Sosyal Bilimler Dergisi / The Journal of Social Sciences

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 8, Sayı: 51, Nisan 2021, s. 665-680

ISSN: 2149-0821 Doi Number: <http://dx.doi.org/10.29228/SOBIDER.50922>

Dr. Öğr. Üyesi Tuba IŞIK

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü,
tubaisik34@hotmail.com, ORCID: 000-0002-7552-076X

Doç. Dr. Ali Murat KIRIK

Marmara Üniversitesi Radyo, Sinema ve Televizyon Bölümü,
murat.kirik@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5771-4843

YENİ NESİL GAZETECİLİKTE MESLEKİ NİTELİK, İLETİŞİM VE YETERLİLİK SORUNSAĞI

Özet

Gazetecilik alanı son yıllarda ortaya çıkan yeni iletişim teknolojilerinin etkisiyle kökten bir değişime uğramıştır. Bu bağlamda iletişimin dijitalleşmesi haber üretim pratikleri ve gazetecilerin mevcut iş yapış şekillerini dönüştürmeye başlamıştır. Habercilik endüstrisindeki değişimler nedeniyle de günümüz gazetecilerinin sahip olması gereken mesleki yeterlilikler ve gazetecilik eğitiminin niteliği sorgulanmaya başlanmıştır. Özetle gazetecilik sektörünün haberleşme teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak sürekli daha sofistike, multidisipliner ve melez bir yapıya doğru evrilmesi muhabirlerin birtakım yeni beceriler kazanmasını zorunlu kılmaktadır. Bu çalışmada, gazetecilik eğitiminin habercilik endüstrisindeki dijitalleşme akımına nasıl adapte olabileceği ve muhabirlerin mesleki becerilerinin nasıl geliştirilebileceği tartışılmıştır. Ayrıca bu araştırmada geleneksel gazeteciliğin sürdürülebilir ekonomik modelinin önemli oranda zayıfladığı ve bu yüzden de dijital çağ gazetecilerinin teknoloji tabanlı yeni habercilik pratiklerine hızlı uyum sağlayabilecekleri yeni beceriler kazanmanın bir tercih olmaktan öte bir gereklilik olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: Yeni Nesil Gazetecilik, Mesleki Nitelik, Gazetecilik Eğitimi, Dijital Gazetecilik

PROFESSIONAL QUALIFICATION, COMMUNICATION AND VOCATIONAL COMPETENCE PROBLEMATIC IN NEW GENERATION JOURNALISM

Abstract

The field of journalism has undergone a radical change with the effect of new communication technologies emerging in recent years. In this context, the digitalization of communication has begun to transform news production practices and the current way of doing business of journalists. Moreover, developments in the journalism sector have led to questioning the quality of journalism education. For this reason, the journalism sector is constantly transforming into a more sophisticated, multidisciplinary, and hybrid structure depending on the developments in communication technologies. This situation requires reporters to acquire some new skills. This study focuses on how journalism education can adapt to the digitization trend in the journalism industry. In this report also it was discussed how reporters could improve their professional skills. This study concluded that the sustainable economic model of traditional journalism had weakened significantly. Therefore, digital age journalists must acquire new skills to adapt to technology-based journalism practices.

Keywords: New Generation Journalism, Professional Qualification, Journalism Education, Digital Journalism

GİRİŞ

İnsanoğlu var olduğu günden beri daima etrafında cereyan eden olayları anlamlandırmaya çalışmış ve öğrendiklerini bir şekilde diğer insanlarla paylaşabilmenin yollarını aramıştır. Dolayısıyla insanların bilgiyi aktarma arzusu ve gayreti sonucunda da günümüz haberciliğinin temelleri atılmıştır. 20. yüzyılın son çeyreğinden günümüze dek uzanan yaklaşık elli yıllık süreçte yeni iletişim teknolojilerinin geliştirilmesi ve teknolojinin hayatın her alanına nüfuz etmeye başlamasıyla birlikte bilgiyi üretme ve yayma biçimleri büyük ölçüde evrilmiştir. Bu durumun doğal bir sonucu olarak da haber endüstrisinde teknoloji tabanlı radikal dönüşümler yaşanmaya başlamıştır. Dolayısıyla haber üretim sürecinin en önemli aktörleri arasında yer alan gazeteciler de bu dönüşüm sürecinden birincil derecede etkilenen kişiler olmuştur.

Gazetecilik mesleği, uzun yıllar boyunca haber merkezi odaklı olarak gelişimini sürdürmüş ve bu süreçte ortaya çıkan mesleki rutinlerin, göreneklerin, kural ve teamüllerin de bir bütünü olarak algılanagelmıştır (Erkmen, Ataman, & Çoban, 2020:17). Ancak, özellikle son yıllarda enformasyon tüketicileri olarak tanımlanan okuyucuların deneyimledikleri yeni teknolojik, sosyal, siyasal ve iletişim tabanlı değişimler, gazetecilerin meslekle olan etkileşimlerini önemli ölçüde değiştirmeye başlamıştır. Buna ek olarak, günümüz medya ekosistemi ve dildeki varyasyonlar (haber dili, akademik dil, resmi dil, gündelik dil, meslek dili, yerel ağızlar vs.) da bu dönüşümü hızlandırmaktadır. Dolayısıyla gazetecilerin çalışma ortamı ve koşulları dijital çağın getirdiği yeni iletişim modelleriyle beraber sürekli güncellenmektedir. Bu durumun bir yansıması olarak da kimin gazeteci olduğu ve gazeteciliğin ne olduğu konusunda ortaya çıkan tartışmalar günden güne daha da büyümektedir. Bu bağlamda Mellado vd., (2017:7) mevcut medya sistemi içerisinde gazetecilik kültürünü melez ve çok katmanlı, Deuze ve Witschge (2018:166) de karmaşık olarak değerlendirmektedir. Anderson vd.,

(2012:76) ise gazetecilik mesleğine ilişkin hazırladıkları bir raporda “gazetecilik endüstrisinin öldüğünü, ancak gazeteciliğin her yerde var olduğunu” vurgulayan bir sav ileri sürmektedir. Netice itibarıyla gazetecilik, günümüz medya ekolojisi içinde ele alınırken çok boyutlu ve çoğulcu bir yaklaşımla ele alınmalıdır. Çünkü yeni teknolojilerle beraber yeni gazetecilik türleri ortaya çıkmakta, iş tanımları, habercilik süreçleri değişmekte ve gazetecilik giderek daha multidisipliner bir alan olma yönünde evrimleşmektedir.

1. Yeni Gazetecilik Kavramı

Gazetecilik tarihi boyunca, çeşitli eğilimler ve yönelimler yeni gazetecilik olarak adlandırılmıştır. Örneğin 1880’lerde Joseph Pulitzer’in sahibi olduğu New York World gazetesi gibi sarı basın gazetelerinin türemesi, o dönemki gazetecileri ve tarihçileri “Yeni Gazetecilik” türünün ortaya çıktığını ilan etmeye yöneltmiştir. Ancak Ann Christine Heintz’ın 1967 tarihli The New Journalism başlıklı makalesine bakıldığında, yeni gazetecilik teriminin lisede verilen gazetecilik eğitiminde yeni yaklaşımları ifade etme anlamında kullanıldığı görülmektedir (akt. Murphy, 1974:2). Çevrim içi Brittanica Ansiklopedisi ise yeni gazeteciliği, geleneksel gazetecilikte kurgusal olmayan yazın türünün sınırlarını zorlayan bir Amerikan edebi/yazınsal akımı olarak tanımlamaktadır (Fakazis, 2016). Yeni gazeteciliğin tanımlarıyla ilgili örnekleri daha da çoğaltmak mümkündür. Ancak genel itibarıyla yeni gazetecilik teriminin özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra birbiriyle çok az bağlantısı olan veya hiç bağlantısı olmayan anlamlarla yaygın bir popülerlik kazanmaya başladığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda McDougall’ın 1972’de yayımlanan Interpretative Reporting (Yorumlayıcı Habercilik) isimli eseri incelediğinde, yeni gazeteciliğin çağdaş tanımlarının aktivist, savunucu, katılımcı, duyarlı, araştırmacı, canlı, hümanist ve yenilikçi şeklinde kataloglanmış olduğu görülmektedir (Macdougall, 1972:173). Özet olarak yeni gazetecilik teriminin yeni bir türe nasıl ve ne zaman atıfta bulunmaya başladığını net olarak belirtmek pek mümkün değildir.

