

GAZETECİLİĞİN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

Yapay Zekâ ve Algoritmik Sistemler
Ekseninde Gazeteciliğin Değişen Yüzü

Dr. Bahar BALCI AYDOĞAN

Editör: Doç. Dr. Burak TÜRTEEN

EĞİTİM
yayınevi

GAZETECİLİĞİN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

Yapay Zekâ ve Algoritmik Sistemler Ekseninde Gazeteciliğin Değişen Yüzü

Dr. Bahar Balcı Aydoğan

Editör: Doç. Dr. Burak Türten

Yayınevi Grubu Genel Başkanı: Yusuf Ziya Aydoğan (yza@egitimyayinevi.com)

Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)

Sayfa Tasarımı: Kübra Konca Nam

Kapak Tasarımı: Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Yayıncı Sertifika No: 76780

E-ISBN: 978-625-385-790-5

1. Baskı, Şubat 2026

Kütüphane Kimlik Kartı

GAZETECİLİĞİN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

Yapay Zekâ ve Algoritmik Sistemler Ekseninde Gazeteciliğin Değişen Yüzü

Dr. Bahar Balcı Aydoğan

Editör: Doç. Dr. Burak Türten

XIII+137 s., 135x215 mm

Kaynakça var, dizin yok.

E-ISBN: 978-625-385-790-5

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/mechanik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

EĞİTİM

yayınevi

Yayınevi Türkiye Ofis:

Konya: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye

İstanbul: Salon Yayınları, Atakent mah. Yasemen sok. No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye

Santral: +90 332 351 92 85

Editör hatları: +90 533 151 50 42, +90 507 151 50 43

bilgi@egitimyayinevi.com

Yayınevi Amerika Ofis: New York: Egitim Publishing Group, Inc.

P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America

americaoffice@egitimyayinevi.com

Lojistik ve Sevkiyat Merkezi: Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah.

10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye

İnternet Satış: www.kitapmatik.com.tr

Whatsapp hattı: +90 553 950 50 37

bilgi@kitapmatik.com.tr

Kitabevi Şubesi: Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye

Whatsapp hattı: +90 501 651 92 85

bilgi@egitimkitabevi.com

EĞİTİM YAYINEVİ
GRUBU

EĞİTİM
yayınevi

SALON
yayınevi

kitapmatik
Lojistik ve Sevkiyat

Kitapmatik
Kitapmatik

EĞİTİM
kitabevi

İÇİNDEKİLER

YAZAR HAKKINDA	VI
EDİTÖR HAKKINDA	VII
TAKDİM YAZILARI.....	VIII
GİRİŞ.....	1
1. YAPAY ZEKÂ VE ALGORİTMİK SİSTEMLER EKSENİNDE GAZETECİLİĞİN DEĞİŞEN YÜZÜ	11
1.1. Dijitalleşme Sürecinde Gazetecilik Mesleğinin Dönüşümü.....	11
1.2. Dijitalleşme Sürecinde Bireysel Gazetecilik.....	15
1.3. Yapay Zekâ Destekli ve Algoritmik Gazetecilikte Haber Üretimi.....	23
2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	34
2.1. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları	34
2.2. Araştırma Deseni ve Yaklaşım.....	36
2.3. Çalışma Grubu	37
2.3.1. Katılımcı Listesi ve Medya Kuruluşları.....	38
2.4. Veri Toplama Süreci.....	40
2.5. Veri Analizi Süreci.....	40
2.6. Görselleştirme ve Analitik Süreçte Kullanılan Araçlar.....	41
2.7. Etik Süreç ve Etik Kurul Onayı	42
3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....	43
3.1. Dijitalleşme ve Mesleki Pratiklerin Dönüşümü.....	43
3.1.1. Dijitalleşmenin Mesleki Alışkanlıkları Yeniden Tanımlaması	43
3.1.2. Dijitalleşme Deneyiminin Gazetecilik Pratiğinde Çok Yönlü Sonuçları	50
3.1.3. Dijital Dönüşümün Gazetecilikte Yeni Beceriler ve Artan Baskılar Üzerindeki Eşzamanlı Etkisi	53
3.2. Haber Zamanı: Hız Baskısı, Haber Ömrü ve “Son Dakika” Kültürü	55
3.2.1. Dijital Çağda Haberin Ömrü: Anlık Haber, Hız Baskısı ve Kalcılık Krizi	55
3.2.2. Gazetecilerin Haber Ömrüne İlişkin Algısında Derinleşen Kırılma	61

