevda Alankuş (Ed.), *Çocuk Odaklı Habercilik*, (ss.196-224). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Çağlak, E. & Pekcan, G. E. (2022). Mülteci Haberlerinin Ulusal ve Yerel Gazetelerde Temsilinin Alternatif Medya ve Hak Haberciliği Bağlamında Değerlendirilmesi. *Ahi Evran Akademi*, 3(2), 79-83.
- Doğanay, Ü. & Çoban Keneş, H. (2016). Hak temelli bakış açısının yokluğu ve ayrımcı söylemler açısından gazete haberlerinde mülteci kadınlar. İçinde Yasemin İnceoğlu & Savaş Çoban (Der.), *Haber Okumaları*, (ss.253-295). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Dursun, Ç. (2007). Hak haberciliğinin doğası ve olanağı. İçinde Sevda Alankuş (Ed.), *İnsan Hakları Haberciliği*, (ss.105-128). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.



- Gelir Atabey, A. (2021). Öteki bağlamında Suriyeli mülteciler ve yeni medya: Çevrimiçi gazeteler üzerine bir inceleme (Yayınlanmamış doktora tezi). Ege Üniversitesi, İzmir.
- Hall, S. (2017). *Temsil: kültürel temsiller ve anlamlandırma uygulamaları*. (Çev. Dündar, İ.). İstanbul: Pinhan Yayınları.
- Karataş, E. O. (2022). Çocuk odaklı haberlerin ana akım ve alternatif medyada sunumu: İzmir depremi örneği. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 5(2), 302-326. <https://doi.org/10.33464/mediaj.1170727>
- Kebelek, E. & Bayram, Y. (2021). Gazetecilerin Haber Yapma Pratiklerinin Yerel Düzeyde İnsan Hakları Açısından Araştırılması: Trabzon Örneği. *Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi*, 4(8), 248-270. <https://doi.org/10.35235/uicd.1018409>
- Köseoğlu, A. (2022). Kadın odaklı habercilik perspektifinden savaş temalı haberlerde Ukraynalı kadınlar: Anadolu Ajansı üzerinden bir analiz. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(3), 888-905. <https://doi.org/10.31592/aeusbed.1140791>
- Şahin, Z. B. & Birincioğlu, Y. D. (2020). Toplumsal cinsiyet ve medya: Şule Çet'in şüpheli ölümü üzerine haberlerin eleştirel söylem analizi. *Erciyes İletişim dergisi*, 7(1), 189-216. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.597502>
- Tanrıöver, H. (2007). Medyada kadınların temsil biçimleri ve kadın hakları ihlalleri. İçinde Seveda Alankuş (Ed.), *Kadın Odaklı Habercilik*, (ss.149-167). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Toktay, M. (2016). Habercilikte çocuk odaklı etik ve özdenetim. İçinde Yasemin İnceoğlu & Savaş Çoban (Der.), *Haber Okumaları*, (ss.237-253). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tosun, G. (2007). Çocuklar ve çocuk haklarının medyada temsili. İçinde Seveda Alankuş (Ed.), *Çocuk Odaklı Habercilik*, (ss.172-196). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- <https://gazetecilikokulu.net/wp-content/uploads/2021/01/004.pdf>
- <https://www.iha.com.tr/istanbul-haberleri/besiktasta-fren-yerine-gaza-basan-kadin-surucu-bir-kadina-carpip-eve-daldi-68760070>
- <https://www.yeniakit.com.tr/haber/sapkin-homolar-akiti-fisledi-1839155.html>
- <https://www.ntv.com.tr/turkiye/kayseride-cocuga-taciz-gerginligi63-sosyal-medya-hesabina-sorusurma,q9tnLIXxyE-oKwCIY9O6QA>

# BÖLÜM 21

## Basında Uzmanlaşma

Özgehan ÖZKAN<sup>1</sup>

### | Giriş

Uzman sözcüğü Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlüğü'nde “Belli bir işte, belli bir konuda bilgi, görüş ve becerisi çok olan (kimse); mütehassis, kompetan, spesiyalist” şeklinde tanımlanmaktadır. Aynı sözlükte uzmanlaşma kavramı ise “Uzman durumuna gelme; ihtisas” olarak tanımlanmıştır. Tanımın bizi götürdüğü anlam, belli bir alanda uzmanlaşmanın işin hatasız yapılmasını sağlayacağı yönündedir. Alanında bilgisi, becerisi, deneyimi çok olan uzman kişi; işinin ideal standartlarına ulaşabilecektir. Uzman olmayan bir kişiye göre gözden kaçırmayacağı önemli ayrıntılar olacak, uzman olmayan bir kişinin gözden kaçırabileceği değerli bir bilgiyi yakalayabilecektir. 1800'lü yıllarda elektrik ve ona bağlı teknoloji de iletişimin zaferi oldu. 20. Yüzyıla damgasını vuran internet ve ona bağlı teknoloji ile iletişim çağı başladı. Bugün Kanadalı iletişim kuramcısı Marshall McLuhan'ın “Global Köy” kitabında anlattığı küreselleşme sisteminde 8 milyar nüfuslu dünyada hiçbir işi bütünün olabildiğince küçük parçalarına ayırmadan yapmak mümkün değildir. “Olabildiğince çok işi mümkün olan en

<sup>1</sup> Doç. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, ozgehan8@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-2557-0237



dalının olabildiğince küçültülmüş alt dallarında uzmanlaşma esastır. Bilginin bilgi akışının bu kadar yoğun olduğu kalabalık nüfuslu küresel köy haline gelen dünyada o işi doğru, eksiksiz ve tam yapabilmenin yolu da artık uzmanlaşmaktan geçer hale gelmiştir. Görevi toplumu bilgilendirmek, kamuoyunun doğru şekilde oluşması için gerekli bilgiyi haber dili ile aktarmak olan basın da bu anlayışın dışında değildir. Başlangıçta polis-adliye, ekonomi, politika gibi belli başlı alanlarda görülen uzmanlık alanlarının bugün artık bilimden sağlığa, kültür sanattan spora, çevreden enerjiye, eğitimden sağlığa, tarımdan savaşa kadar akla gelebilecek pek çok alt dala ayrılması gerekmektedir. Türk basınında henüz bu kadar kapsamlı bir uzman muhabirlik uygulaması hayata geçmemiştir. Bunun olumsuz sonucu olarak kaynağa doğru soruların sorulamaması, verilen bilginin toplumun tüm kesimleri tarafından anlaşılır bir dil ile haber haline getirilememesi, bilim, sağlık, polis adliye gibi en ciddi olunması gereken alanlarda bile dilin magazinleşerek güvenilirliğin zedelendiği örnekler karşımıza çıkmaktadır. İdeal bir gazetecilik pratiği sergilenebilmesi için muhabirin belli bir alana tamamen hakim olması, o alanın diline, tarihi sürecinden güncel gelişmelerine, alanı domine eden kişilerine kadar derinlemesine bilgi sahibi olması gerekmektedir. “Her habere giden muhabir” anlayışı ile doğru, tam, çok yönlü ideal bir gazetecilik yapılabilmesi mümkün değildir.

Basında uzmanlaşmanın teorik içeriğini genel bir bakış ile aktardıktan sonra Türk basınındaki durumun nasıl olduğunu sorgulamak üzere Türk basınında etkili konumda bulunan, kendi alanlarında deneyimli gazetecilere konuya yönelik sorular sorulmuştur. Alınan yanıtları derleyerek Türk basınında uzmanlaşmanın durumu hakkında şöyle bir genel değerlendirme yapmak mümkündür:

## KAYNAKÇA

- Bindal, A. (2022). Üniversitelerin Kent Ekonomisine Katkılarını Arttırmada Misyon Farklılaşması ve Uzmanlaşmanın Önemi, T.C. Necmettin Erbakan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi
- Büyükbaykal, C.I.; Büyükbaykal, G. (2019). Kültür ve Sanat Gazeteciliği Eğitiminin Önemi; İletişim Çalışmaları kitabının içinde: Editörler: İşman, A.; Özgür, A.; Eskicumah, A.; Öztunç, M.; Sakarya Üniversitesi Tojcam Yay. s. 88-99
- Gazetecilik Ekonomi Haberciliği (2014), T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, Ankara
- Dağlı, N. (2012). Türk Basınında Uzmanlaşma ve Çevre Gazeteciliği, T.C. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Çevre Bilimleri Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi
- Eser, O. (2015). Bilim Gazeteciliğinde Gerçekliğin Bozumu, T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Genel Gazetecilik Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi



- Işık, M.; Eşitti, Ş. (2014). Türkiye’de Ekonomi Basınının Ortaya Çıkışı, Gelişimi ve Bugünkü Durumu Üzerine Bir İnceleme, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13(25), s.109-131
- Karabağ, M. (2014). Savaş Muhabirliği; Suriye İç Çatışması Örneği, T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı Radyo Televizyon Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi
- Numanoğlu, H. (2019). Gazeteciliğin Uzmanlık Alanları, Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Gazeteciliğe Giriş, kitabı içinde, s. 184-204
- Özdemir, Ş.; Koçer, D. (2020). 21. Yüzyılda Türkiye’nin Bilim İletişimi Uygulamaları Üzerine Bir Çalışma, Celal Bayar University Journal of Social Sciences; 18 (Özel Sayı); s. 373-392
- Özkan, Ö. (2002). 1980 Sonrası Türk Basınında İhtisaslaşma ve Kültür Sanat Muhabirliği, T.C. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi
- Özsoy, S. (2012). Türkiye’de Bilişim Teknolojisi İle Değişen Spor Gazeteciliği. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (41), s.81-102
- Sınay, A. (2010). Futbol İle İlişkili Şiddet Olaylarına Yönelik Haberlerin Gazetecilik Meslek Etiği İlkeleri Açısından Değerlendirilmesi: Galatasaray-Leeds United, Roma-Galatasaray ve Türkiye-İsviçre Karşılaşmaları Örnek Olaylarına Yönelik Haberlerin Fikir Gazeteleri, Popüler Gazeteler ve Spor Gazetelerindeki Sunumlarının Karşılaştırmalı İçerik Çözümlemesi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi
- Sönmez, G.; Sönmez, M. (2023). İstihbarat/Polis/Adliye Gazeteciliği ve Ötesi, Dijital Çağda Uzman Gazetecilik (Editörler: Bayrakçı, S.; Özay, S.) Kitabı içinde, Çizgi Kitabevi, s. 141-162
- Suiçmez, M. (2023). Polis Adliye Haberciliği Bağlamında 3. Sayfa Haberlerinin Gazetelerde Sunumu, Yeni Çağda Dönüşen Gazetecilik Gazetecilikte Yeni Yaklaşımlar (Editörler: Güven, E.; Kılıncı, İ.) kitabı içinde, Eğitim Yayınevi, s. 217-242
- Tokgöz, O. (1981). Temel Gazetecilik, SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu Basımevi, Ankara
- Turğüter, E.A. (2023). Bauman ve Habermas Özelinde Modernite ve Postmodernite: Olanaklar ve Sınırlılıklar, VECHE, Cilt/Volume:2 Sayı/Issue:1, s. 15-29
- Yıldırım, G.; Kılıç, B. (2019). Basın İlan Kurumunun Yenilenen İmajının Hedef Kitleler Üzerindeki Etkisinin Ölçülmesi, İletişim Çalışmaları Dergisi, Sayı: 5 Yıl: 2 Ekim-(127-162)
- Yüksel, E. (1999). Türkiye’de Ekonomi Basını Gündemi ve Siyasal Gündem İlişkisi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi
- Anadolu Ajansı resmi internet sitesi: <https://www.aa.com.tr/tr/haberakademisi/egitimler/savas-muhabirligi-egitimi/531840>

#### GÖRÜŞÜLEN KİŞİLER

Celal Korkut-Demirören Haber Ajansı Genel Müdürü

Duygu Göksu - Nasıl Bir Ekonomi Gazetesi Muhabiri-EMD İzmir Şubesi Yönetim Kurulu Üyesi

Murat Demircan-Ekonomi Muhabirleri Derneği İzmir Şubesi Başkanı

Murat Ervin - Yeni Bakış Gazetesi Ekonomi Editörü-EMD İzmir Şubesi Denetim Kurulu Üyesi

Seda Gök-Ticaret Gazetesi Yazı İşleri Müdürü-EMD İzmir Şubesi Başkan Yardımcısı

Mert Yasin Alpdündar -9 Eylül Gazetesi Muhabiri-EMD İzmir Şubesi Yönetim Kurulu Üyesi

Mete Tamer Omur Hürriyet Ege Ekonomi Müdürü-EMD İzmir Şubesi Başkan Yardımcısı

# BÖLÜM 22

## Geleneksel Gazeteciliğe Alternatif Bir Yöntem Olarak Yurttaş Gazeteciliği

Nihal ERDOĞAN SEPETCİ<sup>1</sup>

### 1. Yurttaş Gazeteciliğine Zemin Hazırlayan Etmenler

**H**aber, bireylerin veya toplulukların iletişim kurma ihtiyaçlarıyla bağlantılı olarak insanlık tarihi kadar eski bir geçmişe dayanmaktadır. Habercilik veya gazetecilik ise belli bir toplumsal, kültürel ve ekonomik gelişmeye bağlı olarak ortaya çıkmıştır. Gazetecilik, toplumun değişen ihtiyaçlarına uyum sağlamak için değişim ve dönüşümlere uğrayarak evrilmeye devam etmektedir. Genellikle ticari ve siyasi iklimin belirlediği bu değişimler, basını doğrudan etkilemekte ve yön vermektedir. Dünyada kapitalist sistemin güç kazandığı yıllardan itibaren çok uluslu medya şirketlerinin basının üzerinde hakimiyet kurması, zaman içinde gazeteciliğe olan güvenin kaybolmasına yol açmıştır. Ekonomik sıkıntılarla birlikte siyasi ve toplumsal alanda yaşanan olaylar, demokrasinin işleyişini zora sokmuş, ifade özgürlüğü ve medyada tarafsızlıkla ilgili ciddi sorunlar yaşanmaya başlanmıştır.

Özellikle 1990'lı yıllarda ABD'de medya sektöründe yaşanan ekonomik sıkıntılardan dolayı gazeteciler giderek mesleki etikten uzaklaşmış, iktidarın

<sup>1</sup> Dr. Bağımsız Araştırmacı e-mail: nihalsepetci07@gmail.com ORCID: 0000-0002-4630-470X



kendi uzmanlığı dışındaki konularda yaptığı haberlerde birtakım yanlışlıklar veya eksiklikler olabilmektedir (Balel, 2009, s.73).

Sosyal ağlarda hızlı paylaşım yapmak için yurttaş gazeteciler, haberin doğruluğunu veya detaylarını araştırmadan, kendi yorumlarıyla paylaşması da bireylerin paniğe kapılmasına da neden olmaktadır (Kouzyvd, 2020, s.7). Yurttaşgazeteciliği örneklerinin çoğu internet üzerinden faaliyet gösterdiği için kimi zaman yurttaş gazetecinin kimliği şüphe uyandırabilmekte, insanları provoke etme, galeyana getirme gibi amaçlarla sahte kimliklerle haber paylaşımı yapılabilmektedir (Balel, 2009, s.100).

Oysa kamusal yayıncılık anlayışında bir haber yayınlanmadan önce tüm yönleriyle araştırılmalı, halkı paniğe, korkuya sevk edecek konular hassasiyetle haberleştirilmez. Bu ve benzeri olumsuzluklar göz önüne alındığında gazeteciliğin yalnızca bir şeyleri halka duyurma, gösterme işi olmadığı, bunların yanı sıra bir gazetecinin bir konuyu toplumsal, ekonomik ve tarihsel açıdan değerlendirme, analiz etme gibi becerileri kazanmış olması gerekliliği öne çıkmaktadır. Tüm bu sorunlara rağmen yurttaş gazeteciliği, sokaktaki vatandaşın bilgilenmesi ve yurttaşın istek ve beklentilerinin gerçekleştirilmesine aracılık etmesi bakımından önem taşımaktadır.

## KAYNAKÇA

- Allan (2009) *Histories of citizen journalism*. S. Allan ve E. Thorsen (Der.) *Citizen journalism: Global perspectives*. New York: Peter Lang.
- Alankuş S. (2003), *Demokratik bir medya ortamı için yerel/sivil medya ve yeni imkanlar*. S. Alankuş (Ed.), *Medya ve toplum* içinde, İstanbul:IPS Yayınları.
- Alankuş (2009) *Yeni habercilik arayışları: Hak odaklı habercilik, yurttaş gazeteciliği, barış gazeteciliği*. S. Alankuş (Ed.) *Gazeteciliğe başlarken okuldaki haber odasına* içinde (s. 88-127). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları
- Arık (2013) 75 Arık, E. (2013). "Yurttaş gazeteciliğin günümüzdeki görünümü: twitter gazeteciliği örneği", *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi* (36) 273-287.
- Askeroğlu, E. D. & Karakulakoğlu, S. E. (2019). Geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş sürecinde değişen gazetecilik 'yurttaş gazeteciliği': Kuşaklar üzerine bir araştırma, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(1): 508-536.
- Balel, C. (2009). *Günümüz Türk basınında yurttaş gazeteciliğinin durumu ve uygulamalarının değerlendirilmesi*, [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi], İstanbul Üniversitesi.
- Burak, B. (2023). *Yurttaş gazeteciliği üzerine*. <http://www.perspektif.online/yurttas-gazeteciligi-uzerine/>
- Campbell, V. (2015). *Theorizing citizenship in citizen journalism*, *Journal Digital Journalism*, 3(5)704-719.





- Cangöz, İncilay (2005). Yurttaş gazeteciliği ve yerel basın. S. Alankuş (Ed.), *Gazetecilik ve habercilik* içinde. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Çambay, S. (2015). Bilgi çağında sosyal sorumluluk odaklı gazetecilik: Yurttaş gazeteciliği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(38), 910-916.
- Çakır, R. (2017). Söyleşi: Limon satmadan da onurlugazetecilik yapılabilir. <https://m.bianet.org/bi-amag/medya/192069-gazeteci-rusen-cakir-limon-satmadan-da-onurlu-gazetecilik-yapilabilir>.
- Çevikel, T. (2011). Profesyonel haber medyasında yurttaş katılımı: CNNTürk-Haberim örneğinde katılımcı gazeteciliğin sınırları, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (14)55-77.
- Dağtaş, E. (2007). Yurttaşlık haklarının inşası ekseninde Eskişehir yerel basınında online (çevrimiçi) bir örnek: Midas Gazetesi, *Yeni Medya Çalışmaları içinde*, M. Binark (Ed.), Ankara: Dipnot Yayınları.
- Dedeoğlu, G. (2016). *Teknoloji, İletişim, Yeni Medya ve Etik*, İstanbul: Sentez Yayınları
- Devran, Y. ve Özcan Ö. F. (2017). Habercilikte hegemonya mücadelesi: Yurttaş gazeteciliği: Fırsat mı tehdit mi?”, *Global Media Journal TR Edition*, (7)150-173.
- Doctorow, C. (2006). Dan GillmorExplains “CitizenJournalism” <http://www.boingboing.net/2006/05/02/dan-gillmor-explains.html>,
- Dündar,C. (2017). Kelepgemizmasamuzasürtünüyor hala...<https://ozguruz.org/2017/09/13/kelepgemiz-masamiza-surtunuyor-hala-can-dundar-yazdi/>
- Çoban B.&Ataman, B.(2018). *Profesyonel gazetecinin yurttaş gazeteciliği ile imtihanı*. Kafka yayınları.
- Güngör, N. (2013). *İletişim kuramlar yaklaşımlar*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Högerl, J. (2010). An Agency Full of Citizens? HowNewsAgenciesCopewithCitizenJournalism:Theirconcernsandstrategies.ReutersInstituteFellowshipPaper.Oxford:UniversityofOxford.
- Kalsın, B. (2016). *Geçmişten Geleceğe İnternet Gazeteciliği: Türkiye Örneği*, İstanbul: IPS Vakfı Yayınları.
- Kütükoğlu, E.& Demir, C. (2023). İnternet gazeteciliğine karşı yurttaş gazeteciliği: Sorun mu? Alternatif mi? *Uluslararası Sosyal Medya ve İletişim Araştırmaları Dergisi*. (4) 6, 22-44
- Kouzvyd. R (2020).Coronavirus goes viral: Quantifyingthe COVID-19 misinformationepidemic on Twitter”, *Cureus*, 12(3) 1-8.
- Mapudzi, H., &Osunkunle, O. (2017). Citizenjournalism as a contestant in thehistory of journalism, *South AfricanJournalforCommunicationTheoryandResearch*, 43(1) 17-36.
- Önder, M. (2011). Whataccountsforchangingpublictrust in government? Acausalanalysiswithstructural equation model.*Journal of US-ChinaPublic Administration*, 8(2) 154-165.
- Özkan Kutlu, T.& Bekiroğlu, O. (2010). Türkiye’de yurttaş gazeteciliği bağlamında internet haberciliği: Bianet örneğinde kentsel dönüşüm projesiyle ilgili haberlerin analizi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 6(2).
- Tokgöz, O. (2001). Türkiye’de yerel medyanın yapısı ve örgütlenişi, *İletişim Dergisi*(9), 5-39.
- Utma, S. (2023). Anaakım medya karşısında alternatif bir söylem: Yurttaş gazeteciliği. *Sosyal Bilimlerde Akademik Analiz ve Yorumlar*.B. Çoban & B. Ataman(Ed.) Özgür Yayınları.
- Shaffer, J. (2004) Themediandcivicengagement, [http://www.pewcenter.org/doingcj/speeches/s\\_grantmakers.html](http://www.pewcenter.org/doingcj/speeches/s_grantmakers.html),
- Uzun, R. (2006). Gazetecilikte yeni bir yönelim: Yurttaş gazeteciliği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16): 633-656.
- Ünal, R. (2014). Yurttaşın ürettiği içeriğin ana akım medyada kullanımı ‘Haber sizsiniz’ programı Örneği. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4 (2) 109-125.
- Yılmaz, E. (2024). Alternatif bir yayıncılık ortamı olarak haber podcastleri. [Yayınlanmamış Doktora Tezi.] Anadolu Üniversitesi.

# BÖLÜM 23

## Gökyüzündeki Gözler: Drone Haberciliği

Emrah BUDAK<sup>1</sup>

### Giriş

Teknoloji, yaşamın her alanını etkileyen birçok gelişmeye sahne olmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinde yaşanan ilerlemeler genelde iletişim (Çataldaş ve Özgen, 2023) özelde gazetecilik alanında çeşitli dönüşümleri beraberinde getirmektedir. Gazeteciliğin tarihsel süreci genellikle teknolojik dönüşümlerle tanımlanmaktadır (Pavlik, 2000, s. 229). Pavlik (2015, s. 9) teknolojinin, gazeteciliğin icra edilme biçimine, örgütlenmesine, içeriğine, kurumsal kontrolüne, katılımcı doğasına etki ettiğini dile getirmektedir. Teknolojik gelişmeler gazetecilikteki “ekonomik ve örgütsel dönüşümün itici gücü” olarak görülmektedir (Paulussen, 2012, s. 194). Elbette ki teknoloji gazetecilikte mesleğin devamlılığını sağlarken mesleği tehdit eden tehlikeleri, etik sorunları içerisinde barındırmaktadır (Powers, 2012, s. 24).

Yazılım ve donanım açısından geliştirilen araçlar ve uygulamalar farklı gazetecilik türlerinin doğmasına zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda çeşitli araçların kullanımı ve yazılım alanındaki gelişmeler sanal gerçeklik, podcast, drone, robot,

<sup>1</sup> Doç. Dr., Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, emrahbudak@mersin.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-6896-7558



haberciliğinin gelişimini belirleyen temel unsurlardan biri olarak görünmektedir. Yasal düzenlemelerin ülkeler içerisinde farklılık göstermesi uluslararası, kesin çizgilerle çizilmiş bir mevzuat oluşumunu da zorlaştırmaktadır. Bunların yanı sıra drone'un diğer medya araçlarında olduğu gibi ideolojik ve ekonomi-politik kaygılara önyak olarak dolayımlanmış bir gerçekliğe aracı olabileceği de göz önünde bulundurulmalıdır.

