

DİJİTAL ÇAĞDA GAZETECİLİK

Doç. Dr. İlknur AYDOĞDU KARAASLAN

Tuğba YİĞİT



© Copyright 2024

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi AŞ'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.

ISBN
978-625-375-150-0

Sayfa ve Kapak Tasarımı
Akademisyen Dizgi Ünitesi

Kitap Adı
Dijital Çağda Gazetecilik

Yayıncı Sertifika No
47518

Yazarlar
Doç. Dr. İlknur AYDOĞDU KARAASLAN
ORCID iD: 0000-0002-2663-6731
Tuğba YİĞİT
ORCID iD: 0000-0003-1397-8879

Baskı ve Cilt
Vadi Matbaacılık

Bisac Code
ART057000

Yayın Koordinatörü
Yasin DİLMEN

DOI
10.37609/akya.3359

Kütüphane Kimlik Kartı

Aydoğdu Karaaslan, İlknur. Yiğit, Tuğba.

Dijital Çağda Gazetecilik / İlknur Aydoğdu Karaaslan, Tuğba Yiğit.

Ankara : Akademisyen Yayınevi Kitabevi, 2024.

237 s. : fotoğ, tablo, şekil. ; 135x210 mm.

Kaynakça var.

ISBN 9786253751500

1. Gazetecilik.

GENEL DAĞITIM

Akademisyen Kitabevi AŞ

Halk Sokak 5 / A

Yenişehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

Hayatımın Her Anında Yanımda Olan Aileme

Doç. Dr. İlknur AYDOĞDU KARAASLAN

Akademik Yolculuğuma Başladığım Ege Üniversitesi Aileme

Tuğba YİĞİT

ÖNSÖZ

Elinizde tuttuğunuz bu eser, dijital çağın medyaya getirdiği köklü dönüşümlerin bir yansıması olarak, habercilik dünyasına bir ayna tutmaktadır. Teknolojinin baş döndürücü bir hızla ilerlediği günümüzde, gazeteciliğin sınırları yeniden çizilmekte; yapay zekâ, podcast, drone, sanal ve artırılmış gerçeklik gibi inovatif araçlar, haberin üretim ve sunum biçimlerini derinlemesine etkilemektedir. Yeni medya, yalnızca bilginin sunum biçimlerini değil, onun algılanma ve deneyimlenme şekillerini de kökten değiştirmekte; haberi bir içerik olmanın ötesinde, okuyucu ile etkileşime dayalı bir deneyime dönüştürmektedir.

Bu kitap, dijital dönüşümün gazetecilik üzerindeki etkilerini ve bu süreçte gazeteciliğin nasıl evrildiğini mercek altına alırken, yeni medyanın sunduğu olanakları ve getirdiği zorlukları çok boyutlu bir bakış açısıyla ele almayı amaçlamaktadır. Geleneksel gazeteciliğin köklerinden beslenirken, aynı zamanda teknolojinin getirdiği yeniliklere de odaklanan bu çalışma, medya profesyonelleri ve akademik dünyada araştırma yürütenler için bir kılavuz niteliği taşımaktadır. Yeni medya etkisiyle şekillenen gazetecilik pratiklerine rehberlik edecek bir kaynak olarak tasarlanan kitap; veri, büyük veri, yapay zekâ ve robot gazetecilik gibi alanlarda kapsamlı değerlendirmeler sunarak, bu teknolojilerin haberciliğin anlatım gücü üzerindeki etkilerini detaylandırmaktadır.

Tüm bu araştırma ve yazım sürecinde bize ilham veren meslektaşlarımıza ve desteklerini her daim yanımızda hissettiğimiz ailelerimize en içten teşekkürlerimizi sunuyoruz. Bu kitabın, medya dünyasında gelişmeleri anlamak isteyen tüm okurlara yeni ufuklar açmasını ve gelecekteki çalışmalarına ışık tutmasını umuyoruz.

Doç. Dr. İlknur AYDOĞDU KARAASLAN

Tuğba YİĞİT

KISALTMALAR LİSTESİ

AI	: Yapay Zekâ (Artificial Intelligence)
API	: Uygulama ve Programlama Arayüzleri
AP	: Amerikan Basın Ajansı (Associated Press)
AR	: Artırılmış Gerçeklik (Augmented Reality)
CTR	: Sayfa Tıklama Oranı (Clickthrough Rate)
GenAI	: Üretken Yapay Zekâ (Generative Artificial Intelligence)
İHA	: İnsansız Hava Aracı
IoT	: Nesnelerin İnterneti
KVKK	: Kişisel Verilerin Korunması Kanunu
ML	: Makine Öğrenmesi (Machine Learning)
NLP	: Doğal Dil İşleme (Natural Language Processing)
QR	: Hızlı Yanıt Kodu (Quick Response Code)
RSS	: Zengin Site Özeti (Really Simple Syndication)
SEO	: Arama Motoru Optimizasyonu
SHGM	: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü
UGC	: Kullanıcı Üretilen İçerik (User-Generated Content)
VR	: Sanal Gerçeklik (Virtual Reality)

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ.....	1
------------	---

BÖLÜM 1

DİJİTAL ÇAĞDA GAZETECİLİĞİN EVRİMİ.....	5
---	---

1.1. Geleneksel Gazetecilikten Dijital Gazeteciliğe Geçiş Süreci.....	7
---	---

1.2. Basılı Medyadan Dijital Medyaya Geçiş.....	10
---	----

BÖLÜM 2

DİJİTAL ÇAĞDA HABERİN DÖNÜŞÜMÜ	27
--------------------------------------	----

2.1. Online Haber Toplama Teknikleri.....	30
---	----

2.2. Dijital Araştırma Yöntemleri	34
---	----

2.3. Dijital Röportaj ve Yazım Stilleri.....	37
--	----

2.4. Multimedya Kullanımı ve Habercilikte Yenilikçi Yaklaşımlar	39
---	----

2.5. Dijital Haber Ekosistemi	41
-------------------------------------	----

2.6. Online Haber Siteleri.....	42
---------------------------------	----

2.7. Sosyal Medya ve Haber.....	43
---------------------------------	----

2.8. Mobil Uygulamalar ve Haber	44
---------------------------------------	----

2.9. Podcast ve Haber.....	45
----------------------------	----

2.10. Dijital Haber Üretimi.....	46
----------------------------------	----

2.11. Haber Otomasyonu.....	47
-----------------------------	----

2.12. Dijital Haber Dağıtımı.....	48
-----------------------------------	----

2.13. SEO ve Haber Siteleri.....	50
----------------------------------	----

2.14. Haber Bültenleri	51
------------------------------	----

2.15. Push Bildirimleri.....	52
------------------------------	----

BÖLÜM 3

İNTERNET VE YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ.....	55
3.1. İnternet Gazeteciliği.....	56
3.2. Yurttaş Gazeteciliği	58
3.3. Geleneksel Gazetecilik ve Yurttaş Gazeteciliği Arasındaki Farklar	66
3.4. Yurttaş Gazeteciliğinin Etik Sorunları.....	68

BÖLÜM 4

VERİ GAZETECİLİĞİ.....	73
4.1. Veri (Data) ve Büyük Veri (Big Data).....	74
4.2. Açık Veri (Open Data).....	76
4.3. Veri Gazeteciliği ve Önemi	77
4.4. Veri Gazeteciliğinde Kullanılan Araçlar.....	87
4.5. Veri Gazeteciliğinin Geleceği ve Öneriler.....	90

BÖLÜM 5

SOSYAL MEDYA VE GAZETECİLİK.....	91
5.1. Sosyal Medya ve Haber Tüketimi.....	97
5.2. Sosyal Medya Gazeteciliği.....	100
5.3. Geleneksel Gazetecilik ve Sosyal Medya Gazeteciliği Arasındaki Farklar	103
5.4. Sosyal Medya Platformları ve Haber Kaynakları	104
5.5. Sosyal Medya Gazeteciliğinde Kullanıcı Katılımı ve İçerik Üretimi.....	108
5.6. Sosyal Medya Gazeteciliğinin Haber Üretimine Etkisi	111
5.7. Sosyal Medya Gazeteciliğinde Kullanılan Araçlar ve Teknikler ..	112
5.8. Sosyal Medya Gazeteciliğinde Veri Güvenliği ve Gizliliği.....	114
5.9. Sosyal Medya Gazeteciliğinin Geleceği ve Trendleri.....	117