3.2.3. Son Dakika Kültürünün Gazetecilik Pratikleri Üzerindeki Olumsuz ve Sınırlı Olumlu Etkileri	63
3.3. Görünürlük ve Dolaşım: Algoritmaların Etkisi	64
3.3.1. Görünürlük Çağı: Algoritmaların Kalemı	65
3.3.2. Haberin Dolaşıma Girmesinde Algoritmanın Belirleyiciliğine Yönelik Baskın Algı.....	69
3.4. Tıklanma Ekonomisi ve İçeriğin Şekillenmesi.....	71
3.4.1. Tıklanma Odaklı Haberciliğin Gazetecilik Pratiğini Sağlaştırdığına Yönelik Güçlü Algı.....	71
3.4.2. Tıklanma Kaygısının Haber İçeriğini Şekillendirme Düzeyine İlişkin Ayrışan Yaklaşımlar	72
3.5. Yapay Zekâ ile Ortaklık: Kullanım, Üretim ve Metin Karşılaştırmaları	73
3.5.1. Yapay Zekâ ile Ortaklık	74
3.5.2. İnsan Yazımı ve Yapay Zekâ Metinlerinin Duygusal Ton Açısından Karşıt Algılanışı	80
3.6. Etik Kaygılar ve Risk Alanları.....	82
3.6.1. Yapay Zekâ Kullanımı ile Etik Kaygı Düzeyi	82
3.6.2. Gazetecilerin Yapay Zekâ Kullanımında Etik Kaygılarının Kümülatif Dağılımı	85
3.7. Bireysel Gazetecilik, Mesleki Kimlik ve Özgürlük Algısı	87
3.7.1. Bireysel Gazeteci Çağı: Bağımsızlık, Yalnızlık ve Mesleki Dönüşüm	87
3.7.2. Gazeteciler Arasında Meslektaş Dayanışmasına Yönelik Algılar	95
3.7.3. Gazetecilikte Özgürlük Algısının Bireysel, Bağlamsal ve Kurumsal Düzeylerde Ayrışması.....	97
3.8. Kuşaklar ve Gazeteci Profilleri.....	99
3.8.1. Kuşaklara Göre Yapay Zekâ Kullanım Biçimlerinin Algısal Dağılımı	99
3.8.2. Gazeteci Profillerinde Kuşak, Yapay Zekâ Kullanımı ve Algoritmik Tutumların Çok Boyutlu Dağılımı	101
3.8.3. Kuşaklara Göre Gazeteci Profillerinin Dijital Yetkinlik ve Etik Boyutlarda Ayrışması	104
3.9. Analitik Haritalama: Tipolojiler, Dashboard ve Kavramsal Ağ Yapıları	106
3.9.1. Gazeteci Tiplerinin Hiyerarşik Kümelenmesi	106
3.9.2. Gazetecilik Dönüşümü Dashboard'u: İnsan Yazımı, Etik Kaygı ve Yapay Zekâ Kullanımı (4 Panel Analiz).....	108

3.9.3. Dijital Dönüşümün Algısal Akış Haritası: Geleneksel Pratiklerden Yeni Normlara	111
3.9.4. Gazetecilik Kavramları Arasındaki İlişki Ağı	113
3.9.5. Gazetecilik Kavramları Arasındaki İlişki Yoğunluğu	115
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	118
KAYNAKÇA	130
KISALTMALAR VE SİMGELER DİZİNİ.....	137

YAZAR HAKKINDA

Dr. Bahar Balcı Aydoğan, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü / Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı'nda görev yapmaktadır. Lisans eğitimini Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nde tamamlamış; aynı üniversitenin Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı'nda yüksek lisans ve doktora çalışmalarını sürdürmüştür. Akademik çalışmaları sosyal medya, dijital kültür, dijital habercilik, yankı fanusu dinamikleri, nefret söylemi ve yapay zekâ temelli analizler gibi güncel araştırma alanlarında yoğunlaşmaktadır. Çeşitli ulusal ve uluslararası yayınlarında yeni medya ortamlarında kamusal alan, ifade pratikleri ve veri temelli içerik çözümlemeleri üzerine odaklanmaktadır. Ayrıca iletişim ve pazarlama temelli dersler yürütmektedir.