Drone'ların gazetecilikte oyun değiştirici bir rolde olup olmadığı önemli bir tartışma konusudur. Drone'ların gazetecilikte yıkıcı bir dönüşüm sağladığına dönük görüşler (Belair-Gagnon, Owen ve Holton, 2017, s. 1236; Gynnild, 2014) ve drone'un bir oyun değiştirici olmadığını aktaran düşünceler (Adams, 2020, s. 94; Adams, 2019, s. 659) mevcuttur. Oyun değiştirici olmadığı yönündeki düşünce, drone'un habere içerik sağlamaktan ziyade bağlam oluşturmak için kullanıldığını, bir devrim yaratmaktan ziyade bir tarzı teşvik ettiğini, tamamlayıcı görseller olarak tanımlandığını ileri sürmektedir (Adams, 2019, s. 93; Harvard, 2023, s. 219). Esasında drone'un avantajları ve dezavantajları arasındaki gerilim ile oyun değiştirici bir rolde olup olmadığı yönündeki anlaşmazlığın sürdüğü bir ekosistemde tartışmaların halen yeterli olmadığı ve bir uzlaşmaya varılamadığı görülmektedir. Bu sebeple drone haberciliği konusundaki araştırmaların arttırılması gerekmektedir. Ayrıca mahremiyet ve güvenliğin getirdiği yasal sınırlamalar, dijital gözetim, kullanım becerisi, etik değerler, izleyici ilgisi (Livberber, 2022: 100) teknolojik yenilikler (batarya gücü, hız ve yükseklik seviyesi) (Budak, 2019, s. 132) ve habere verdiği katkının drone haberciliğinin geleceğini şekillendirecek unsurlar olduğu düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- AA Akademi (t.y.). Anadolu Ajansından kurum çalışanlarına dron eğitimi. Erişim: <https://www.aa.com.tr/tr/haberkademisi/haberler/anadolu-ajansindan-kurum-calisanlarina-dron-egitimi/533184>
- Adams, C. (2019). Tinker, tailor, soldier, thief: An investigation into the role of drones in journalism. *Digital Journalism*, 7(5), 658–677.
- Adams, C. (2020). Dual control: Investigating the role of drone (UAV) operators in TV and online journalism. *Media and Communication*, 8(3), 93-100.
- Bajde, D., Woerman, N., Bruun, M. H., Gahrn Andersen, R., Sommer, J. K., Nøjgaard, M. & Bucher, J. H. (2017). Public reactions to drone use in residential and public areas. Aalborg: Aalborg University. Retrieved from <https://portal.findresearcher.sdu.dk/en/publications/public-reactions-to-drone-use-in-residential-and-public-areas>
- Belair-Gagnon, V., Owen, T. & Holton, A. E. (2017). Unmanned aerial vehicles and journalistic disruption: Perspectives of early professional adopters. *Digital Journalism* 5(10),1226–1239.



- Budak, E. (2019). Teknolojik gelişmelerin habercilik uygulamaları üzerine etkileri: Türkiye'de drone haberciliği. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (33), 119-139.
- Carlsson, E. (2009). *Medierad övervakning: En studie av övervakningens betydelser i svensk dagspress*. (Doctoral dissertation, Umeå University).
- Casey, N. & Haner, J. (2016, 14 Eylül). Climate change claims a lake, and an identity. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/07/07/world/americas/bolivia-climate-change-lake-poopo.html>
- Choi-Fitzpatrick, A. (2020). *The good drone: How social movements democratize surveillance*. MIT Press.
- Ciobanu, E. (2021, 7 Ağustos). 7 Ways the NFL is using drones. <https://www.droneblog.com/nfl-drones/>
- Corcoran, M. (2014). *Drone Journalism: Newsgathering applications of unmanned aerial vehicles (UAVs) in covering conflict, civil unrest and disaster*. Introductory Paper, Australian Broadcasting Corporation.
- Costa, B. (2023, 24 Şubat). WBD sports bring cabled aerial, live drone to its first ever on-site production of shebelievescup. Sportsvideo.org, February 24. <https://www.sportsvideo.org/2023/02/24/wbd-sports-bring-cabled-aerial-live-drone-to-its-first-ever-on-site-production-of-shebelieves-cup/>.
- Crumley, B. (2022, 9 Eylül). NFL voices drone fears as counter-UAV legislation nears expiration. <https://dronedj.com/2022/09/09/nfl-drone/>
- Çataldaş, İ. & Özgen, E. (2023). Artificial Intelligence in Digital Public Relations: A Delphi Study. *Etkileşim*, (12), 84-103.
- Dağ, H. & Budak, E. (2022). Teknolojik gelişmelerin habercilik pratikleri üzerine etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 10(1), 359-402.
- DJI Enterprises (t.y.). Drones on the beat: The future of journalism. <https://enterprise.dji.com/news/detail/drones-on-the-beat-the-future-of-journalism-1-1>
- Ehondor, B. (2023). Drone journalism and professional media ethics imperative discourse. *International Journal of Development and Management Review*, 18(1), 32-48.
- FAA (2022, 14 Temmuz). Airspace restrictions. [https://www.faa.gov/uas/getting\\_started/where\\_can\\_i\\_fly/airspace\\_restrictions](https://www.faa.gov/uas/getting_started/where_can_i_fly/airspace_restrictions)
- Ferguson, D. A., & Greer, C. F. (2019). Assessing the diffusion of drones in local television news. *Electronic News*, 13(1), 23-33.
- Fischer, D. A. (2019). Dron't stop me now: prioritizing drone journalism in commercial drone regulation. *Colum. JL & Arts*, 43(1), 107-146.
- Fox, T. (2018, 9 Ekim). Drone journalism's battle for airspace. Columbia Journalism Review. <https://www.cjr.org/innovations/drones-faa-journalists-airspace.php>
- Gallagher, K. (2016, 24 Ağustos). How drones powered Rio's olympic coverage. <https://www.simulyze.com/blog/how-drones-powered-rios-olympic-coverage>
- Gallardo-Camacho, J. & Breijo, V. R. (2020). Relationships between law enforcement authorities and drone journalists in Spain. *Media and Communication*, 8(3), 112-122.
- Gazete Duvar, (2023, 6 Ağustos). Depremin 6. ayı: Hatay, Maraş ve Adıyaman'ın son hali drone ile görüntülendi. <https://www.gazeteduvar.com.tr/depremin-6-ayi-hatay-maras-ve-adiyaman-drone-ile-goruntulendi-video-1631627>
- Goldberg, D., Corcoran, M. & Picard, R. (2013). *Remotely piloted aircraft systems & journalism*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Gynnild, A & Uskali, T. (2018). Three scenarios of responsible drone journalism: From activist tool to global game changer. A. Gynnild ve T. Uskali (Eds.), *Responsible drone journalism* (s. 85-95). Routledge.
- Gynnild, A. (2014). The robot eye witness. *Digital Journalism*, 2(3), 334-343.



- Gynnild, A., & Uskali, T. (2018). The first wave of drone journalism: From activist tool to global game changer. A. Gynnild ve T. Uskali (Eds.), *Responsible drone journalism* (s. 15-35). Routledge.
- Hamilton, J. F. (2020). Drone journalism as visual aggregation: Toward a critical history. *Media and Communication*, 8(3), 64-74.
- Haner, J., Wong, E., Watkins, D. & White, J. (2016, 24 Ekim). Living in China's expanding deserts. <https://www.nytimes.com/interactive/2016/10/24/world/asia/living-in-chinas-expanding-deserts.html>
- Harvard, J. (2023). Drone Journalism: The invisibility of the aerial view. S. Allan, (Ed). *Routledge companion to news and journalism* (s. 217-226), Routledge.
- Hebbel-Seeger, A., Horky, T. & Theobalt, C. (2017). Usage of drones in sports communication: New aesthetics and enlargement of space. *Athens Journal of Sports*, 4(2), 89-106.
- Hirsh, J. (2023, 7 Ocak). Look at this thing run: NBC debuting new drone camera at tournament of champions." *Golf*, January 7. <https://golf.com/news/new-nbc-drone/>
- Holton, A., Lawson, S. & Love, C. (2015). Unmanned Aerial Vehicles. *Journalism Practice*, 9(5), 634-650.
- Ingram, D. (2024, 9 Şubat). Super Bowl security prepares for drones with trackers and jammers. <https://www.nbcnews.com/tech/super-bowl-security-prepares-drones-trackers-jammers-rc-na137336>
- İGA (2022, 16 Ocak). Emniyet bülteni. <https://www.istairport.com/media/2shkzxyk/emniyet-bulteni-2022-02.pdf>
- Livberber, T. (2022). *Gazetecilikte Üçüncü Göz: Drone Gazeteciliği*. Gazi Kitabevi.
- McAdams, D. (2016, 18 Ağustos). CNN creates drone unit. *TV Technology*. <https://www.tvtechnology.com/news/cnn-creates-drone-unit>
- Mueller, B. & Tsang, A. (2018, 20 Aralık), Gatwick Airport shut down by deliberate drone incursions. <https://www.nytimes.com/2018/12/20/world/europe/gatwick-airport-drones.html#:~:text=Gatwick%20Airport%20shut%20down%20after,so%2C%20the%20airport%20remains%20closed.>
- Niarchos, M., Stamatiadou, M. E., Dimoulas, C., Veglis, A. & Symeonidis, A. A. (2022). Semantic preprocessing framework for breaking news detection to support future drone journalism services. *Future Internet 2022*, 14(26), 1-19.
- Nimo, A. M. Barreno, J. (2015, 22 Ekim). Generación dron, <http://www.elmundo.es/tecnologia/2015/05/20/55549550e2704e3c648b457f.html>
- Ntalakas, A., Dimoulas, C., Kalliris, G. & Veglis, A. (2017). Drone journalism: Generating immersive experiences. *Journal of Media Critiques*, 3(11), 187-199.
- Okocha, D. O., Agaku, T., & Ola-Akuma, R. O. (2021). Drone journalism: The empirical arguments for its utilization in investigative journalism in Nigeria. *Human Discourse*, 1(4), 1-16.
- Ola-Akuma, R. O. & Okocha, D. O. (2023). Assessment of the use of drones in journalism and development programmes in Africa. *Journal of Communication and Media Research*, 15 (1-3): 20-31.
- Oxford Sözlüğü (t.y.). Drone. [https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/drone\\_1](https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/drone_1)
- Paulussen, S. (2012) Technology and the Transformation of news work: Are labor conditions in (online) journalism changing? E. Siapera ve A. Veglis (Eds.), *The handbook of global online journalism* (s. 192-208), Wiley-Blackwell.
- Pavlik, J. (2000). The impact of technology on journalism. *Journalism Studies*, 1(2), 229-237.
- Pavlik, J. V. (2015). Transformation: examining the implications of emerging technology for journalism, media and society. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 1(1), 9-24.



- Pavlik, J. V. (2020). Drones, augmented reality and virtual reality journalism: Mapping their role in immersive news content. *Media and Communication*, 8(3), 137-146.
- Powers, M. (2012). In forms that are familiar and yet-to-be invented american journalism and the discourse of technologically specific work. *Journal of Communication Inquiry*, 36(1), 24-43.
- Poynter Enstitüsü (2017, 22 Eylül). Poynter workshops produce new drone journalism ethics policy. <https://www.poynter.org/tech-tools/2017/poynter-workshops-produce-new-drone-journalism-ethics-policy/>
- Pugh, S. A. (2016, 4 Aralık). Data, drones and phones are key to Africa's media future. <https://akademie.dw.com/en/data-drones-and-phones-are-key-to-africas-media-future/a-19208466#:~:text=From%20turning%20news%20into%20a,and%20information%20use%20in%20Africa.>
- Resnik, D. B., & Elliott, K. C. (2019). Using drones to study human beings: Ethical and regulatory issues. *Science and Engineering Ethics*, 25(3), 707-718.
- Rowell, K. (2021, 14 Eylül). New journalism course offers students opportunity to work with drone technology. <https://daily49er.com/news/2021/09/14/new-journalism-course-offers-students-opportunity-to-work-with-drone-technology/>.
- Sever, E.Y. (2023, 2 Mart). Kahramanmaraş'ta depremde oluşan devasa yarık havadan görüntüldü. <https://www.aa.com.tr/tr/asrin-felaketi/kahramanmarasta-depremde-olusan-devasa-yarik-havadan-goruntulendi/2835535>
- SHGM (2020, 12 Temmuz). İnsansız hava aracı sistemleri talimatı (Sht-İha). Erişim: [https://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/mevzuat/sektorel/talimatlar/2020/SHT-IHA\\_Rev-04.pdf](https://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/mevzuat/sektorel/talimatlar/2020/SHT-IHA_Rev-04.pdf)
- Simanje, N. (2023, 14 Aralık). Journalism and technology: The use of drones for news gathering in Africa. <https://www.cima.ned.org/blog/journalism-and-technology-the-use-of-drones-for-news-gathering-in-africa/#:~:text=In%20Kenya%2C%20for%20instance%2C%20civilian,2020%2C%20due%20to%20privacy%20concerns.>
- Singh, I. (2021a, 3 Mayıs). World Press Freedom Day: How top news organizations use drone journalism. <https://dronedj.com/2021/05/03/how-journalists-use-drones/>
- Singh, I. (2021b, 3 Mayıs). What is drone journalism? How are drones changing news reporting? May 3. Accessed 2021. <https://dronedj.com/2021/05/03/drone-journalism-101/>.
- Sivil Havacılık Otoritesi (2023, 20 Eylül). The drone and model aircraft code. <https://register-drones.caa.co.uk/drone-code/where-you-can-fly>
- Thompson, A. (2018, 16 Ekim). Here's what a drone collision would do to an airplane wing. <https://www.popularmechanics.com/flight/drones/a23802024/drone-airplane-collision-test/>
- Tompkins, A. (2017, 22 Eylül). Poynter workshops produce new drone journalism ethics policy. <https://www.poynter.org/tech-tools/2017/poynter-workshops-produce-new-drone-journalism-ethics-policy/>
- Tremayne, M. & Clark, A. (2014). New perspectives from the sky. *Digital Journalism*, 2(2), 232-246.
- TRT Akademi (2024, 27 Mart). İnsansız hava aracı (Drone) kullanımı-Ankara. <https://www.trtakademi.com/tr/egitim/insansiz-hava-araci-drone-kullanimi-ankara-45>
- Uskali, T, Manninen, V, Ikonen, P, & Hokkanen, J. (2020). Diffusion of drone journalism: The case of Finland, 2011-2020. *Media and Communication*, 8, 75-84.
- Uyulaş, S. Ö. (2023, 7 Aralık). Türkiye'de İHA lisans ve sertifika sayısı 1,5 milyona dayandı. <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/turkiyede-ih-lisans-ve-sertifika-sayisi-1-5-milyona-dayandi/3075570>
- Vigdor, N. (2020, 23 Temmuz). Prince Harry and Meghan sue over photos of their son, archie. <https://www.nytimes.com/2020/07/23/us/meghan-harry-paparazzi.html>



- Whitaker, N. (2016, 7 Eylül). An interview with Matt Waite about the future of drone journalism. Personel Communication. <https://medium.com/google-news-lab/dronejournalism-an-interview-with-matt-waite-about-the-future-of-drones-in-journalism-7b1811c661aa>
- Wilson, J. F. (2022). Drone and television broadcasting in Nigeria: The pathway to improve professionalism. *Global Journal of Education, Humanities & Management Sciences*, 4(1), 24-37.
- Zuev, D., & Bratchford, G. (2020). The citizen drone: Protest, sousveillance and droneviewing. *Visual Studies*, 35(5), 442-456.

# BÖLÜM 24

## Ekonomi Gazeteciliği ve Haber Kaynakları

Çiğdem DİRİK<sup>1</sup>

### |Ekonomi Gazeteciliği Kavramı

Ekonomi gazeteciliği ; ekonomi ile ilgili olayları ve kavramları , ekonomi hakkındaki güncel gelişmeleri haber haline getiren gazetecilik türüdür. Ekonomi gazeteciliğini gerçekleştiren ekonomi gazetecileri yerelde ,ulusalda veya dünyada olan ekonomik gelişmeleri yakından takip ederek, araştırarak sonuçları haber haline getirip okuyucuları, izleyici ve dinleyicileri ile paylaşmaktadırlar. Ekonomi gazetecileri bir gazetenin ekonomi servisine bağlı olarak çalışabildikleri gibi , tamamen ekonomi içeriği ile yayınlanan ekonomi gazetelerinde de çalışabilmektedir.

Bu nedenle ekonomi gazeteciliğinin gerçekleştiği ‘Ekonomi basını’ denildiği zaman gazetelerin ekonomi sayfaları ve içeriği tamamen ekonomiye ait yayınlar akla gelmektedir. Ekonomi gazeteciliği çatısı altında buluşan ekonomi basını kavramı ekonomi gazeteciliği, dergiciliği ya da televizyonculuğu şeklinde de tanımlanabilmektedir(Ateş,2008, s.32). Ekonomi basını kapsamında düşünülmesi gereken bir diğer konuda ekonomi ile ilgili köşe yazılarıdır veya

<sup>1</sup> Doç. Dr., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü cigdem.dirik@ege.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-2618-2124





sayesinde olabilecektir. Bu noktada haber kaynakları ile doğru bir ilişkinin kurulması ve bu ilişkinin de etik kurallar çerçevesinde doğru yönetilmesi gerekmektedir. Unutulmamalıdır ki ekonomi gazetecisinin asıl amacı kamuoyunu doğru bilgilendirmektir bu nedenle manipülasyon ve dezenformasyondan uzak durulmalı ve olumsuz sonuçlara neden olmamak için haberler doğrulanmadan kamuoyu ile paylaşılmamalıdır.

## | KAYNAKÇA

- Ateş, N. (2008). *Türkiye’de ekonomi gazeteciliği-Dünya Gazetesi örneği*, [Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Gazetecilik Bilim Dalı]. Konya.
- Yüksel, E. (1996) *Türk basının gelişiminde basında ekonomi ve ekonomi basını kavram ve kapsam açısından uygulamalı bir çalışma*, [Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi]. Eskişehir.
- T.C. Millî Eğitim Bakanlığı Gazetecilik Tv Ekonomi Haberciliği (2013), [https://megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/Tv%20Ekonomi%20Habercili%C4%9Fi.pdf](https://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Tv%20Ekonomi%20Habercili%C4%9Fi.pdf), Erişim Tarihi 17.05.2005

# BÖLÜM 25

## Dış Politika Gazeteciliği

Özlem DORUK ŞAHİN<sup>1</sup>

### | Dış Politika

**D**ış Politika, en genel tanımıyla; bir devletin, diğer devletler ve devlet dışı uluslararası aktörler ile ilişkileri ve onlara yönelik siyasi, ekonomik, hukuki tutum ve davranışlarını ifade etmektedir (Sönmezoğlu vd., 2010: 222). Ancak uluslararası sistemi ve devletler arası ilişkileri farklı çerçevelerden açıklayan kuramsal yaklaşımlar dış politika kavramını da farklı şekillerde tanımlamaktadır.

Uluslararası İlişkileri “güç ve ulusal çıkar” kavramları üzerinden, devlet merkezli bir anlayışla açıklayan klasik realizm, dış politikayı devletlerin ulusal çıkarlarına ulaşmak amacıyla yürüttükleri ve temelinde güç mücadelesinin yer aldığı rasyonel bir eylem olarak tanımlamaktadır. Soğuk Savaş’ın son yıllarında, uluslararası sistemde yaşanan önemli değişimlerin realist paradigma içinde açıklanmakta zorlanmasıyla, bu okul içinden yeni bir yaklaşım olarak Neorealizm ortaya çıkmıştır. Kenneth Waltz tarafından sistematize edilen Neorealizm; devleti uluslararası sistemin en önemli aktörü olarak ele alırken, devletin dış politika

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr., Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim Fakültesi İktisadi ve İdari Programlar AD odoruk@anadolu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0001-8258-1758



bir okuyucu kitlesinin ilgisini çekmesi bu değişimin göstergelerinden biridir (Art, 2021).

Columbia Journalism Review'ın "Yeni Küresel Gazetecilik: Geçiş Sürecinde Dış Politika Muhabirliği" başlıklı raporunda, dış politika muhabirliğinin dijitalleşme ile içine girdiği değişim süreci analiz edilirken, bu süreçte yapılabileceklerle ilişkin öneriler de sunulmuştur. Öncelikle dijitalleşme ile her zaman olay yerinde olmadan da güvenilir raporlama ve analiz yapılabileceği, özellikle hibrit habercilik projelerinin otoriter rejimler hakkında yapılacak haberler açısından faydalı olabileceği öne sürülmektedir. Doğru koşullarda dijital gazetecilerin de sahadaki gazeteciler kadar net ve bilgiye dayalı raporlar sunabilecekleri ifade edilmektedir. Raporda hem dijital hem de geleneksel dış politika muhabirliğinin benimsenmesi ile derinlemesine bilgi içeren hikayelerin üretildiği yeni bir uluslararası gazeteciliğe geçilebileceği öne sürülmüştür. Bu türden hibrit bir dış politika muhabiri modelinin geleneksel ve dijital habercilik tekniklerinin güçlü yanlarını bir araya getirebileceği vurgulanmıştır (Niknejad vd., 2014).

## KAYNAKÇA

- Adil, İ. (1991). *Haberde dışa bağımlılık: uluslararası iletişim düzeni ve ulusal basın dışa bağımlılığında Türkiye örneği* (Vol. 30). Gazeteciler Cemiyeti.
- Art, A. (2021, 12 Mayıs). *Dijitalleşen dünyada dış haberciliğin dönüşümü*, <https://www.newslabturkey.org/2021/05/12/dijitallesen-dunyada-dis-haberciligin-donusumu/> [Erişim tarihi: 21 Mayıs 2024].
- Arslan, B. (2021). Kıbrıs Sorunu ve Medya. In B. Arslan ve E. Arslan (Ed.), *Dış Politika Haberciliği ve Medya İçerikleri* (pp. 45–151). Konya: Literatürk Yayınları.
- Arslan, B. & Arslan E. (2021). Haber, Siyasal Temsil ve Dış Politika Haberciliği. In B. Arslan ve E. Arslan (Ed.), *Dış Politika Haberciliği ve Medya İçerikleri* (pp. 45–151). Konya: Literatürk Yayınları.
- Bayraktar, B. (2016). Türkiye'de Dış Habercilik. *Marmara İletişim Dergisi*, (26), 95-102.
- Borchard, G. (Ed.) (2022). *The SAGE Encyclopedia of Journalism*. (2th ed., Vols. 1-4). SAGE Publications, Inc., <https://doi.org/10.4135/9781544391199>
- Carroll, R. L., Tuggle, C. A., McCollum, J. F., Mitrook, M. A., Arlington, K. J., & Hoerner, J. M. (1997). Consonance in local television news program content: An examination of intermarket diversity. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 41(1), 132–144. <https://doi.org/10.1080/08838159709364394>
- Cohen, B. (1963). *Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400878611>
- Denk, E. (2009). Türk Basınında Dış Politika, *Akademik Orta Doğu Dergisi*, (4-1) 1-25.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–91. <http://www.jstor.org/stable/423011>
- Girgin, A. (2002). Haber Ajansı. *Selçuk İletişim*, 2(2), 107-116. <https://doi.org/10.18094/si.06120>



- Hamilton, J., & Jenner, E. (2004). Foreign correspondents: Evolution, not extinction. *Nieman Reports*, 58(3), 98–100.
- Hamilton, J. M. (2009). *Journalism's Roving Eye: a history of American foreign reporting*. LA: LSU Press.
- İlgaz Büyükbaykal, C. (2012). Geçmişten Günümüze Uluslararası Haber Ajanslarının Yeri ve Önemi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (19). <https://doi.org/10.17064/iüifhd.32784>
- Keyman, F. (2004). Eleştirel Düşünce: İletişim, Hegemonya, Kimlik/Fark. In A. Eralp (Ed.), *Devlet, Sistem ve Kimlik: Uluslararası İlişkilerde Temel Yaklaşımlar* (4. Baskı, pp. 227–260). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kovach, B. (1996). Do the News Media Make Foreign Policy? [Review of *Lights, Camera, War: Is Media Technology Driving International Politics?*; *The Captive Press: Foreign Policy Crises and the First Amendment*, by J. Neuman & T. G. Carpenter]. *Foreign Policy*, 102, 169–179. <https://doi.org/10.2307/1149268>
- Küçükylmaz, M. M., & Çopur, H. (2012). Türk Basınında Dış Habercilik: Eleştirel Bir Yaklaşım. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (35), 122-134.
- Küçükylmaz, M. M., & Çopur, H. (2013). *Türk Basınında Dış Habercilik*. Ankara: SETA Yayınları.
- Neuman, J. (1996). *Lights, Camera, War: Is Media Technology Driving International Politics* (1st ed.). St. Martin's Press.
- Niknejad K.G., Kaphle A., Omran A. (2014) In: Cooper A, Taylor O (eds), *The New Global Journalism: Foreign Correspondence in Transition* (Report). New York: Columbia Journalism School. [https://www.cjr.org/tow\\_center\\_reports/the\\_new\\_global\\_journalism.php](https://www.cjr.org/tow_center_reports/the_new_global_journalism.php) (Erişim tarihi: 30 Mayıs 2024).
- Robinson, P. (2017). The Media and Foreign Policy. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. Retrieved July 10, 2024, from <https://oxfordre.com/politics/view/10.1093/acrefore/9780190228637.001.0001/acrefore-9780190228637-e-494>
- Sönmezöğlü, Ö. F., Arıboğan, D. Ü., Ayman, G., & Dedeoğlu, B. (2010). *Uluslararası İlişkiler Sözlüğü, Genişletilmiş Dördüncü Baskı*. İstanbul: Der Yayınları.
- Tayfur, M. F. (2021). Dış Politika. In A. Eralp (Ed.), *Devlet ve Ötesi: Uluslararası İlişkilerde Temel Kavramlar* (10. Baskı, pp. 73-105). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tokgöz, O. (2013). *Temel Gazetecilik* (10. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Uzgel, İ. (2004). *Ulusal Çıkar ve Dış Politika: Türk Dış Politikasının Belirlenmesinde Ulusal Çıkarın Rolü*. Ankara: İmge Yayınları.
- Walt, S. M. (1985). Alliance Formation and the Balance of World Power. *International Security*, 9(4), 3–43. <https://doi.org/10.2307/2538540>
- Wanta, W., Golan, G., & Lee, C. (2004). Agenda Setting and International News: Media Influence on Public Perception of Foreign Nations. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81(2), 364–377.
- Yanardağoğlu, E. (2014). Covering Turkey: The Dilemmas of Foreign Correspondents between the Desk and the Field. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (20), 99-116. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.64673>

# BÖLÜM 26

## Spor Gazeteciliği

Mehmet BÜYÜKAFŞAR<sup>1</sup>

### | Spor Gazeteciliği ve Tarihçesi

Spor gazeteciliği, hız ve güncellik unsurlarının ön plana çıktığı bir uzmanlık alanıdır. Sporun doğası gereği sürekli hareket, canlılık, disiplin, plan ve strateji gibi niteliklere sahip olması, spor basınının da bu canlı yapı ve işleyişi yansıtmasını gerektirir. Spor basınında kullanılan dil, sporun doğasında bulunan heyecanı okurlara aktarabilecek nitelikte olmalıdır. Rekabet, kazanma hırısı, sevinç ve üzüntü gibi insani duygular, spor basınının okuyucularına aktarması gereken haber unsurları arasındadır. Spor coşkusunun artırılması, sporun kitlelere yayılması ve kitleler üzerindeki etkinliğinin artırılması, spor medyasının temel görevleri arasındadır. Spor basını, bu görevlerini yerine getirirken, etik kurallara bağlı kalmalı, tarafsız olmalı ve gerçekleri saptırmamalıdır. Sporun yaygın bir sosyal olgu haline getirilmesine katkı sağlayabilecek spor medyasının, basit, sansasyonel ve magazin haberlerle şişirilmesi, önemli bir sosyal kayıp olarak değerlendirilmektedir (Sinav, 2010: 73-74).