Yeni nesil gazetecilik, içeriklerin haber yapılmasında gazetecilik araştırmasını kurgu yazma teknikleri, infografikler, etkileşimli içerikler ve diğer teknolojik uygulamalarla kaynaştıran bir gazetecilik türü olarak tanımlanabilir. Ancak herhangi bir insan müdahalesi olmaksızın yalnızca web deki verileri kullanarak otomatik haber içerikleri üretebilen algoritma tabanlı robot gazeteciler, mobil cihazların internet özellikli hale gelmesi, yazılım ve donanımlarının gelişmesiyle birlikte gelişen mobil gazetecilik, Web 2.0 ve 3.0 ile gelişen internet gazeteciliği, dijitalleşmeyle birlikte ortaya çıkan veri gazeteciliği gibi habercilik unsurları ve tüm bu gazetecilik türlerine ait mesleki pratiklerde kısaca yeni gazetecilik olarak tanımlanabilir.

Yeni gazeteciler, haber hikayelerini daha ilgi çekici bir biçimde anlatabilmek için geleneksel gazeteciliğin iş yapış modellerini teknolojik unsurları kullanarak genişletmişler ve gazeteciliği yep yeni bir boyuta taşımışlardır. Bu kapsamda da yeni nesil gazetecilik anlayışıyla beraber kullanıcılar bilgiyi talep eden, izleyen, herhangi bir konu hakkındaki memnuniyetsizliklerini ve eleştirilerini çeşitli içerikler oluşturarak muhtelif platformlar üzerinden kolayca kamuoyuyla paylaşabilen daha entelektüel bir yapıya evrilmişlerdir. Özetle günümüzde anlaşıldığı şekliyle yeni gazetecilik kavramıyla beraber haber ve bilgi ekosistemi dijitale dönüşmüş, profesyonel muhabirler ile yurttaş gazeteciler arasındaki çizgi de şeffaflaşmıştır.

2. Yeni Nesil Gazteciler İçin Yeni Öğretim Alanları

21. yüzyılın ilk çeyreği henüz tamamlanmamış olmasına rağmen, son 20 yıldaki teknolojik gelişmeler göz önüne alındığında bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki değişimlerin önümüzdeki yıllarda da artarak çoğalacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda çağımızın sofistike toplumsal örgütlenmesi ekseninde haberleşme olgusunun her geçen gün biraz daha önem kazanacağını ifade etmek mümkündür. Bunun paralelinde gazetecilik mesleğinin pratikleri de durmaksızın değişmekte ve yenilenmektedir. Sektörde ve dünyada yaşanan gelişmelere bakıldığında da günümüzde yeni nesil gazeteci yetiştirilmesinin bir zorunluluk haline geldiği görülmektedir. Başka bir deyişle, iletişimin dijitalleşmesi sektör açısından yeni nesil gazeteci yetiştirme talebini körüklemektedir (Dirik & Çambay, 2019:232). Bu bağlamda halihazırda profesyonel anlamda gazetecilik mesleğiyle uğraşan ve gelecekte gazeteci olmayı hedefleyen kişilerin sahip olması gereken temel mesleki yeterliliklerin sorgulanarak, yeni nesil gazeteci yetiştirme haceti dahilinde çağa ayak uyduracak şekilde yeniden düzenlenmesi gerekmektedir.

Gazetecilik sektörünün bilişim teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak sürekli daha karmaşık ve dijital bir yöne doğru evrilmesi, bu alanda çalışan ya da çalışmayı hedeflen kişilerin birtakım yeni beceriler kazanmasını zorunlu kılmaktadır. Bu cümleyi farklı bakış açılarından da işin içine katarak daha da açmak gerekirse, 2020 yılında dijital evrende üretilen veri miktarının 44 zettabyte'a (44 milyar terabyte) ulaşacağı tahmin ediliyordu ve şimdi de 2025 yılına kadar küresel çapta her gün 463 exabyte (EB) veri üretileceği tahmin edilmektedir (Desjardins, 2019) 463 EB verinin ne anlama geldiğini daha iyi anlayabilmek açısından bu büyüklükte bir veri yığını her gün yaklaşık 213 milyon adet DVD doldurmakla eşdeğerdir. Buna ek olarak, 2003 yılında The New York Times da çıkan bir habere göre de o yıla kadar insanlar tarafından konuşulan tüm kelimeler sadece 5 EB'tır (Klinkenborg, 2003).

Şekil 1. Dünya çapında bazı seçili alanlarda her gün üretilen tahmini veri miktarı (Raconteur, 2019).

Yukarıda verilen grafikte bazı alanlarda günlük veri üretim istatistikleri görülmektedir. Bu bağlamda küresel çapta insanlar her gün 500 milyon tweet atmakta, 294 milyar elektronik posta göndermekte, Facebook'da 4 petabyte veri oluşturmakta, araç dışı sistemlerle çift yönlü iletişim kuran (connected car) araçlarla 4 terabyte veri oluşturmakta, WhatsApp'da 65 milyar ileti göndermekte, Instagram'da 95 milyon fotoğraf-video paylaşmakta ve arama motorlarında (Google vb.) 5 milyar arama yapmaktadır. İnsanlar tarafından üretilen günlük veri miktarı boyutuna bakıldığında ve tahminlere dayanarak bu miktarın önümüzdeki sadece birkaç on yıl içinde katlanarak artacağı varsayıldığında gazetecilik sektörünün dijital dönüşümden etkilememesi mümkün değildir. Bu bağlamda gazeteci olarak istihdam edilecek kişilerin eğitim programları da bu çerçevede şekillendirilmelidir çünkü dijitalleşme gazeteciliğin dinamiklerini ve gazetecilerin işlerini halihazırda büyük ölçüde değiştirmiştir ve değiştirmeye de devam edecektir. Dolayısıyla gazetecilik eğitimi de bu değişikliklere ayak uydurmalıdır. Özellikle son yıllarda veri analistleri, infografik tasarımcılar, web grafikerleri ve web geliştiricilerin haber odalarına girmeye başlayamasıyla birlikte gazetecilerin çağdaş iletişim teknolojileri konusunda eğitilmeleri gerektiği anlaşılmıştır (Lewis & Westlund, 2016:344). Bu bağlamda gazetecilik bölümü öğrencilerine ve herhangi bir haber kuruluşunda görev yapan gazetecilere aşağıda belirtilen konularda eğitimler verilerek mesleki anlamda yeni nitelikler kazandırılabilir.