BÖLÜM 6

YAPAY ZEKÂ VE ROBOT GAZETECİLİĞİ: GELECEĞİN MEDYA EKOSİSTEMİ	121
6.1. Robot Gazeteciliği	122
6.2. Yapay Zekâ ile Üretilen İçeriğin Avantajları ve Dezavantajları.....	128
6.3. Robot Gazeteciliğin Etik Sorunları	131
6.4. Yapay Zekâ ve İnsan Gazetecilerin Geleceği.....	133

BÖLÜM 7

SEO HABERCİLİĞİ.....	139
7.1. SEO Haberciliğinin Temel İlkeleri	143
7.1.1. Anahtar Kelime Araştırması ve Kullanımı.....	144
7.1.2. Meta Açıklamaları ve Başlık Optimizasyonu.....	145
7.1.3. İçerik Yapısı ve Okunabilirlik	146
7.2. Görsellerin ve Multimedyanın SEO Üzerindeki Etkisi	147
7.3. SEO'nun Gazetecilik Üzerindeki Etkileri	148
7.4. SEO Haberciliği ve Etik Sorunlar	149
7.5. SEO Haberciliğinin Geleceği ve Trendler	151

BÖLÜM 8

PODCAST GAZETECİLİĞİ	155
8.1. Podcast Gazeteciliğinin Tarihsel Gelişimi	158
8.2. Podcast Gazeteciliğinde Kullanılan Yöntemler	162
8.3. Türkiye'de Podcast Gazeteciliği	166
8.4. Podcast Gazeteciliğinin Geleceği	167

BÖLÜM 9

GAZETECİLİKTE KULLANILAN DİJİTAL TEKNOLOJİLER...169

9.1. Sanal Gerçeklik (Virtual Reality - VR).....	170
9.2. Artırılmış Gerçeklik (Augmented Reality-AR).....	173
9.3. Drone Gazeteciliği.....	177
9.4. Gazetecilikte QR Kullanımı	182
9.5. İnfografikler	185
9.6. Dijital Haritalama.....	191

BÖLÜM 10

DİJİTAL ÇAĞIN GAZETECİLİĞE GETİRDİĞİ YENİLİKLER VE GELECEK PERSPEKTİFLERİ195

KAYNAKÇA.....201

KAYNAKÇA

- Adobe Systems Incorporated. (2020). *Adobe Audition*. <https://www.adobe.com/products/audition.html>
- Aggarwal V.B. (2006), *Essentials of practical journalism*, Concept Publishing Company. <http://books.google.com.tr/> Erişim tarihi:3 Mayıs 2024
- An, S., & Jung, J. J. (2021). A heuristic approach on metadata recommendation for search engine optimization. *Concurrency and Computation: Practice and Experience*, 33(3), e5407.
- Ağır, İ. (2023). Yeni medyanın haber üretim sürecine etkisi ve haber üretim süreçlerinde yaşanan değişim. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(14), 1-12.
- Aiello, G. (2019). Visual communication: Understanding images in media culture.
- Akgül, B., Kılıç, E. F., & Ayer, Z. (2020). Gazetecilikte Artırılmış Gerçeklik Kullanımının Haber Kavramı Üzerinden Değerlendirilmesi. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 4(8), 153-165.
- Aktaş, C. (2013), “Medya yakınsaması: hızlı yanıt veren kod aracılığıyla geleneksel gazetenin, çevrimiçi gazete ile artan rekabet potansiyeli üzerine bir tartışma”, *Selçuk İletişim*, 7, 4, (118-128). <http://josc.selcuk.edu.tr/article/view/1075000030/1075000027>.
- Aktaş, C. (2017). *The Evolution and Emergence of QR Codes*. Cambridge Scholars Publishing.
- Alejandro J.(2010). Journalism in the age of Social Media. *Reuters Institute University of Oxford*. <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Journalism%2520in%2520the%2520Age%2520of%2520Social%2520Media.pdf>. Erişim tarihi: 3 Mart 2024.
- Allan, S., & Thorsen, E. (Eds.). (2009). *Citizen journalism: Global perspectives (Vol. 1)*. Peter Lang.
- Alling T.(2024). The Future of QR Codes. <https://medium.com/@seo-man/the-future-of-qr-codes-b0515bc633e8>. Erişim tarihi:15.6.2024.
- Almasoodi, A. T. R. (2021). *Habere ulaşmada geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş* [Master’s thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Anderson, J., Rainie, L., & Luchsinger, A. (2018). Artificial intelligence and the future of humans. *Pew Research Center*, 10(12).

- Apple Inc. (2022). *GarageBand* . <https://www.apple.com/mac/garage-band/>
- Apple Inc. (2022). *Logic Pro X* . <https://www.apple.com/logic-pro/>
- Arık, E. (2013). Yurttaş gazeteciliğinin günümüzdeki görünümü: twitter gazeteciliği örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* (36), E-ISSN: 2147-4524
- Arslan, M., & Eren, S. (2024). Geleneksel basından dijitale geçiş sürecinde gazetecilik etik ilkelerinin değişim ve dönüşümü: New York Times örneği. *İbn Haldun Çalışmaları Dergisi*, 9(1), 37-57.
- Arthur, C. (2013, 08 23). Tech giants may be huge, but nothing matches big data www.theguardian.com. <https://www.theguardian.com/technology/2013/aug/23/tech-giants-data>
- 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.
- Aslan, A., Bayrakçı, S., & Küçükvardar, M. (2016). Bilişim çağında geleneksel gazeteciliğin dönüşümü: Veri gazeteciliği. *Marmara İletişim Dergisi*, (26), 55-70.
- Atabek Ü., Tuncel S. H., Kara H., Karaduman M. & Halıcı N. (2003), *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*, Derleyen: Sevdâ Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yayınları: 6, İstanbul. http://eski.bianet.org/diger/kitap/yeni_iletisim_teknolojileri.pdf Erişim tarihi: 3 Mart 2024
- Atalay, G. E., Kınay, K., Özşirin, S., & Azap, E. (2022). The rise of audio-based communication technologies: A research on podcast, Clubhouse and audiobook applications. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(10), 494-519.
- Atalay, M., & Çelik, E. (2017). Büyük veri analizinde yapay zekâ ve makine öğrenmesi uygulamaları-artificial intelligence and machine learning applications in big data analysis. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(22), 155-172.
- Athique, A. (2013). *Digital media and society: An introduction*. John Wiley & Sons.
- Audacity Team. (2021). Audacity . <https://www.audacityteam.org/>
- Avid Technology. (2020). *Pro Tools* . <https://www.avid.com/pro-tools>
- Ay, A. (2023). Gazetecilik 4.0: Yapay Zekâ Haberciliğinin Güncel Örneklerine Yönelik Bir İnceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 14(38), 412-435.
- Ay, A. (2022). Yapay zekâ haberciliği ve gazetecilik tartışmalarına dair bir değerlendirme. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 12(4), 913-926.