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, mehmetbuyukafsar@gmail.com, ORCID iD: 0000-0001-9049-4849



farklı bir durum ortaya çıkarmamıştır. İnternet haberciliği, spor konusunda geleneksel habercilikten farklı davranmamıştır. Aynı branşlar ve takımlar haber konusu olmaya devam etmiştir. Alternatif spor dalları ve takımları, internet haberciliğinde yer alabilirken, bu fırsat kullanılmamıştır. Geleneksel habercilikten internet haberciliğine geçiş, sadece araç değişimi şeklinde gerçekleşmiştir. Önceden gazetelerde yayımlanan haberler, artık önce internette, sonra gazetelerde yer almaktadır (Kazaz, 2007, s. 226-228).

Teknolojinin sunduğu olanaklar geçen her gün artsa da profesyonel gazeteci faktörünün değerinde bir azalma yaşanmamıştır. Dolayısıyla, insana duyulan ihtiyaç her dönemde artmaktadır. Teknolojik alternatiflerin çoğalmasına rağmen, spor gazetecilerine olan gereksinim de aynı şekilde devam etmektedir. Gazeteciliğin profesyonel bir meslek olarak yapıldığı her alanda olduğu gibi yeni medya ürünlerinde de bu profesyonelliğin getirdiği sorumluluklara ihtiyaç duyulmaktadır. Yöntemi ve yayın alanı açısından farklılıklar olsa da gazeteciliğin her alanında olduğu gibi spor gazeteciliği alanında da gazetecilik profesyonellerine, etik kodlarına ve değerlerine ihtiyaç duyulmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Akarşlan, G. (2022). "Dijitalleşmeyle Değişen Spor Kültürünün Yansımaları: Spor Haberciliği ve E-Spor Gazeteciliği" Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Aydoğdu, V. (2023). Dijitalleşen Spor Medyası: İzleyici Kanaatlerinin İncelenmesi. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 13(3), 848-857.
- Begtimur, M. E. (2024). İnternet Gazetelerindeki Siyasi Haberlerin 5N1K Kuralı ve Haber Yazma Teknikleri Çerçevesinde İncelenmesi: Hürriyet, Mynet ve Sözcü Örneği. *Rumeli'de Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (40), 532-552. <https://doi.org/10.29000/rumelide.1502214>
- Bingöl F. (2018). "Yeni Medya ve Spor Gazeteciliğinde Etik Sorunlar", Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erzurum
- Boyer, A. (2010). Haber Nedir, Nasıl Biçimlendirilir? Geleneksel ve İnternet Gazetelerindeki Farklılık ve Benzerlikler. *Humanities Sciences*, 5(1), 114-125.
- Budak, E. (2019). "Türk Medyasında Dijital Spor Yayıncılığı Üzerine Bir Araştırma". *TRT Akademi* 4(8), 228-245. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22885/244819> (Erişim Tarihi: 11.07.2024).
- Bülbül, A. R. (2000). Genel Gazetecilik Bilgileri (2 b.). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Cerrahoğlu, N. (2004). Türkiye'de Spor Gazeteciliği İmajı. *Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi*, (19), 21-44.
- Dağlı, B. (2017). Türk Spor Basınında Nefret Söylemi Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Demir, G. (2009). Yazılı Alman ve Türk Basınında Amatör Branşların Yeri. İstanbul.



- Dumanlı Kürkcü, D. (2016). Spor Haberciliği ve Twitter: Ulusal Spor Gazeteleri Üzerine Bir Araştırma. İnet-Tr'16, XXI. Türkiye'de İnternet Konferansı 3-5 Kasım 2016, Ted Üniversitesi, Ankara.
- Eriş, Z. (2014). Türk Spor Basınında Karşılaştırmalı Olarak Spor Haberlerinin Veriliş Biçimi: Cumhuriyet, Zaman ve Hürriyet Örnekleri İstanbul
- Kaya, A. Y. (2001). Türkiye'de Spor Basını Haber Dili: Futbol Haberlerinde Sözcük Seçimi Üzerine Bir İçerik Çözümlemesi. (Doktora Tezi), Eskişehir. <https://earsiv.anadolu.edu.tr> (Erişim Tarihi: 18.07.2024).
- Kazaz, M. (2007). Geleneksel Habercilikten İnternet Haberciliğine Geçiş Sürecinde Spor Basını. Selçuk İletişim Dergisi, (4,4), 220-229.
- Köktener, A. (2013). "Spor Gazeteciliği Örneğinde İnternet Gazeteciliğinin Geleneksel Gazeteciliği etkisi". Selçuk İletişim Dergisi, 236-250
- Kösem, B. (2020). Medya Sektöründe Dijital Dönüşüm. F. S. Onursal, & N. Candan Uca (Ed.), Dijital Gelecekte Mesleklerin ve Sektörlerin Dönüşümü. İstanbul: Hiperyayın.
- Kucur, A. B. (2021). "Spor Haberciliği ve Unsurları". Spor ve Medya Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi.
- MEB (2013). Spor Haberciliği. Ankara: Millî Eğitim Bakanlığı. <https://docplayer.biz.tr/21285505-T-c-milli-egitim-bakanligi-gazetecilik-sporhaberciligi.html> (Erişim Tarihi: 09.07.2024).
- Özel, S. & Alkan, E. (2023). Spor Gazeteciliğinde Asparagas Haber Sorunu: Twitter'da Aktif Spor Gazetecilerinin Sosyal Medya ve Twitter Gazeteciliği Bağlamında Asparagas Haberlere Yaklaşımı. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (63), 187-209.
- Özsoy, S. (2011). Spor Basını Açısından Türkiye'de 1950'den Günümüze Milliyet Gazetesi'nde Yaşanan Değişim. Selçuk İletişim Dergisi, 7(1), 212-221.
- Sınav, A. (2010). Futbol ile İlişkili Şiddet Olaylarına Yönelik Haberlerin Gazetecilik Meslek Etiği Açısından Değerlendirilmesi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir
- Ünal, S.Z. (2019). "Dijital Ortamda Gazetecilik ve Haber Dili" Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

# BÖLÜM 27

## Sağlık Gazeteciliğinin Rolü: Tarihsel Kökler ve Güncel Yaklaşımlar

Esin GHADIANI<sup>1</sup>

### Giriş

**H**aber üretimi pratiğini ve teorisini önemli ölçüde şekillendiren temel bir ilke olan gazetecilikte nesnellik kavramı, Batı medya kültürlerinde derin köklere sahiptir. Uzun süredir devam eden etkisine rağmen, nesnellik kavramı kapsamlı eleştiri ve tartışmaların konusu olmuştur.

Sağlık gazeteciliği tanımları, sağlıkla ilgili araştırma bulgularını, olayları, davranışları, hizmetleri ve politikaları kapsayan sağlıkla ilgili bilgilerin merkeziliğini vurgulamaktadır (Sweet vd., 2017; Noordeen, 2020; Maden, 2020). Çeşitli kaynaklar, halkı sağlık konularında bilgilendirmeyi ve yönlendirmeyi amaçlayan, sağlıklı yaşam alışkanlıklarını teşvik etmek için önleyici ve eğitici rollerini vurgulayarak sağlık gazeteciliğinin eğitimsel işlevinin altını çizmektedir (Lorrando Ureta ve Santos Diez, 2017; Viswanath vd., 2008). Üzerinde uzlaşılan bir diğer nokta ise, teknik terimleri basitleştirerek bilimsel bilginin halk için anlaşılır hale getirilmesinin, böylece halkın farkındalığına katkıda bulunulmasının ve doğru ve tarafsız bilgi sağlanmasının önemidir (Lorrando

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Trabzon Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, esinaygun@trabzon.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-7835-0113





ve tarafsızlığın önemi vurgulanırken, bazı araştırmacılar sağlık gazetecilerinin daha aktif bir rol üstlenmeleri gerektiğini savunmaktadır. Bununla birlikte, etik sorumlulukların ve mahremiyetin korunmasının önemi de sıklıkla dile getirilmektedir.

Sonuç olarak, sağlık gazeteciliği, halk sağlığını koruma ve geliştirme amacını güderken, çeşitli zorluklar ve tartışmalarla karşı karşıya kalmaktadır. Alanın karmaşıklığı ve çok boyutlu doğası, farklı metodolojik ve teorik yaklaşımların bir arada değerlendirilmesini gerektirmektedir. Sağlık gazeteciliğinin, toplumsal adalet ve eşitlik sağlama konusundaki potansiyelinin farkında olarak, daha etkili ve duyarlı bir sağlık iletişimi stratejisi geliştirilmesi önem taşımaktadır.

## KAYNAKÇA

- Airhihenbuwa, C. O. (1995). *Healthy culture : beyond the Western paradigm*. Sage.
- Althusser, L. (2010). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. İthaki .
- Ardıç Çobaner, A., Alkan, N., & Dural Tasouji, C. (2022). Evaluation of Digital News about the COVID-19 Vaccine Turkovac in terms of Health Reporting Criteria. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 39, 24–43. <https://doi.org/10.31123/akil.1143278>
- Atabek, Ü., Atabek, G., & Bilge, D. (2014). Televizyon Sağlık Programlarında İdeolojik Söylemler. *Galatasaray University Journal of Communication*, 20(3), 11–30.
- Ayaz, F., & Yüksel, E. (2021). Medyadaki Sağlık İçeriklerini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Model Önerisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 599–626. <https://doi.org/10.18037/ausbd.959284>
- Barnes, C., & British Council Of Organizations Of Disabled People. (1992). *Disabling imagery and the media : an exploration of the principles for media representations of disabled people*. Erscheinungsort Nicht Ermittlbar] Bcodp.
- Barry, J. M. (2004). *The great influenza : the epic story of the deadliest plague in history*. Viking.
- Berry, T. R., Wharf-Higgins, J., & Naylor, P. J. (2007). SARS Wars: An Examination of the Quantity and Construction of Health Information in the News Media. *Health Communication*, 21(1), 35–44. <https://doi.org/10.1080/10410230701283322>
- Bilişli, Y. (2019). İnternet Sağlık Haberlerinde Tıbbileştirmenin İnşası: Sağlık Haber Söylemine Eleştirel Bir Bakış. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(4), 3608–3629. <https://doi.org/10.33206/mjss.538440>
- Block, B. A. (2007). *The visual story : creating the visual structure of film, TV and digital media*. Focal Press.
- Boyce, T. (2006). JOURNALISM AND EXPERTISE. *Journalism Studies*, 7(6), 889–906. <https://doi.org/10.1080/14616700600980652>
- Briggs, C. L., & Hallin, D. C. (2016). *Making Health Public*. Routledge.
- Briggs, C. L., & Mantini-Briggs, C. (2003). *Stories in the Time of Cholera*. Univ of California Press.
- C. Edwin Baker. (2001). *Media, Markets, and Democracy*. Cambridge University Press.
- Clarke, J. N. (1999). Prostate Cancer's Hegemonic Masculinity in Select Print Mass Media Depictions (1974-1995). *Health Communication*, 11(1), 59–74. [https://doi.org/10.1207/s15327027hc1101\\_4](https://doi.org/10.1207/s15327027hc1101_4)



- Clive Seale. (2002). *Media and health*. Sage Publications.
- Conrad, P. (1992). Medicalization and Social Control. *Annual Review of Sociology*, 18(1), 209–232.
- Conrad, P. (2007). *The Medicalization of Society : On the Transformation of Human Conditions into Treatable Disorders*. Johns Hopkins University Press.
- Coverdale, J., Nairn, R., & Claasen, D. (2002). Depictions of Mental Illness in Print Media: A Prospective National Sample. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 36(5), 697–700. <https://doi.org/10.1046/j.1440-1614.2002.00998.x>
- Doyle, G. (2006). *Media ownership : the economics and politics of convergence and concentration in the UK and European media*. Sage.
- Dudo, A. D., Dahlstrom, M. E., & Brossard, D. (2007). Reporting a Potential Pandemic. *Science Communication*, 28(4), 429–454. <https://doi.org/10.1177/1075547007302211>
- Dutta, M. J. (2018). Culture-centered Approach in Addressing Health Disparities: Communication Infrastructures for Subaltern Voices. *Communication Methods and Measures*, 12(4), 239–259. <https://doi.org/10.1080/19312458.2018.1453057>
- Dutta, M. J., Anaele, A., & Jones, C. (2013). Voices of Hunger: Addressing Health Disparities Through the Culture-Centered Approach. *Journal of Communication*, 63(1), 159–180. <https://doi.org/10.1111/jcom.12009>
- Eckler, P., & Mantar, O. B. (2023). The ethics of health journalism: Reporting a pandemic. In S. Duncan (Ed.), *Ethics for Journalists* (pp. 199–222). Routledge.
- Entman, R. M. (1990). *Democracy without Citizens*. Oxford University Press.
- Ettema, J. S., & Glasser, T. L. (1998). *Custodians of conscience : investigative journalism and public virtue*. Columbia University Press.
- Everett Mitchell Rogers. (2005). *A history of communication study : a biographical approach*. The Free Press, [Post ], Cop.
- Eysenbach, G. (2008). Medicine 2.0: Social Networking, Collaboration, Participation, Apomediation, and Openness. *Journal of Medical Internet Research*, 10(3), e22. <https://doi.org/10.2196/jmir.1030>
- Foucault, M. (1972). *The archaeology of knowledge and the discourse on language*. Pantheon Books.
- Freimuth, V. S., & Quinn, S. C. (2004). The Contributions of Health Communication to Eliminating Health Disparities. *American Journal of Public Health*, 94(12), 2053–2055. <https://doi.org/10.2105/ajph.94.12.2053>
- Fulya Şen. (2013). Sağlık Hakkı ve Medya: “Sağlıkta Dönüşüm Programı”nın Medyada Yansımaları. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 20(3), 155–174. <https://doi.org/10.16878/gsuileti%C5%9Fim.99970>
- Gamze Dinler. (2020). “Güzellik-Estetik-Sağlık” İçerikli İnternet Haberlerinin Sağlık İletişimi ve Gazetecilik Etiği Bağlamında İncelenmesi. *Aksaray İletişim Dergisi*, 2(2), 119–134.
- Gibbons, M. C. (2005). A Historical Overview of Health Disparities and the Potential of eHealth Solutions. *Journal of Medical Internet Research*, 7(5), e50. <https://doi.org/10.2196/jmir.7.5.e50>
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Polity Press.
- Gollust, S. E., Lantz, P. M., & Ubel, P. A. (2009). The Polarizing Effect of News Media Messages About the Social Determinants of Health. *American Journal of Public Health*, 99(12), 2160–2167. <https://doi.org/10.2105/ajph.2009.161414>
- Gramci, A. (2007). *Hapishane defterleri*. Belge Yayınları.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. Sage.



- Hallin, D. C., & Briggs, C. L. (2015). Transcending the medical/media opposition in research on news coverage of health and medicine. *Media, Culture & Society*, 37(1), 85–100. <https://doi.org/10.1177/0163443714549090>
- Hodgetts, D., Chamberlain, K., Scammell, M., Karapu, R., & Waimarie Nikora, L. (2008). Constructing health news: possibilities for a civic-oriented journalism. *Health: An Interdisciplinary Journal for the Social Study of Health, Illness and Medicine*, 12(1), 43–66. <https://doi.org/10.1177/1363459307083697>
- Holmes, B. J. (2008). Communicating about emerging infectious disease: The importance of research. *Health, Risk & Society*, 10(4), 349–360. <https://doi.org/10.1080/13698570802166431>
- James Keith Colgrove. (2006). *State of immunity : the politics of vaccination in twentieth-century America*. University Of California Press ; New York.
- Kata, A. (2012). Anti-vaccine activists, Web 2.0, and the postmodern paradigm – An overview of tactics and tropes used online by the anti-vaccination movement. *Vaccine*, 30(25), 3778–3789. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2011.11.112>
- Kaya, A., Erkan Yüksel, & Pelin Ögüt. (2013). Sağlık Haberlerinde “Mucize Tedvi”ler. *Selçuk İletişim*, 7(1), 49–64. <https://doi.org/10.18094/si.33714>
- Kiernan, V. (2006). *Embargoed science*. University Of Illinois Press.
- Kleinman, A. (1980). *Patients and healers in the context of culture : an exploration of the borderland between anthropology, medicine, and psychiatry*. University of California Press.
- Kotler, P., & Zaltman, G. (1971). Social Marketing: An Approach to Planned Social Change. *Journal of Marketing*, 35(3), 3–12. <https://doi.org/10.1177/002224297103500302>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism : what newspeople should know and the public should expect*. Three Rivers Press.
- Larrondo Ureta, A., & Santos Diez, T. (2017). Features and Dimensions of Health Care Journalism: A Case Study on Spanish Free Magazines. *SAGE Open*, 7(4), 215824401774817. <https://doi.org/10.1177/2158244017748176>
- Lee Wright, P. (2010). Culture Shock: New media and organizational change in the BBC. In N. Fenton (Ed.), *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital* (pp. 73–86). Sage Publications Ltd.
- Macquail, D. (2010). *McQuail’s mass communication theory*. Sage Publ.
- Maden, S. (2020). Covid-19 salgını ve sağlık haberciliği: Prof. Dr. Erkan Yüksel ile söyleşi. *Etkileşim*, 3(6), 205–213. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2020.6.83>
- Mcchesney, R. W. (2008). *The political economy of media : enduring issues, emerging dilemmas*. Monthly Review Press.
- Navarro, V. (2009). What we mean by social determinants of health. *Global Health Promotion*, 16(1), 05-16. <https://doi.org/10.1177/1757975908100746>
- Nordeen, N., & Hettiarachchi, D. (2020). The Impact and Challenges of Medical Journalism: A Review. *University of Colombo Review (Series LII)*, 1(1), 37–46.
- Parkes, E. (2013). Mode of Communication of Cholera. By John Snow, MD: Second Edition - London, 1855, pp 162. *International Journal of Epidemiology*, 42(6), 1543–1552. <https://doi.org/10.1093/ije/dyt193>
- Robert Waterman Mcchesney, & Nichols, J. (2010). *The death and life of American journalism : the media revolution that will begin the world again*. Nation Books.
- Rosenberg, C. (1962). *The Cholera Years: The United States in 1832, 1849, and 1866*. University Of Chicago Press.
- Schudson, M. (2001). The objectivity norm in American journalism. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 2(2), 149–170. <https://doi.org/10.1177/146488490100200201>
- Schwitzer, G. (2004). Ten troublesome trends in TV health news. *BMJ*, 329(7478), 1352. <https://doi.org/10.1136/bmj.329.7478.1352>



- Schwitzer, G. (2009). The State of Health Journalism in the U.S. Kaiser Family Foundation.
- Sezgin, D. (2011). Yaşam Tarzı Önerileri Bağlamında Sağlık Haberlerinin Analizi. *Ankyra Ankara*, 2(2), 052–078. [https://doi.org/10.1501/sbeder\\_0000000034](https://doi.org/10.1501/sbeder_0000000034)
- Sezgin, D., & Yıldırım, İ. E. (2022). OBEZİTELİ BİREYLERİN GÖZÜNDEN TÜRKİYE'DE MEDYADA OBEZİTE. TOBİDER - International Journal of Social Sciences, 6(2), 19–35. <https://doi.org/10.30830/tobider.sayi.11.2>
- Snow, J. (1855). Mode of communication of cholera. London John Churchill.
- Stroobant, J., Van den Bogaert, S., & Raeymaeckers, K. (2018). When Medicine Meets Media: How Health News is Co-produced Between Health and Media Professionals. *Journalism Studies*, 20(13), 1828–1845. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2018.1539344>
- Sullivan, J. L. (2012). Media audiences : effects, users, institutions, and power. Sage Publications, Inc.
- Sweet, M., Lynore Geia, Dudgeon, P., McCallum, K., Summer May Finlay, Williams, M., McInerney, M., Armstrong, R., Doggett, J., Coopes, A., Ward, M. J., Senior, T., & Ricketson, M. (2017). Outlining a model of social journalism for health. *The Australian Journalism Review*, 39(2), 91–106. <https://doi.org/10.3316/ielapa.360447587025341>
- Thomas, K., & Senkeni, A. D. (2020). What Should Health Science Journalists Do in Epidemic Responses? *AMA Journal of Ethics*, 22(1), E55-60. <https://doi.org/10.1001/amajethics.2020.55>
- Tiffen, R. (1989). News and power. Allen & Unwin.
- Viswanath, K., Blake, K. D., Meissner, H. I., Nicole Gottlieb Saiontz, Mull, C., Freeman, C. S., Hesse, B. W., & Croyle, R. T. (2008). Occupational Practices and the Making of Health News: A National Survey of U.S. Health and Medical Science Journalists. *Journal of Health Communication*, 13(8), 759–777. <https://doi.org/10.1080/10810730802487430>
- Viswanath, K., & Emmons, K. M. (2006). Message Effects and Social Determinants of Health: Its Application to Cancer Disparities. *Journal of Communication*, 56(suppl\_1), S238–S264. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00292.x>
- Wallack, L., & Dorfman, L. (1996). Media Advocacy: A Strategy for Advancing Policy and Promoting Health. *Health Education Quarterly*, 23(3), 293–317. <https://www.jstor.org/stable/45049686>
- Wallington, S. F., Blake, K., Taylor-Clark, K., & Viswanath, K. (2010). Antecedents to Agenda Setting and Framing in Health News: An Examination of Priority, Angle, Source, and Resource Usage from a National Survey of U.S. Health Reporters and Editors. *Journal of Health Communication*, 15(1), 76–94. <https://doi.org/10.1080/10810730903460559>
- Walsh-Childers, K., Braddock, J., Rabaza, C., & Schwitzer, G. (2016). One Step Forward, One Step Back: Changes in News Coverage of Medical Interventions. *Health Communication*, 33(2), 174–187. <https://doi.org/10.1080/10410236.2016.1250706>
- Wilkins, L., & Coleman, R. (2005). The moral media : how journalists reason about ethics [e-book]. Lawrence Erlbaum Associates.

# BÖLÜM 28

## Veri Gazeteciliği

Ömer ALANKA<sup>1</sup>

Bilal AKKÖPRÜ<sup>2</sup>

### Giriş

Teknoloji toplumların gelişimine katkı veren temel unsurlardan biridir. Toplumsal iletişimden toplumların düşünme kalıplarına kadar birçok konuda büyük değişimlere neden olan hatta zaman zaman toplumların sınıflandırılmasında ölçüt olarak kullanılan teknoloji medya açısından da belirleyicidir. Günümüzde teknolojik ilerlemeler geçmişe göre çok daha hızlı ve büyük boyutlarda yaşanmaktadır. Medya da bu değişimden nasibini almış ve yeni özelliklerle donanarak “yeni” olmuştur. Medya tarihindeki yenilerden biri olan bu dönemde kitle iletişim araçları zaman ve mekân sınırlarından bağımsız, hem kitlesel hem bireysel içerikler sunabilen, daha etkileşimli, sürekli güncellenebilen, daha hızlı ve daha geniş boyutlarda veri aktarabilen araçlara dönüşmüştür. Hem kullanıcı hem de üretici açısından yeni ve geniş olanaklar sunan yeni medya,

<sup>1</sup> Prof. Dr., Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, omer.alanka@mku.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-5558-1848

<sup>2</sup> Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van Meslek Yüksekokulu, Görsel, İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, bilalakkopru@yyu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-9546-6326



olanaklar olduğunu söyler. Yazar veri gazeteciliğinin kaynaklarından ortaya çıkarılan bilginin sıkıcı olabileceğini, bu nedenle veri gazetecisine düşen önemli görevin bu sıkıcı bilgiyi ilgi çekici bir hikâye olarak okuyucusuna sunabilmek olduğunu ifade eder. Lehren gibi deneyimli bir gazetecinin de dikkat çekmeye çalıştığı gibi gazetecilik temelde aynıdır, türleri farklı kılan genelde bilgiye nasıl ulaşıldığı ve o bilginin nasıl hikâyeleştirildiği ile ilgilidir.