- Verilerin enformasyon tüketicilerine grafik destekli şekilde sunularak haber hikayesinin güçlendirilmesi noktasında haberde görselleştirme ve infografik tasarımı,
- Dijital habercilikte içerik üretimi ve yayın yapma konularında gazetecilerin üçüncü parti uygulamalardan/platformlardan en etkili biçimde nasıl yararlanabileceği,
- Açık veri platformlarından veri haberciliği yöntemleriyle nasıl veri toplanacağı,
- Veri gazeteciliği bağlamında görsel hikâye anlatımı,
- Veri işleme ve görselleştirme metodları,
- Programlama dilleriyle kodlama,
- Elektronik tablolama,
- İlişkisel veri tabanlarına anahtar kelime sorgulama,
- İnternet gazeteciliğinde yeni gelir modelleri ve alternatif kaynak üretimi,
- Mobil habercilikte faydalanılabilecek ekipman ve uygulamaların tanıtılması,
- Haber üretim sürecinin yeni röportaj teknikleriyle birleştirilip dijital ortama taşınması,
- İnsansız hava araçlarıyla görüntü elde etme ve bu görüntüleri video haber kurgusu yöntemleriyle destekleyerek haber anlatımını okuyucu açısından ilgi çekici hale getirme,
- Google, Bing, Yahoo, Yandex gibi arama motorlarının ölçüm ve raporlama araçlarından efektif şekilde faydalanabilme,
- Haber içerikli web sitelerini oyunlaştırma teknikleriyle zenginleştirerek site trafiğini ve kullanıcı etkileşimini artırma,

2017 yılında Google tarafından 900 gazetecinin katılımıyla gerçekleştirilen veri gazeteciliğinin durumu içerikli bir araştırmada Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Avrupa'daki tüm haber kuruluşlarının %51'inde özel biri veri muhabiri istihdam edildiği ve yalnızca dijital platformlar üzerinden haber yayıncılığı yapan kuruluşlarda ise bu rakamın %60'lara kadar yükselebildiği bulgusuna ulaşılmıştır (Rogers, 2017). Ayrıca aynı araştırmada gazetecilerin %42'sinin de günlük çalışma pratiklerinde hikâye anlatmak için düzenli olarak

verilerden faydalandığı ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca bu araştırmanın diğer önemli sonuçları incelediğinde (Rogers, 2017);

- Fransa'daki haber merkezlerinin %56'sında en az bir veri gazetecisi çalıştığı, bu konuda Fransa'yı %52 ile Almanya ve İngiltere'nin izlediği, ABD'nin ise %46 ile bu üç ülkenin gerisinde kaldığı,
- Ankete katılan gazetecilerin %53'ünün veri gazeteciliğini kapsamlı eğitim gerektiren ve öğrenmesi pek kolay bir uzmanlık becerisi olarak gördüğü,
- Veri görselleştirme araçları ve eğitimlerinin gazetecilik alanındaki yeniliklere yetismekte yavaş kaldığı ve gazetecilerin bu konuda kendi çözümlerini kendilerinin yarattıkları sonuçlarına ulaşılmıştır.

Günümüzde haber içeriklerinin çoğu algoritmalar tarafından otomatik olarak üretilmektedir. Bu nedenle geleneksel gazeteciliğin ekonomik modeli sürdürülebilirliğini yitirmiştir. Bu durumun doğal bir sonucu olarak da haber kuruluşları personel sayısını kademeli olarak azaltmaya başlamıştır (Narin, 2018:169). Dolayısıyla gazetecilik eğitimi veren kurumların binlerce yeni gazeteci adayını mezun etmeye devam etmesinin gerekçeleri de sorgulanmaya başlanmıştır (Mensing, 2010:511). Bu bağlamda Narin'e (2018, s. 170) göre gazetecilik eğitimi yurttaş gazeteciliği, veri gazeteciliği, robot gazetecilik, haber kişiselleştirme, ölçüm ve yönetme parametreleri gibi analitik fenomenler üzerinden yeniden düzenlenmelidir.

2.1. Dijitalleşmenin Etkisiyle Ortayan Çıkan Yeni Nesil Gazetecilik Türleri

Yeni nesil gazetecilik mefhumu ile beraber gazeteciliğin dinamikleri değişmeye başlamış ve basın endüstrisinde hem yeni gazetecilik türleri hem de yeni iş modelleri ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda ortaya çıkan yeni nesil gazetecilik türlerinden bazılarını da aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.

Yurttaş/Vatandaş Gazeteciliği

Yurttaş gazeteciliği, günlük yaşamdaki çeşitli politik, sosyal, ekonomik vb. gelişmeler neticesinde ortaya çıkmış bir gazetecilik türüdür ve bu kavramın ortaya çıkışında 1990'larda ABD'de yaşanan basın özgürlüğü, hak haberciliği ve tekelci medya tartışmaları etkili olmuştur. Vatandaş gazeteciliğinin felsefesi gazetecilik alanında eğitim almamış ve profesyonel anlamda gazetecilik mesleğini icra etmeyen sıradan kişilerin çevrelerinde olup biten olaylardan haber üretmesi ve ardından bu haberleri herhangi bir kurumsal yapının etkisi olmadan çeşitli bloglar, web siteleri ya da video paylaşım uygulamaları üzerinden toplumla paylaşmasıdır (Turan, 2007:58). Bu bağlamda vatandaş gazeteciliğinin ortaya çıkışıyla beraber haberi üreten ve tüketen taraflar arasındaki engeller ortadan kalkmıştır. Böylece yurttaş gazetecilik ana akım medya karşısında alternatif bir habercilik anlayışı olmaktan çıkarak haber endüstrisi içinde kendi özel ekosistemini oluşturmuştur. Daha açık ifade etmek gerekirse, dijital çağın sunduğu teknolojik imkanlar ve fırsatlardan yararlanarak yeni beceriler kazanan yurttaş gazeteciler hikâye anlatıcıları olarak haber yapma süreçlerinde daha aktif şekilde rol almaya başlamış ve geleneksel gazetecilik anlayışının dışında kendine özgü birtakım yeni habercilik pratikleri geliştirmiştir. Özetle, vatandaş gazeteciliği yaklaşımında haber, olay odaklı kurulmaktan ziyade problem odaklı olarak kurulmaktadır. Bu sayede de vatandaş gazeteci haber kaynağı olmanın ötesine geçerek kendi sorunlarını çözüme kavuşturma noktasında aracısız olarak haberin yapımcısı konumuna yükselmektedir (Alankuş, 2013:120).

Veri Gazeteciliği

Haberciliğin başlıca unsurlarından biri bilgidir ve neredeyse herşeyin sayılarla tanımlandığı yeni bir dünya düzeninde de bilgiye ulaşma noktasında veriler önemli bir konuma sahiptir. Veri, sayısallaşma sürecinin en küçük yapıtaşdır ve insanlar günlük hayatın pek çok alanında kullandıkları internet özellikli akıllı cihazlar aracılığıyla bilerek ya da bilmeyerek her an veri üretmeye devam etmektedir. Bu noktadan hareketle günlük hayatın her geçen gün dijitalleşmesi verileşmiş bir toplumun ortaya çıkışını hızlandırmakta, toplumsal değer normları ve iletişim şekillerini de dönüştürmektedir. Günlük hayatın verileşmesi sürecinde ham verilerin dönüştürülerek enformasyon tüketicileri açısından kullanışlı hale getirilmesi yönündeki çalışmalar da veri gazeteciliğinin ortaya çıkışına zemin hazırlamıştır. Bu kapsamda da veri haberciliği, basın kuruluşlarının etkileşimli bir haber ve bilgi platformuna dönüşüm süreçlerinin bir parçası olarak görülmektedir. Çünkü haber kuruluşları yeni rollerinde okuyucularına içerikle etkileşime girme ve içeriği geliştirme konularında bir alt yapı sunmak istemektedir. Veri gazeteciliği de bu bağlamda haber kuruluşlarına yeni fırsatlar sunmaktadır.

Mühendislik kültürünün gazetecilik kültürüyle harmanlandığı melez bir gazetecilik biçimi olan veri gazeteciliğinin tarihsel süreç içerisindeki gelişimi, bilgisayarların haber odalarına girişi, ağ teknolojilerinin gelişimi, dijital kaynaklara erişimin kolaylaşması ve açık veri portallarının yaygınlaşması gibi teknolojik gelişmeler ekseninde gerçekleşmiştir (Appelgren, 2018:310). Bu nedenle de veri gazeteciliği alanında çalışacak kişilerin veri analizi, web tasarımı ve programlama konularında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Bu bilgiler ekseninde veri gazeteciliği, bilişim teknolojilerinin form kazandırdığı araştırmacı bir gazetecilik faaliyeti olmakla birlikte büyük miktarda verinin uygun araç ve metodlar kullanılarak işlenmesi sonucu elde edilen yararlı bilgilerden haber üretilmesi şeklinde de tanımlanması mümkündür. Özet olarak, veri gazeteciliği bir gazetecinin karmaşık bir olayı infografikler kullanarak daha ilgi çekici bir şekilde kurgulamasına yardımcı olmaktadır ve günümüzde pek çok haber kuruluşunun da çevrimiçi stratejilerinin ayrılmaz bir parçasıdır.