- Azuma, R. T. (1997). A survey of augmented reality. *Presence*, 6(4), 355-385.
- Baggaley Kate,(2017), Drones are fighting wildfires in some very surprising ways
<https://www.nbcnews.com/mach/science/drones-are-fighting-wildfires-some-very-surprising-ways-ncna820966>
- Bailenson, J. (2018). *Experience on demand: What virtual reality is, how it works, and what it can do*. WW Norton & Company.
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A critical review of digital marketing. *M. Bala, D. Verma (2018). A Critical Review of Digital Marketing. International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321-339.
- Bardoel, J., & Deuze M., (2001). "Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism." *Australian Journalism Review* 23 (2), 91-103.
- Başlar, G. (2013). Yeni medyanın gelişimi ve dijitalleşen kapitalizm. *Akademik Bilişim*, 4(11), 2019.
- Bayram, P. (2022). Dijital çağda gazetecilik: Geleneksel ve dijital gazetecilik pratiklerinin karşılaştırılması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (58), 153-169.
- Bayram, V. (2020). Sosyal medyada etik sorunlar: Bir literatür taraması. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(19), 125-139.
- Bennett, W. L., & Entman, R. M. (Eds.). (2000). *Mediated politics: Communication in the future of democracy*. Cambridge University Press.
- Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'. *The Radio Journal-International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), 7-22.
- Bıçer, S.(2006), Türkiye'de internet yayıncılığı ve Avrupa Birliği'ne uyum, [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Gazi Üniversitesi.
- Boczkowski, P. J. (2005). *Digitizing the news: Innovation in online newspapers*. mit Press.
- Bostock, M. (2016). D3.js - Data-Driven Documents. D3.js. <https://d3js.org>
- Bounegru, L., Chambers, L., & Gray, J. (Eds.). (2012). *The data journalism handbook*. European Journalism Centre.
- Bozkurt, H. (2012). Gelişen teknoloji ile değişen gazetecilik mesleği. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], İstanbul*.
- Bölükbaşı, S. (2024). Dijital Dönüşüm Sonrası Gazetecilikte Yaşanan Yenilikçi İkilemi Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *Journal of Communication Science Researches*, 4 (2), 134-153. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10980533>.

- Bradshaw, P. (2018). Data journalism: Past, present, and future. Abramis.
- Bradshaw, P. (2017). The online journalism handbook: Skills to survive and thrive in the digital age (2nd ed.). Routledge.
- Broersma, M. (2011). From press history to the history of journalism. *M&Z*, 3, 17-28.
- Briggs, M. (2015). *Journalism next: A practical guide to digital reporting and publishing*. CQ Press.
- Brin, S., & Page, L. (1998). The anatomy of a large-scale hypertextual web search engine. *Computer networks and ISDN systems*, 30(1-7), 107-117.
- Broersma, M. (2011). From press history to the history of journalism. *M&Z*, 3, 17-28.
- Bruns, A. (2018). *Gatewatching and news curation: Journalism, social media, and the public sphere (Digital Formations, Volume 113)*. Peter Lang Publishing.
- Bruns, A. (2008). *Blogs, wikipedia, second life, and beyond: From production to produsage (Vol. 418)*. Peter Lang.
- Bruns, A. ve Bahnisch, M. (2009). Social Media: Tools For User-Generated Content Social Drivers Behind Growing Consumer Participation In User-Led Content Generation. *State of The Art*, Vol(1). <https://snurb.info/files/Social%20Media%20-%20State%20of%20the%20Art%20-%20March%202009.pdf>
- Bruns, A., Enli, G., Skogerbø, E., Larsson, A. O., & Christensen, C. (Eds.). (2016). *The Routledge companion to social media and politics* (p. 56). New York: Routledge.
- Bruns, A., & Highfield, T. (2016). May the best tweeter win: The Twitter strategies of key campaign accounts in the 2012 US election. *Die US-Präsidentenschaftswahl 2012: Analysen der Politik-und Kommunikationswissenschaft*, 425-442.
- Budak, E. (2022). Teknolojik yeniliklerin yarattığı yeni habercilik formları üzerine bir inceleme: Türkiye’de podcast haberciliği. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (40), 257-276.
- Budak, E. (2021). Dijital haberciliğe farklı bir bakış: podcast yayınları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 373-398.
- Bulunmaz, B. (2011). İnternet Gazeteciliğinin Medya Dünyası İçindeki Rolü ve Ekonomik Boyutları. *Marmara İletişim Dergisi*, (18), 27-46.
- Bulut, S. (2020). Dijital çağda medya: makine öğrenmesi, algoritmik habercilik ve gazetecilikte işlevsiz insan sorunsalı. *Selçuk İletişim*, 13(1), 294-313.

- Bulut, H., & Bulut, S. (2023). YouTube'da Haberciliğin Maddi Koşulları ve Platformun Çizdiği Sınırların İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 10(2), 725-747. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1269517>
- Can, S., Koz, K. A., & Işık, U. (2018). Use of infographics in data journalism. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 156-171.
- Cairo, A. (2013). *The functional art: An introduction to information graphics and visualization*. New Riders.
- Calvo Rubio, L. M. & Ufarte Ruiz, M.^a J. (2021). Artificial intelligence and journalism: Systematic review of scientific production in Web of Science and Scopus (2008-2019). *Communication & Society*, 34(2), 159-176.
- Canavilhas, J. (2022). Artificial intelligence and journalism: Current situation and expectations in the Portuguese sports media. *Journalism and media*, 3(3), 510-520.
- Carlson, M. (2016). Automated journalism: A posthuman future for digital news?. In *The Routledge companion to digital journalism studies* (226-234). Routledge.
- Carter, M., & Egliston, B. (2020). Ethical implications of emerging mixed reality technologies.
- Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*. John Wiley & Sons.
- Cawley, A. (2019). Digital transitions: The evolving corporate frameworks of legacy newspaper publishers. *Journalism Studies*, 20(7), 1028-1049.
- CBDDO (2023). (T. C. Ofisi, Prodüktör) Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi: <https://cbddo.gov.tr/projeler/acik-veri/>.
- Chadwick, N. (2014). Revolutionizing the newsroom: How online and mobile technologies have changed broadcast journalism. *Elon Journal of Undergraduate research in communications*, 5(1).
- Cushion, S. (2015). *News and politics: The rise of live and interpretive journalism*. Routledge.
- Clarke, R. (2013). The new meaning of 'point of view': media uses and abuses of new surveillance tools. *Roger Clarke's web-site*, 24.
- Clerwall, C. (2017). Enter the robot journalist: Users' perceptions of automated content. In *The Future of Journalism: In an Age of Digital Media and Economic Uncertainty* (165-177). Routledge.
- Coddington, M. (2015). Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital journalism*, 3(3), 331-348.

- Codina, L., Iglesias García, M., Pedraza, R., & García-Carretero, L. (2016). Search engine optimization and online journalism: the SE-O-WCP framework.
- Craig, A. B. (2013). Understanding augmented reality: Concepts and applications.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2006). *The business of media: Corporate media and the public interest*. Pine forge press.
- Çaba, D. (2018). Dijital çağda değişen haber sunumu: gazetecilikte sanal gerçeklik uygulamaları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(1), 691-723.
- Çakır, A. (2009). Yeni iletişim ortamlarıyla değişen gazeteler ve gazetecilik anlayışı (Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi. İstanbul.
- Çakır H.,(2007). Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22 (1), s.123-149.
- Çakmak, F. (2019). Medyada dezenformasyon sorunsalı ve manipülasyonun gücü: ideoloji ve söylem açısından seçim haberlerinin siyasal iletişimdeki rolü. *Selçuk İletişim*, 12(2), 1127-1154.
- Çalışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50), 254-277.
- Çelik, T. (2017). Changing Journalism Understanding: Data Journalism. E. doğan, & E. Geçgin içinde, *Current Debates In Puplic Relations Cultural Media Studies* (s. 169-182). London: IJOPEC. <https://www.nufusu.com/turkiye-nufusu-yas-gruplari>.
- Çetin, B. (2018), “Geleceğin teknolojileri ve gazetecilik mesleği üzerine etkileri: büyük veri, veri gazeteciliği, yeni yaklaşımlar”, Olcay Uçak (Ed.), *Dijital Medya ve Gazetecilik*, Eğitim Yayınevi.
- Çetinkaya, A. (2019). Çevrimiçi gazetelerin Instagram üzerinden haber paylaşımı. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 1(2), 1-28.
- Çetinkaya, A., & Karlı, İ. (2018). Haberciliğin değişen pratikleri: Çoklu ortam, çoklu yetenek, çevrimiçi gazetecilik. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 9(35), 17-30.
- Çetinkaya, A., & Öztürk, E. (2015). Sosyal Medyanın Haber Üretim Sürecinde Kullanımı. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*.
- Çevikel T.(2004). “Türkçe Haber Siteleri ve Türkiye’de İnternet Gazeteciliğinin Gelişimini Sınırlayan Faktörler”. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (1). <http://iletisimdergisi.gsu.edu.tr/tr/pub/issue/7378/96593>. Erişim tarihi:24.3.2024.
- Çömlekçi, M. F. (2019). Sosyal medyada dezenformasyon ve haber doğrulama platformlarının pratikleri. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(3), 1549-1563.