Gazetecilik açısından önemli olanaklar sunan bu türün gelecekte çokça tartışılacağı ve araştırılacağı kuvvetle muhtemel olmakla birlikte ileriki zamanlarda alacağı konumu kestirmek zordur. Fakat öncelikle bu türe dair önyargıların aşılması gerekmektedir. Bu önyargıların başında ise veri gazeteciliğinin masa başı yapılan bir iş olduğuna dair önyargıdır. Bunun yerine veri gazeteciliğine, veriye boğulmuş bir dünyada okuyucuya rehberlik edecek gazeteciye yeni yöntemler, bakış açıları ve donanımlar sağlayan bir tür olarak bakmak daha doğru olacaktır. Gerçi bu önyargılar olsun ya da olmasın bu türün yaygınlaşması, günümüz koşullarında bir tercihten bir zorunluluğa dönüşmüş gibi görünmektedir.

## KAYNAKÇA

- Appelgren, E. & Nygren, G. (2014). "Data Journalism in Sweden: Introducing new methods and genres of journalism into "old" organizations" (İsveç'te Veri Gazeteciliği: "Eski" kuruluşlara yeni gazetecilik yöntemleri ve türlerini tanıtmak). *Digital Journalism*, 2(3), 394-405.
- Bucher, T. (2017). "Machines don't have instincts: Articulating the computational in journalism" (Makinelerin içgüdüleri yoktur: Gazetecilikte hesaplamayı ifade etmek). *New Media & Society*, 19(6), 918-933.
- Çelik, T. (2019). "Dijital Çağda Gazetecilerin Büyük Veri Kullanımı" (Bildiri), Congress of International Applied Social Sciences Bildirileri, 04-06 Nisan 2019, (ss.261-273), Çeşme: İzmir.
- Dağ, P. (2016). Bilinç Değişikliği Yaratan Bir Gazetecilik. 08. 05. 2022 tarihinde <http://platform24.org/veri-gazeteciligi/537/bilinc-degisikligi-yaratan-bir-gazetecilik> adresinden edinilmiştir.
- Demirel, S. (2016). Veri Gazeteciliği Manifestosu İlk Taslağı. 10.05.2022 tarihinde <http://www.verigazeteciligi.com/veri-gazeteciligi-manifestosu-ilk-taslagi/> adresinden edinildi.
- Dikmen, E.Ş. (2020). "Çoklu Ortam ve Etkileşimli Haber Anlatısında "Yeni" Habercilik Uygulamaları: Veri Gazeteciliği". Erkmen, Ö., Çoban, B. ve Ataman, B. (Ed.), *Yeni Gazetecilik: Mecralar, Deneyimler, Olanaklar* (ss.246-268) içinde. İstanbul: Kafka.
- Gray, J.; Bounegru, L. & Chambers, L. (2012). *The Data Journalism Handbook*. Sebastopol, USA: O'Reilly.
- Hahn, O. & Stalpf, F. (2018). *Digital Investigative Journalism*. Gewerbestrasse: Palgrave Macmillan.
- Lehren, A.W. (2018). "The Rise of Investigative Data Journalism". Hahn, O. ve Stalpf, F. (Eds.), *Digital Investigative Journalism* (9-17). Gewerbestrasse: Palgrave Macmillan.
- Meyer, P. (2002). *Precision journalism: A reporter's introduction to social science methods*. USA: Rowman & Littlefield Publishers.



- Narin, B., Fırat, F., Fırat, D. & Ayaz, B. (2017). Büyük Veri ve Gazetecilik İlişkisi Bağlamında Veri Gazeteciliği. *AJIT-E: Akademik Bilgi Teknolojileri Dergisi*, 8(30), 215-235. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2017.5.010.x>
- Ozay, S. & Bayrakçı, S. (2022). Data Journalism in Turkey: Developing a Scale and Measuring Journalists' Skills. *İnsan Ve Toplum*, 12(4), 74-98.
- Royal, C., & Blasingame, D. (2016). *Isojournaldatajournalism*. 18.11.2015 tarihinde ISOJ JOURNAL: <https://isojournal.wordpress.com/2015/04/15/data-journalism-an-explication/> adresinden edinilmiştir
- Sütçü, C.S. & Öztezcan, B.A. (2020). "Veri Bilimi Bağlamında Veri Haberciliği Yaklaşımı". Ermen, Ö., Çoban, B. ve Ataman, B. (Ed.), *Yeni Gazetecilik: Mecralar, Deneyimler, Olanaklar* (ss.269-300) içinde. İstanbul: Kafka.
- Terzi, Z.N. (2022). Veri Gazeteciliği (Data Journalism) Nedir? 18. 04. 2024 tarihinde <https://medium.com/yetkingencler/veri-gazetecili%C4%9Fi-data-journalism-nedir-66b4b016e430> adresinden edinilmiştir.
- Türk Dil Kurumu (TDK) Sözlükleri. (2024). 01.04.2024 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden edinilmiştir.
- Uskali, T. & Kuutti, H. (2015). "Models And Streams of Data Journalism" (Veri Gazeteciliği Modelleri ve Akışları). *The Journal of Media Innovations*, 2 (1), 77-88.

# BÖLÜM 29

## Savaş ve Kriz Gazeteciliği

Taner YAPKU<sup>1</sup>

### | Giriş

İnsanlığın bildiğimiz ya da haberdar olduğumuz tarihi boyunca birtakım olaylar yaşanmış, bu olaylar karşısında o dönemin insanları kendi yetenekleri ve yaşadıkları çağın imkânları doğrultusunda önlemler almış ve bununla birlikte süreci yönetmişlerdir. Beklenmedik ve toplumsal düzeni derinden etkileyen birçok olay, kriz olarak tanımlanmış; bu olaylar karşısında bireyler ve kurumlar çeşitli stratejiler geliştirmişlerdir. Böylece krizlerin yıkıcı etkileri dolayısıyla toplumlar ve örgütler hızlı ve etkili kararlar almaya mecbur kalmışlardır.

Kriz kelimesi, eski Yunanca'da “karar vermek, ayırmak, seçmek” anlamına gelen “krinein” kökünden türemiştir ve “krisis” olarak 17. yüzyıla kadar özellikle tıp literatüründe kullanılmıştır; bu dönemde Hipokrat, Galen ve İbn-i Sina gibi tıp uzmanlarının eserlerinde hastalıkların seyrini açıklamak için tercih edilmiştir (Demir & Balcı, 2019). Kriz terimi; beklenmeyen ve ani olarak ortaya çıkan, günlük yaşamın normal akışını kesintiye uğratan ve mevcut toplumsal düzeni bozma potansiyeline sahip bir olay veya olaylar serisini ifade eder. (Çaplı ve Taş,

<sup>1</sup> Öğr. Gör., Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Rektörlük Birimi taner.yapku@alanya.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-9994-4236





zorunluluğu bulunmaktadır. Bu bağlamda, kriz ve savaş haberciliğinde medya etiğinin korunması ve geliştirilmesi gerekmektedir.

Teknolojik gelişmeler, kriz ve savaş haberciliğini büyük ölçüde dönüştürmüştür. Modern iletişim araçları, gazetecilere daha hızlı ve geniş çapta bilgi toplama ve yayma imkânı sunmaktadır. Ancak bu araçların sorumlu bir şekilde kullanılması, veri güvenliği ve mahremiyetin korunması açısından önemlidir. Sosyal medya ve dijital platformlar, haber akışını hızlandırırken aynı zamanda yanlış bilgilendirme ve dezenformasyon riskini de artırmaktadır. Bu nedenle gazetecilerin teknolojiyi etik ve sorumlu bir şekilde kullanma konusunda eğitilmeleri gerekmektedir.

Sonuç olarak kriz ve savaş haberciliği, medya dünyasında büyük bir öneme sahiptir. Gazeteciler, toplumları bilgilendirme ve yönlendirme sorumluluğunu taşıırken etik kurallara uymak ve teknolojiyi doğru kullanmak zorundadırlar. Gelecekte medya kuruluşlarının şeffaflık, hesap verebilirlik ve etik standartlar konusunda daha duyarlı olmaları; kriz ve savaş haberciliğinin etkinliğini artıracaktır. Bu şekilde, medya, toplumların kriz ve savaşları anlama ve üstesinden gelme kapasitelerini güçlendirmeye devam edecektir.

## KAYNAKÇA

- Alışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, (50), 254-277.
- Altun, F. (2011). Medya Etiği ve Tarafsızlık Söylemi. İş Ahlakı Dergisi, 4(8), 9-24.
- Arslan, H. (2019). Eleştirel Medya Okuryazarlığı Kapsamında Çocuğa ve Kadına Yönelik Olarak Önerilen Özel Haber Dili. Erciyes İletişim Dergisi, 6(1), 111-136.
- Arslan, Ş. (2022). Sosyal Medya ve Dezenformasyon Tehdidinde Gazetecilik.
- Aşkın, A. C. (2022). Dijitalleşme Bağlamında Değişen Gazetecilik ve Gazeteci Tanımları: Tartışma Önerileri. SSD Journal, 7(33), 471-475.
- Ay, A. (2022). Yapay Zekâ Haberciliği ve Gazetecilik Tartışmalarına Dair Bir Değerlendirme. Turkish Online Journal Of Design Art And Communication, 12(4), 913-926.
- Ayan, V. M., & Keten, E. T. (2023). Medyanın Yapısal Sorunları Bağlamında Afet Haberciliği: 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş Deprem Haberlerinin Gazetelerde Çerçeveselmesi. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 2(2), 116-132.
- Bayram, Y. (2013). Küreselleşme Sürecinde Medya Sektörünün Değişen Doğası ve Türk Medya Sektörüne Yansımaları. Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, 2(3), 234-261.
- Bezirgan Arar, Y. (2019). Gazetecilik Eğitimi Sonrası Mesleki Yönelim: 2010-2017 Ege Üniversitesi Gazetecilik Bölümü Mezunları Üzerine Bir Araştırma. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (32), 734-768.
- Bostancı, M., & Aksüt, E. (2022). Haber Üretiminde Yapay Zekâ Uygulamaları ve Dezenformasyon: Chatgpt ve Bard Örneği.
- Büyükaşar, M., & Özçağlayan, M. (2019). Haber ve Doğruluk İlişkisi: Doğruluk Sorununun Geçmişi ve Haberin Dönüşümü. Düşünce ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 1(1), 29-49.



- Canpolat, Ö. (2021). Başkalarının Acısına Bakmak. *International Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 8(66), 489-495.
- Ceyhan, A. İ. (2019). Dijital İletişim Çağında Siyasetin Dijitalleşmesi Üzerine Bir İnceleme: Post-Truth ve Dijital Siyasetin Sahte Haber Ekseninde Analizi. *Kurgu*, 27(4), 1-17.
- Ceylan, L. H. (2013). Sosyal Medya ve Gazetecilik (Doctoral Dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey)).
- Coşkun, M. (2020). Kriz Zamanlarında Haber Üretim Süreci: 15 Temmuz 2016 Darbesi'nde Gazetecilik Pratiği. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (48), 274-290.
- Çaplı, B., & Taş, O. (2010). Kriz Haberciliği. *Televizyon Haberciliğinde Etik*, 237-251.
- Çelik, K. (2022). İletişim Aracı Olarak, İnternet Bağımlılığı Üzerine Bir Araştırma. *İletişim Çalışmaları 2022*, 93.
- Çelik, T., & Güngör, A. A. (2020). Yeni Medyada Barışı Çerçevelemek: Alternatif Haber Medyasında Barış Pınarı Harekâtı. *SSD Journal*, 5(19), 19-33.
- Çetinkuş, H. (2017). Türkiye'de Savaş Muhabirliği. *TRT Akademi*, 2(3), 334-343.
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Sosyal Medya Haberlerine Güven Ve Kullanıcı Teyit Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (30), 55-77.
- Çubukçu, F. M. (2010). Türkiye'de Bir Uzmanlık Alanı Olarak Savaş Muhabirliği: Irak Savaşı Örneği (Order No. 28531020). Available From Proquest Dissertations & Theses Global.
- Demir, D. H. (2019). Gezi Parkı Olayları ve 15 Temmuz Darbe Girişimi Haberlerinin Kriz Haberciliği Kapsamında Etik Açısından Karşılaştırılması (Master's Thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Demir, D. H., & Balcı, E. V. (2019). Kriz Haberciliği ve Etik Sorunsalı. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (11), 48-56.
- Demir, F. (2015). Stratejik İletişim ve Algı Yönetimi Bağlamında Kriz İletişim Yönetimi. *International Journal Of Human Sciences*, 12(1), 343-362.
- Demir, S. T. (2023). Afet Medyası ve Medya Afeti: 6 Şubat Kahramanmaraş Depreminin Anımsattıkları. *TRT Akademi*, 8(18), 707-717.
- Demirel, Y., & Arık, M. B. (2022). Yeni Medyada Barış Gazeteciliği: Rusya-Ukrayna Savaşı'nda Cüneyt Özdemir Örneği. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 5(2), 283-301.
- Demirhan, E. S. (2020). Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçişte Habercilik: İnternet Gazeteciliğinde Haber Üretim Süreci (Master's Thesis, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Demirtaş, H. (2000). Kriz Yönetimi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 23(23), 353-373.
- Devran, Y., & Özcan, Ö. F. (2018). Suriye Savaşının Habercilik Pratiklerine Etkisi: İliştirilmiş Gazeteciliğe Karşı Aracılı Gazetecilik. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 9(17).
- Doğu, B. (2015). Veri Haberciliği: Demokratik Medya İçin Olanaklar. *Folklor/Edebiyat*, 21(83), 181-197.
- Dost, S. (2018). Uluslararası Silahlı Çatışmalarda Gazetecilerin ve Medya Araçlarının Korunması. *Ankara Barosu Dergileri*, 2018(2).
- Erol, D. D. (2017). Türkiye'deki Savaş Foto Muhabirlerinin Mesleklerine İlişkin Görüşleri. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 3-28.
- Genç, F. (2008). Kriz İletişimi: Marmara Depremi Örneği. *Selçuk İletişim*, 5(3), 161-175.
- Geyik, K. (2021). Savaş Haberciliğinde Değişen Roller: 2. Karabağ Savaşı Örneği. *Atatürk İletişim Dergisi*, (21), 53-71.
- Işık, M. (2020). Çatışma Alanlarında Gazetecilik Pratiklerinin Dönüşümü ve Dijital Çağda Savaş Gazeteciliği. *Türk Savaş Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 35-52.
- İnceoğlu, Y. (2020). Covid-19 Pandemisi ve Medya. *TTB Covid-19 Pandemisi*, 6, 632-643.
- İsce Ergül, Z. (2019). Ekonomi Haberciliğinde Haber Üretim Sürecini Etkileyen Faktörler (İzmir İli Örneği Üzerine Bir Araştırma) (Master's Thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Kaşıyüğun, A., & Çolak, M. (2014). Savaş ve Propaganda: Birinci Dünya Savaşı'nda Alman Propagandası.



- Kavaklı, N. (2018). Drone'ların Gazetecilikte Kullanımı: Drone Haberciliğinin Olanakları, Zorlukları ve Sınırları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 160-172.
- Kılıçaslan, E. (2020). Siyasal İletişim Bağlamında Haberin "Tarafsızlığı" Ve "Objektifliği" (New York Times ve China Daily Gazetelerinde "Koronavirüs" Haberlerinin Eleştirel Söylem Analizi). *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(3), 2448-2464.
- Korkut, T. (2007) <https://Bianet.Org/Haber/Baris-Gazetecisi-Ne-Yapar-Savas-Gazetecisi-Ne-Yapar-102482> Erişim Tarihi: 20.05.2024.
- Livberber, T. (2021). Veri Haberciliği: Şeffaf Topluma Teşvik Mi? Kişisel Veri Mahremiyeti Pazarlaması Mi? Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(1), 171-196.
- Maden, S. 2023. (6). 6 Şubat 2023'te Kahramanmaraş'ta Yaşanan Depremler Ekseninde Türkiye'de Deprem Haberciliğine Bakış: Prof. Dr. Süleyman İrvan ile Söyleşi. *Etkileşim*, (11), 406-420.
- Mengü, M. (2018). Churnalism–Hazırcı Gazetecilik. *İnternet Haberciliği: Kuram, Uygulama ve Eleştiri*, 65.
- Olkun, E. O. (2017). Medya Haberlerinin Güven Algısı Üzerinde Etkili Olan Faktörler: Konya Örneği.
- Özhan, Y., Balkaç, N., Ersoy, M. A., Durmuş, Ü. G., & Tokaz, M. (2023). Olağanüstü Dönemlerde Habercilik. *TRT Akademi*, 8(18), 679-698.
- Pazarbaşı, B., & Turanlı, E. (2018). Dijital Medyada Yayımlanan Arakan Savaş/Çatışma Fotoğraflarının Göstergebilimsel Analizi. *Intermedia International E-Journal*, 5(8), 88-109.
- Pınarbaşı, T. E., & Astam, F. K. (2020). Haberin Dönü (Şü) Mü: Sosyal Medya Gazeteciliği Pratikleri. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 5(1), 70-87.
- Richards, I. (2006). Felaket Haberciliği, Güven ve Etik. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (23), 199-204.
- Saç, H., & Çobaner, A. A. (2021). İnfodemide Sorumlu Habercilik: Covid-19 Salgının Haberleştirilmesine Yönelik Yayımlanan İlke ve Rehberler Üzerine Bir Değerlendirme.
- Taşçı, T. A. (2021). Rusya'da Hükümet ve Medyanın 15 Temmuz Darbe Girişimine Yaklaşımları. *Erciyes Akademi*, 35(2), 510-542.
- Taşkıran, İ., & Kırık, A. M. (2016). Gazetecilerin Sosyal Medyayı Haber Kaynağı Olarak Kullanımı: Medya Profesyonellerinin Bakış Açılarını Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma. *Intermedia International E-Journal*, 3(4), 213-241.
- Toprak, M. (2016). Haber Profesyonellerinin Haberde Manipülasyon Olgusunu Anlamlandırma-ları.
- Topsakal, T. (2021). Dijital Ortamda Yanlış Bilgi ve Haberlerin Yayılması: Koronavirüs Salgın Haberlerine Dair Bir İnceleme. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 6(1), 383-401.
- Topçu, Ö. İletişimin Dijitalleşmesiyle Ortaya Çıkan Habercilik Şekli. *EUropean Journal of Managerial Research (EUJMR)*, 7(13), 112-125.
- Türk, M. S. (2014). Medyanın gerçeklik inşası ve gerçeklik algısı. *Düşünce Dünyasında Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi*, 5(28), 9-32.
- Usta, E., & Yükseler, M. (2021). Afetlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Etik İnkilemler: İzmir Sefehisar Depremi Örneği. *Afet ve Risk Dergisi*, 4(2), 249-269.
- Ünalın, D. (2021). Gazeteciliğın Dönüşümü: Habertürk, Sözcü ve Yeni Şafak Gazetelerinin Sosyal Medya Haberciliği Çerçevesinde İncelenmesi. *Selçuk İletişim*, 14(2), 952-981.
- Yağcı, H. (2023). Suriyeli Zorunlu Göçmenlerin Türkiye Yazılı Medyasındaki Görünümünün İnsan Hakları Açısından Değerlendirilmesi. *Boyabat İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergisi*, 3(1), 1-13.



- Yardımlı, G., & Şeker, H. (2024). Medyada Kadınlar: Savaş ve Çatışma Fotoğraflarında Şiddetin ve Mücadelenin Portresi. *TRT Akademi*, 9(20), 148-171.
- Yegen, C. (2014). Medyanın Kamuoyu Oluşturma ve Gündem Belirleme Rolü Üzerine: Sarayçiçeği Haberleriyle Oluşturulan Yapay Gündem. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (12), 21-46.
- Yeşil, F. (2013). İnsancıl Hukuk Açısından Suriye İç Savaşı. *Yasama Dergisi* (24), 103-114.
- Yıldız, O. (2006). Savaş'tan Barış'a Geçişte Medyanın Rolü (Order No. 28521675). Available From Proquest Dissertations & Theses Global.
- Yıldızgörmüş, M. R. (2020). Küresel Salgın Sürecinde Sosyal Medyanın Habercilik Rolü: Yararlı mı? Zararlı mı? Kullanıcı Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (5), 44-58.

# BÖLÜM 30

## İklim ve Çevre Gazeteciliği

Şule Yüksel ÖZMEN<sup>1</sup>

### Giriş

İklim ve çevre gazeteciliği, günümüz medya dünyasında giderek daha fazla önem kazanan bir konu haline gelmiştir. Bu alandaki habercilik, insanlığın karşı karşıya olduğu büyük çevresel ve iklimsel sorunları ele alarak kamuoyunu bilinçlendirme, bilgi sağlama ve değişim talep etme rolünü üstlenmektedir. İklim değişikliği, doğal kaynakların tükenmesi, biyoçeşitlilik kaybı ve kirlilik gibi konular, dünya genelinde ciddi endişe kaynakları olmuş ve medyanın bu konularda etkin bir rol oynaması gerekliliğini ortaya koymuştur.

İklim ve çevre haberciliği bilim haberciliğinin bir kolunu oluşturmaktadır. Çevre haberciliği, çevre sorunları ve çevreye dair gelişmeleri ele alan bir gazetecilik türü olarak içinde iklim konusunu da barındırmaktaydı. Önceleri küresel ısınma sonrasında iklim değişikliği ve günümüzde ise iklim krizi olarak beliren çevre sorunu başlı başına bir uzmanlık alanı haline geldi. İklim haberleri önceden çevre haberleri kapsamında değerlendirilirken, iklim sorununun artık

<sup>1</sup> Prof. Dr. Trabzon Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, syozmen@trabzon.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-8647-9240



## 2.6. Çevre ve iklim haberi yaparken karşılaşılan kısıtlamalar

Çevre ve iklim haberi yaparken yaşanan kısıtlamalar üç boyutta ele alınabilir. Bunlardan ilki teknik ve bilgi kısıtlamalarıdır. Çevre ve iklim haberleri genellikle teknik bilgi gerektirir ve bu bilgiler geniş zaman ve derin bir bilgi birikimi içeren şekildedir. Gazetecilerin bu konuda yeterli eğitim veya bilgiye sahip olmaması, doğru ve kapsamlı haber yapmalarını zorlaştırabilmektedir. Ayrıca editörlerin çevre ve iklim konularına yeterince ilgi göstermemesi veya bu konularda uzmanlaşmamış olmaları, haberlerin içeriğini etkilemektedir. İkinci boyut haber üretim süreci ve organizasyonel kısıtlamalara yöneliktir. Medya kuruluşlarının haber üretim sürecindeki standartları, haber teslim saatleri, reklam ilişkileri ve sınırlı kaynaklar gibi faktörler, çevre haberlerinin yayınlanma şeklini ve sıklığını etkilemektedir. Editörlerin haber seçimi ve düzenlemeleri, çevre haberlerinin vurgusunu veya önemini belirlemektedir. Çevre muhabirlerinin çoğu zaman editörleri ikna etme ve haberlerinin önemini gösterme sürecinde zorluklar yaşamaktadır. Üçüncü boyut ise, dış baskılar olarak ele alınabilir. Devlet kurumları ve iş dünyası gibi dış aktörler, çevre haberlerinin içeriği üzerinde etkili olabilmektedir. Özellikle ekonomik çıkarları veya politik hedefleri olan bu gruplar, medya üzerinde baskı oluşturarak çevre haberlerinin tonunu veya vurgusunu değiştirebilmekte hatta yayınlanmasına engel olmaktadır. Gazeteciler, bu tür baskılar altında çalışırken, çevre sorunlarının nedenlerini veya derinlemesine analizini yapmakta zorlanabilmektedir. Bu durum, çevre sorunlarının yeterince vurgulanmamasına veya yüzeysel bir şekilde ele alınmasına yol açabilmektedir. Bu kısıtlamalar, çevre gazeteciliğinin objektifliği, derinliği ve etkili iletişimi açısından önemli engeller oluşturmaktadır. Gazetecilerin, bu zorlukları aşabilmek için daha fazla eğitim, daha güçlü editöryel destek ve dış baskılara karşı direnç geliştirmeleri gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

- Adams, B. (2003). *The mediatimescapes of BSE news*. Ed: Stuart Allan, Barbara Adam, Cynthia Carter, *Environmental risk and the media*. (s. 117-129). London: Routledge.
- Barut, B. (2000). Haber ve yorum düzleminde Türk basınının objektiflik analizi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (2), 145-162.
- Campbell, F. (1999). *The construction of environmental news*. London: Ashgate Publishing.
- Cengiz, Ö. (2023). Türkiye’de İklim Haberciliği: Kuraklık Haberleri Üzerine Bir İçerik Analizi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (62), 113-132.
- Frome, M. (1998). *Greenink: An introduction to environmental journalism*. Salt Lake City, Utah, USA: University of Utah Press.