Bu kapsamda, dijital mecralarda kullanıcı etkileşimleri, içerik dolaşımı ve algı yönetimi süreçlerine yönelik güncel tartışmaları akademik bir çerçevede ele almakta; araştırmalarında eleştirel yeni medya yaklaşımlarından beslenmektedir. Çalışmaları, dijital platformlarda oluşan toplumsal dinamiklerin anlaşılmasına katkı sunarken, veri okuryazarlığı ve yapay zekâ destekli yöntemlerin iletişim araştırmalarındaki rolünü görünür kılmayı hedeflemektedir.

EDİTÖR HAKKINDA

Doç. Dr. Burak Türten, lisans eğitimini Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Sinema ve Televizyon Bölümü'nde, yüksek lisans eğitimini ise Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı'nda, Doktora eğitimini ise Atatürk Üniversitesi'nde tamamladı. ABD Northern Arizona University'de post-doc kapsamında Visiting Assistant Professor olarak bilimsel araştırmalar ve film çalışmaları gerçekleştirdi. Akademik çalışmalarını sinema çalışmaları, yapay zekâ ve yeni iletişim teknolojileri ekseninde sürdürmektedir. Özellikle yapay zekâ teknolojilerinin sinema alanındaki kullanımlarına yönelik çalışmalarıyla, Türkiye'de bu alandaki öncü akademisyenler arasında gösterilmektedir. Yapay zekâ konularında yayımlanmış ulusal ve uluslararası makaleleri bulunmaktadır. Disiplinler arası yaklaşıma verdiği önem doğrultusunda, iletişim, teknoloji ve kültür çalışmalarını bir araya getiren akademik üretimleri desteklemektedir. Belgesel sinema alanında 50'yi aşkın ödüllü filmde görev alan Türten, çalışmalarını Karabük Üniversitesi Safranbolu Türker İnanoğlu İletişim Fakültesi'nde sürdürmektedir.

TAKDİM YAZILARI

Yeni Eşik Bekçileri

Yüzyıldan uzun bir süre boyunca, “dördüncü kuvvet” insan elleriyle ve insan zekasıyla tanımlandı: editörün kırmızı kalemi, muhabirin sezgisi ve matbaanın veya yayın süresinin fiziksel kısıtlamaları. Bugün, bu ellere ve zekaya giderek daha fazla “kod satırları” katılıyor ve bazen de bunların yerini alıyor. Şu anda, geleneksel eşik bekçiliğinden “algoritmik orkestrasyon” diyebileceğimiz alana doğru, haber odasının temelden yeniden yapılandırılmasına tanık oluyoruz.

Bu kitap, çok önemli bir anda ortaya çıkarak, gazetecilikte deneyimlenmekte olan bu dönüşüme önemli bir bakış açısı sunan bir yerde konumlanıyor: Yapay zekâ artık bilim kurgu için “fütüristik” bir kavram değil; gazetecilik için de çalışan bir “meslektaşır” (ve üstelik, oldukça talepkâr bir meslektaş); Rutin raporları hazırlayan büyük dil modellerinden, bir kullanıcının (okurun) veri ve bilgi akışında ona neyin görüneceğini belirleyen öneri motorlarına kadar önemli bir dönüşüm gerçekleşiyor ve bütün bunlar da, haberlerin nasıl “üretildiğini”, nasıl “dağıtıldığını” ve belki de en önemlisi, parçalanmış bir kamuoyu tarafından nasıl “algılandığını” etkiliyor.

Değişimi Haritalamak

İlerideki bölümler sadece gazetecilikteki yeni araçları kataloglamakla kalmıyor; Sektör içindeki değişen güç dinamiklerini, bu alanda yapılan akademik çalışmalarla birlikte, doğrudan “işin mutfağında” emek veren profesyonel gazeteciler üzerinden; onların mesleki pratikteki deneyimleri ve gazetecilikteki bu dönüşüme yönelik bakış açıları ve yorumları üzerinden de sorguluyor. Bu bağlamda bizlere, “otomasyonun verimliliği” ile insan zekâsı ve etiğinin karmaşık temel nüansı arasındaki “gerilimi” inceleme fırsatı sunuyor.