- Dağ, P. (2015). Gazeteciliğin geleceği: veri gazeteciliği. <https://www.academia.edu/>.
- 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.
- Dean, J. (2014). *Big data, data mining, and machine learning: value creation for business leaders and practitioners*. John Wiley & Sons.
- Dear Reality. (2020). *Dear Reality binaural sound* . <https://www.dear-reality.com/>
- Değirmencioğlu, G. (2016). Dijitalleşme çağında gazeteciliğin geleceği ve inovasyon haberciliği. *Trt Akademi*, 1(2), 590-606.
- Deniz, Ş., & Özel, E. K. (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.
- Denso Wave. (2023). The History of QR Code. Retrieved from <https://www.denso-wave.com/en/adcd/qr-code/>
- Deuze, M. (2008). “Journalism and the web: The decline of the journalist as gatekeeper”. *Journalism Studies*, 9(2), 193-207.
- Deuze, M. (2007). *Media Work*. Polity Press
- Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism?. *Journalism studies*, 5(2), 139-152.
- Deuze, M. (2003). “The Web and its journalisms: Considering the consequences of different types of news media online,” *New Media & Society*, 5:2, pp. 203–230, **aktaran:** Köroğlu O.& Tıngöy Ö.(2011), Güney Doğu Avrupada Çevrimiçi Gazetecilik, *Online Academic Journal of Information Technology, Bahar (2)* , 3. <https://doi:10.5824/1309-1581.2011.2.004.x>.
- Diakopoulos, N., De Choudhury, M., & Naaman, M. (2012, May). Finding and assessing social media information sources in the context of journalism. In *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems* (2451-2460).
- Digipeak. (2023). *5 adımda anahtar kelime araştırması*. Digipeak. <https://digipeak.org/tr/blog/5-adimda-anahtar-kelime-arastirmasi>. Erişim tarihi: 24.04.2024.
- Dilmen, Nemci Emel (2005). “Yönetenler Açısından Türkiye’deki İnternet Gazeteleri ve Haber Portalları Üzerine Bir Değerlendirme”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 22, s. 96.
- Dhingra, Manish and Mudgal, Rakesh K.(2019,15 Mart). Historical Evolution of Social Media: An Overview International Conference

- on Advances in Engineering Science Management & Technology (ICAESMT), Uttaranchal University, Dehradun, India, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3395665> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3395665>
- Dogucu, M., & Çetinkaya-Rundel, M. (2021). Web scraping in the statistics and data science curriculum: Challenges and opportunities. *Journal of Statistics and Data Science Education*, 29(sup1), 112-122.
- Dowling, D. O., & Miller, K. J. (2019). Immersive audio storytelling: Podcasting and serial documentary in the digital publishing industry. *Journal of radio & audio media*, 26(1), 167-184.
- Drivas, I., Kouis, D., Kyriaki-Manessi, D., & Giannakopoulos, G. (2021). Content management systems performance and compliance assessment based on a data-driven search engine optimization methodology. *Information*, 12(7), 259.
- Duffy, A., & Ang, P. H. (2019). Digital Journalism: Defined, Refined, or Re-Defined. *Digital Journalism*, 7(3), 378-385.
- Duman, K. (2018). Arama motorları ve internet haberciliğine etkileri: Türk internet haber medyası örneği. *Selçuk İletişim*, 11(1), 257-287.
- Duman, K. (2019). Haber Kaynağı Olarak Sosyal Ağların Kullanımı: Türk İnternet Haber Siteleri Üzerine Bir Analiz. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(3), 1637-1654.
- Dumanlı Kürkçü, D. (2015). *Yeni medyanın gençlerin medya alışkanlıkları üzerine etkisi* [Doktora tezi]. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Durgeç Aydoğan, P. (2017). Alternatif bir medya alanı olarak yurttaş gazeteciliği. *Journal of International Social Research*, 10(50).
- Ekström, M., & Westlund, O. (2019). The dislocation of news journalism: A conceptual framework for the study of epistemologies of digital journalism. *Media and Communication*, 7(1), 259-270.
- Engel, E., Spencer, S., Stricchiola, J., & Fishkin, R. (2012). *The art of SEO*. "O'Reilly Media, Inc."
- Envelop for Live. (2021). *3D audio experience for podcasting*. <https://www.envelop.us/envelop-for-live>
- Erbas, Ç., & Demirer, V. (2014). Eğitimde artırılmış gerçeklik uygulamaları: Google Glass örneği. *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education*, 3(2), 8-16.
- Erdem, M. (2016). Edebi Gazetecilik Kavramı: ABD Örneğindeki Gelişimi, Yapısı ve İçeriği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(1), 129-144.

- Erdoğan, İ. (2024). 360 Derece Video Gazeteciliği: Yeni Bir Haber Deneyimine Genel Bir Bakış. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (Cumhuriyetin 100. Yılında Geleceğin İletişimi Özel Sayısı), 108-127.
- Erkmen, Ö. (2021). Araştırmacı veri gazeteciliği: yöntemler, kaynaklar ve araçlar, (Ed. Aslıhan Zinderen) Veri Gazeteciliği, Atlas Akademik Basım Yayın Dağıtım. Ankara
- Erkmen, Ö. (2018). Büyük Veri ve Gazetecilik: Veri Gazeteciliği Demokrasi, Katılım ve Gazeteciliğe Dair Anlayışımızı Nasıl Dönüştürebilir?. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (30), 322-344.
- Erol G.(2009), Medya ve etik: internet haberciliğinde nesnellik, etik ilkelerin içeriği, uygulamadaki sorunlar ve televizyon haberciliği ile karşılaştırılması, *Medya ve Etik Sempozyumu (7-9 Ekim)*, Fırat Üniversitesi, Elazığ. <http://portal.firat.edu.tr/WebPortal/>, Erişim tarihi:13 Mart 2024
- eSearch Logix. (2023, Ekim 11). *How to write excellent meta descriptions and titles for SEO*. eSearch Logix. <https://www.esearchlogix.com/>
- Etike, Ş. (2023). Algoritmalar ve Gazetecilik: Meslek, Kimlik, Değerler Üzerine Bir Tartışma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 10(2), 981-1000.
- Farid, S. A. (2023). Changing the paradigm of traditional journalism to digital journalism: impact on professionalism and journalism credibility. *Journal International Dakwah and Communication*, 3(1), 22-32. <https://doi.org/10.55849/jidc.v3i1.374>
- Fenton, N. (2010). *News in the digital age*. In *The Routledge companion to news and journalism (557-567)*. Routledge.
- Fenton, N. (2009). *New media, old news: Journalism and democracy in the digital age*. Sage Publications.
- Firmstone, J., Steel, J., Conboy, M., Elliott-Harvey, C., Fox, C., Mulderig, J., ... & Wragg, P. (2022). Trust and ethics in local journalism: a distinctive orientation towards responsible journalism and ethical practices. In *Responsible Journalism in Conflicted Societies (15-29)*. Routledge.
- Fisher, C. (2016). The trouble with 'trust'in news media. *Communication Research and Practice*, 2(4), 451-465.
- Fishkin, R., & Høgenhaven, T. (2013). *Inbound marketing and SEO: Insights from the Moz Blog*. John Wiley & Sons.
- Fleischner, M. H., & made Simple, S. E. O. (2011). Strategies for dominating the world's largest search engine. *Secondedition.-Create Space*, 128.
- Francovich, C. (2008). Here comes everybody: the power of organizing without organizations. *The International Journal of Servant-Leadership*, 4(1), 373-378.