Robot Gazetecilik

Oxford Üniversitesi'nden araştırmacılar Frey ve Osborne'un (2017:254) tahminlerine göre ABD'deki çalışanların %47'si 2030'ların başlarında otomasyon nedeniyle işlerini kaybetme riskiyle karşı karşıya kalacaktır. Benzer şekilde çok uluslu bir araştırma şirketi olan PricewaterhouseCoopers'a (PwC) göre de önümüzdeki sadece birkaç on yıl içinde Birleşik Krallık'taki toplam istihdamın yaklaşık %35'i bilgisayarlaşma riski taşımaktadır (Hawksworth, Berriman, & Goel, 2018: 2). Buna ek olarak Özen'in (2017:2) hesaplamalarına göre de Türkiye'deki işlerin %59'unun yüksek ihtimalle yakın bir gelecekte bilgisayarlı otomasyon tarafından gerçekleştirileceği öngörülmektedir. Narin'e (2017:82) göre de bu senaryolar gazetecilik endüstrisi açısından günümüzde belli bir oranda gerçekleştirmiştir.

İngiliz haber ajansı Reuters 2006 yılında kendi kurumsal web sitesinde yayımlanan ekonomi ve finans haberlerinin derlenmesi hususunda yapay zekâ algoritmalarını kullanmaya başlamıştır. Bunun sonucunda da robot gazetecilik olarak isimlendirilen yeni bir gazetecilik oluşumu ortaya çıkmıştır (Oğuz, 2020:49). Reuters'ın ardından Associated Press, The New York Times, Forbes, Los Angeles Times gibi tanınmış medya organizasyonları ve internet aracılığıyla çevrim içi haber dağıtımı yapan Google, Yahoo gibi arama motorları da haber üretme ve yazma süreçlerinde robot gazetecilik pratiklerini benimseyen diğer büyük haber

kuruluşları olmuştur (Fırat, 2020). Robot gazeteciliğin çalışma mantığı kısaca; çeşitli yazılımların sanal ortamdan otomatik olarak derledikleri verileri kullanarak yayına hazır haber içerikleri üretmesi, ardından haber odasını uyarması ve haber değeri taşıyan içeriklerin bir eitorün onayıyla yayımlanması şeklindedir. Los Angeles Times gazetesi tarafından geliştirilen Quakebot isimli bir yazılım uygulamasının ABD Jeoloji Araştırmaları Kurumu tarafından paylaşılan bildirimleri inceleyerek 2014 yılında ABD'nin Kaliforniya eyaletinde meydana gelen bir deprem ile alakalı otomatik olarak bir taslak makale oluşturup bunu yalnızca depremin meydana gelmesinden üç dakika sonra haber yapması bazı iletişimciler tarafından reel anlamda ilk robot gazeteciliği örneği olarak kabul edilmektedir (Oremus, 2014); (Oğuz, 2020:49).

Habercilik sektöründe robot gazeteciliğin getirdiği/getireceği fırsatlar ve tehditlerin diyalektik bir yaklaşımla ele alınması gelecekte gazetecilerin kendilerini konjonktürel fırsatlara göre konumlandırabilmesi açısından önem arz etmektedir.

Drone Haberciliği

Drone kelimesi Türkçe'de uzaktan kumanda edilebilen ve pilotsuz uçuş kabiliyetine sahip hava araçları ya da insansız hava sistemleri anlamında kullanılmaktadır. Dronların günümüzde gözetim, güvenlik, keşif, arama kurtarma, iletişim, ulaşım, kargo taşımacılığı ve gazetecilik gibi alanlarda gittikçe gelişen ve yaygınlaşan bir kullanım ağına sahip olmaya başladıkları görülmektedir. Dronların oldukça düşük bir maliyetle havadan fotoğraf ve video çekimi yapmaya imkân sağlaması onları gazetecilik pratiği açısından son derece işlevsel kılmaktadır. Kavaklı'ya (2018:163) göre gazetecilikte drone kullanımını cazip kılan unsurları dört ana başlık altında sıralamak mümkündür: “Haber toplamayı kolaylaştırma”, “haber içeriğini ve anlatımını destekleme”, “gazetecik sektörü paydaşlarına yeni/alternatif etkileşim kaynakları sağlama” ve “ekonomik avantajlar”.

Haber üretim süreçlerinde dronların fotoğralama ve video çekimlerinde sokak seviyesine bağımlı olmaksızın havadan hareketli gözlem yapılabilmesini olanaklı kılması, görüntülenebilir haber alanını 360 derece genişletmesi ve haber alanına erişimi hızlandırması gibi avantajları haber içeriklerinin iyileştirilmesini sağlamaktadır. Çünkü dronların sağladığı geniş kapsamlı görüntüler haber anlatım teknikleriyle birleştirildiğinde okuyucuların haberleri deneyimleme boyutu ve haberle etkileşme girme düzeyleri büyük ölçüde farklılaşabilmektedir. Özet olarak, dronların toplumsal olaylar, yıkıcı doğal afetler, savaşlar vb. gibi haber değeri taşıyan daha birçok olayı görüntüleme ve haber hikayesini güçlendirme noktasında gazetecilere fevkalade fırsatlar sunması habercilikte drone kullanımının önümüzdeki yıllarda daha da yaygınlaşacağını göstermektedir. Ayrıca dronların alternatif bir medya aracı olarak profesyonel gazeteciler dışında amatör gazeteciler tarafından da kullanılabilecek kadar düşük maliyetli ve basit bir yapıya sahip olması vatandaş gazeteciliğinin de etki alanını genişletecektir.

İnternet Gazeteciliği

Gazete, dergi, televizyon ve radyo gibi geleneksel medya araçları genellikle tek taraflı iletişime imkân veren kitle iletişim araçlarıdır ve tek yönlü bir iletişim ortamı da kitlenin tercihlerini sınırlandırmaktadır. Ancak altyapısı internet ve internet teknolojilerine dayanan yeni medya iletişim ortamları kullanıcılara karşılıklı etkileşim ortamları sunduğundan bu durumu tersine çevirmektedir. Dolayısıyla internet tabanlı yeni medya araçları gerek habercilik kuruluşları gerek de bireyler açısından konvansiyonel iletişim paradigmasına yeni iletişim kanalları eklenmesine neden olmuştur.

1993 yılında internetin halka açılmasıyla birlikte birçok alandaki iş yapış şekilleri yeni bir dönüşüm sürecinin içine girmiştir. Bu bağlamda gazetecilik sektörü de internetin getirdiği yeniliklerden etkilenen başlıca sektörlerden biri olmuştur. Çünkü gazetecilik sektöründe internetin taşıdığı yüksek potansiyel çabuk farkedilmiş ve geleneksel basılı gazetecilikten internet gazeteciliğine doğru hızlı bir geçiş süreci yaşanmaya başlamıştır. Dolayısıyla internet geleneksel gazetecilikten internet gazeteciliğine geçişte bir dönüm noktası olmuştur. İnternet gazeteciliğinin günümüzde ulaştığı noktaya bakıldığında ise artık konvansiyonel gazeteciliği geride bırakacak geliştiği ve olgunlaştığı gözlemlenmektedir (Kuyucu, 2017:448). İnternet gazeteciliği kısaca, konvansiyonel gazetecilik pratiklerinin ve eylemlerinin elektronik iletişim ağı üzerinden yürütülmesidir. İnternet gazeteciliği ayrıca bazı muhtelif kaynaklarda elektronik gazetecilik, çevrim içi gazetecilik veya dijital gazetecilik olarak da adlandırılabilir. İnternet gazeteciliğinde benimsenen haber dili genellikle hikâye anlatım formudur çünkü internet gazeteciliğinde okuyucunun yalnızca haberi okuyup geçmesinden ziyade çeşitli görseller ve seslerle desteklenen haber içeriğinin okuyucuyu içine çekebilmesi amaçlanmaktadır (Kalsın, 2016:77). Buna ek olarak internet gazeteciliğinin konvansiyonel gazetecilik karşısında üstünlük kurduğu bazı noktalara da kısaca göz atmak gerekirse (Gürçan & Bekiroğlu, 2007:24):

- Haberi okuyucuya daha kısa sürede ulaştırabilme,
- Haber güncellemelerini okuyucuyla anlık olarak paylaşabilme,
- Okuyucunun habere sürekli olarak ve isteği an erişebilmesini sağlama,
- Okuyucunun haberle etkileşime girmesini kolaylaştırma (yorum, paylaşma vs.)
- Okuyucunun haberin ötesine geçebileceği linkler paylaşabilme,
- Geleneksel medya kanallarında yer verilmeyen bazı haberleri okuyucuyla buluşturma.