- Güler, Ç. (2006). Kitle iletişim araçları ve sağlık. *Toplum Hekimliği Bülteni*, 25(1), 1-4.
- Kenix, L. J. (2005). A comparison of environmental pollution coverage in the mainstream, African American and other alternative press. *The Howard Journal of Communications*, 16, 49-70.
- Kolandai-Matchett, K. (2009). *Improving news media communication of sustainability and the environment: An exploration of approaches*. (Doktora Tezi: Canterbury Üniversitesi (İngiltere)).
- Nelkin, D. (1994). *Bilim nasıl satılır?*. (Çev: M. Çiftkaya). İstanbul: Şule Yayınları.
- Özmen, Ş. Y. (2011). *Çevre iletişimi: Çevre haberlerinin yapısal analizi ve okuyucu farkındalığı* (Doktora Tezi: Anadolu Üniversitesi (Türkiye)).
- Reis, Raul. (1999). Environmental news: coverage of the earth summit by Brazilian newspaper. *Science Communication*, 21, 137-155.
- Rogers, P. (2002). Complexity in environment reporting in critical top public decision making. *Nie-man Reports* 56(4), 33.
- Society of Environmental Journalists (SEJ). (2024). SEJ's vision and mission. SEJ websitesi. <http://www.sej.org/about/index1.htm> (Erişim tarihi: 17. 05. 2024)
- Sprecker, K. J. (2001). Reader perception of the credibility of university scientists as sources of environmental news. Doktora Tezi: Wisconsin – Madison Üniversitesi (ABD)).
- Valenti, J. M. (1998). Ethical decision making in environmental communication. *Journal of Mass Media Ethics*, 13(4), 219-231.

# BÖLÜM 31

## Yavaş Gazetecilik

Onur OĞUR<sup>1</sup>

### Giriş

Yavaş gazetecilik, son yıllarda hem akademide daha fazla alan kazanan hem de internet ve sosyal medya uygulamalarının sağladığı imkânlarla giderek yaygınlaşan bir alternatif gazetecilik anlayışıdır. İnternetin ve sosyal medyanın kullanım alanları arttıkça izleyiciler, okuyucular hızlı tüketim kültürüne daha fazla entegre olmakta, bu doğrultuda haber üretim ve tüketim alışkanlıklarında hız ve yavaşlık kavramları da giderek daha çok tartışılmaktadır. Yavaş gazetecilik, medya içeriklerinde üretim, tüketim pratiklerini eleştiren, küreselleşmenin etkilerini, hız odaklı tüketim ve üretim pratiklerinden sadeleştirme amacı taşıyan bir gazetecilik anlayışıdır. 17. Yüzyılda Avrupa'da sermaye birikiminin başlamasıyla ticari kaygıların ortaya çıkardığı gazetecilik faaliyetleri, 18. Yüzyılda Fransız ihtilali ve Amerikan Bağımsızlık savaşı, 19. Yüzyılda İngiltere'deki sanayi devrimi ile bugünkü modern haline dönüşürken (Tokgöz, 2012), 21.Yüzyıla gelindiğinde hem mobil telefon/bilgisayar kullanımı hem de internetin yaygınlaşmasıyla hızlanmaya devam etmektedir. Hızlı olmak, gazetecilik faaliyetlerinin başlangıcından itibaren, bugünkü kadar hızlı haberleşme

<sup>1</sup> Dr., Bağımsız, onurogur@anadolu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-0386-6777





alınabilecek önlemlerle, toplumsal tepkilerin kısılmasına, gazeteciliğin bir halkla ilişkiler faaliyetine dönüşmesine neden olmaktadır. İki disiplin arasındaki temel ayrımın halkın çıkarlarının savunulması olduğu göz önüne alındığında, gazetecilik çalışmalarını, alternatifleri değerlendirmek sorumluluğunu almak mecburiyetinde kalmaktadır.

Yavaş gazetecilik, gazetecilik pratiklerinde yaşanan küresel değişimlerin düzenlenmesi, ortaya çıkan problemleri ve özellikle de hızlı haber verme kaygısının ortaya çıkardığı sorunlara çözümler üretmektedir. Gazetecilerin, haber içeriklerinin ve ortaya çıkan medyumların yarattığı kültürel tüketim ihtiyacının kapsayıcı bir biçimde ele alınması, özellikle de internet ve mobil iletişim teknolojilerinin zorunlu kıldığı ihtiyaçların, gazetecilik esaslarını ve ilkelerini, gazeteciliğin işlevini ve etik anlayışını kapsamlı bir biçimde yorumluyor olması, yavaş gazetecilik anlayışının yaygınlaşmasında daha da etkili olarak tartışmaların çoğalmasına ve yavaş gazetecilik uygulamalarının artmasına neden olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Aitamurto, T., & Varma, A. (2018). The constructive role of journalism: Contentious metadiscourse on constructive journalism and solutions journalism. *Journalism Practice*, 12(6), 695-713.
- Atabey, A., G. (2023). Yeni Bir Gazetecilik Pratiği Olarak Çözüm Gazeteciliği. *Pamukkale Üniversitesi İletişim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 101-112.
- Basmacı, G. (2022). "İnternet Gazetelerinin Haber Yazım Kuralları Çerçevesinde Analizi." *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi* 10.(21), 1-23.
- Baum, M. Ve Zhukov, M.Y.(2019). Media Ownership and News Coverage of International Conflict. *Political Communication*, 36(1), 36-63.
- Berrington, E. Ve Jemphrey, A. (2003). Pressures on the Press: Reflections on reporting tragedy. *Journalism*, 4(2), 225-248.
- Boynton, R. (2015) El nuevo Nuevo Per, odismo. Conversaciones sobre el oficio con los mejores escritores estadounidenses de no ficción. Barcelona: Publicacions i Edicions de la UB.
- Broersma, M., Herder, B. ve Schohaus, B. (2013). A Question of Power, *Journalism Practice*, 7(4), 388-395.
- Callahan, S. (2003). New Challenges of Globalization for Journalism. *Journal of Mass Media Ethics*, 18(1), 3-15.
- Carretero, A.B., Barriain, G.J. (2016) Slow Journalism in Spain, *Journalism Practice*, 10(4), 521-538.
- Carroll, W. ve Hackett, R.A. (2006). Democratic media activism through the lens of social media movement theory. *Media, Culture & Society*, 28(1), 83-104.
- Carvajal, M., García-Avilés, J. A., & González, J. L. (2012). Crowdfunding and non-profit media: The emergence of new models for public interest journalism. *Journalism practice*, 6(5-6), 638-647.
- Craig, G. (2020). Reclaiming Slowness in Journalism: Critique Complexity and Difference. *İçinde, Slow Journalism* (s. 23-37). Routledge.



- Cottle, S. (2009) Journalism and Globalization. İçinde *The Handbook of Journalism Studies* (s.361-376). Routledge.
- Cruft, R. (2022). Journalism and press freedom as human rights. *Journal of Applied Philosophy*, 39(3), 359-376.
- David, S. (2015). The Slow Media Manifesto and Its Impact on Different Countries, Cultures, and Disciplines. *Social Analysis*, 5(1), 4-12.
- Diekerhof, E. (2023) Changing journalistic Information Gathering Practices? Reliability in Everyday Information Gathering in High Speed Newsrooms. *Journalism Practice*, 17(3), 411-428.
- Duman, K. (2018). Arama motorları ve internet haberciliğine etkileri: Türk internet haber medyası örneği. *Selçuk İletişim*, 11(1), 257-287.
- Durna, T. (2020). Hak Temelli Gazetecilik: Bir Kılavuz Denemesi. *Sivil Toplum Kuruluşları İçin Hak Temelli Gazetecilik Kılavuzu*, 31.
- Durgeç, P ve Demirel, S.D. (2023). A study on the relationship between slow journalism and virtual reality: The New York Times and The Guardian Samples. *Opus Journal of Society Research*, 20(51), 5-29.
- Drok, N ve Hermans, L. (2020) Is there a future for slow journalism? The perspective of younger users. İçinde *Slow Journalism* Routledge. (s.101-116)
- Fulton, J ve Scott, P. (2022) Time Well Spent: ABC Journalists Reflect on Slow Journalism and the Remote Communities Project. *Journalism Practice*, 16(8), 1597-1613.
- Galtung, J. (2003). Peace journalism. *Media Asia*, 30(3), 177-180.
- Gambarato, R. (2016). The Sochi Project: Slow journalism within the transmedia space. *Digital Journalism*, 4(4), 445-461.
- Gess, H. (2012). Climate change and the possibility of 'slow journalism'. *Ecquid novi: African journalism studies*, 33(1), 54-65.
- Hermans, L., & Drok, N. (2018). Placing constructive journalism in context. *Journalism Practice*, 12(6), 679-694.
- Juntunen, L. (2010). Explaining the need for speed. Speed and competition as challenges to journalism ethics. *The rise of*, 24, 167-182.
- Kline, B. R. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (Second edit). NY: The Guilford Press.
- Kovach, B. ve Rosenstiel, T. (2007). *Gazeteciliğin Esasları*. Ankara: Odtü Yayınları.
- Krumsvik, A.H. (2015). Why Old Media Will Be Funding Journalism In the Future. İçinde *The future of Journalism: Developments and Debates* (s. 67-79). Routledge.
- Lee, A. (2015) Social Media and Speed-Driven Journalism: Expectations and Practices, *International Journal on Media Management*, 17 (4), 217-239.
- Lewis, J ve Cushion, S. (2009) The Thirst To Be First, *Journalism Practice*, 3(3), 304-318.
- Lowrey, W., Brozana, A., & Mackay, J.B. (2008). Toward a measure of community journalism. *Mass Communication and Society*, 11(3), 275-299.
- Lynch, J. (2007). A course in peace journalism. *Conflict and communication online*, 6(1), 1-20.
- Masurier, M. (2015). What is slow Journalism? *Journalism Practice*, 9(2), 138-152.
- Masurier, M. (2019). *Slow journalism*. (Ed. Masurier) Abingdonand New York: Routledge.
- Neveu, E. (2020). On not going too fast with slow journalism. In *Slow journalism* (pp. 10-22). Routledge.
- Nip, J.Y., (2008). The last days of civic journalism: The case of the Savannah Morning News. *Journalism Practice*, 2(2), 179-196.
- Oğur, O. (2020). Küreselleşme ve Teknolojinin Medya İçeriklerine Etkileri: Türkiye'de Yayın Yapan Açık Radyo, Gazetta9 ve Cep Hikayeleri Kanallarına Yönelik Yavaş Medya Kapsamında Bir İnceleme. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Özer, Ö. (2010). *Liberal Basın*. Konya: Literatürk Yayınları.



- Pavlik, J. (2000). The Impact of Technology on Journalism. *Journalism Studies*, 1(2), 229-237.
- Petrini, C. ve Padovani, G. (2012). Slow Food Devrimi, Arcigola'dan Terra Madre'ye: Yeni Bir Yaşam ve Yemek Kültürü. İstanbul: Sinek Sekiz Yayınları.
- Rauch, J. (2018). Slow media: Why slow is satisfying, sustainable, and smart. Oxford University Press.
- Reese, S. D. (2010). Journalism and Globalization. *Sociology Compass*, 4(6), 344-453.
- Ringstetter, M. ve Vizjak, A. (2003). The only way for the media industry to grow and profit is with content. İçinde, *Media Management: Leveraging Content for Profitable Growth* (s.3-13). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Roberts, J. (2019). Citizen Journalism. *The International encyclopedia of media literacy*. 1(2), 1-10.
- Ryan, M. (2015). Transmedia Storytelling: Industry Buzzword or New Narrative Experience? *Storyworlds: A Journal of Narrative Studies*, 7(2), 1-19.
- Tokgöz, O. (2015). Temel Gazetecilik. Ankara: İmge Kitabevi.
- Uzun, R. (2014). Medya-Siyaset İlişkileri: Türkiye'de Savunucu Gazetecilik Olgusunun İncelenmesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2014(39), 129-147.
- Wall, M. (2017). Mapping Citizen and Participatory Journalism: In newsrooms, classrooms and beyond. *Journalism Practice*, 11(2-3), 134-141.
- Yegen, C. (2015). İletişim teknolojileriyle gelişen crowdsourced bir sistem olarak crowdfunding ve "FonlaBeni" örneği. *Yenimedya Çalışmaları III* (87-111). İstanbul: Taşmektep Yayınları.
- Yurtseven, H. R., Kaya, O., & Harman, S. (2010). *Yavaş hareketi*. Detay.
- Zamith, R. ve Braun, J.A. (2019) Technology and Journalism. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, 1-7.
- <https://www.slowfood.com/wp-content/uploads/2023/10/slow-food-manifesto.pdf> (erişim tarihi 24.03.2024)
- <https://en.slow-media.net/manifesto> (erişim tarihi 24.03.2024)

# BÖLÜM 32

## Habercilikte Yeni Bir Dönüm Noktası: Robot Gazetecilik

Merve ŞENTÖREGİL<sup>1</sup>

### Robot Gazeteciliğın Ortaya Çıkışı ve Kullanım Alanları

Kim ve Kim robot gazeteciliğı “*Robot yazarların insanlar tarafından programlanan algoritmalara göre bilgileri bağımsız olarak incelediğı ve haber içeriğı ürettiğı bir süreç*” olarak tanımlamaktadır. Onlara göre robot gazetecilik gelişmiş bilgisayar destekli haberciliğın (computer-assisted reporting) bir türüdür. Ancak robot gazeteci insan gazetecilerin emirlerini birebir uygulamakla yükümlü pasif bir araç olarak düşünülmemelidir. Aksine haber üretim sürecinde aktif olarak yer alan ve görevlerini kendi başına yerine getirebilen yeni bir tür çalışandır. Robot gazetecilik ise bir robotun insanlar tarafından programlanması sonrasında verilerin otonom olarak analiz edildiğı ve belirli algoritmalara dayalı makalelerin yaratıldığı bir sürece karşılık gelmektedir (2017, s. 185). Haber üretiminde otomasyonun ve algoritmaların öne çıkması nedeniyle bu gazetecilik türü otomatik gazetecilik ya da algoritmik gazetecilik olarak da adlandırılmaktadır (Casswell ve Dörr, 2018, s. 477). Benzer bir doğrultuda Latar da bilgisayar destekli gazetecilik, dijital gazetecilik ve robotik gazeteciliğı algoritmaların gazeteciliğı entegrasyonundaki evrimin farklı aşamaları olarak değerlendirmektedir (2018, s. 30-31).

<sup>1</sup> Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, mervesentoregil@sdu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-7576-0376



halkın bilgi edinme hakkını gözeten bir fikir işçisidir. Ancak dijitalleşme ve özellikle yapay zekâ alanındaki gelişmelerin etkisiyle pek çok meslekte olduğu gibi gazetecilikte de geleneksel pratikler değişmeye başlamış, haber yazımı insana özgü bir yaratım olmaktan çıkarak robotların otomatik olarak yapabildiği bir pratiğe dönüşmüştür. Haberin çok az ya da sıfır insan müdahalesiyle üretilip yayınlanabiliyor olması medya kuruluşlarındaki alışıldık görev dağılımını da değiştirmekte, özellikle istihdama dair haklı endişeleri beraberinde getirmektedir. Haber odalarındaki insan gazetecilerin yerini almaya başlayan akıllı algoritmalar ve robotlar gazeteciliğe dair mevcut kabulleri yeniden gözden geçirmeyi zorunlu kılmaktadır. Bu yeni medya ekosisteminde gazetecilerin yapması gereken robotları haber odalarından dışlamak değil onları çalışmalarının niteliğini artıracak bir basamak olarak görmektir.

## KAYNAKÇA

- Bayır, B. (2023). *Medya kuruluşlarının yapay zekâya yazdırdıkları içeriklerdeki, yanıtıcı bilgilerin sorumluluğu kime ait?*. Medyascope. <https://medyascope.tv/2023/06/23/medya-kuruluslari-nin-yapay-zekaya-yazdirdiklari-iceriklerdeki-yaniltici-bilgilerin-sorumlulugu-kime-ait/>
- Cambridge Dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/bot>
- Caswell, D., & Dörr, K. (2018). *Automated Journalism 2.0: Event-driven narratives: From simple descriptions to real stories*. Journalism practice, 12(4), 477-496.
- Cohn, D. (2024). *How AI will reshape journalism's narrative in 2024*. <https://www.poynter.org/commentary/2024/how-ai-will-reshape-journalisms-narrative-in-2024>
- Columbia University (2024). *Open Source AI Hackathon*. <https://brown.columbia.edu/event/open-source-ai-hackathon/>
- Csikszentmihályi, C. (2003). *Afghan Explorer*. Thresholds, (27), 57-61.
- Güz, N. & Yeğen, C. (2018) *Bir Dijital Gazetecilik Biçimi: Robot Gazetecilik*. İletişim Araştırmaları Derneği (İLAD)
- Işık, U., Ölçekçi, H., & Koz, K. A. (2022). *Yapay zekâ ve algoritma ekseninde gazeteciliğin geleceği ve toplum için anlamı*. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 10(2), 1248-1275.
- Kieslich, K., Došenović, P., Starke, C., Lünich, M., & Marcinkowski, F. (2021). *Artificial Intelligence in Journalism. How does the public perceive the impact of artificial intelligence on the future of journalism*. Factsheet, 4.
- Kim, D., & Kim, S. (2017). *Newspaper companies' determinants in adopting robot journalism*. Technological forecasting and social change, 117, 184-195.
- Kim, D., & Kim, S. (2018). *Newspaper journalists' attitudes towards robot journalism*. Telematics and Informatics, 35(2), 340-357
- Latar, N. L. (2018). *Robot journalism: Can human journalism survive?*. World Scientific.
- Narin, B. (2017). *Uzman görüşleri bağlamında haber üretiminde otomatikleşme: Robot gazetecilik*. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (27), 79-108.
- Özdemir, C. (2023). *Dipnot ve Haberciliğin Geleceği*. <https://dipnot.tv/tr-TR/dipnot-ve-haberciligin-gelecegi>



- Peiser, J. (2019). *The rise of the robot reporter*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2019/02/05/business/media/artificial-intelligence-journalism-robots.html>
- Quach, K. (2017). *Breaking news, literally: Newspaper's quakebot rumbled for fake story*. The Register. [https://www.theregister.com/2017/06/22/la\\_times\\_bot\\_spreads\\_fake\\_news/](https://www.theregister.com/2017/06/22/la_times_bot_spreads_fake_news/)
- Wakefield, J. (2002). *Robo-reporter goes to war*. BBC News. <http://news.bbc.co.uk/1/hi/sci/tech/1898525.stm>

# BÖLÜM 33

## Sosyal Medya Gazeteciliği

Hüseyin YAŞA<sup>1</sup>

Gelişen, gelişmeye devam eden bilgi ve iletişim teknolojilerinin çıktısı olan internet ve daha da özeldir yeni medya bireylere yeni olanaklar ve ortamlar sunmuştur. 1990'lı yılların başında yaşamımıza entegre olan internet, gündelik yaşamımızda birçok şeyi etkileyerek alışkanlıklarımızı değiştirmiştir. İnternetin sunduğu dijitalleşme birçok alanda etkisini göstermiş olmakla birlikte önemli değişim ve dönüşümün hissedildiği bu alanlardan biri de gazetecilik olmuştur. Bu dönem içerisinde dijital çağı anlamlandıracak çeşitli kavramlar gündeme gelmiş ve bu kavramlarla gazetecilikte haber üretiminden tüketimine kadar birçok durum yeniden farklı isimlerle açıklanmıştır. Özellikle de internetin sunduğu Web 1.0 teknolojisinden sonra geliştirilen kullanıcı tabanlı "Web 2.0" teknolojisi, haberin üretimi, dağıtımı ve bireyler ile etkileşim süreçlerini yeniden şekillendirmiştir. Bu teknoloji, geleneksel medyadan farklı bir medya türü olarak nitelendirilebilecek yeni medyanın, daha özeldir ise sosyal medya ve gazetecilikle ilişkili olarak sosyal medya gazeteciliğinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Web 2.0 teknolojileri ile ortaya çıkan sosyal medya, kullanıcılar tarafından içerik oluşturulmasına ve içeriğin yeniden kullanıcılar tarafından değiştirilmesine izin vermenin yanı sıra (Kaplan ve Haenlein, 2010, s. 60) herhangi bir zaman

<sup>1</sup> Dr., Bağımsız Araştırmacı, hsyayasa@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-0589-0842



sosyal medya ortamları üzerinde haber üreten haber kurumları, kuruluşları veya gazeteciler, habere erişen herkese doğru ve güvenilir bilgi sağlama konusunda hem bireysel hem de kolektif olarak kendi üzerlerine düşen sorumluluk bilinci çerçevesinde görevlerini yapmaları hayati bir öneme sahiptir.

Nitekim, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan Web 1.0 teknolojisi internet gazeteciliğinin alt yapısını oluşturmuş ve devam süreçte de Web 2.0 ile birlikte sosyal medya ortamlarının ortaya çıkması gazetecilik pratiklerinin bu ortamlar üzerinde eş zamanlı, kolay erişilebilir, hızlı, çift yönlü, multimedya özellikli (ses, görüntü, video vb.), etkileşimli ve dinamik olmasına olanak sağlamıştır. Geleneksel medyadan farklı bir şekilde ilerleyen süreçler gazetecilik ve haber alanına ilişkin gazeteciler, okur/izleyici, medya kurum veya kuruluşları için farklı ortamlar ve formatlar oluşturarak belirli değişim ve dönüşümlere olumlu olanak sağlamanın yanı sıra olumsuz durumların oluşmasına da neden olmuştur. Her ne kadar geleneksel gazetecikten farklı olanaklar ve formatlar oluşturan sosyal medya gazeteciliğinin temel amacı toplumlarda meydana gelen olaylar veya durumlar hakkında bireyleri doğru ve tarafsız olarak bilgilendirmektir. Dolayısıyla gelişen ve daha gelişmekte olan bilgi ve iletişim teknolojileri neticesinde gazetecilik ve haber pratiklerinin ortamlarında değişim ve dönüşüm yaşansa da aslında hep temel amaç gözetilmektedir. Bu temel amaç doğrultusunda gelecekte hangi ortamlar üzerinden hangi gazetecilik ve habercilik pratiklerinin gerçekleşeceği belirsizdir. Ancak bilgi ve iletişim teknolojileri sürekli gelişim özellikle de yapay zeka teknolojilerinin hem sosyal medya ortamlarına hem de gazetecilik ve habercilik pratiklerine eklenmesiyle gelecekte daha çok ortamların, pratiklerin ve çeşitlenmelerin üzerine fikir, düşünce ve tartışmaların artacağı aşikar görülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Adornato, A. (2017). *Mobile and social media journalism a practical guide*. California: SAGE Publications.
- Barbosa, B., & Carvalho, C. (2022). Tweet And Retweet Journalism During The Pandemic: Dissemination Of And Engagement With News On Twitter. *Brazilian Journalism Research*, 17, 736-763.
- Belair-Gagnon, V., Agur, C., & Frisch, N. (2017). The changing physical and social environment of newsgathering: A case study of foreign correspondents using chat apps during unrest. *Social Media+ Society*, 3 (1), 2056305117701163.
- Bossio, D. (2017). Big Data, Algorithms and the Metrics of Social Media News. Diana Bossio (Ed.). *Journalism and Social Media: Practitioners, Organisations and Institutions* içinde (ss. 89-109). Camden: Springer International Publishing.