- Frank, M., Roehrig, P., & Pring, B. (2019). *Makineler Her Şeyi Yaptığımda Biz Ne Yapacağız: Yapay Zekâ, Algoritmalar, Botlar ve Büyük Veri Çağında Öne Geçmek*. (Ç. E. Yılmaz, Dü.) İstanbul, Beyoğlu, Türkiye: Aganta Kitap.
- Franklin, B. (2012). The future of journalism: Developments and debates. *Journalism studies*, 13(5-6), 663-681.
- Friendly, M. (2008). *A brief history of data visualization*. In C. Chen, W. Härdle & A. Unwin (Eds.), *Handbook of data visualization*. Springer.
- Friend, C., & Singer, J. (2007). *Online Journalism Ethics: Traditions and Transitions: Traditions and Transitions*. Routledge.
- Gandomi, A., & Haider, M. (2015). Beyond the hype: Big data concepts, methods, and analytics. *International journal of information management*, 35(2), 137-144.
- Garrison, B. (2000). Journalists' Perceptions of Online Information-Gathering Problems. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(3), 500-514. <https://doi.org/10.1177/107769900007700303>
- Geers, S. (2020). News consumption across media platforms and content: A typology of young news users. *Public Opinion Quarterly*, 84(S1), 332-354.
- Gerbaudo P. (2012). *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London and New York: Pluto Books.
- Gillmor, D. (2006). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. "O'Reilly Media, Inc."
- Giomelakis, D., & Veglis, A. (2020). SEO and web analytics in journalism: Case studies from the Greek news media landscape. In *The Emerald Handbook of Digital Media in Greece* (pp. 51-65). Emerald Publishing Limited.
- Giomelakis, D., & Veglis, A. (2016). Investigating search engine optimization factors in media websites: The case of Greece. *Digital journalism*, 4(3), 379-400.
- Giomelakis, D., & Veglis, A. (2015). Employing search engine optimization techniques in online news. *Studies in media and communication*, 3(1), 22-33. <http://dx.doi.org/10.11114/smc.v3i1.683>
- Glaspie A.(2024). 4 Reasons QR Codes Are The Only Contactless Solution Restaurants Need. <https://www.qr-code-generator.com/blog/contactless-solutions-restaurants/>. Erişim tarihi:30.8.2024
- Gondwe, G. (2023). Exploring the multifaceted nature of generative AI in journalism studies: A typology of scholarly definitions. *Available at SSRN 4465446*.
- Google. Search Engine Optimization (SEO) starter guide. Google Search Central. (Erişim Tarihi:01.04.2024)

- Graefe, A. (2016). Guide to Automated Journalism. Columbia Journalism Review.
- Güngör, N. (2019). İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar (5. baskı, ss. 212-215). Siyasal Kitabevi.
- Gür Omay, E. G. (2023). Dijital Platformlar ve Gazetecilik Mesleği: Influencer Gazetecinin Yükselişi. *Journal of Social Policy Conferences*(84), 99-110. <https://doi.org/10.26650/jspc.2023.84.1274247>
- Gürcan, H. İ. (2014). Haber sitelerinde içerik ve tasarıma yönelik değerlendirme ölçütlerine bir yaklaşım. *Selçuk İletişim*, 2(4), 90-99. <https://doi.org/10.18094/si.27047>
- Gürcan H.& Batu Ç. (2010), "İnternet Haberciliğinde Sanal Yazı İşleri Ve Gazetecilikte Değişen Roller" . <http://inet-tr.org.tr/inetconf7/bildiriler/72.doc>. Erişim tarihi:24.3.2024.
- Gürsakal, N. (2009). *Sosyal ağ analizi*. Bursa: Dora Yayınları.
- Güzel, C. (2020). Sosyal medyanın neliği, gelişimi ve kullanım alanları üzerine kuramsal bir inceleme. *Sosyolojik Düşün*, 5(2), 93-112.
- Hall J.(2001). *Online journalism:a critical primer*. England: Chase Publishing Service. <http://b-ok.org>. Erişim Tarihi: 3 Mart 2024.
- Hammersley, B. (2004, Şubat 12). Audible revolution. The Guardian. <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>
- Hamouda, A. (2024). The Role of Citizen Journalism in Developing Digital Citizenship Values among Palestinian Journalists in the Digital Era. *An-Najah University Journal for Research-B (Humanities)*, 39(1), None-None.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). "What is news? News values revisited (again)". *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488.
- Henslowe, P. (2003). *Public relations: A practical guide to the basics*. Kogan Page Publishers.
- Heravi, B. R., & Lorenz, M. (2020). Data journalism practices globally: Skills, education, opportunities, and values. *Journalism and media*, 1(1), 26-40. <https://doi.org/10.3390/journalmedia1010003>
- Herman S (2002). *Gazeteciliğe Giriş*. Vestfalya Eyaletler Yayınevi. Ankara. ISBN: 978-605-4679-03-4
- Hermida, A. (2010). "Twittering the news: The emergence of ambient journalism". *Journalism Practice*, 4(3), 297-308.
- Himma-Kadakas, M. (2017). Alternative facts and fake news entering journalistic content production cycle. *Cosmopolitan civil societies: An interdisciplinary journal*, 9(2), 25-41.

- Hong, T., McLaughlin, M. L., Pryor, L., Beaudoin, C. E., & Grabowicz, P. (2005). Internet privacy practices of news media and implications for online journalism. *Journalism Studies*, 6(1), 15-28.
- Howard A.B. (2014), *The Art and Science of Data Journalism*, *Tow Center for Digital Journalism*. <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8Q531V1>
- Howard, P. N., & Hussain, M. M. (2013). *Democracy's fourth wave?: digital media and the Arab Spring*. Oxford University Press.
- Hume, E., & Abbot, S. (2017). The future of investigative journalism: Global, networked and collaborative. *Center for Media, Data and Society*. https://cmds.ceu.edu/sites/cmcs.ceu.hu/files/attachment/article/1129/humeinvestigativejournalismsurvey_0.pdf.
- Idiongo, P. . (2024). The Impact of Fake News on Public Trust in Traditional Media Outlets. *Journal of Communication*, 5(3), 45–58. <https://doi.org/10.47941/jcomm.1984>
- Ihemedu-Steinke, Q. C., Erbach, R., Halady, P., Meixner, G., & Weber, M. (2017). Virtual reality driving simulator based on head-mounted displays. *Automotive User Interfaces: Creating Interactive Experiences in the Car*, 401-428.
- Infogalactic. *Tim Pool*. Infogalactic: The planetary knowledge core. https://infogalactic.com/info/Tim_Pool. Erişim Tarihi: 01.03.2024.
- Iqbal, M., Khalid, M. N., Manzoor, A., Abid, M. M., & Shaikh, N. A. (2022). Search engine optimization (seo): A study of important key factors in achieving a better search engine result page (serp) position. *Sukkur IBA Journal of Computing and Mathematical Sciences*, 6(1), 1-15.
- İşliyen, M. ve Arslantaş, R. (2023). Dijital Gazeteciliğin Haber Üretim ve Sunumunda Editöryal Süreç. *Erciyes İletişim Dergisi*, 10(2), 671-696. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1273396>
- Jahan, M. S., & Martin, M. P. (2019). Exploring the value of your website analytics. *EPR International Journal of Economic and Business Review*, 4(2), 66-69.
- Jin, X., & Jia, Y. (2020). The Evolution of Barcode Technologies: QR Codes and Beyond. *Journal of Information Systems*, 32(2), 155-168.
- Jovanovic, M. (2020). Augmented Reality (AR) as a New Medium of Presenting Media News Content.
- Kalsın, B. (2016). Geçmişten geleceğe internet gazeteciliği: Türkiye örneği. *International Journal of SocialScience*, 42, 75-94.
- Kandemir, E. (2023). Küreselleşme Sürecinde Yeni Medya ve Sosyal Medya: Güvenilir Bilgiye Ulaşmak. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (62), 84-96.