Bu kitapta ele alınan temel temaları şu noktalarda değerlendirmenin yararlı olacağını düşünüyorum:

Küratörlüğün Kara Kutusu: Algoritmik sistemlerin, geleneksel “editorial yargıyı” sıklıkla atlayarak, bilgiden ziyade etkileşime nasıl öncelik verdiği.

Otomatik Hesap Verebilirlik: Yapay zekanın araştırmacı gazetecilikteki rolü ve “kara kutu” sistemlerinin kendilerini sorumlu tutmanın zorluğunu görüp, buna çözümler üretebilmek. (Yapay Zekâ Uygulamaları, Botlar ve Algoritmaları yaratanın da aslında bizzat insan olduğu gerçeğini dikkatten kaçırmadan).

Gerçekliğin Krizi: Sentetik medya, deepfake’ler ve bunlara karşılık, gazeteciliğin savunması gereken ortak gerçekliğin “erozyonu” ortamında “yolunu kaybetmemek”.

Ekonomik Yeniden Düzenleme (Medya Ekonomisi ve Medya Yönetimi Boyutu): Veriye dayalı iş modellerinin, yerel ve küresel haber kuruluşlarının sürdürülebilirliğini nasıl yeniden şekillendirdiği ve bunun gazeteciliğin değerleri ve ilkelerinden sapmadan nasıl yeniden yapılandırılabilceği.

Dijital Çağ İçin Bir Pusula

Teknolojik değişimin hızı “nefes kesici” gelse de, görebildiğim kadarıyla bu kitap esasında, “şöyle bir durup da, neyin ne olduğunu sakın, ama eleştirel bir bakış açısıyla düşünmeyi, böyle bir düşünme anının gerekliliğini savunuyor. Böylelikle, akademisyenlere, (medya yönetimi ve siyasetteki) “karar vericilere”, gazetecik profesyonelleri ve öğrencilerine sadece “neyin” değiştiğini değil, aynı zamanda demokrasinin geleceği için bu dönüşümün “neden” önemli olduğunu anlamaları için bir çerçeve sunmayı hedefliyor.

Bu bağlamda, bu kitabın sayfalarını, geçip giden bir dönemin “ağıtı” olarak değil, hâlâ yazılmakta olan bir dönemin “yol haritası” olarak okumakta fayda olduğunu düşünüyorum; bu yazım bazen insanlar, bazen makineler ve çoğu zaman da aralarındaki “karmaşık boşluk” tarafından gerçekleştiriliyor. Bu yüzden, burada ortaya konulan bulguları ve varılan sonuçları doğru okumak, doğru değerlendirmek bu çalışmanın esas önemini anlamanın yanında; bu dönüşümün (bizi nereye götürdüğüne dair) geleceğe yönelik yeni dinamiklerini anlamayı

ve anlamlandırmayı kolaylaştırırken, sonuçta geleceğin bizlere getireceklerini de “karşılamayı” ve çözüm yolları üretmeyi etkili kılacaktır.

Bu kitap için emek veren meslektaşlarıma, yazar ve editörüne, içtenlikle teşekkür eder, başarılarının devamını dilerim.

Prof. Dr. Mehmet Özçağlayan
Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Akışkan Bir Dünyada Gazeteciliği Yeniden Düşünmek

John Pavlik'in 2000'li yılların başlarında yayımlanan *New Media and Journalism* adlı kitabıyla başlayan bağlamlı gazetecilik tartışması dijitalleşmenin dörtlü ile ilerlediği günümüzde, özellikle iletişimle ilgili mesleklerde hayal bile edilemeyecek noktalara geldi. İşe yapay zekâ algoritmalarının dahil oluşuyla birlikte başlayan güncel tartışmalarsa, sadece gazetecilik alanında değil, hemen hemen her meslek türünde tedaviye yanıtız akışkanlığın sorularıyla dolu...