İnternetin küresel çapta elektronik medya ortamlarında yayımlanan ya da arşivlenen ses, görüntü ve video gibi daha pek çok unsura tek tıkla ulaşmayı mümkün kılması gazeteciler açısından haberi destekleyici nitelikteki dökümanlara ulaşmayı oldukça kolaylaştırmıştır (Tokgöz, 2015:90). Böylece haber üretim sürecinde gazetecilerin harcadıkları zaman ve maliyetlerde düşmeye başlamıştır. İnternet gazeteciliği bu perspektif içinde ele alındığında, yazılı basının ihtiyaç duyduğu yüksek yatırım maliyetlerine gereksinim duymadığı, basılı bir gazete kadar detaylı ve televizyon kadar hızlı olduğu için habercilik alanına canlılık katmış ve yeni bir soluk getirmiştir (Köktener, 2013:236). Bu bağlamda internet gazeteciliği geleneksel gazeteciliğe kıyasla etkileşim oranı yüksek, daha dinamik, çok ortamlı (format sınırı olmayan), fiziksel-mekansal olarak sınırsız ve genel ilgiden ziyade özelleştirilmiş haber içerikleri ile kullanıcı deneyimini kişiselleştirebilen modern bir gazetecilik türüdür (Aydoğan, 2012:24). Sonuç olarak, internet gazeteciliğinin avantajları olduğu kadar bazı önemli dezavantajları (yalan haber vb.) da bulunmaktadır. Ancak okuyucu alışkanlıkları ve dijital çağda gazetenin bugünkü konumu göz önünde bulundurulduğunda gazeteciliğin giderek daha fazla dijitalleşmesi olağan bir durum olarak algılanmalıdır. Bu yüzden de gazetecilerin bilişim teknolojileri tabanlı yeni iş yapış modellerine hızlı entegre olabilecekleri yeni beceriler kazanması da bir tercih olmaktan ziyade bir zorunluluk haline gelmiştir.

2.2. Mesleki Yeterlilik Bağlamında Gazetecilik Eğitiminde Yaşanan Sorunlar ve Teknoloji Eksikliği

Hayattan sonra Tanrı'nın insanoğluna bahsettiği en büyük lütuf teknolojidir. Aynı zamanda teknoloji medeniyetlerin, sanatın ve bilimin de anasıdır (akt. Brynjolfsson & McAfee, 2018:9). Birleşik Krallık doğumlu Amerikalı bilim insanı Freeman Dyson teknolojiyi bu

sözlerle tanımlamıştır. Bu bağlamda, teknoloji insanlık tarihinin en önemli yapı taşlarından biridir ve ezelden beri de toplum ile teknoloji her zaman birbirleriyle etkileşim içinde olmuştur. Dolayısıyla toplumsal değişim ile teknolojik ilerlemeler arasında sıkı bir bağ bulunmaktadır ve iş hayatı da bu gelişmelere paralel olarak sürekli bir dönüşüm halindedir. Bu bağlamda gazetecilik eğitimi de habercilik endüstrisindeki dijitalleşme hareketine adapte olmalıdır. ABD’de gerçekleştirilen ve katılımcılarını yeni mezun olmuş gazetecilerin oluşturduğu bir araştırmanın sonuçlarına göre; katılımcıların üçte biri hiç gazetecilik okumamış olmayı dilediklerini ifade etmiş ve katılımcıların %40’da mezun olmalarına rağmen henüz sektörde çalışmak için kendilerini hazır hissetmediklerini belirtmiştir. Ayrıca katılımcıların %30’u gazetecilik alanında başarılı bir kariyere sahip olabilmek için gerekli gazetecilik becerilerini taşımadığını düşündüğünü ifade etmiş ve mevcut durumda muhabir olarak sektörde çalışan profesyonellerin %75’i de işlerinden memnun olmadıklarını dile getirmiştir (Lynch, 2015:1). Benzer şekilde literatürde, gazetecilik öğrencilerinin aldıkları eğitimin yeni iletişim teknolojilerine ayak uydurma konusunda yetersiz kaldığını ifade ettiği ve bu nedenle de gazetecilik mesleğine endişe ve ümitsizlikle yaklaştıklarını ortaya çıkaran başkaca araştırmalar da mevcuttur (Ercan, 2017:366).

21. yüzyılın başlarında büyük veri setleri kullanılarak habercilik yapmanın oldukça zor olduğu ve gazetecilerin haber üretmek için çoğunlukla hükümet yetkilileri, resmî kurumlar, araştırma şirketleri ve haber ajansları gibi kaynaklardan yararlandıkları görülmektedir. Ancak günümüzde bu durum hızla değişmektedir ve artık gazetecilerin internet ağı üzerinde dağıtık halde bulunan terabaytlarca veriye ücretsiz olarak erişebilmesi mümkündür. Ayrıca gazetecilerin muhtelif kaynaklardan elde ettikleri büyük miktarda veriyi analiz edebilmesine, görselleştirmesine ve yayımlamasına yardımcı olacak pek çok da araç bulunmaktadır. Ancak gazetecilik eğitimi henüz geleneksel medya eğitim kültüründen ve pratiklerinden tam anlamıyla kopamamıştır (Meza, 2016:182). Bu nedenle de özellikle yeni mezun gazeteciler önlerindeki fırsatları görebilse de bu fırsatları değerlendirebilecek teknolojik altyapıya sahip değildir. Ayrıca ilginç bir biçimde, son yıllarda yapılan iletişim çalışmalarının pek çoğunun odak noktasını yapay zekâ ve algoritmaların gazetecilik pratiklerini nasıl dönüştürdüğü oluştursa da bu teknolojilerin gazetecilik eğitimine nasıl adapte edilebilecekleri hala daha göz ardı edilen bir çalışma alanıdır. Fakat gazeteciliğin sınırları günümüzde yukarıda bahsedilen teknolojiler paralelinde şekillenmektedir.