- Kaplan, K., & Sayın, Z. (2023). Kullanıcı Deneyimli Haber İçerikleri Bağlamında Etkileşimli İnfografik Haberler. *Erciyes İletişim Dergisi*, 10(2), 697-723.
- Karaduman, M. (2009). *Yeni iletişim teknolojileri bağlamında haber üretim süreci ve haberin yapısı: doğan ve doğuş grubu örneği*. [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karyotakis, M. A., Lamprou, E., Kiourexidou, M., & Antonopoulos, N. (2019). SEO practices: A study about the way news websites allow the users to comment on their news articles. *Future Internet*, 11(9), 188.
- Kaur, H. (2019). Search Engine Optimization and Its Latest Trends: A Review. *Think India Journal*, 22(17), 2052-2062.
- Kavaklı, N. (2019). Yalan haberle mücadele ve internet teyit/doğrulama platformları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 663-682.
- Kavaklı, N. (2018). Drone'ların gazetecilikte kullanımı: drone haberciliğinin olanakları, zorlukları ve sınırları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 160-172.
- Kawbunjun, A., Thongsatapornwatana, U., & Lilakiatsakun, W. (2015, October). Marketing or newsletter sender reputation system using association analysis concept. In *2015 IEEE International Conference on Computer and Information Technology; Ubiquitous Computing and Communications; Dependable, Autonomic and Secure Computing; Pervasive Intelligence and Computing* (262-269). IEEE.
- Kaya, S. (2022). Gazetecilikte meslek etiği ve reklam tartışmalarının sosyal medyada bireysel gazetecilerin gelir modeli oluşturma çabaları üzerinden değerlendirilmesi. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, (11), 32-49.
- Kılıç, S. (2014). Kitle iletişim araçlarının gelişimi ve sosyal medyanın siyasal iletişimi etkileme rolü (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kibar, P. N., & Akkoyunlu, B. (2018). Ortaokul düzeyinde öğrenme stratejisi olarak infografik oluşturma sürecinin eğitsel tasarım araştırması yöntemiyle modellenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 43(196).
- Kortak, İ. Y. (2022). Ulusal ve uluslararası basında metaverse teknolojisinin yer aldığı haberlerin incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(2), 501-519.
- Kovach, B. (2014). *"The elements of journalism: what newspeople should know and the public should expect"*. (Ed. Tom Rosenstiel). Crown Publishing Group.

- Koz, K. A., & Işık, U., (2021). Değişen haber ekosisteminde SEO haberciliği: etik bir değerlendirme. *Gazetecilikte Uzmanlaşma Alanları* (pp.1-16), Ankara: Pelikan Yayınevi.
- Köse, H. (2008). "İnternette" açık ve demokratik yayıncılık: "sanal ortam günlükleri" ve Wiki'ler. *Marmara İletişim Dergisi*, 13(13), 83-93.
- Kuruca, Y., Üstüner, M., & Şimşek, I. (2022). Dijital pazarlamada yapay zekâ kullanımı: Sohbet robotu (Chatbot). *Medya ve Kültür*, 2(1), 88-113.
- Kurt, G., & Yenituna, B. (2022). Türkiye'de haber podcasti dinleme pratiklerine yönelik niteliksel bir araştırma. *İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-20.
- Kushlev, K., Proulx, J., & Dunn, E. W. (2016, May). "Silence your phones" Smartphone notifications increase inattention and hyperactivity symptoms. In *Proceedings of the 2016 CHI conference on human factors in computing systems* (1011-1020).
- Kuş-Khalilov, M. C., & Gündebahar, M. (2014, 5-7 Şubat). Bankacılıkta Büyük Veri Uygulamaları: Bir İnceleme. [*The XVI. Akademik Bilişim Konferansı*]. Mersin.
- Kürkcü, D. D. (2018). Veri gazeteciliği: gazeteciliğin ve gazetecilerin geleceği. *Kurgu*, 26(3), 101-116.
- Kürkcü, D. D. (2015, 1-3 Aralık). İnternette gazete takibinde dijital yerliler ve dijital göçmenler [*Türkiye'de İnternet Konferansı*]. İstanbul.
- Kürkcü, D. D., & Kürkcü, C. (2016). Mühendislerin Sosyal Medya ve İnternet Gazeteciliği Kullanım Alışkanlıkları. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 11(41), 1-15.
- Lancaster, K. (2012). *Video journalism for the web: A practical introduction to documentary storytelling*. Routledge.
- Lane, D. S., Overbye-Thompson, H., & Gagrçin, E. (2024). The story of social media: evolving news coverage of social media in American politics, 2006–2021. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 29(1), zmad039.
- Langonné, J., Lewis, S., Pereira, F. H., & Trédan, O. (2019). The Social Worlds of Journalism. Introduction. *Sur le journalisme*, 8(1), 18-23.
- Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R. (2012). *Infographics: The power of visual storytelling*. John Wiley & Sons.
- Latar, N. L. (2015). The robot journalist in the age of social physics: The end of human journalism?. *The new world of transitioned media: Digital realignment and industry transformation*, 65-80.
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., & et al. (2018). "The science of fake news." *Science*, 359(6380), 1094-1096.

- Leiser, M. R. (2022). Bias, journalistic endeavours, and the risks of artificial intelligence. In *Artificial Intelligence and the Media* (pp. 8-32). Edward Elgar Publishing.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). “Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era.” *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353-369.
- Lewis, S. C., Guzman, A. L., & Schmidt, T. R. (2019). Automation, journalism, and human-machine communication: Rethinking roles and relationships of humans and machines in news. *Digital journalism*, 7(4), 409-427.
- Lewis, S. C. (2015). Journalism in an era of big data: Cases, concepts, and critiques. *Digital journalism*, 3(3), 321-330.
- Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). Big data and journalism: Epistemology, expertise, economics, and ethics. *Digital journalism*, 3(3), 447-466.
- Lindgren, M. (2016). Personal narrative journalism and podcasting. *The Radio Journal-International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), 23-41.
- Liu, B. (2012). *Sentiment analysis and opinion mining*. Springer Nature.
- Liu, G., Du, H., Niyato, D., Kang, J., Xiong, Z., Kim, D. I., & Shen, X. (2024). Semantic communications for artificial intelligence generated content (AIGC) toward effective content creation. *IEEE Network*.
- Llinares, D., Fox, N., & Berry, R. (Eds.). (2018). *Podcasting: New aural cultures and digital media*. Springer.
- Lokmanoğlu, E. (2022). Geleneksel Medyadan Dijital Medyaya Evrilmiş: “Trt Örneği”. *Pearson Journal*, 7(19), 194-206.
- Mabrook, R., & Singer, J. B. (2019). Virtual reality, 360 video, and journalism studies: Conceptual approaches to immersive technologies. *Journalism studies*, 20(14), 2096-2112.
- Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think*. Houghton Mifflin Harcourt.
- McAdam, A., & Hess, K. (2022). Navigating the terrain: a typology of mapping in journalism studies. *Communication Research and Practice*, 8(4), 278-290.
- McCarthy, J. (1956). The Dartmouth Conference: Proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence. Dartmouth College.
- McHugh, S. (2021). The narrative podcast as digital literary journalism: Conceptualizing S-Town. *Literary Journalism Studies*, 13(1-2), 101-130.

- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- MEB (2011). *İnternet haberciliği*, Ankara, http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/%C4%B0nternet%20Habercili%C4%9Fi.pdf, Erişim tarihi: 15.05.2024
- Melcher, C. (2013, September 6). *How Tim Pool created 'phone-and-drone' journalism*. MediaShift. <https://mediashift.org/2013/09/video-how-tim-pool-created-phone-and-drone-journalism/>. Erişim Tarihi: 01.03.2024.
- Mencher, M., & Shilton, W. P. (1997). *News reporting and writing*. Madison, WI: Brown & Benchmark Publishers.
- Mendoza, M., Garcia-Ruiz, I., Maiz, N., Rodo, C., Garcia-Manau, P., Serano, B., ... & Suy, A. (2020). Pre-eclampsia-like syndrome induced by severe COVID-19: a prospective observational study. *BJOG: An International Journal of Obstetrics & Gynaecology*, 127(11), 1374-1380.
- Milgram, P., & Kishino, F. (1994). A taxonomy of mixed reality visual displays. *IEICE TRANSACTIONS on Information and Systems*, 77(12), 1321-1329.
- Mitchell, R. (2015). *Web Scraping with Python: Collecting Data from the Modern Web* "O'Reilly Media, Inc."
- Molina Rodríguez-Navas, P., Muñoz Lalinde, J., & Medranda Morales, N. (2021). Interactive maps for the production of knowledge and the promotion of participation from the perspective of communication, journalism, and digital humanities. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 10(11), 722.
- Molyneux, L. (2018). Mobile News Consumption: A habit of snacking. *Digital Journalism*, 6(5), 634-650. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1334567>
- Munnik, M. B. (2018). A Field Theory Perspective on Journalist-Source Relations: A Study of 'New Entrants' and 'Authorised Knowers' among Scottish Muslims. *Sociology*, 52(6), 1169-1184. <https://www.jstor.org/stable/26558760>
- Napoli, P. M. (2011). "*Audience evolution: new technologies and the transformation of media audiences*". Columbia University Press
- Narin, B. (2018). Evrensel tasarım ilkelerinin mayınlı alanı: Dijital haritalar ve gazetecilik. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 163-177.
- Narin, B., Fırat, F., Fırat, D., Ayaz, B. (2017). Büyük Veri ve Gazetecilik İlişkisi Bağlamında Veri Gazeteciliği. *AJIT-E: Academic Journal of Information Technology*, 8(30), 215-235. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2017.5.010.x>