- Bruns, A., & Highfield, T. (2012). Blogs, Twitter, and breaking news: The produsage of citizen journalism. In R. A. Lind (Ed.). *Producing theory in a digital world: The intersection of audiences and production in contemporary theory* (Vol. 30, pp. 15–32). New York: Peter Lang Publishing Inc.
- Bulut, S. (2020). Egemen söylemin kıyısındakiler: alternatif bir platform olarak Youtube'da gazetecilik ve gazeteciler üzerine bir inceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7 (2), 727-748.
- Burgess, J. ve Green, J. (2010). *YouTube online video and participatory culture*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Carlson, M., & Lewis, S. C. (2018). News and the networked self: Performativity, platforms, and journalistic epistemologies. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self and platforms, stories, connections* (pp. 29–42). New York, NY: Routledge
- Carpenter, J. P, Morrison, S. A., Craft, M., & Lee, M. (2020). How and why are educators using Instagram?. *Teaching and teacher education*, 96, 103149.
- Chung, C. ve Austria K. (2010). Social Media Gratification and Attitude toward Social Media Marketing Messages: A Study of the Effect of Social Media Marketing Messages on Online Shopping Value. S. Yu, R. Lord ve B. Lin (Ed.), *Proceedings of the Northeast Business & Economics Association içinde* (s. 581-586). New Jersey: Montclair State University.
- Coleman, B. (2011). *Hello avatar dijital neslin yükselişi*. (Çev: E. Bilge), İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Çetinkaya, A. (2019). Çevrimiçi gazetelerin Instagram üzerinden haber paylaşımı. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 1 (2), 1-28.
- De la Peña, N., Weil, P, Llobera, J., Spanlang, B., Friedman, D., Sanchez-Vives, M. V., & Slater, M. (2010). Immersive journalism: Immersive virtual reality for the first-person experience of news. *Presence*, 19 (4), 291-301.
- Edmonds, R., Guskin, E., Rosenstiel, T., & Mitchell, A. (2012). Newspapers: Building digital revenues proves painfully slow. Retrieved from <http://stateofthe media.org/2012/newspapers-building-digital-revenues-proves-painfully-slow>
- Erol, S. (2022). TikTok ve Gazetecilik İlişkisi Üzerine Ülkeler Arası Karşılaştırmalı Bir İçerik Analizi. *Yeni Medya*, 2022 (12), 302-325.
- Hermida, A. (2012). Social journalism: Exploring how social media is shaping journalism. *The Handbook Of Global Online Journalism*, 12, 309-328.
- Hermida, A., Fletcher, F, Korell, D. ve Logan, D. (2012). Share, like, recommend: Decoding the social media news consumer. *Journalism Studies*, 13 (5-6), 815-824.
- Howe , J. (2009). *Crowdsourcing: why the power of the crowd is driving the future of business*. New York : Three Rivers .
- Jansen, Bernard ve Mimi Zhang vd (2009). Twitter power: tweets as electronic word of mouth. *Journal of The American Society For Information Science and Technology*. 60 (11), 2169–2188.
- Jones, M. (2006). Will news find a home on YouTube?. *Nieman Reports*, 60 (4), 52.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53 (1), 59-68.
- Kermani, H. (2018). Telegramming News: How have Telegram channels transformed journalism in Iran?. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (31), 168-187.
- Klug, D., Qin, Y., Evans, M., & Kaufman, G. (2021). Trick and please. A mixed method study on user assumptions about the TikTok algorithm. In 13th ACM Web Science Conference 2021 (WebSci'21) (pp. 84–92). ACM.
- Lawrence, R. G., Molyneux, L., Coddington, M., & Holton, A. (2014). Tweeting conventions: Political journalists' use of Twitter to cover the 2012 presidential campaign. *Journalism Studies*, 15, 789–806.



- Lister, M., J. Dovey, S. Giddens, I. Grant ve K. Kelly (2009). *New media: a critical Introduction*. New York: Routledge
- Martey, R.M. and Galley, J.S., (2007). The digital dollhouse: context and social norms in the sims online. *Games and Culture*, 2, 314-334.
- Marwick, A., ve Boyd, D. (2011). To see and be seen: celebrity practice on twitter. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17 (2), 139-158.
- Meese, J., & Hurcombe, E. (2021). Facebook, news media and platform dependency: The institutional impacts of news distribution on social platforms. *New Media & Society*, 23(8), 2367-2384.
- Mellado, C., & Alfaro, A. (2020). Platforms, journalists, and their digital selves. *Digital Journalism*, 8 (10), 1258-1279.
- Miller, K. (2012). *Playing along: digital games, youtube, and virtual performance*. New York: Oxford University Press.
- Mystakidis, S. (2022). Metaverse. *Encyclopedia*, 2 (1), 486-497.
- Neuberger, Christoph., Nuernbergk, Christian., Ve Langenohl, Susanne. (2019). "Journalism As Multichannel Communication: A Newsroom Survey On The Multiple Uses Of Social Media", *Journalism Studies*, pp.1260- 1280.
- Newman, N. (2018). Journalism, media, and technology trends and predictions 2018. Reuters Institute Digital News Project 2018. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-01/RISJ%20Trends%20and%20Predictions%202018%20NN.pdf> (12 Mayıs 2018).
- Oeldorf-Hirsch, A., & Sundar, S. S. (2015). Posting, commenting, and tagging: Effects of sharing news stories on Facebook. *Computers in human behavior*, 44, 240-249.
- Özçağlayan, M. (1998). *Yeni iletişim teknolojileri ve değişim*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Özmen, K. (2022). Gazeteciliğin değişimi ve YouTube'daki temsili. *Medya ve Kültür*, 2 (1), 10-27.
- Rodriguez, S. E. (2017). How Facebook Has Transformed Journalism. (Yüksek Lisans Tezi). Liberty University.
- Sarıkaya, B. F. (2023). Sarmal gazetecilik nedir, iletişim süreçlerini nasıl etkiler?. *TRT Akademi*, 8(17), 448-471.
- Seyidov, I., & Artan Özoran, B. (2020). Insta-worthiness of News in New Media Journalism: How to Understand News Values on Instagram. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (36), 186-203.
- Shengjie, J. (2021). Tiktok analysis. *Journal of Frontiers of Society, Science and Technology*, 1(1), 8-12.
- Sine, R. (2017). Alternatif Medya ve Habercilik, Konya: Literatürk Yayınevi.
- Şen, R. ve Akgül, S. K. (2023). WhatsApp dayanışma grupları ve iletişim uygulamaları: 6 şubat 2023 kahramanmaraş depremleri. *Afet ve Risk Dergisi*, 6(4), 1410-1428.
- Telegram, (2023). <https://telegram.org/faq>. Erişim Tarihi: 10.03.2024.
- Türkoğlu, H. S. (2023). Metaverse: meta medya kavramı üzerinden sürükleyici gazetecilik üzerine bir inceleme. *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 7(2), 77-86.
- Vermeer, S., & van den Heijkant, L. (2023). Break a Story: Examining the Effects of Instagram Stories from News Accounts on Adolescents' Political Learning. *Journalism Studies*, 1-24.
- Vural, B. A. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, 20 (5), 3348-3382.
- WhatsApp, (2024). <https://www.whatsapp.com/about> Erişim Tarihi: 15.03.2024.
- Yaşa, H. (2022). Çevre(cilik) hareketi olarak sosyal medyada sıfır atık hareketi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (49), 212-230.
- Yaşa, H. (2023). Kanaat önderliği bağlamında influencerlar ve içerikleri üzerine fenomenolojik bir araştırma. (Yayımlanmış doktora tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Yaşa, H. ve Batu, M. (2023). Influencerların metaverse deneyimini keşfetmek: YouTube örneği. Selçuk 9. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, ss. 1532-1548.



- Yıldız, E., ve Özmen, Ş. Y. (2023). Sosyal medya platformlarıyla birlikte habercilik pratiklerinin dönüşümü. *Düşünce ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (1), 1-30.
- Zinderen, A. (2021). YouTube ortamındaki haberciliği haritalandırmak: gazetecilerin YouTube haber kanalları üzerine tanımlayıcı bir çalışma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25 (3), 932-950.

# BÖLÜM 34

## Hızlı ve Hazlı Tüketim: Sosyal Medya Haberciliğinin Bak-Geç Haberciliğine Dönüşümü

Sinem ONAR<sup>1</sup>  
Deniz SAHİL<sup>2</sup>

### | Giriş

Teknolojinin gelişmesiyle gündelik yaşam dinamiklerinde doğrudan ya da dolaylı şekilde bir değişim ve dönüşüm yaşanmıştır. Bilgisayar ve internet teknolojilerinin son 20 yılda hızlı bir şekilde gelişimi, gündelik yaşam pratiklerinin işleyişini kolaylaştırırken bu pratiklerin yeniden sorgulanmasını da gerekli kılmıştır. İnternetin, bilgisayarın ve mobil cihazların yaygınlaşması, teknolojik cihazların yakınsaması sosyal mecraların doğuşu ile beraber gelenekselin pasif kullanıcılarının web 2.0 ile birlikte katılımcı ve aktif bir rol kazanması zaman ve mekânın ortadan kalkmasına vesile olmuştur. Zamansız ve mekânsız ortamda işleyişin ve yaşantının daha pratik ve hızlı hale gelmesi günümüz teknoloji çağında kapitalizmin etkilerinin daha derin yaşanmasının önünü açmıştır. Bu durum her şeyin hızlı bir şekilde üretilip tüketildiği yaşam biçimini dayatırken habercilik alanını da etkilemiştir. Artık bu ortamlarda yazılı, görsel ve işitsel her

<sup>1</sup> Doç. Dr. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, sinem.cambay@ege.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-4343-287X

<sup>2</sup> Öğr. Gör. Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Osmaniye Meslek Yüksek Okulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, denizsahil@osmaniye.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-3412-746X



diğer birçok bilginin haberlerde yer bulamadığı, bulanların büyük çoğunluğunun ise eksik kaldığı gözlemlenmiştir. Bak-geç gazeteciliğine dönüşen sosyal medya haberciliğinin aktardığı bilgilerin, kullanıcıların enformasyon ihtiyacını yeterince karşılamadığı, anlamın alımlanmasında sorun yarattığı; kaynağın verilmemesiyle haber güvenilirliğinin zayıf kaldığı gözlenmektedir.

Sonuç olarak haber üretim-tüketim pratiklerinin, kitle iletişimin günümüzdeki son halkası olarak görülebilecek sosyal medyalarla entegre olması haberlerin akıllı saatlerle özdeşleştirilen bak-geç gazeteciliğine yakınsadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu tür bir haber üretim-tüketim pratiğinin bilgilerin yeterince aktarılmasında bir sorun oluşturduğu gibi bilginin, anlamın ve haberin algılanmasında da büyük bir sorun teşkil ettiği düşünülmektedir. Bu nedenle habercilik üretim-tüketim pratiklerinin ticari ve tüketim odaklı habercilikten kamusal yararı güden, enformasyon ihtiyaçlarına hitap eden ve habercilik ilkeleriyle hareket eden bir pratiğe dönmesi gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

- An, J., Cha, M., Gummadi, K., & Crowcroft, J. (2011). Media landscape in Twitter: A world of new conventions and political diversity. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* [Konferans].
- Başlar, G. (2013). Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm. XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri [Konferans]. Akdeniz Üniversitesi, Antalya: Akademik Bilişim.
- Bayraktutan Sütcü, G. (2007). İktidarın Müzelerinin Sanal Uzamdaki Varlığı Üzerinden Siyasal İletişimi Yeniden Düşünmek. Mutlu Binark (Der.), *Yeni Medya Çalışmaları* (ss. 71-95). Dipnot Yayınları.
- Bulunmaz, B. (2014). Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak? *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4(7), 22-29. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/e-kiad/issue/49298/629850> adresinden 4 Aralık 2023 tarihinde alındı
- Ceylan, A. (2021). Toplumsal Yapı Çözümlemeleri ve Bilgi Toplumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 9(1), 502-533. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.835368>
- Fuchs, C. (2015). *Dijital Emek ve Karl Marx*. (Çev. Tahir Emre Kalaycı, Senem Oğuz) NotaBene.
- Gür Omay, E. G. (2023). Dijital Platformlar ve Gazetecilik Mesleği: Influencer Gazetecisinin Yükselişi. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 84, 99-110. <https://doi.org/10.26650/jspc.2023.84.1274247>
- Gürcan, H. İ. (1998). Sanal gazete ve gazetecilik. *Kurgu*, 15(15), 143-153. <https://earsiv.anadolu.edu.tr/xmlui/handle/11421/1397> adresinden 4 Aralık 2023 tarihinde alındı
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Kalsın, B. (2016). Geçmişten geleceğe internet gazeteciliği: Türkiye örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 42, 75-94. <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS3267>
- Kemp, S. (2023a, 13 Şubat). Digital 2023: Turkey. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-turkey> adresinden 8 Aralık 2023 tarihinde alındı



- Kemp, S. (2023b, 19 Ekim). Digital 2023 October Global Statshot Report. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-october-global-statshot> adresinden 8 Aralık 2023 tarihinde alındı
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New media: A critical introduction*. Routledge.
- Narin, B. (2020). Bak-Geç Gazeteciliği: Akıllı Saatler ve Gazetecilik Pratikleri Üzerine Bir Tartışma. Ö. Erkmén, B. Ataman, B. Çoban (Ed.), *Yeni Gazetecilik: Mecralar, Deneyimler, Olanaklar* (ss. 156-176). Epsilon Yayınevi.
- Pınarbaşı, T. E. & Astam, F. K. (2020). Haberin dönü(şü)mü: Sosyal medya gazeteciliği pratikleri. *İNİF E-Dergi*, 5(1), 70-87. <https://dergipark.org.tr/en/pub/inifedergi/issue/55020/717704> adresinden 4 Aralık 2023 tarihinde alındı
- Senemoğlu, O. (2017). Tüketim, Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *İnsan ve İnsan*, 4(12), 66-86. <https://doi.org/10.29224/insanveinsan.313030>
- Shanoff, D. (2014, 11 Eylül). Wearables Could Make the 'Glance' a New Subatomic Unit of News. <https://www.niemanlab.org/2014/09/wearables-could-make-the-glance-a-new-subatomic-unit-of-news/> adresinden 10 Aralık 2023 tarihinde alındı
- Silva-Rodríguez, A., López-García, X., & Toural-Bran, C. (2017). iWatch: the intense flow of microformats of "glance journalism" that feed six of the main online media. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 186-196. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1160>
- Toffler, A. (2008). *Üçüncü Dalga*. (Çev. Selim Yeniçeri) Koridor Yayıncılık.
- Tokgöz, O. (2010). *Temel Gazetecilik* (8. baskı). İmge Kitabevi Yayınları.
- TÜİK. (2023). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2023. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407) adresinden 4 Aralık 2023 tarihinde alındı

# BÖLÜM 35

## Gazetecilik- Etik İlişkisi ve Yalan Haber Olgusu

Selver MERTOĞLU<sup>1</sup>

### Giriş

Dördüncü güç olarak tanımlanan medya, yasama, yürütme ve yargıdan sonra gelerek devletin diğer üç gücünü dengeleme ve denetleme rolünü üstlenmektedir. Medya, yasama, yürütme ve yargı üzerinde kamuoyunu bilgilendirerek ve eleştirerek etkide bulunabilmektedir. Böylelikle medya, kamu hizmeti alanında güç kullanımının keyfi veya kötüye kullanımını ifşa ederek kamu adına diğer üç gücü gözetlemektedir. Bir medya organı olarak Gazetecilik de demokratik bir toplumun işleyişinde kritik bir role sahiptir.

Kamuoyunu bilgilendirme ve aydınlatma görevini yerine getirmesi beklenen gazetecilerin tarafsızlık, doğruluk ve dürüstlük gibi ilkelere bağlı kalması gerekmektedir. Ancak değişen gazetecilik pratikleri içerisinde etik ilkelerin ihmal edildiği gözlenmektedir. Özellikle Gazeteciliğin en temel unsuru olan haberlerde etik ihlallerin artmasıyla birlikte, toplumun güveni sarsılmakta ve haber kaynaklarına duyulan güven azalmaktadır.

<sup>1</sup> Doç. Dr., Kastamonu Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, smertoglu@kastamonu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-1189-675X



## KAYNAKÇA

- Alemdar, K. (1999). Medya ve Etik. K. Alemdar İçinde, *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar* (S. 253-258). İstanbul: Afa Yayıncılık.
- Altıntaş, M. (2023). Akademisyenlerin Robot Gazeteciliğine İlişkin Bakış Açısı. Ö. F. Aslan, & S. Atılgan İçinde, *İletişim Perspektifinde Sosyal ve Ekonomik Olaylar* (S. 133-153). İstanbul: Efeakademi Yayınları.
- Altıntop, M., & Bak, G. (2020). Türkiye’de Basın Özdenetimi. Ankara: İksad Yayınevi.
- Arsan, E. (2005). Haber ve Habercilik. S. Alankuş İçinde, *Gazetecilik ve Habercilik* (S. 137-152). İstanbul: IPS İletişim Vakfı.
- Baykal, K. C. (2021). Türk Basın Tarihinde Özdenetim Kuruluşları ile Devlet Arasındaki İlişkiler. *Selçuk İletişim Dergisi*, 14(4), 1948-1971.
- Büyükbaykal, C. I. (2012). Basında Etik Anlayışı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi | IstanbulUniversityFacultyofCommunicationJournal*(20), 49-54. <https://doi.org/10.17064/iüifhd.26678>
- Cevizci, A. (2002). Etiğe Giriş. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Çığ, Ü., & Çığ, E. Ç. (2011). Haber Endüstrisi ve Gazetecilik Etiği. *İş Ahlakı Dergisi*, 4(8), 25-60.
- Dawaer. (2021). Fake News AndSocialStability. İngiltere: UNDP.
- Demir, V. (1988). Türkiye’de Medya ve Özdenetim. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Demir, V. (2006). Medya Etiği. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Devran, Y., & Özcan, Ö. F. (2017). Habercilikte Hegemonya Mücadelesi: Yurttaş Gazeteciliği Fırsat Mı Tehdit Mi? *Global Media Journal TR Edition*, 7(14), 150-173.
- Graves, L., & Cherebini, F. (2016). The Rise Of Fact-Checking Sites in Europe. Reuters Institute Digital News Report 2016. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/The%2520Rise%2520Of%2520Fact-Checking%2520Sites%2520In%2520Europe.pdf>
- Kaya, E. Ü. (2006). Basın Etiği (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Maltepe Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koro-Ljungberg, M., Carlson, D., & Montana, A. (2019). Productive Forces Of Post-Truth. *Qualitative Inquiry*, 25(6), 583-590.
- Matelski, M. (2000). TV Haberciliğinde Etik. İstanbul: Yapı Kredi Yayını.
- Narwal, B. (2018). Fake News In Digital Media. 2018 *International Conference on Advances in Computing, Communication Control and Networking (ICACCCN)* (S. 977-981). Delhi, India: Indira Gandhi Delhi Technical University for Women.
- Rigel, N., & Çağlar, Ş. (2010). Kanatlı Kelimeler Örneklerle Haber Tasarımı. İstanbul: Anonim Yayıncılık.
- Schlapf, H. (2013). Gazeteciliğe Giriş. Ankara: Vestfalya Eyaletler Yayınevi.
- TDK (2015). Türk Dil Kurumu Başkanlığı Etik Rehberi. Ankara: Türk Dil Kurumu.
- Tokgöz, O. (1994). Temel Gazetecilik. Ankara: İmge Yayınevi.
- Topsakal, T. (2021). Dijital Ortamda Yanlış Bilgi ve Haberlerin Yayılması: Koronavirüs Salgın Haberlerine Dair Bir İnceleme. *İNİF E-Dergi*, 6(1), 382-400.
- Uluk, M. (2018). Hakikat Sonrası Çağda Yeni Medya ve Yalan Haber. Eskişehir: Dorlion Yayınları.
- Uzun, R. (2016). İletişim Etiği. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Uzun, R. (2020). Sahte Haber Oksimoronu Işığında Değişen Haber Ortamını Yeniden Düşünmek. Ö. Erkmen, B. Ataman, & B. Çoban İçinde, *Yeni Gazetecilik Mecralar, Deneyimler, Olanaklar* (S. 53-82). İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Üstün, H. (2013). Türk Basın Birliği’nin 1939–1946 Arasında Gazetecilerin Çalışma İlişkilerini Kurumlaştırma Girişimleri ve Günümüze Bıraktığı Miras. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi | IstanbulUniversityFaculty of Communication Journal*(45), 149-170.





- Yıldırım, G., & Kadiođlu, S. (2007). Etik ve Tıp Etiği Temel Kavramları. *Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakóltesi Dergisi*, 29(2), 7-12.
- Zhang, X. a. (2020). An Overview of Online Fake News: Characterization, Detection, and Discussion. *Information Processing & Management*, 57(2).

# BÖLÜM 36

## Haberde Doğruluk-Haber Doğrulama Faaliyetleri

Mehmet BÜYÜKAFŞAR<sup>1</sup>

### |Yeni Medya ve Değişen Habercilik Koşulları

Yeni medya, etkileşim, multimedya biçimselliği, hipermetinsellik vb. özellikleri ile geleneksel medyadan ayrılırken dijitalleşme özelliği ile de büyük miktarda enformasyonun üretimini, depolanmasını ve paylaşımını mümkün hale getirmiştir. Web2.0 ile birlikte bu enformasyonun bir bölümünün İnternet kullanıcıları tarafından sağlanması ve böylelikle kullanıcıların yeni medya üretim alanının bir parçası haline gelmeleri bir diğer önemli ayrımı oluşturmaktadır. Yeni medya, hem profesyonel üreticilerin paylaşımları hem de kullanıcı türevli içerik yoluyla bir yandan haber akışının hızlandığı, çeşitlendiği bir ortam halini alırken diğer yandan yalan haberin, yanlış bilginin ve söylentinin hızla yayıldığı bir alan haline gelmektedir (Ünal & Taylan, 2017).

Ağ teknolojilerini kullanarak insanların birbirleriyle etkileşimine imkân veren uygulamaların bütünü olarak nitelendirilen çevrimiçi ortamı yeni medya olarak tanımlanmak mümkündür. Teknolojik altyapısı itibariyle iletişime, üretime, katılıma ve paylaşımına imkân veren yeni medya kavramının, interneti,

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, mehmetbuyukafsar@gmail.com ORCID ID:0000-0001-9049-4849



günümüzdeki işlevinin daha zor olduğu söylenebilir. Kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriklerin değiştirilebilir ve manipüle edilebilir oluşu, diğer yönüyle çok fazla içeriğin aktarılması sonucu bu işlevin zorlaştığı sonucuna ulaşılabilir. İncelemeye alınan her içeriğin analizini yapmak ve kaynak değerlendirmesine sokmak, gazeteciler açısından 7/24 haber döngüsünde hızlı ve tempolu bir görevi tanımlamaktadır. Hızlı kararların alınmasını gerektiren durumlarda ise içeriklerin yeterince incelenip incelenmediği sorunu ortaya çıkmaktadır. Hıza erişebilmek ve rekabetçi medya koşullarında arkada kalmamak adına doğrulama yapılırken hem zamandan kazanmak hem de istihdamı karlı yönetmek adına yeni teknolojilerden yararlanmak ve bu konuda uzmanlaşmak önemli bir işlev haline gelmiştir. Sıradan yeni medya kullanıcıları açısından da doğru bilgiye ne kadar ulaşmak istedikleri, ısrarları ve şüphecilikleri belirleyici olmaktadır (Buttry, 2014, s. 15).

Hızla artan sayıda ve çeşitte yayılan yanlış bilgilerin varlığı, çevrimiçi iletişim ortamlarında doğrulama faaliyetlerinin varlığını zorunlu kıldığı gibi sayısal olarak da talepleri karşılayacak bir düzeyde olmaları gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Enformasyon akışının hızı ve kapsamı düşünüldüğünde talebe yetişecek; sorunu ortadan kaldırmak adına doğrulama faaliyeti yürütecek profesyonel sayısını ve yetkinliğini arttırmak hem dijital iletişim platformların hem de haber doğrulama sitelerinin sorumluluğundadır. Sadece insan gücüyle mücadele etmenin imkânsızlığına vurgu yapmakla birlikte, yeni teknolojiler ve yazılımlarla birlikte otomatik doğrulama faaliyetlerinin yürütülmesi gerekliliğine dikkat çekilmelidir. Yapay zeka yazılımları ve makine öğrenimi destekli programların bu noktada günümüz doğrulama faaliyetlerinin ana iskeletini oluşturduğunu, yeni teknolojiler ve yazılımlar kullanılarak oluşturulan dezenformasyon karşısında aksi halde etkili olamayacağını ayrıca belirtmek gerekir (Hanselowski, 2020).

## KAYNAKÇA

- Akyüz, S. S., Gülnar, B., & Kazaz, M. (2021). Yeni Medyada Haber Güvenilirliği Sorunu: Üniversite Öğrencilerinin Sahte/Yalan Haberlere Yönelik Doğrulama Refleksleri. *OPUS*, 17(36), 2816-2840.
- Alpay, Y. (2017). *Yalanın Siyaseti: Yalanın Meşrulaştırılması, Hakikatın Önemsizleşmesi ve Hileli Akıl Yürütme Teknikleri*. İstanbul: Destek Yayınları.
- Binark, M., & Bayraktutan, G. (2013). *Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*. İstanbul : Kalkedon Yayıncılık.
- Brandtzaeg, P. B., & Følstad, A. (2017). Trust and Distrust in Online Fact- Checking Services. *Communications of The ACM*, 60(9), 65-71.