Robot gazetecilik her geçen yıl biraz daha gelişmekte ve bu doğrultuda rutin haberleri yazmak için gazetecilere duyulan ihtiyaç da aynı ölçüde azalmaktadır. Buna ilaveten yurttaş gazeteciler giderek daha donanımlı hale gelmekte ve sayıları da her geçen gün artmaktadır. Dolayısıyla profesyonel anlamda gazetecilik yapanlar ve eğitim kurumlarının gazetecilik bölümlerinde okuyanlar hem robotlar hem de yurttaş gazetecilerle rekabet etmek zorundadır. Bir başka ifadeyle, gazetecilik sektöründeki bilgisayarlaşma süreci ve sektördeki paydaşların artışı gazetecilerin veri analizi, programlama ve görselleştirme gibi becerileri temel kabileyetleri arasına eklemesini zorunlu kılmaktadır (Mayer-Schönberger & Cukier, 2013). Örneğin, bir gazeteci programlama dilleriyle (JavaScript, Python, PHP, HTML vb.) kod yazma yeteneklerini geliştirerek haber içeriğinin okuyucular üzerindeki etkisini arttıracak interaktif haber grafikleri (infografikler, anketler, değerlendirmeler, testler, yarışmalar vb. gibi) oluşturabilir ve böylece okurun habere katılımını sağlayabilir. Bunun dışında internet üzerinden yayın yapan haber sitelerinin güncellemelerini manuel olarak kontrol etmek yerine bunu yazdığı kodlarla

otomatikleştirebilir ve zamandan tasarruf sağlayabilir. Ayrıca burada öğrendiklerini yapay zekâ hakkında kendini geliştirmekte kullanabilir ve haber odası içerik yönetim sistemleri hakkında uzmanlaşabilir. Ancak herhangi bir teknik altyapıya sahip olmadan nasıl kod yazılacağını öğrenmek sıradan gazetecilik eğitimi almış gazeteciler açısından son derece zorlayıcı olabilir. Fakat ne var ki hem Türkiye’de hem de dünyada gazetecilik eğitimi veren pek çok kurumun müfredatında kapsamlı bilgisayar programcılığı dersleri olmadığı görülmektedir. Bu bağlamda gazetecilik eğitiminin sektörteki teknolojik değişimlere ayak uyduracak ve nitelikli iş gücü açığını kapatacak kapsamlı bir iyileştirme sürecinden geçmediğini ifade etmek mümkündür. Nitekim Yaşın’a (2015, s. 62) göre de gazetecilik eğitiminin mevcut öğretim programlarına tabi olarak yetiştirilmiş muhabirler günlük gazetecilik süreçlerini yürütmekte zorluk çekmektedir. Modern gazetecilik eğitiminin idealleştirilmesi bağlamında müfredata eklenen dijital öyküleme metotları, çoklu ortam (multimedia) tasarımı, teknolojik gazetecilik ekipmanlarını kullanma ve haber içeriğini internet üzerinden paylaşma gibi limitli sayıda ders de gazeteciliğin temel eğitim müfredatını değiştirme hususunda tam anlamıyla bekleneni verememektedir (Mensing, 2010:511-512).

Gazetecilerin, ulaştıkları bilgileri haber merkezlerine ve topluma en hızlı şekilde nakledebilmek için iletişim teknolojilerini yakından takip etmesi yeni bir rutin değildir. Fakat günümüzde yeni bir medya ekosistemine geçiş yaşanmaktadır ve sürekli güncellenen medya ortamı muhabirlerin devamlı olarak yeni mesleki beceriler edinmelerini gerekli kılmaktadır (Ünal, 2019:145). Zira haber merkezlerinin işleyişi değişirken gazetecilerin yeni normallere entegre olmaması düşünülemez. Öyle ki halihazırda haber kuruluşları tarafından gazetecilerin tüm haber süreçlerini başarıyla yerine getirebilmeleri için bilgisayar ve ağ tabanlı teknoloji, araç ve uygulamaları etkin bir şekilde kullanabilmeleri beklenmektedir (Veglis & Pomportsis, 2014:61-62). Örneğin Peebles’a göre (akt. Ahsan, 2011) bir gazeteci, verilerin nasıl kullanıldıklarına dair genel bir anlayışa sahip olmalıdır. Çünkü iş dünyası ve hükümetler günümüzde bilgileri elektronik tablolar ve veri tabanlarında depolamaktadır. Bu nedenle bir gazetecinin elektronik tablolama hakkında en azından temel düzeyde bilgi sahibi olması gereklidir. Buna ek olarak giriş seviyesindeki gazetecilerin bilgisayar destekli habercilik konusunda uzmanlık derecesinde bilgi sahibi olmaları beklenmemekte ancak haber üretme sürecine katkı sunabilmeleri için en azından veri dosyalarında çapraz sorgu yapabilecek kadar ilişkisel veri tabanı uygulamalarına aşina olmaları beklenmektedir. Özetle sektörün yeni nesil gazetecilerden beklentileri yüksektir ve yeni nesil gazetecilerin bu beklentileri karşılayabilmeleri için eğitim müfredatlarının endüstrinin beklentilerine uyumlu şekilde yeniden düzenlenmesi yeni nesil muhabirlerin mesleki bağlamda daha donanımlı olmalarına katkı sağlayacaktır.

3. Dijital Çağda Gazetecilik Alanındaki İletişimsel Dönüşümler

İletişim teknolojileri ve iletişim modelleri sürekli değişmektedir. Bu bağlamda yeni nesil gazeteciler ve onların habercilik pratikleri de iletişim teknolojilerinin yaygınlaştırılması, açıklanması, yorumlanması ve gelecekteki iletişim eğilimlerinin toplumlara nasıl şekillendireceği gibi konuların anlaşılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü dijitalleşmeyle beraber her alandaki iletişim süreçleri daha karmaşık bir hal almaktadır ve yeni nesil gazeteciler insanların iletişim süreçleri hakkındaki anlayışlarının güçlendirilmesine önemli katkılar sunmaktadır.

Günümüzün enformasyon tüketicileri dijital dünyanın önemli bir parçasıdır. Bu yüzden de kamu kuruluşları ve özel işletmeler düzenledikleri etkinlikleri ve kampanyaları duyurmak ya da kurumsal bazda yaşanan son gelişmeleri toplumla paylaşmak için dijital platformları yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Çünkü dijital platformlar her türlü haberin geniş kitlelere yayılımını önemli ölçüde kolaylaştırmakta ve hızlandırmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya mecraları, kuruluşların halk nezdinde görünürlükleri/bilinirlikleri ve değerlerini arttırmak için kullandıkları önemli bir iletişim aracıdır. Bu bağlamda yeni nesil gazeteciler de pek çok durumda vatandaşla kurumlar arasında bir iletişim ya da anlam köprüsü işlevi görmektedir. Çünkü haber kuruluşları gerek vatandaşların gerek de organizasyonların sorunlarını dile getirmek için başvurdukları bir tür ara bulucu rolündedir. Özetle hem medya kullanıcıları hem de kuruluşlar pek çok konu hakkında muhabirlerin tavsiyelerine ve yayınlarına göre iletişim stratejilerini belirlemekte ya da güncellemektedir. Başka bir ifadeyle, yeni bilişim teknolojileri yazılı basının önemini azaltsa da dijital ortamda habercilik faaliyetlerini sürdüren gazeteciler ve haber kuruluşlarının toplum üzerindeki etkisini arttırmıştır. Çünkü bilişim teknolojilerini aktif olarak kullanabilen habercilik kuruluşları veya serbest gazeteciler en küçük bir haksızlığı, en ufak bir problemi bile dakikalar içinde ülke gündemi haline getirebilmektedir. Bu bağlamda yeni nesil gazetecilik haber üretimi ve haber tüketimini arttırmanın yanı sıra kitle iletişimini de önemli oranda hızlandıracak ve değişime uğratacaktır.

Basın/gazete, yasama, yürütme ve yargının ardından dördüncü güç olarak görülürken, milenyum çağına geçişle beraber internet de beşinci güç olarak lanse edilmeye başlanmıştır. Çünkü internet çeyrek yüzyıllık bir zaman dilimi içerisinde basılı kültürden siber kültüre devrim yapılmasını sağlamıştır. Bu kapsamda da çevrimiçi iletişim; ana akım haber medyasını denetler konuma gelmiş ve yeni gazetecilik türlerinin ortaya çıkışına zemin hazırlamıştır (Ward & Wasserman, 2010:281-282). Ayrıca yirmi dört saatlik haber üreme döngüsü artık geçmişe ait bir gazetecilik tarzı olarak görülmektedir. Zira haber hikayeleri içinde yaşadığımız dijital çağda günün her saatinde üretilebilmekte ve pek çok alternatif yayıncılık kanalı üzerinden tüketicilere aynı anda sunulabilmektedir. Buna ek olarak internet özellikli akıllı telefonlar ile kullanılabilen anlık haberleşme uygulamaları (WhatsApp, Telegram, BİP vb.) ve sosyal ağ platformları (Twitter, Facebook, YouTube vb.) büyümeye devam ettikçe, haberlerle ilgili sosyal iletişim de daha özel bir hal almaktadır. Çünkü günümüzde milyarlarca insan yukarıda bahsi geçen uygulamalardan en az birini günlük hayatında düzenli olarak kullanmaktadır. Buna binaen de dijital iletişim araçları artık insanların çoğu zaman haberleri tartışmak ve paylaşmak için başvurdukları birincil iletişim kanalı haline gelmeye başlamıştır. Bu bağlamda toplumsal iletişim süreçlerinin sayısallaşması medya-kitle iletişiminin de dijital ortama taşınmasına neden olmaktadır.