- Nash, K. (2018). Virtual reality witness: exploring the ethics of mediated presence. *Studies in documentary film*, 12(2), 119-131.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2020). Reuters Institute digital news report 2020. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/>.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2019). Reuters Institute Digital News Report 2019. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf
- Newman, N. (2018). *Journalism, media and technology trends and predictions 2018*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Nguyen, L. (2020). Building a SEO Plan for a Content-Based Business Case Company: Engaio Digital.
- Niles, R. (2009). "How programmer/journalists are changing the news", Aktaran: Aslan A., Bayrakçı S. & Küçükvardar M. (2016), Bilişim Çağında Geleneksel Gazeteciliğin Dönüşümü: Veri Gazeteciliği, *Marmara İletişim Dergisi*, 26, 55-70
- Noain Sánchez, A. (2022). Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: The perception of experts, journalists and academics.
- Nyagadza, B. (2022). Search engine marketing and social media marketing predictive trends. *Journal of Digital Media & Policy*, 13(3), 407-425.
- Ocran, T., Barfi, K. A., Kodua-Ntim, K., Kwafoa, P. N. Y., & Filson, C. K. (2023). Leveraging social media in digital scholarship: Perspective from developing country students. *Plos one*, 18(9), e0291334.
- Olawale, K. (2019). Search engine optimization: concepts, techniques and challenges. *University of Lagos*.
- O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications & strategies*, (1), 17.
- Otter, A. (2022), Essential Mapping Tools for Journalists in 2022, <https://gijn.org/resource/9-essential-mapping-tools-for-journalists-in-2022/>
- Owusu-Kyei, M., Kong, Y., Akomeah, M. O., & Afriyie, S. O. (2022). Impact of digital marketing communication on organizational growth. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(12), 1460-1492.

- Özçetin, B. (2019). Kitle İletişim Kuramları: Kavramlar, Okullar, Modeller. *İletişim Yayınları*.
- Özpinar, Ş. B., & Aydın, G. (2020). Kriz iletişimde infografik kullanımı: covid-19 pandemi sürecinde infografikler üzerine bir inceleme. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 240-261.
- Öztay, O. H. (2020). Osmanlı'nın Siyasal Hayatında Basının Rolü: 19. yy örneği. *Social Mentality And Researcher Thinkers Journal*, 6(29), 235-246.
- Öztürk Çelebi, G. (2024). Robotlar çağında gazetecilik. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 10(2), 138-152.
- Öztürk, M. F., & Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.
- Pande, S. (2017). Ethics in citizen journalism: incident of teenage girl molestation in India. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 15(01), 2-16.
- Pang, B., & Lee, L. (2008). Opinion mining and sentiment analysis. *Foundations and Trends® in information retrieval*, 2(1-2), 1-135.
- Papacharissi, Z. (2010). "A private sphere: democracy in a digital age". Polity Press.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin Books.
- Patching, R., & Hirst, M. (2021). *Journalism ethics at the crossroads: democracy, fake news, and the news crisis*. Routledge.
- Pavlik, John V. (2000) "The Impact of Technology on Journalism", *Journalism Studies* 1(2), pp. 229
- Pavlik, J.V. (2013). "Innovation and The Future of Journalism". *Digital Journalism*, 1:2,181-193, <http://doi: 10.1080/21670811.2012.756666>.
- Pavlik, J. V., & Bridges, F. (2013). The emergence of augmented reality (AR) as a storytelling medium in journalism. *Journalism & communication monographs*, 15(1), 4-59.
- Peksevgen, B. S. (2016). Global Dünyada Değişen Basın ve Gazetecilik. *Global Media Journal TR Edition*, 6(12), 587-600.
- Perks, L. G., Turner, J. S., & Tollison, A. C. (2019). Podcast uses and gratifications scale development. *Journal of broadcasting & electronic media*, 63(4), 617-634.
- Pew Research Center. (2022). *The State of the News Media*.
- 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.

- Postman, N. (2005). *Amusing Ourselves to Death*. Penguin Publishing Group.
- Prasad, G. N. R., & Chandrika, T. P. (2022). The Role of an On-Page Optimization for an Effective Digital Marketing. *Journal homepage: www.ijrpr.com* ISSN, 2582, 7421.
- Python Software Foundation (2024), <https://www.python.org/>
- Prokopović, A. M. (2021). Podcasts and Journalism. *Media studies and applied ethics*, 2(2), 19-31.
- Quinn, S., & Lambie, S. (2012). *Online newsgathering: Research and reporting for journalism*. Routledge.
- R Code Team. (n.d.). The R Project for Statistical Computing. R Foundation for Statistical Computing. <https://www.r-project.org>
- Reimold D., (2013), "Journalism of Ideas_ Brainstorming, Developing, and Selling Stories in the Digital Age", Routledge, New York.
- Richmond, S. (2008). How SEO is changing journalism. *British Journalism Review*, 19(4), 51-55. <https://doi.org/10.1177/0956474808100865>
- Roberts, C., & Saint, K. (2015). A slow response to quick response: Diffusion of QR technology on US newspaper front pages. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92(1), 39-55.
- Rogers, S. (2011). Facts are Sacred: The Power of Data. The Guardian.
- Robinson, S., & Anderson, C. W. (2020). Network ethnography in journalism studies: A mixed-method approach to studying media ecologies. *Journalism Studies*, 21(7), 984-1001.
- Salerno J, Yang SJ, Nau D, Chai SK (2011, 29-31 Mart) Social Computing, Behavioral Cultural Modeling and Prediction. 4th International Conference, USA.
- Sayar, B. (2021). *Yapay Zekâ ve Robot Teknolojisinin Gazetecilik Pratikleri Üzerindeki Etkileri* [Doktora Tezi], Marmara Üniversitesi. İstanbul
- Schill, D., & Hendrick, J. (2017). *The Presidency and Social Media*. Routledge.
- Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. W.W. Norton & Company.
- Schmitz Weiss, A., & Higgins Joyce, V. de M. (2009). Compressed dimensions in digital media occupations: Journalists in transformation. *Journalism*, 10(5), 587-603. <https://doi.org/10.1177/1464884909106534>
- Sedorkin, G. (2020). *Reporting in a multimedia world: An introduction to core journalism skills*. Routledge.
- Segev, E. (2010). *Google and the digital divide: The bias of online knowledge*. Elsevier.
- Sertbal, K., (2012). "Sosyal medya nedir?" http://blogenki.com/icerik_goster.php?id=134