- Brandtzaeg, P. B., Følstad, A., & Domínguez, M. A. (2018). How Journalists and Social Media Users Perceive Online Fact-Checking and Verification Services. *Journalism Practice*, 12(9), 1109-1129.
- Buttry, S. (2014). Verification Fundamentals: Rules to Live By. C. Silverman içinde, *Verification Handbook 1* (s. 14-17). Maastricht: The European Journalism Centre.
- Büyükaşar, M. (2019). Haber ve Doğruluk İlişkisi: "Yalan Haber" ve Haber Doğrulama Pratikleri. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Castells, M. (2013). *Ağ Toplumunun Yükselişi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çömlekçi, M. F. (2019). Sosyal Medya Dezenformasyon ve Haber Doğrulama Pratikleri. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* (Uluslararası Türk Dünya Basın Sempozyumu Özel Sayısı-7), 1549-1563.
- Duke Reporters' Lab. (2022). Fact-checking. <https://reporterslab.org/fact-checking/> 24.06.2024.
- Erkan, G., & Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit. *Org. Akdeniz İletişim Dergisi*, 202-223.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya.
- Gitelman, L., & G.B., P. (2003). What's new about new media? G. L., & P. G.B. içinde, *New Media* (s. 1740-1915). Cambridge: MA: MIT Press.
- Güz, N. (2018). News Transformation from Traditional Media to New Media. N. Güz, & C. Yeğen içinde, *Media with Its News, Approaches and Fractions in the New Media Age* (s. 17-40). Berlin: Peter Lang GmbH Internationaler Verlag der Wissenschaften.
- Hanselowski, A. (2020). *A Machine-Learning-Based Pipeline Approach to Automated Fact-Checking*. Darmstadt: Technische Universität Technische Universität.
- İşık, U. (2007). Medya Bağımlılığı Teorisinde Doğrultusunda İnternet Kullanımının Etkileri ve İnternet Bağımlılığı. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Keyes, R. (2017). *Hakikat Sonrası Çağ*. İzmir: Deli Dolu Yayınları.
- Kurt, H. (2014). Gazetecilik Pratiği ve Sosyal Medya. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13(4), 821-835.
- McIntyre, L. (2019). *Hakikat Sonrası*. (M. F. Biçici, Çev.) İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Moura, M. A., & Tavares de Paula, L. (2020). Cognitive Authority, Accountability, and the Anatomy of Lies: Experiments to Detect Fake News in Digital Environments. R. K. K. Dalkir içinde, *Navigating Fake News, Alternative Facts, and Misinformation in a Post-Truth World* (s. 259-272). Hershey: IGI Global.
- Ünal, R., & Taylan, A. (2017). Sağlık İletişiminde Yalan Haber-Yanlış Enformasyon Sorunu ve Doğrulama Platformları. *Atatürk İletişim Dergisi* (14), 81-100.
- Yumrutaş, M. (2022). Covid-19 Pandemi Sürecinde Aşırı Haberleri ve Haber Doğrulama Platformları: "Doğruluk Payı" ve "Teyit" Örnekleri. *Etkileşim* (9), 194-222.

# BÖLÜM 37

## Kendi Kendini Denetleme Yolu Olarak Basın Ombudsmanlığı

Dursun Can ŞİMŞEK<sup>1</sup>

### | Giriş

Gazetenin erken dönemlerinden Web 4.0'a kadar meslek pratiklerinin ve kodlarının büyük bir kısmı dönüşüme uğramıştır. Hem içeriğin hem profesyonellerin hem de kurumların yaşadığı değişimler beraberinde çeşitli tartışmaları ve gereksinimleri de getirmişlerdir. Gazeteciliğin kurumsal olarak sermayeyle ve doğal olarak siyasi erkle olan ilişkisi zaman içerisinde çeşitli denetleme ve düzenleme pratiklerinin varlığını zorunlu hale getirmiştir.

Dördüncü güç iddiasında olan basının denetleyici rolü kendini de kapsamaktadır. Halka karşı yerine getirilmesi gereken kendi kendini denetleme yükümlülüğü ise basın ombudsmanlığı kavramının ortaya çıkmasını zorunlu bir hale getirmiştir. Ombudsmanlık genel manada hükümet organları hakkındaki şikayetleri inceleyen bağımsız soruşturmacı anlamına gelmektedir. Basın ombudsmanlığı ise gazeteler bünyesinde görev alan, kurumun iç dinamiklerini gözlemleyen, okur şikayetlerini alan ve gazeteye dahil bir köşede ya da sayfada

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Avrasya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, csimsek05@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-2528-6434



sıkışmış konumu denetçiliğin bir başka işlevsel boyutunu ortaya çıkarır. Yalnızca halkın haber alma ve bilgiye ulaşma özgürlüğünü değil gazetecilerin kendi kurumlarıyla olan sorunlarının dile getirilmesinde ve çözüme kavuşturulmasına arabulucu işlevi vardır.

Görülmektedir ki teknolojik gelişmeler hem gazetecilik pratiklerini hem mesleğin temel kodlarını dönüştürmektedir. Dolaylı olarak çalışma boyunca tartışılan ana kavram olarak ombudsmanlık da bu dönüşümden etkilenmektedir. Değişime ayak uydurulmaz ya da yeni varyasyonlar yaratılmazsa ombudsmanlık arkaiklik kalma tehlikesiyle karşı karşıyadır.

Yapılan değerlendirmeler sonucu bahsi geçen doğrulama organizasyonlarının yapısal ve ilkesel olarak siber ombudsmanlık görevi gördüğü sonucuna ulaşılmıştır. Konvansiyonel medya kuruluşlarının özellikle ülkemizdeki dönüşümlerine bakıldığında; yeni birtakım kontrol mekanizmalarının işler hale gelmesi gerektiği görülmektedir. Sanal haberciliğin en büyük sorunların birisi olarak click-bait (tık tuzağı)'in bilgiye ulaşımı zorlaştırması, Google vb. arama motorlarının algoritmik kurallarını büyük kuruluşlar olmaları avantajlarıyla manipüle etmeleri ve bu yolla bir gelir modeli ortaya çıkarmış olmaları siber-ombudsmanlığın ilgilenmesi gereken konulardan birini oluşturmaktadır.

Ombudsmanlığın yaşamakta olduğu değişimin çıktısı olarak örneklendirilmiş olan organizasyonların toplumun değişen ihtiyaçlarına karşılık vermeye gayret ettiği ve bu ihtiyaçları sürekli analiz ettiğini söylemek mümkündür. Böylelikle internetin inşa etmiş olduğu hız kültürüne ayak uydurması bakımından oldukça esnek kuruluşlardır. Ombudsmanlık kurumsal bir başlangıç noktası olarak ve halen daha hibrit bir seyir izleyen medyanın yapısına bakıldığında etkinliğini ve önemini muhafaza etmeye devam etmektedir.

## KAYNAKÇA

- Aalberg, T., Aelst, P., Curran, J. (2010). Media Systems and the Political Information Environment: A Cross-National Comparison. *The International Journal of Press/Politics*. 15:255.
- Barney, R. D. (2004). Media Citizen Reciprocity as a Moral Mandate. *Journal of Mass Media Ethics*, 19(3&4), 191-206.
- Cline, A. R. (2008). Ethics and Ethos: Writing an Effective Newspaper Ombudsman Position. *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*. 23:2, 79-89, DOI: 10.1080/08900520801909095
- Dalen, A., Deuze, M. (2006). Readers 'Advocates or Newspapers' Ambassadors? Newspaper Ombudsmen in the Netherlands. *European Journal of Communication*. 21(4), 457-475.



- De Journalist* (2000) 'Ombudsmannen sinds 1922. 11: 23.
- Dunaway, J. (2015). Media Ownership and Story Tone in Campaign News. *American Politics Research*, 43 (1), 24-53.
- Doxtader, E. (2000). Characters in the middle of public life: Consensus, dissent, and ethos. *Philosophy and Rhetoric*, 33, 336-369.
- Dvorkin, J. (2020). The Modern News Ombudsman: A User's Guide. *Organization of News Ombudsmen*.
- Fink, K., Schudson, M. (2014). The rise of contextual journalism 1950s-2000s. *Journalism*, (15), 3-20.
- Eberwein, T., Fengler, S., Lauk, E. & Leppik-Bork, T. (2011). Mapping media accountability—in Europe and beyond. In Eberwein T, Fengler S, Lauk E, & Leppik Bork T (editors). *Mapping media accountability—in Europe and beyond*. Cologne, Germany: Herbert von Halem Verlag. pp. 36-49.
- Ettema, J.S., T.L. Glasser (1987) 'Public Accountability or Public Relations? Newspaper Ombudsmen Define their Role. *Journalism Quarterly*. 64: 3-12.
- Holt, J., Perren, A. (2019). Media Industries: A Decade in Review. Deuze, M., Prenger, M. (ed.). *Making Media Production, Practices, and Professions içinde* (31-45). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Jigenius, P.-A. (1997) 'Media Accountability in Sweden: The Swedish Press Ombudsman and Press Council', pp. 33-6 in U. Sonnenberg (ed.) *Organising Media Accountability: Experiences in Europe*. Maastricht: European Journalism Centre.
- Kotenidis, E., Veglis A. (2021). Journalism current applications and future perspectives. *Journalism and Media*, 2 (2), 244-257.
- Meyers, C. (2000). Creating an effective newspaper ombudsman position. *Journal of Mass Media Ethics*, 15, 248-256.
- Mosco, V. (2004). *The Digital Sublime: myth, power, and cyberspace*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Nieborg, D., Poell, T. (2019). The Platformization of Making Media. Deuze, M., Prenger, M. (ed.). *Making Media Production, Practices, and Professions içinde* (85-96). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Pavlik, J. (2010). The Impact of Technology on Journalism. *Journalism Studies*. 1:2, 229-237.
- Višovský, J., Radošinská, J. (2017). Online journalism: Current trends and challenges. Acuña, B. P. (Ed.), *The Evolution of Media Communication in*, 3-22. Budapest: IntechOpen.
- Tokgöz, O. (2019). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitapevi.

### İnternet Kaynakları

- Doğrula, (2024). Biz Kimiz? <https://www.dogrula.org/biz-kimiz/> (Erişim Tarihi: 03.07.2024).
- ONO, (2024). Our Members. <https://www.newsombudsmen.org/regular-members/> (Erişim Tarihi: 01.07.2024).
- Teyit, (2024). Yeşil Aklama Nedir?. <https://teyit.org/yesil-aklama> (Erişim Tarihi: 03.07.2024).
- Teyit, (2024). Ekip. <https://teyit.org/ekip> (Erişim Tarihi: 03.07.2024).
- Teyit, (2024). Nedir? <https://teyit.org/nedir> (Erişim Tarihi: 03.07.2024).
- EFCSN, (2024). Our Mission. <https://efcsn.com> (Erişim Tarihi: 03.07.2024).

# BÖLÜM 38

## Türk Basınında Sahiplik Yapısı ve Yoğunlaşma Sorunu

Aygün ÖZSALIH<sup>1</sup>

### Giriş

“İlan ve reklam pastasından daha fazla pay alma ve gelirlerini en üst düzeye çıkarma” olarak tanımlanan “yeni sağ politikalar” (Dağtaş, 2013: 52), başlangıçta Batı’da ortaya çıkmış ve 1970’lerin ikinci yarısından itibaren dünya çapında yaygınlaşmıştır. Bu süreçte, kitle iletişim alanında da kapitalizmin yeniden yapılanması bağlamında önemli değişimler yaşanmıştır. Özellikle büyük sermaye gruplarının ulusal ve uluslararası düzeyde medya sektörüne girmesi ve dev medya tekellerinin oluşması bu dönemin belirgin özelliklerindedir. Ayrıca bu dönemde “ticari/özel yayıncılığın” hakimiyeti artarken, “kamusal yayıncılığın” ise gerilemesiyle sonuçlanan bir medya düzeni dünya çapında yaygınlaşmıştır. Bu durum, medya içeriklerinde tektipleşmenin yaşanmasına ve kamusal yarar anlayışından uzaklaşılmasına neden olmuştur (Dağtaş, 2013: 32).

Yeni sağ politikaların etkisiyle hem dünyada hem de Türkiye’de medya sahipliği değişmiş ve yoğunlaşma olarak da adlandırılan tekelleşme dünya çapında büyük bir yaygınlık kazanmıştır. Türkiye’de 1950’li yıllardan sonra büyük sermaye

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Trabzon Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, aozsalih@trabzon.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-4175-3001.





bu avantajların bir sonucu olarak Türk basını için büyük bir tehdit oluşturan ‘tekelleşme’ olgusunu ortaya çıkarmıştır. Bununla birlikte, teknolojik ilerlemeler ve büyük şirketlerin medya kuruluşlarını satın alması, sektörde yoğunlaşma ve tekelleşme eğilimini artırmıştır.

Medyada tekelleşme eğiliminin temel nedenlerinden biri ekonomik gelişmelerdir. Medya kuruluşlarının diğer iletişim araçlarıyla rekabet etmesi, tekelleşmeyi tetikleyen bir diğer faktördür. Ayrıca, teknolojik ilerlemelerin hızlı değişimi de medya kuruluşlarını zorlamakta ve teknolojiye uyum sağlayamayanların devam edebilmek için başka gruplara katılması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

Yoğunlaşmanın hem kısa vadede hem de uzun vadede medya alanına önemli etkileri olmuştur. Tekelleşme olgusu, medyanın demokratik, özgür ve çeşitli görüşlere açık bir platform olarak işlev görmesini neredeyse tamamen engellemiştir. Genel olarak, tekelleşme eğilimi, gazete ve televizyon gibi iletişim araçlarını, monoton içeriklerin hâkim olduğu platformlara dönüştürmüştür. Bir başka deyişle, bu süreç, medya alanında çeşitliliğin azalmasına ve tek sesli bir yapı oluşmasına yol açmıştır. Tekelleşme, medyanın demokratik işlevini sınırlayarak çeşitli sesleri bastırması ve genellikle tek tip içeriklerin hâkim olduğu bir iletişim ortamı oluşturmuştur. Bu durum, medyanın özgürlüğünü ve çeşitliliğini tehlikeye atmıştır. Sonuç olarak, Türk medya sahipliği ve yoğunlaşması, medyanın işlevsel yapısını ve demokratik karakterini önemli ölçüde etkilemiştir.

## KAYNAKÇA

- Adaklı, G. (2001). Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol, içinde *Medya Politikaları*, Kejanlıoğlu, D. B., Çelenk, S.; Adaklı, G. (der.), Ankara: İmge, s. 146.
- Atılğan, S. (2001). *Türk Basın Sendikacılığında Gazetecilerin Yasal Hakları*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Atılğan, S. (2001). Küreselleşme ve Günümüzde Medya Sektörü, *Marmara İletişim Dergisi*, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, Sayı:11, s. 233–246.
- Avşar, Z. (2004). Medyada Yoğunlaşma ve Şeffaflaşma: Yasal Düzenlemeler, Beklentiler ve Sorun Alanları, *İletişim: araştırmaları*, 2 (2), 87-112.
- Baytar, O. (2013). *Teorik ve Pratik Açısından Medya Ekonomisine Bakış*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Bek, M. G. (2003). *Avrupa Birliği ve Türkiye’de İletişim Politikaları*, Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Bulunmaz, B. (2011). Holdingleşme Ekseninde Türk Medyasında Tekelleşme Sorunu, *Öneri Dergisi*, 9(36), ss. 237-246.
- Bulut, S. (2009). Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi: Ekonomi Politik Yaklaşımlar S. Bulut (Der.) içinde, *Osmanlı’dan 1980’li Yıllara Basının Mülkiyet Yapısı*, Ütopya Yayınevi, ss. 61-74.



- Büyükbaykal, G. & Yılmaz, M. (2021). Türk Medyasında Mülkiyet Yoğunlaşması ve Etkileri, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 20(2), 537-551.
- Dağtaş, E. (2013). Medya Ekonomisi ve İşletmeciliği, E. Dağtaş (Ed.) içinde, *Medyada Sahiplik Sorunu ve Tekelleşme Eğilimleri*, Anadolu Üniversitesi, AÖF Yayınları, s. 30-58.
- Ekzen, N. (1999). Medya ve Ekonomi: Türk Basın Endüstrisinde Yoğunlaşma-Toplulaşma Tekelleşme Yapısı (1965-1995). İçinde *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*. Der. K. Alemdar. İstanbul: Afa Yayıncılık ve TÜSES Vakfı: 85-107.
- Erdem, B. (2015). Türkiye’de Yeni Medya Düzeninin Oluşumunda Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu’nun Rolü, *İnsan&İnsan*, Sayı/Issue 6, 37-54.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji, Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Kadıoğlu, Z. K. (2018). Türkiye’de Medya Sahipliği Ekseninde Mülkiyet Yapılarındaki Değişimin Kronolojik Analizi (1950-2010), *İnsan & İnsan*, Yıl/Year 5, Sayı/Issue 16, 100-120.
- Kuyucu, M. (2011). *Türkiye’de Medya Ekonomisi (1980-2010)*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kuyucu, M. (2013). Türkiye’de Çapraz Medya Sahipliği: Medya Ekonomisine Olumsuz Etkileri ve Bu Etkilerin Önlenmesine Yönelik Öneriler, *Selçuk İletişim*, 8 (1), 144-163.
- Özer, Ö. (2006). Medya Okuryazarlığı, İçinde, *Medya Alanında Tekelleşme: Ankara’daki Muhabirlerin Tekelleşmenin Sonuçlarına Yönelik Değerlendirmeleri*, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, 1. Baskı, 100-115.
- Özsever, A. (2004). *Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Sönmez, M. (1996). Türk Medya Sektöründe Yoğunlaşma ve Sonuçları. *Birikim*. (92/Aralık): 76-86.
- Sönmez, M. (2003). *Filler ve Çimenler. Medya ve Finans Sektöründe Doğan/Anti-Doğan Savaşı*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Şen, S. B. Ç. (2019). *Türkiye’de Yazılı ve Görsel Basında Sahiplik Yapısı ve Editorial Bağımsızlık İlişkisinin Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşım Üzerinden İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tılıç, D. (1998). *Utanyorum Ama Gazeteciyim: Türkiye ve Yunanistan’da Gazetecilik*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Topuz, H. vd. (1989). *Basında Tekelleşmeler*. (TÜSES ve İLAD ortak yayını). İstanbul: Mozaik Basım ve Yayıncılık AŞ.
- Topuz, H. (2023). *II. Mahmut’tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*, 9. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Uluç, G. (2003). *Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı*, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Ural, A. (2010). *Medya-Sermaye-Siyaset Üçgeni “Satılık Medya”*. İstanbul: Siyah Beyaz Kitap.
- Yeşil, M. M. (2015). Ekonomi-Politik Yaklaşımı Bağlamında Medyada Tekelleşme Sorunu: Gazeteciler Üzerindeki Yansımalar, *Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (1), 144-157.
- Yıldız, G. D. (2010). *Medya, Tekelleşme ve Türkiye Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.

# BÖLÜM 39

## Gazetecilikte Röportaj ve Teknikleri

Fatma Nur DEMİR ALADA<sup>1</sup>

### Giriş

Bir olayın art alanını öğrenmek için olayı yaşayanların tanıklığında soruların gücüne başvurmak... Merak duygusuyla insanlara ve olaylara yaklaşmak... Bir sorunun peşine düşecek cesareti göstermek... Hayatı izlemek, duymak, anlamaya çalışmak... Ön yargılardan arınıp saygıyı ve zarafeti ön planda tutmak... Güven duygusunu yaşatmak... Bilinmesi gerekenleri ortaya koymak... Görüneni, atmosferi, duyguları okuyucuya yansıtmak... Hikâyeleri sevmek, iyi bir anlatıcı olmak...

Röportaj yapmak için gerekenlerin kısa bir özeti diyebiliriz bu okuduklarınıza. Röportajın özünde, iyi bir araştırmanın ardından sorular hazırlamak ya da yaşananları anlamak için o anda gerekli soruları sorabilmek-doğru anda doğru soruyu sorabilmek- cevapları can kulağıyla dinlemek bulunuyor. Çoğu zaman röportajın söyleşi ile karıştırılan tarafı da bu oluyor. Farkı ise izlenimlerin de ortaya konulması ve edebi yaratıcılıkla olanı anlatabilmek.

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr., Eskişehir Teknik Üniversitesi, Porsuk Meslek Yüksek Okulu Basım ve Yayımlar Bölümü, Eskişehir, Türkiye. E-posta: fndemir@eskisehir.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-8885-4881



## KAYNAKÇA

- Akkaya Telci, B. (2019). Yazılı basında röportaj: Röportajın yazınsan ve teknik yönleri. *TheJournal of AcademicSocialScience*. <https://doi.org/10.16992/ASOS.14691>
- Bildirici, F. (2020). Röportaj: Edebi nitelikli gazetecilik ürünü. T. Durna (Ed.) *Sivil Toplum Kuruluşları İçin Hak Temelli Gazetecilik Kılavuzu* (s.167-194) içinde. Ankara: Um:ag Vakfı Yayınları.
- Engin, A. (2018). Sunuş. A. Engin (Ed.) *Homeros'un Rüyası. Edebiyatın Kapı Komşusu Röportaj* (s. 5-20) içinde. İstanbul: Siyah Kitap Yayınları.
- Girgin, A. (2012). Röportaj-Mülakat-Söyleşi (Bölüm I). *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbulUniversityFaculty of CommunicationJournal*, (19). <https://doi.org/10.17064/iüifhd.64278>
- Güzel, M. (2021). John Steinbeck'in gazeteciliğine bugünden bakmak. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (37), 53-71.
- Özer, Ö. (2013). *Haber Roman: George Orwell ve Yaşar Kemal'den Örneklerle Edebi Gazetecilik/Röportaj*. Ankara: Literatürk.
- Özer, Ö. (2022). Bir gazetecilik türü olarak röportajın anatomisi: Mahkeme Röportajları ve Mahkeme Kapısı Kitaplarındaki röportajların betimsel çözümlemesi. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi (KİAD)*, (9), 1-22. doi: 10.56676/kiad.1175417
- Özer, Ö. (2023). Bir röportaj ustası yazar Suat Derviş'in Çöken İstanbul'undaki röportajlarının betimsel çözümlemesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 10 (1), 185-203. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1187089>
- Sağlam, N. (2006). Türk Edebiyatında "Edebi Röportaj". *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*(8), 415-478.
- Sedorkin, G. (2020). *Interviewing: A guideforjournalistandwriters*. (2nd edition). LondonandNew-york: Routledge.
- Temiztürk, H. () Haber toplama yöntemi olarak görüşme, röportaj ve söyleşi. *Haber Toplama ve Yazma Teknikleri* (s. 2-23) içinde. Atatürk Üniversitesi Yayınları.
- Yavalar, D. E.,& Çakır, H. (2021). Yaşar Kemal'in Allah'ın Askerleri isimli eserini edebi gazetecilik (röportaj) tekniği üzerinden yeniden okumak. *Kurgu*, 29(2), 1-26.
- Yüksel, E. & Gürcan, H.İ. (2005). *Haber toplama ve yazma*. Konya: Tablet Kitabevi.
- Yüksel, E. (2012). Röportaj. E. Yüksel (Ed.) *Haber Yazma Teknikleri* (s.92-115) içinde. Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- İnternet kaynakları:**
- Türk Dil Kurumu TDK. Röportaj. Erişim Tarihi:07.05.2024, <https://sozluk.gov.tr/>
- Kubbealtı Lugatı . Röportaj. Erişim Tarihi:07.05.2024, <http://lugatim.com/s/R%C3%96PORTAJ>
- Scanlan, C, (2013), "How journalists can becomebetterinterviewers" Erişim Tarihi:07.05.2024, <https://www.poynter.org/reporting-editing/2013/how-journalists-can-become-better-interviewers/>
- BBC, Interviewskills. <https://www.bbc.co.uk/bitesize/guides/zqmq9qt/revision/3>
- tcij.org- The Center ForInvestigativeJornalism.Erişim Tarihi:07.05.2024, <https://www.scribd.com/document/649955727/Interviewing-Techniques>

# BÖLÜM 40

## Temel Haber Toplama Yöntemleri

Segâh YEŞİLYURT<sup>1</sup>

### Giriş

Günümüzde bilgiye ulaşmanın ve bu bilgiyi etkin bir şekilde kullanmanın önemi her zamankinden daha belirgin hale gelmiştir. Özellikle medya ve haber sektörü, toplumu bilgilendirme ve kamuoyu oluşturma konularında hayati bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda doğru ve güvenilir haberlerin toplanması, işlenmesi ve sunulması büyük bir önem taşımaktadır. Temel haber toplama yöntemleri, gazetecilerin ve medya profesyonellerinin güncel ve doğru bilgileri edinmelerine yardımcı olan çeşitli teknikler ve stratejileri kapsamaktadır. Bu yöntemler, haberin kaynağından toplanması, doğruluğunun teyit edilmesi, haberin yazılması ve nihayetinde yayınlanmasına kadar uzanan bir süreci içermektedir.