Mobil iletişim araçları temelde kişilerarası iletişimin kablosuz ağlar üzerinden gerçekleştirilebilmesi amacıyla tasarlanmıştır. Ancak teknolojinin ilerlemesiyle birlikte birçok özelliğin tek bir akıllı cihazda toplanarak cebe sığacak kadar küçülmesi bu mobil araçların daha farklı amaçlar içinde kullanılabilmesinin önünü açmıştır. 2020 yılında Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü'nün 6 kıtadan 40 ülke ve 80 bin çevrim içi haber tüketicisinin iştirakiyle gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçlarına göre (Newman vd., 2020:10-14):

- Dünya neredeyse tamamen dijital bir geleceğe doğru evrildiğinden basılı gazete tüketimi büyük oranda azalmış ve habere erişim noktasında akıllı telefonların önemi artmıştır.

▪ Çevrim içi haberlere ödeme (kanal üyeliği, abonelik vs.) yapan kişi sayısı artmaktadır. Genel olarak çevrim içi haberlere ödeme yapanlar için en önemli faktör haber içeriğinin farklılığı ve kalitesidir.

▪ 18-24 yaş aralığındaki (Z kuşağı) kişilerin habere erişme noktasında web sitelerine kıyasla sosyal medyayı tercih etme olasılıkları 2 kat daha yüksektir.

▪ Çevrimiçi haber yayıncıları okuyucularının başka bir platforma geçişini önleyebilmek amacıyla tüketicilerle mobil uyarılar ve e-posta üzerinden doğrudan iletişim kurmaya önem vermektedir.

▪ Çevrim içi haberlerin birçok ülkede en sık kullanılan haber kaynağı olarak televizyonu geride bıraktığı görülmektedir.

▪ Koronavirüs salgınıyla beraber dünya genelinde insanların ana akım haber medyasına olan güvenleri düşmeye başlamıştır.

Yukarıdaki sonuçlara bakılarak iletişim teknolojilerinin haber kuruluşları ile tüketiciler arasında bir iletişim altyapısı olarak işlev gördüğü anlaşılmaktadır ve hem geliştiriciler hem de tüketiciler bu altyapının giderek güçlenmesine uygun ortam sunmaktadır. Ayrıca dijital çağın yerlileri çevrimiçi iletişimle daha doğdukları an tanımaktadır ve bu genç nüfus kendilerinden daha yaşlı kuşakların da çevrim içi iletişimi benimsemelerine telkinde bulunmaktadır. Buna ek olarak dünya nüfusu zamanla yaşlanacağı için dijital yerliler yakın bir gelecekte global nüfusun çoğunluğunu oluşturacaktır. Son kertede çevrim içi iletişim ve teknoloji tabanlı gazetecilik de yeni normal haline gelecektir.

SONUÇ

Yazılı basının dijital medya karşısındaki en önemli dezavantajlarından biri bugün meydana gelen olayları/haberleri okuyucusuna en erken bir gün sonra ulaştırabilmesidir. Dolayısıyla basılı gazeteler açısından her zaman okuyucuya bayat haber sunma riski söz konusudur. Ancak günümüz enformasyon tüketicisinin dünyada olup biten önemli gelişmelerden anlık olarak haberdar olma arzusu içinde olması, yayıncıları yeni stratejiler geliştirmeye yönlendirmiştir. Diğer bir deyişle, okuyucuların değişen yaşam tarzları ve tüketim alışkanlıkları nedeniyle birçok basılı dergi ve gazetenin tirajı düşmeye başlamıştır. Bunun sonucunda da medya kuruluşları ekonomik anlamda birtakım sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Bazı haber ajansı, dergi ve gazeteler de tiraj düşüşü ve reklam geliri kayıplarını dijitalleşme stratejileriyle telafi etmeye yönelmiştir. Bu bağlamda da otomasyon ve yapay zekâ tabanlı algoritmik habercilik uygulamaları popülerlik kazanmaya başlamıştır. Bu bilgiler ışığında, dijital gazetecilik döneminde gazetecilik mesleğini tanımlayan temel beceri ve yeteneklerin yeniden sorgulanmasını gerekmektedir. Bu bağlamda da gazetecilik eğitiminde öğrencilere verilen kuramsal bilgiler teknoloji ile entegre yeni nesil gazetecilik uygulamaları içermelidir.

Son yıllarda ortaya çıkan kişiselleştirilmiş gazetecilik kavramıyla beraber birey-medya etkileşimi yeni bir boyut kazanmıştır. Kişiselleştirilmiş habercilik anlayışının okuyuculara kitlesel gündemin dışında özel içerikler sunmayı amaçlaması sebebiyle de bu yaklaşım gazeteciliğin geleceğinde daha fazla önem kazanacaktır. Bu bilgiler doğrultusunda, gelecekte haber kuruluşlarının yapay zekâ destekli sistemler sayesinde okuyucularının web deki etkileşimlerini analiz ederek kişiye özgü habercilik platformları geliştirecekleri ve böylece gazetecilik pratiklerinin de çok disiplinli bir insan-robot iş birliği ekseninde gelişeceği öngörülmektedir. Gazetecilerin sektördeki gelişmeleri takip edebilmesi ve çalışma hayatının

gerektirdiği mesleki niteliklere sahip olabilmesi için de Web 2.0 araçları ile interaktif habercilik, web tasarımı, yazılım/kodlama, veri analizi, görselleştirme gibi faydalı ders içeriklerinin gerek okul içi gerek de kurumsal eğitim müfredatlarına eklenmesi faydalı olacaktır.

Sonuç olarak, her yıl çevremizdeki dijital evren daha derin ve daha komplike bir yapıya doğru evrilmektedir. Habercilik endüstrisi de bu dijital dönüşümden etkilenen başlıca sektörlerden biridir. Bu bağlamda gazetecilik mesleğini icra eden profesyonel iletişimcilerin dijital dünyanın işleyiş dinamiklerini öğrenmeden, teknolojiyle haşır neşir olmadan yeni beceriler kazanması, meslekte gelişim göstermesi ve çalıştıkları kurumu kalkındırması olanaksızdır. Bu nedenle yeni nesil gazetecilerin takım çantalarını doldurabilmeleri ve gazeteciliği daha sürdürülebilir bir düzeye getirebilmek için endüstri ve eğitim kurumları ortaklaşa çalışmalıdır.