- SHGM (2023). <https://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/kurumsal/faaliyet/2023.pdf>
- Sherman, W. R., & Craig, A. B. (2018). *Understanding virtual reality: Interface, application, and design*. Morgan Kaufmann.
- Silverman, C. (2016). *Verification Handbook: A Definitive Guide to Verifying Digital Content for Emergency Coverage*. European Journalism Centre. <https://verificationhandbook.com/>
- Simon, F. M. (2024). Artificial Intelligence in the News: How AI Retools, Rationalizes, and Reshapes Journalism and the Public Arena.
- Slattery, K. L. (2020). Let's Not Forget Education: Owning Journalism Ethics. *Journalism & Communication Monographs*, 22(3), 255-259.
- Solove, D. J., & Schwartz, P. M. (2022). An Overview of Privacy Law in 2022. *Chapter, 1*.
- Spinelli, M., & Dann, L. (2019). *Podcasting: The audio media revolution*. Bloomsbury Publishing USA.
- Sundar, S. S., Kang, J., & Oprean, D. (2017). Being there in the midst of the story: How immersive journalism affects our perceptions and cognitions. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 20(11), 672-682.
- Sutherland, I. E. (1968, 9-11 December). A head-mounted three dimensional display. In *Proceedings of the December 9-11, 1968, fall joint computer conference, part I* (757-764).
- Sütçü C., Akyazı E., Dilmen N.E. (2006). Teknolojik Değişim ve Dönüşümlerin Gazetecilik Üzerindeki Etkilerinin Tarihsel Süreçte Değerlendirilmesi. Can Bilgili (Ed.) *Medyada Olmayanlar içinde* (s.293-329). Beta Bakım Yayın Dağıtım A.Ş.
- Świeczak, W. (2012). Content marketing as an important element of marketing strategy of scientific institutions. *Prace Instytutu Lotnictwa*, (5 (226).
- Şahin, M., & Avşar, Z. (2023). Sanal Gerçeklik ve Gazetecilik: Yeni Roller Yeni Arayışlar. *TRT Akademi*, 8(17), 66-81.
- Taşkıran, İ. A. (2018). Dijital yerli gazetelerin sosyal medya stratejileri ve sosyal medyanın haber okunurluğuna etkisi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (30), 218-240.
- Thurman, N. (2015). Journalism, gatekeeping and interactivity. In *Handbook of digital politics* (pp. 357-374). Edward Elgar Publishing.
- Topçu, Ö. (2023). İletişimin dijitalleşmesiyle ortaya çıkan habercilik şekli. *EUropean Journal of Managerial Research (EUJMR)*, 7(13), 112-125.

- Törenli, N. (2005). *Yeni Medya ve İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Trotta, A., Ziosi, M., & Lomonaco, V. (2023). The future of ethics in AI: challenges and opportunities. *AI & SOCIETY*, 38(2), 439-441.
- Tufail, S., Riggs, H., Tariq, M., & Sarwat, A. I. (2023). Advancements and challenges in machine learning: A comprehensive review of models, libraries, applications, and algorithms. *Electronics*, 12(8), 1789.
- Tufte, E. (2001). *The visual display of quantitative information* (2. Baskı) Graphics Press
- Türkweb (2024).SEO Stratejileri. <https://www.turkweb.com.tr/hizmet/seo-stratejileri>. Erişim Tarihi:5.9.2024
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2023). Türkiye İstatistik Kurumu ekonomik veri raporları.
- Tutgun-Ünal, A., & Deniz, L. (2020). Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri. *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(22), 1289-1319.
- Ünal, D. (2020). Yeni Medyada Gazeteciliğin Dönüşümüne Dair Nitel Bir Araştırma. *19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(3). 238-253.
- Üstün, İ. (2001)., “İnternet Üzerindeki Medya: İnternet Gazeteciliği (Yayıncılığı)”, *Araştırma Projesi*, Marmara Üniversitesi.
- Varol, A. (2011, 13-15 Ekim), “İnternet Yayıncılığında Etiksel Sorunlar” [Bildiri Sunumu], II. Medya ve Etik Sempozyumu, Elazığ.
- Valentine, D. A. (2000). Privacy on the Internet: The evolving legal landscape. *Santa Clara Computer & High Tech. LJ*, 16, 401.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). “The spread of true and false news online.” *Science*, 359(6380), 1146-1151.
- VOYD, (2023). <https://voyd.org.tr/en-yaygin-kullanilan-veri-haberciligi-araclari/> Erişim Tarihi: 03.03.2024
- VOYD(2019). Veribülteni.<https://veribulteni.voyd.org.tr/veri-gazeteciligi-el-kitabi/> Erişim tarihi: 1.2.2022.
- Wake, A., & Bahfen, N. (2016). Redefining radio: Implications for journalism education in an era of digital audio storytelling. *The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(2), 231-242.
- Waldo J., Lin H.S.& Millett L.I.(2007). Engaging Privacy And Information Technology In A Dijital Age. *USA:National Academic Press*. <http://b-ok.org>. Erişim Tarihi: 6 Mart 2024.
- Walker, M., & Matsa, K. E. (2021). News Consumption Across Social Media in. *Pew Centre Research*.
- Walker A., Huddleston B.&Pullen D.L.(2010). *An Overview of Technology in Society: An Introduction to Technoliteracy*,In Pullen D.L.

- Gitsaki C&Bagulary M.(Eds.) Technoliteracy, Discourse and Social Practice. <http://bookfi.net>. Erişim Tarihi: 3 Mart 2024.
- Ward, S. J. A. (2005). *Ethics and the Media: An Introduction*. Cambridge University Press.
- Westlund, O. (2015). News consumption in an age of mobile media: Patterns, people, place, and participation. *Mobile Media & Communication*, 3(2), 151-159.
- Wyatt, W. N. (2014). The ethics of journalism: Individual, institutional and cultural influences (Reuters Institute for the Study of Journalism). I.B. Tauris.
- Wiard, V. (2019). News ecology and news ecosystems. In *Oxford Research Encyclopedia of Communication*.
- Whittle, C. (2024). Why America is Downloading the News: A Study on Daily News Podcasts and Why US Audiences Listen. *Electronic News*, <https://doi.org/10.1177/19312431241238452>
- Yalınız, M. F., Özsoy, S. (2022). Yerel internet gazetelerinin tık sayısını arttırmak için kullandıkları yöntemler: Bolu örneği. *Yeni Medya*, 2022(12), 156-181.
- Yanardağoğlu, E. (2015). Yeni medya ve kullanıcı türevli içerik: dokuz8haber sitesi örneğinde yurttaş gazeteciliği üzerine etnografik bir inceleme. *Folklor/Edebiyat*, 21(83), 251-269.
- Yıldırım, S., Yıldırım, G., Çelik, E., & Aydın, M. (2014). Bilgi grafiği (infografik) oluşturma sürecine yönelik öğrenci görüşleri. *Journal of Research in Education and Teaching*, 3(24), 247-255.
- Yıldızgörür, M. R.(2023). Yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilik alanında kullanımına yönelik sorunlar ve riskler. *Türkiye Medya Akademisi Dergisi*, 3,6: 564-587.
- Yılmaz, S. R. (2017). The role of social media activism in new social movements: Opportunities and limitations. *International Journal of Social Inquiry*, 10(1), 141-164.
- Yılmaz, M. B. (2018). 'Sanal Gerçeklik Haberin Anlatım Gücünü Arttırmak İçin Nasıl Kullanılabilir?' <https://www.newslabturkey.org/2018/09/30/sanal-gerceklik-haber/>, Erişim Tarihi:05.07.2024
- Yılmaz, M. (2009). Enformasyon ve bilgi kavramları bağlamında enformasyon yönetimi ve bilgi yönetimi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 49(1), 95-118.
- Yücel, R. (2020), Podcast'ın Kısa Tarihi: Doğuşu, Yükselişi, Monetizasyonu, *Erciyes İletişim*, 7(2), 1303- 1319. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim>

- Yüksel, D., & Tolon, M. (2019). Dijital pazarlama stratejisi olarak arama motoru optimizasyonu (SEO). *International Journal of 3D Printing Technologies and Digital Industry*, 3(3), 236-243.
- Zayani, M. (2021). Digital journalism, social media platforms, and audience engagement: The case of AJ+. *Digital journalism*, 9(1), 24-41.
- Zelizer, B. (2004). *Taking journalism seriously: News and the academy*. Sage.
- Zinderen, A. (2021). Açık Veri Ekolojisi:” Veri Devrimi” ni Gazetecilik Perspektifinden Okumak. *TRT Akademi*, 6(11), 50-71.