### 1. Haber Toplama Kavramı ve Tarihçesi

Haber toplama, gazetecilik mesleğinin en temel unsurlarından biridir. Bu kavram, olayların, gelişmelerin ve insanların hikayelerinin sistematik bir şekilde

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi Alaçam Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü [segah.yesilyurt@omu.edu.tr](mailto:segah.yesilyurt@omu.edu.tr), ORCID ID: 0000-0002-8781-7472



yöntemlerin yanı sıra sosyal medya ve dijital platformlar gibi modern teknikleri de içermektedir. Gözlem, gazetecilerin olayları yerinde inceleyerek doğru ve canlı bilgiler elde etmelerini sağlamaktadır. Mülakat, bilgi sahibi kişilerle yapılan görüşmelerle haberin derinliğini ve çok yönlülüğünü artırır. Belge inceleme, resmi ve yazılı kaynaklardan elde edilen bilgilerin doğruluğunu ve güvenilirliğini teyit etmektedir. Dijital çağın getirdiği yeniliklerle birlikte, sosyal medya ve dijital platformlar haber toplama süreçlerinde devrim yaratmıştır. Gazeteciler, sosyal medya aracılığıyla anlık bilgiye ulaşmakta, geniş kitlelerin tepkilerini analiz etmekte ve hızlı haber üretimi yapmaktadır. Veri gazeteciliği, büyük veri setlerinin analiz edilmesiyle haberlerin daha derinlemesine ve analitik bir bakış açısıyla sunulmasına olanak tanımaktadır. Ancak, dijital yöntemlerin sunduğu avantajlarla birlikte bazı zorluklar ve riskler de mevcuttur. Sosyal medyada yayılan bilgilerin doğruluğunun teyit edilmesi ve veri güvenliği konularına dikkat edilmesi gerekmektedir. Gazetecilerin etik kurallara uygun hareket etmeleri, haberin doğruluğunu ve güvenilirliğini korumak açısından kritik öneme sahiptir. Tüm bunlarla beraber haber toplama yöntemleri, gazetecilerin doğru, güvenilir ve etkili haberler üretmesini sağlayan çeşitli teknik ve stratejileri içermektedir. Geleneksel yöntemlerin sağlam temelleri, dijital çağın sunduğu yeniliklerle birleşerek, modern haberciliğin dinamiklerini oluşturmaktadır. Gazetecilerin bu yöntemleri dikkatli, titiz ve etik kurallara uygun bir şekilde kullanmaları, kaliteli ve güvenilir haberciliğin temelini oluşturmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Abdukaya, F. (2022). Haber Üretim Sürecinde Gazetecilerin Bilgiye Erişimde Yaşadığı Zorluklar, *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 6 (2), 131-144.
- Arslan, H., Dingil, E.A., Tatar, O., Aslan, M. (2016). Haber Toplama ve Yazma Tekniği Konusunda Alınan Eğitimin Haberlere Yansması: Aydın Yerel Basını Özelinde Yapılan Çalışma, *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi* (2), 45-59.
- Koşar, E. S. (2015). Bir Haber Toplama Tekniği: Video Habercilik. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi(23), 26-41.
- Santiken, H. (2019). Haber Toplama Ve Yazma Dersinde Öğrencilerin Yaptıkları Haber Yanlışları, *International SocialMentalityAndResearcherThinkersJournal*, 5(19): 857-866.
- Tanrikulu, F. (2020). Propaganda tekniği olarak Tekrarın Haber Metinlerinde Kullanımı, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.
- Yıldız, İ. (2019). Haber Toplama Ve Yazma Dersinde Gazete Kullanımı, *SocialSciencesStudiesJournal*5(30):572-579.

# BÖLÜM 41

## Yapay Zeka ve Gazetecilik İlişkisi

İbrahim Etem ZİNDEREN<sup>1</sup>

### Giriş

Evrinsel bir tanımı olmayan yapay zeka, bilgisayar bilimcileri için insan gibi düşünebilen algoritmalar geliştirilmesi, biyomühendisler için laboratuvarında beyin hücrelerinin büyütülmesi, imalat sektöründe üretimde verimin artırılması, eğitim sektöründe nitelikli eğitim ve performans artırımı, sağlık veya cerrahide inovasyona yön verilmesi çerçevesinde farklı düzlemlerde ele alınmaktadır. Bu açıdan yapay zeka kavramı, farklı şekillerde tanımlanmaktadır (Marconi, 2020, s.55; Hashimoto vd., 2018; Verma, 2018).

Son zamanlarda önemli gelişmeler kaydeden ve birçok alanda etkin bir biçimde kullanılmaya başlanan yapay zeka teknolojilerinin sonuçları hakkında önemli spekülasyonlar söz konusudur (Pavlik, 2023). Bu teknolojilerin birçok alanda olduğu gibi haber süreçlerinde kullanılmasına dönük gelişmeler 'media-hype' (medya abartısı) olgusu üzerinden ele alınabilecek bir potansiyel sunmaktadır (Vasterman, 2005). Buradaki abartı, basit bir teknoloji abartısının

<sup>1</sup> Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, ibrahim.zinderen@atauni.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-2921-4857



etkileyeceği, etik açıdan problemlere yol açacağı, ortaya çıkan herhangi bir etik problem karşısında kimin sorumlu tutulacağını belirsizliği, yapay zeka teknolojilerinin izinsiz veri kullanımı hakkındaki endişeler, kendi yapay zekasını üretemeyen haber odalarının belirli şirketlere bağımlı olacağı gibi birçok belirsiz ve olumsuz durumdan bahsedilebilir.

Her ne kadar olumlu ve olumsuz tartışmalar sürüp gitse de, yapay zekanın yakın gelecekte habercilik süreçlerinde çok daha fazla kullanılacağı ön görülmektedir. Belki de henüz emekleme döneminde olan yapay zeka uygulamaları, bugün tahmini zor yeni durumları ortaya çıkaracaktır. Esasen yapay zeka kullanımının yarattığı ya da yaratacağı problemlere yönelik yapılan çalışmalar, bu teknolojiyi doğru kullanmak için hazırlanan raporlar, habercilikte yapay zekanın yerinde ve etkili kullanımı noktasında ümit vericidir.

## KAYNAKÇA

- Abdulmajeed, M., & Fahmy, N. (2022). Meta-analysis of AI research in journalism: Challenges, opportunities and future research agenda for Arab journalism. In *Lecture notes in networks and systems* (pp. 213–225). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-17746-0\\_18](https://doi.org/10.1007/978-3-031-17746-0_18)
- Aljalabneh, A., Aljawawdeh, H., Mahmoud, A., Sharadqa, T., & Al-Zoubi, A. (2024). Balancing efficiency and ethics: The challenges of artificial intelligence implementation in journalism. In R. E. Khoury & N. Nasrallah (Eds.), *Intelligent systems, business, and innovation research* (Studies in Systems, Decision and Control, Vol. 489, pp. 579–590). Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-36895-0\\_64](https://doi.org/10.1007/978-3-031-36895-0_64)
- Alqahtani, T., Badreldin, H. A., Alrashed, M., Alshaya, A. I., Alghamdi, S. S., Saleh, K. B., Alowais, S. A., Alshaya, O. A., Rahman, I., Yami, M. S. A., & Albekairy, A. M. (2023). The emergent role of artificial intelligence, natural learning processing, and large language models in higher education and research. *Research in Social & Administrative Pharmacy*, 19(8), 1236–1242. <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2023.05.016>
- Altman, S. (2023). Planning for AGI and beyond. OpenAI. <https://openai.com/index/planning-for-agi-and-beyond/>
- Baldessar, M. J., & Zandomênico, R. (2024). Journalistic ethics in the face of news produced by artificial intelligence. In S. V. Moreira, K. Moles, L. Robinson, & J. Schulz (Eds.), *Creating culture through media and communication* (Studies in Media and Communications, Vol. 24, pp. 131-137). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S2050-206020240000024010>
- Balkin, J. (2018). Free speech in the algorithmic society: Big data, private governance, and new school speech regulation. *University of California, Davis Law Review*, 51, 1151-1210.
- Batur, M. (2023). Veri gazeteciliği konusunda yapılmış tezlerin meta-sentez analizi: Bir derleme ve değerlendirme çalışması. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, Ö13, 790–804. <https://doi.org/10.29000/rumelide.1379222>
- Beckett, C. (2019). *New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and artificial intelligence*. London School of Economics.
- Bradshaw, P. (2014). Data journalism. In L. Zion & D. Craig (Eds.), *Ethics for digital journalists: Emerging best practices* (pp. 202-219). Routledge.





- Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C. H. (2019). Artificial intelligence and journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(3), 673-695. <https://doi.org/10.1177/1077699019859901>
- Calvo-Rubio, L.-M., & Rojas-Torrijos, J.-L. (2024). Criteria for journalistic quality in the use of artificial intelligence. *Communication & Society*, 37(2), 247-259. <https://doi.org/10.15581/003.37.2.247-259>
- 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>
- Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi. (2021). *Ulusal yapay zeka stratejisi*. <https://cbddo.gov.tr/uyzs>
- Chartrand, G., Cheng, P. M., Vorontsov, E., Drozdal, M., Turcotte, S., Pal, C. J., Kadoury, S., & Tang, A. (2017). Deep learning: A primer for radiologists. *Radiographics*, 37(7), 2113-2131. <https://doi.org/10.1148/rg.2017170077>
- De-Lima-Santos, M. F., & Ceron, W. (2021). Artificial intelligence in news media: Current perceptions and future outlook. *Journalism and Media*, 3(1), 13-26. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3010002>
- Durdak, A. (2024, Şubat 10). Anadolu Ajansı Medyada Yapay Zeka Etik Kullanım Rehberi hazırlandı. *Anadolu Ajansı*. <https://www.aa.com.tr/tr/kurumsal-haberler/anadolu-ajansi-medyada-yapay-zeka-etik-kullanim-rehberi-hazirladi/3133162>
- Eloundou, T., Manning, S., Mishkin, P., & Rock, D. (2023). GPTs are GPTs: An early look at the labor market impact potential of large language models. *arXiv (Cornell University)*. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2303.10130>
- European approach to artificial intelligence. (2024, June 12). Retrieved from <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/european-approach-artificial-intelligence>
- Fanni, S. C., Febi, M., Aghakhanyan, G., & Neri, E. (2023). Natural language processing. In *Imaging informatics for healthcare professionals* (pp. 87-99). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-25928-9\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-031-25928-9_5)
- Furuncu, D., & Zinderen, A. (2021). Dijital çağda habercilik. İçinde S. K. Elitaş (Ed.), *İletişimde dijitalleşme* (ss. 151-166). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Graefe, A. (2016). *Guide to automated journalism*. Tow Center for Digital Journalism.
- Gunkel, D. J. (2012). Communication and artificial intelligence: Opportunities and challenges for the 21st century. *communication + I*, 1(1). <https://doi.org/10.7275/R5QJ7F7R>
- Hamilton, J. T. (2016). *Democracy's detectives: The economics of investigative journalism*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hansen, M., Roca-Sales, M., Keegan, J. M., & King, G. (2017). Artificial intelligence: Practice and implications for journalism.
- Hashimoto, D. A., Rosman, G., Rus, D., & Meireles, O. R. (2018). Artificial intelligence in surgery: Promises and perils. *Annals of Surgery*, 268(1), 70-76. <https://doi.org/10.1097/sla.0000000000002693>
- Jamil, S. (2021). Automated journalism and the freedom of media: Understanding legal and ethical implications in competitive authoritarian regime. *Journalism Practice*, 17(6), 1115-1138. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1981148>
- Kızrak, A. (2022). Dezenformasyonun zehiri ve şifası: Yapay zeka. *Medium*. (October 15). Retrieved from <https://ayyucekizrak.medium.com>
- Köroğlu, Y. (2017). Yapay zekanın teorik ve pratik sınırları. *Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi*, 1-10.
- Kunert, J. (2020). Automation in sports reporting: Strategies of data providers, software providers, and media outlets. *Media and Communication*, 8(3), 5-15. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.2996>



- Lewis, S. C., & Usher, N. (2016). Trading zones, boundary objects, and the pursuit of news innovation: A case study of journalists and programmers. *Convergence*, 22(5), 543-560. <https://doi.org/10.1177/1354856515623865>
- Marconi, F. (2020). ENABLERS: THE AI technologies driving journalistic change. In *News-makers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism* (pp. 55-128). New York Chichester, West Sussex: Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/marc19136-005>
- Carlson, M. (2015). The robotic reporter. *Digital Journalism*, 3(3), 416-431. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412>
- McAfee, A. P., & Brynjolfsson, E. (2012). Big data: The management revolution. *Harvard Business Review*, 90(10), 60-68.
- Monti, M. (2019). Automated journalism and freedom of information: Ethical and juridical problems related to AI in the press field. *Opinio Juris in Comparatione*, 1/2018. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3318460>
- Moran, R. E., & Shaikh, S. J. (2022). Robots in the news and newsrooms: Unpacking meta-journalistic discourse on the use of artificial intelligence in journalism. *Digital Journalism*, 10(10), 1756-1774. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2085129>
- Moravec, V., Hynek, N., Skare, M., Gavurova, B., & Kubak, M. (2024). Human or machine? The perception of artificial intelligence in journalism, its socio-economic conditions, and technological developments toward the digital future. *Technological Forecasting & Social Change*, 200, 123162. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123162>
- Nnamdi, C. N., & Nwanyanwu, M. (2021). Utilization of artificial intelligence in journalism in Nigeria. *KIU Journal of Social Sciences*, 7(2), 205-212.
- OECD, (2019a). OECD AI Principles <https://www.oecd.org/digital/artificial-intelligence/>
- OECD, (2019b). G20 AI Principles <https://oecd.ai/en/wonk/documents/g20-ai-principles>
- Pavlik, J. (2000). The impact of technology on journalism. *Journalism Studies*, 1, 229-237.
- Pavlik, J. V. (2023). Collaborating With ChatGPT: Considering the implications of generative artificial intelligence for journalism and media education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 78(1), 84-93. <https://doi.org/10.1177/10776958221149577>
- Rahmani, A. M., Azhir, E., Ali, S., Mohammadi, M., Ahmed, O. H., Ghafour, M. Y., & Hossein-zadeh, M. (2021). Artificial intelligence approaches and mechanisms for big data analytics: A systematic study. *PeerJ. Computer Science*, 7, e488. <https://doi.org/10.7717/peerj-cs.488>
- RSF. (2023, October 11). RSF and 16 partners unveil Paris Charter on AI and Journalism. Retrieved from <https://rsf.org/en/rsf-and-16-partners-unveil-paris-charter-ai-and-journalism>
- Stray, J. (2019). Making Artificial Intelligence Work for Investigative Journalism. *Digital Journalism*, 7(8), 1076-1097. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1630289>
- Tejedor, S., & Vila, P. (2021). Exo Journalism: A Conceptual Approach to a Hybrid Formula between Journalism and Artificial Intelligence. *Journalism and Media*, 2(4), 830-840. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2040048>
- Tison, D. (2023). The Future of Journalism: Opportunities and Challenges of Human-AI Collaboration.
- Van Dalen, A. (2012). The Algorithms Behind the Headlines: How Machine-written News Redefines the Core Skills of Human Journalists. *Journalism Practice*, 6(5-6), 648-658. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667268>
- Vasterman, P. L. M. (2005). Media-Hype: Self-Reinforcing News Waves, Journalistic Standards and the Construction of Social Problems. *European Journal of Communication*, 20(4), 508-530. <https://doi.org/10.1177/0267323105058254>
- Verma, M. (2018). Artificial intelligence and its scope in different areas with special reference to the field of education. *International Journal of Advanced Educational Research*, 3(1), 5-10.



- Vinsel, L., & Funk, J. (2022, June 29). Hype is a weaponized form of optimism. *NimenLab*. Retrieved from <https://www.niemanlab.org/2022/06/hype-is-a-weaponized-form-of-optimism/>
- Whittaker, J. P. (2019). *Tech Giants, Artificial Intelligence, and the Future of Journalism* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351013758>
- Yael de Haan, E., van den Berg, E., Goutier, N., Kruike-meier, S., & Lecheler, S. (2022). Invisible Friend or Foe? How Journalists Use and Perceive Algorithmic-Driven Tools in Their Research Process. *Digital Journalism*, 10(10), 1775-1793. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2027798>
- Yurdigül, Y., & Yüksel, H. (2012). Gazeteciliğin dönüşümü: Yeni medyaya entegrasyon sürecinde değişen habercilik pratikleri. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (18), 140-161.
- Zawacki-Richter, O., Marín, V. I., Bond, M., & Gouverneur, F. (2019). Systematic review of research on artificial intelligence applications in higher education – where are the educators? *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 16(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-019-0171-0>
- Zhang, C., & Lu, Y. (2021). Study on artificial intelligence: The state of the art and future prospects. *Journal of Industrial Information Integration*, 23, 100224. <https://doi.org/10.1016/j.jii.2021.100224>

# BÖLÜM 42

## Gazetecilikte Genel Olarak Sayfa Tasarımı

Şerife Özgün ÇITAK<sup>1</sup>

### | Sayfa Tasarımı Nedir?

**T**asarımın tek işlevi yalnızca sayfayı daha güzel görünür kılmak değildir. Görsel öğeler sayfaya yerleştirilirken estetik kaygı gütmekle birlikte okuyucuyu yormadan ve sıkmadan haberi okutmak ve istenilen mesajı vermek amaçlanmaktadır. Sayfa tasarımı habercilikten bağımsız olmadığı gibi haberi okutmayı amaçlayan önemli bir aktördür. Ancak sayfanın sadece güzel olması haberi okutmaya yetmez.

İyi yapılmış bir sayfa tasarımı ile okuyucu sayfa içinde kaybolmadan aradığını kolayca bulabilir. İyi yapılmış sayfa tasarımında, önemli haberler sayfada kaybolmaz, okuyucunun dikkatinden kaçmaz. Sayfa tasarımı önemli haberlerin ve içeriğin dikkat çekmesini sağlayarak okuyucuyu doğru yere yönlendirir. İyi ve doğru yapılmış bir tasarım, yayının kimlik oluşturmaya, marka değerinin artmasına yardım eder, diğer yayınlar arasından fark edilmesini sağlar. Haberlerin yayımlandıkları sayfa ve kapladıkları yer kadar, nasıl sunuldukları da önemlidir. Haberin kolay okunabilirliği editöryal olduğu kadar tasarımla da ilgilidir (Sterling,

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi Rektörlük Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, sozguncitak@gmail.com, socitak@aku.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-2347-6218



çoğaldığında, dikkat süresinin azaldığını unutmayın. Hangi platformda olursa olsun, okuyucuyu meraklandırın.

## KAYNAKÇA

- Akalan, F. T. (2023). *Dergi Tasarımında Boşluk Kullanımı* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Grafik Tasarımı Anasanat Dalı, Ankara.
- Akdağ, Ç. T. (2009). Gazete Tasarımında Bilinmeyenler. *Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (1), 28-40.
- Becer, E. (1997). *İletişim ve Grafik Tasarım* (Birinci baskı). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Çıtak, Ş. Ö. (2007). *1980 Askeri Darbesinin Yazılı Magazın Basımındaki Yansıması ve Basının Magazınlaşması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı.
- Frost, C. (2005). Design For Print Media. İçinde R. Keeble (Ed.), *Print Journalism: A Critical Introduction* (ss. 190-223). London ; New York: Routledge.
- Garcia, M. R. (2002). *Pure design: 79 simple solutions for magazines, books, newspapers, and websites*. St. Petersburg, Fla.: Miller Media.
- Grundy, B. (2007). *So You Want To Be A Journalist?* (1. bs). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511815430>
- Onursoy, S. (2005). Gazetelerde Görsel Tasarım Yanlılığı. *Selçuk İletişim*, 3(4), 142-151.
- Sterling, C. H. (Ed.). (2009). *Encyclopedia of Journalism*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
- Şeker, M. (2004). *Kuramsal Temeller ve Uygulama İlkeleriyle Sayfa Düzeni*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Şimşek İşliyen, F. (2016). *Gazetelerin Çizgisi—Sayfa Tasarımı İle Haberlerin Altı ve Üstü Nasıl Çizilir?* Konya: Literatürk.
- Tattersall, M. (2008). Page Layout and Design. İçinde B. Franklin (Ed.), *Pulling Newspapers Apart: Analysing Print Journalism* (ss. 196-203). London ; New York: Routledge.
- Tiryakioğlu, F. (2012). *Sayfa Tasarımı ve Gazeteler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uçar, T. F. (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılap.
- Williams, R. (2008). *The Non-Designers Design Book: Design and Typographic Principles for the Visual Novice* (3rd ed). Berkeley, Calif: Peachpit Press.

# BÖLÜM 43

## Seo - Google Haberciliği

Erdem Alper TURAN<sup>1</sup>

### Giriş

1970'lerin başlarında bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, gelecek elli yılda internet teknolojilerinin kullanım amaçlarının çeşitlenmesi ve yaygınlaşması açısından yaşanan yeniliklere öncülük etmeleri ve iletişim literatüründe, yeni medya olarak kavramsallaştırılan ortamların ortaya çıkması açısından milat niteliğindedir. Bu ortamların, geleneksel medyadan farklı bir yerde konumlandırılarak “yeni” olarak nitelendirilmesindeki temel etken, dijital altyapı üzerine temellenmiş olmaları ile bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan teknolojik yöndeşme ekseninde gelişim göstermeleridir. Bilgi ya da iletilerin üretim, depolama ve aktarım süreçlerinin dijital tabanlı olarak gerçekleştirildiği bu ortamları, geleneksel medyadan ayıran dijitallik haricindeki diğer özellikler “etkileşimsellik, multimedya biçemselliği ve kullanıcı türevli içerik üretimi, hipermetinsellik, yayılım ve sanallık” (Binark ve Löker, 2011, s. 9) olarak sıralanmaktadır. Bu özellikler, yeni medya ortamlarını tanımlamak amacıyla kullanılmalarının yanı sıra bu ortamların kullanımının yaygınlaşmasında etkili

<sup>1</sup> Öğr. Gör., Başkent Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim ve Tasarımı Programı erdemalperturan@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-6833-4547



Artık, içinde bulunduğumuz yeni medya ekosisteminde, kâr maksimizasyonunu daha yukarı taşımak amacıyla yeni platformlar, türler, içerikler ve gelir modelleri ile karşılaşmamız kaçınılmaz görünmekte. Ancak geldiğimiz noktada, kendimize sormamız gereken sorular; bu ekosistemde birey olarak doğru, eksiksiz ve tarafsız haber alma gereksinimimizi nasıl karşılayacağımıza ve gazetecilik mesleğinin, teknoloji odaklı nitelikler ile bir araya getirilmesi sonucunda oluşturulan hibrid yapıda, kendimizi nasıl bir yerde konumlandıracağımıza cevap aramak üzerine olmalı.

## KAYNAKÇA

- Baydaş, A. (2023). Dijital Pazarlama Karması ve Güncel Uygulamaları. Abdulvahap Baydaş, Mehmet Emin Yaşar, Serhat Ata (Editörler), Dijital Pazarlama ve Dijital Pazarlama Karması (s.5-46). Eğitim Yayınevi.
- Binark, M. ve Löker, K. (2011). Sivil Toplum Örgütleri için Bilişim Rehberi. Ankara: STGM Yayınları. <https://www.stgm.org.tr/sites/default/files/2020-08/sivil-toplum-orgutleri-icin-bilism-rehberi.pdf>
- Bulunmaz, B. (2011). İnternet Gazeteciliğinin Medya Dünyası İçindeki Rolü ve Ekonomik Boyutları. Marmara İletişim Dergisi(18), 27-46.
- Çakır, H. (2007). Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(22), s. 123-149.
- Deniz, Ş., & Korap Özel, E. (2018). Google Gazeteciliği: Dijital Çağda Bir 'Gerekli Kötü' Olarak SEO Haberleri ve Haberin 'Tık' Uğruna Deformasyonu. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*(55), 77-112.
- Elmas, Ç., Orman, A. ve Dener, M., (2009). Arama Motoru Optimizasyonu Kullanılarak Tez Arama Motoru Geliştirilmesi. *e- Journal of New World Sciences Academy* 2009, Volume: 4, Number: 2.
- Google, (2024). Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) Başlangıç Kılavuzu. <https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide?hl=tr> Son Erişim: 15 Ağustos 2024.
- Gürkan, H.İ. (1998). Sanal Gazete ve Gazetecilik. *Kurgu Dergisi*, Sayı:15, s. 143-153.
- İrvan, S. (2023). Google gazeteciliği haberciliğin özünü bozdu! <https://uskudar.edu.tr/tr/icerik/8881/prof-dr-suleyman-irvan-google-gazeteciligi-haberciligin-ozunu-bozdu> Son Erişim: 27 Ağustos 2024.
- Kalsın, B. (2016). Geçmişten Geleceğe İnternet Gazeteciliği: Türkiye Örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, Number: 42 , p. 75-94, Winter III 2016.
- Koloğlu, O. (2013). Osmanlıdan 21. Yüzyıla Basın Tarihi. İstanbul, Pozitif Yayınları.
- Korap Özel, E. ve Deniz, Ş. (2018). "Google Gazeteciliği" mi "Empati Editörlüğü" mü? Gazetecilikte SEO Editörlüğü ve Dönüşen Gazetecilik Pratikleri Üzerine Bir Araştırma". *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (AKİL) Aralık (30), s. 164-190.
- O'Reilly, T. (2005). What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> Son Erişim: 29.05.2024.
- Richmond, S. (2008). How SEO is changing journalism. *British Journalism Review*, 19(4), 51–55. doi:10.1177/0956474808100865



- RTÜK, (2018). Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması – 2018. T.C. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı, Ankara. <https://www.rtuk.gov.tr/Media/FM/Birimler/Kamuoyu/televizyonizlemeegilimleriarastirmasi2018.pdf> Son Erişim: 20 Ağustos 2024.
- Tokgöz, O. (2022). Temel Gazetecilik. Ankara: İmge Kitabevi. 15 Baskı.
- Törenli, N. (2005). Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı. Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları.
- TSE, (2006). Bilişim Terimleri Sözlüğü. Birinci Basım. Ankara.
- Vural, B.A., Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. Journal of Yasar University, 20 (5) içinde 3348-3382.
- We Are Social ve Meltwater (2024). Digital 2024 Global Overview Report: The Essential Guide to the World's Connected Behaviours. <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/> Son Erişim: 31 Temmuz 2024.
- Yüksel, O. (2014). İnternet Gazeteciliği ve Blog Yazarlığı. Ankara, Sinemis Yayınları.