KAYNAKLAR

- Ahsan, S. (2011). *Digital Media Skills Every Young Journalist Needs*. 08.04.2021 tarihinde samarahsan.wordpress.com: <https://samarahsan.wordpress.com/2011/03/13/digital-media-skills-every-young-journalist-needs/> adresinden alındı
- Alankuş, S. (2013). Yeni Habercilik Arayışları: Hak Odaklı Habercilik, Yurttaş Gazeteciliği, Barış Gazeteciliği. S. Alankuş (Dü.) içinde, *Gazeteciliğe Başlarken Okuldan Haber Odasına içind* (2. b., s. 98-134). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Anderson, C., Bell, E., & Shirky, C. (2012). *Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present*. New York: Tow Center for Digital Journalism.
- Appelgren, E. (2018). An Illusion of Interactivity. *Journalism Practice*, 12(3), 308-325.
- Aydoğan, A. (2012). İletişim Araştırmalarında İnternet Gazeteciliği: Bağlamsal Çalışmaların Eksikliği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(35), 19-41.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2018). *The Second Machine Age: Akıllı Teknolojiler Devrinde Çalışma, İlerleme ve Refah*. (L. Göktem, Çev.) İstanbul: Türk Hava Yolları Yayınları.
- Desjardins, J. (2019). *How Much Data is Generated Each Day?* 08.04.2021 tarihinde World Economic Forum: <https://www.weforum.org/agenda/2019/04/how-much-data-is-generated-each-day-cf4bddf29f/> adresinden alındı
- Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the Transformation of Journalism. *Journalism*, 19(2), 165-181.
- Dirik, Ç., & Çambay, S. (2019). Yeni Nesil Gazetecilik Eğitiminin Gazetecilik Bölümü Öğrencilerinin İş Bulma Avantajı Bağlamında Değerlendirilmesi. *Turkish Studies*, 14(1), 227-243.
- Ercan, E. E. (2017). The Present and the Future of Journalism Education. *Quality & Quantity*, 52(2), 361-366.
- Erkmen, Ö., Ataman, B., & Çoban, B. (2020). Sunuş. Ö. Erkmen, B. Ataman, & B. Çoban (Dü) içinde, *Yeni Gazetecilik: Maceralar, Deneyimler, Olanaklar*. İstanbul: Epsilon Yayınevi.

- Fakazis, L. (2016). *New Journalism*. 01.04.2021 tarihinde Encyclopedia Britannica: <https://www.britannica.com/topic/New-Journalism> adresinden alındı
- Fırat, F. (2020). *Robot Gazetecilik*. 01.04.2021 tarihinde İletişim Ansiklopedisi: <http://yenimedya.info/2020/02/06/robot/> adresinden alındı
- Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2017). The Future of Employment: How Susceptible are Jobs to Computerisation? *Technological Forecasting and Social Change*, 114, 254-280.
- Gürcan, H., & Bekiroğlu, O. (2007). Türkiye'de İnternet Gazeteciliği Açısından Yerel Basının Genel Görünümü ve Bölgeler Arası Bir Değerlendirme. *Selçuk İletişim*, 5(1), 22-29.
- Hawthornth, J., Berriman, R., & Goel, S. (2018). *Will Robots Really Steal Our Jobs? An International Analysis of the Potential Long Term Impact of Automation*. London: PricewaterhouseCoopers.
- Kalsın, B. (2016). Geçmişten Geleceğe İnternet Gazeteciliği Türkiye Örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*(42), 75-94.
- Kavaklı, N. (2018). Drone'ların Gazetecilikte Kullanımı: Drone Haberciliğinin Olanakları, Zorlukları ve Sınırlar. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 160-172.
- Klinkenborg, V. (2003). *Editorial Observer; Trying to Measure the Amount of Information That Humans Create*. 08.04.2021 tarihinde The New York Times: <https://www.nytimes.com/2003/11/12/opinion/editorial-observer-trying-measure-amount-information-that-humans-create.html> adresinden alındı
- Köktener, A. (2013). Spor Gazeteciliği Örneğinde İnternet Gazeteciliğinin Geleneksel Gazeteciliğe Etkisi. *Selçuk İletişim*, 8(1), 233-250.
- Kuyucu, M. (2017). İnternet Gazeteciliğinin Geleneksel Gazetelerle Savaşı: İnternet Gazeteciliği Geleneksel Gazeteciliği Bitirdi mi? Üniversite Öğrencilerinin İnternet Gazeteciliği ile İlgili Görüşleri Üzerine Bir Güncelleme. *1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı* (s. 448-468). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Lewis, S. C., & Westlund, O. (2016). Mapping the Human-Machine Divide in Journalism. T. Witschge, C. W. Anderson, D. Domingo, & A. Hermida (Dü) içinde, *The SAGE Handbook of Digital Journalism* (s. 341-353). London: SAGE Publications.
- Lynch, D. (2015). *Above & beyond: Looking at the Future of Journalism Education*. 07.04.2021 tarihinde Knight Foundation: <https://knightfoundation.org/features/je-introduction/> adresinden alındı
- Macdougall, C. D. (1972). *Interpretative Reporting* (6. b.). New York: MacMillan.
- Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). *Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work and Think*. London: John Murray.
- Mellado, C., Hellmueller, L., Ramírez, M. M., & Humanes, M. L. (2017). The Hybridization of Journalistic Cultures: A Comparative Study of Journalistic Role Performance. *Journal of Communication*, 67(6), 944-967.
- Mensing, D. (2010). Rethinking [Again] The Future Of Journalism Education. *Journalism Studies*, 11(4), 511-523.

- Meza, R. (2016). Computational Thinking and Journalism Education. C. Singla, I. d. Rocha, & X. Ramon (Dü.), *Integrated Journalism in Europe* içinde (s. 179-206). Barcelona: European Commission.
- Murphy, J. E. (1974). *The New Journalism: A Critical Perspective (Journalism Monographs, No. 34.)*. Lexington, Kentucky: Association for Education in Journalism.
- Narin, B. (2017). Uzman Görüşleri Bağlamında Haber Üretiminde Otomatikleşme: Robot Gazetecilik. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*(27), 79-108.
- Narin, B. (2018). Teaching High Tech Storytelling: Reorganizing Journalism Education for Programmer Journalists and Data Journalists. M. L. Paredes (Dü.) içinde, *Nuevos Escenarios de la Comunicación: Retos y Convergencias* (s. 169-201). Quito, Ecuador: Centro de Publicaciones.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., & Nielsen, R. K. (2020). *Reuters Institute Digital News Report 2020*. Oxford, UK: Reuters Institute for the Study of Journalism-University of Oxford.
- Oğuz, C. (2020). Robot Gazetecilik: Sezgi, Duygu, Yorum ve Risk Olmadan Mümkün mü? D. Akçay, & E. Efe (Dü.) içinde, *Dijital dönüşüm ve Süreçler & Digital Transformation and Processes* (s. 49-58). İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları.
- Oremus, W. (2014). *The First News Report on the L.A. Earthquake Was Written by a Robot*. 01.04.2021 tarihinde Slate: <https://slate.com/technology/2014/03/quakebot-los-angeles-times-robot-journalist-writes-article-on-la-earthquake.html> adresinden alındı
- Özen, E. N. (2017). *Bilgisayarlı Otomasyon ve Türkiye'de İşgücü Piyasasının Geleceği*. Ankara: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı .
- Raconteur. (2019). *A Day in Data*. 08.04.2021 tarihinde Raconteur: <https://www.raconteur.net/infographics/a-day-in-data/> adresinden alındı
- Rogers, S. (2017). *The state of data journalism in 2017*. 08.04.2021 tarihinde Google: <https://blog.google/outreach-initiatives/google-news-initiative/data-journalism-2017/> adresinden alındı
- Tokgöz, O. (2015). *Temel Gazetecilik* (11. b.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Turan, N. (2007). *Yeni Medya ve Gazetecilik*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Ankara.
- Ünal, R. (2019). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Mobil Habercilik Deneyimi Üzerine Bir İnceleme: Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*(1), 143-156.
- Veglis, A., & Pomportsis, A. (2014). Journalists in the Age of ICTs: Work Demands and Educational Needs. *Journalism & Mass Communication Educator*, 69(1), 61-75.
- Ward, S. J., & Wasserman, H. (2010). Towards an Open Ethics: Implications of New Media Platforms for Global Ethics Discourse. *Journal of Mass Media Ethics*, 25(4), 275-292.
- Yaşın, C. (2015). Türkiye’de Gazetecilik Eğitiminin Bilginin Gelişimi Temelinde Çözümlemesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(41), 39-63.