Kimse kaçınılmaz sonu öngöremiyor, ne de dijital teknolojilerin hızına konvansiyonel mesleki pratiklerin sağladığı deneyim birikimi aracılığıyla yetişmek mümkün. Ancak Hölderlin'in dediği gibi, "tehlikenin büyüdüğü yerde kurtuluş umudu da büyür." *Gazeteciliğin Dijital Dönüşümü: Yapay Zekâ ve Algoritmik Sistemler Ekseninde Gazeteciliğin Değişen Yüzü* adlı kitap işte bu umudun yollarını araştırıyor.

Yalnızca yeni teknolojiler karşısında oluşan kolektif ürpertinin etkisini dağıtmakla sınırlamıyor kendini, aynı zamanda yakın gelecekte gazeteciliği bekleyen risklere karşı da bu kadim mesleğe gönül vermiş olanları temkinli olmaya davet ediyor; dahası, yine teknolojinin içinden söz alarak, kimi somut ve güçlendirici önerilerde bulunuyor. Teknoloji korkusuyla sendeletilmeye yatkın toplumsal bir iklimde, her bakımdan oldukça önemli.

Prof. Dr. Hüseyin Köse
Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Gazetenin Kokusu, Dijitalin Hızı

İletişim söz konusu olduğunda, neredeyse en eski kitle iletişim aracının gazete olduğunu ifade etmek çok da yanlış olmayacaktır. Matbaanın kullanımı ile birlikte varlık gösteren gazete, çoğumuz için sadece haber alma aracı değil; aynı zamanda kokusuyla da akıllarımızda kalan bir araçtır. Haberleri bir an önce okuyup, değerlendirmek için sayfalarını büyük bir özenle çevirirken bir taraftan kokusu diğer taraftan ellerimizde bıraktığı renkler ise gazete adına unutamadıklarımız arasında yerini aldı. Zira zaman içinde haber alma alışkanlıklarımızda da değişim ve dönüşümler kaçınılmaz oldu. Artık yazılı basından ziyade, dijital ortamındaki gazeteler varlık göstermeye başladı. Geçmişte etkisi günler, belki de yıllarca süren gazete haberleri, yerini şimdilerde bir tıklamada hızlıca okunup anında etkisi kaybolan dijital haberlere bıraktı.

Elinizdeki bu kitap, dijitalleşmeden yoğun biçimde etkilenen gazetecilik serüveninin yapay zeka ve algoritmik sistemler ekseninde nasıl değişim gösterdiğini konu almaktadır. Bununla birlikte kitap; değişen zamanla birlikte dönüşen taleplere karşılık vermek üzere gazetecilik alanında yaşanan gelişmeleri geniş açıdan değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Kitabın öğrencilere, akademisyenlere, sektörün profesyonellerine yol gösterici olacağı kanaatindeyim. Bu kitap bizlere teknolojinin hayatımızın her evresinde olduğu gibi gazetecilik alanında da bizi kuşattığını; ama ondan korkmak yerine onun işleri kolaylaştırıcı tarafını göz önünde bulundurarak sektörün gelişimi açısından çok da göz ardı edilmemesi gerektiğine dair bilgileri kapsamaktadır. Söz konusu kitabın iletişim alanına katkılar sunacağına ve bir katma değer yaratacağına yürekten inanıyorum. Bu vesileyle başta kitabın yazarı ve editörü olmak üzere, bu eserin ortaya çıkmasında emek veren herkese teşekkür ediyorum.

Prof. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR

Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Hız Çağında Gazeteciliğe Yeniden Bakmak: Biz Bu Değişimin Neresindeyiz?

Bahar Balcı Aydoğan, bu eserde hızın ve otomasyonun gündelik hayatın doğal bir parçası hâline geldiği günümüzde haberciliğin anlamını yitirdiğini değil; tam tersine, kendini yeniden tarif etmeye mecbur bırakıldığını inceliklerle gösteriyor. Teknolojiye hayranlık duyan bir coşkunlukla ya da geçmişe özlemle örülmüş bir hüznle değil; mesleğin özünü korumaya çalışan sakin, dikkatli ve samimi bir düşünme hâliyle kaleme aldığı satırlarında “ne değişti?” diye sorup geçmiyor; okuru daha kişisel ve daha zor bir soruyla baş başa bırakıyor: “Biz bu değişimin neresinde duruyoruz?”

Balcı’nın bakışı, yapay zekâ ve algoritmaları gazeteciliğin karşısına dikilmiş tehditler olarak değil; doğru anlaşıldığında ve sınırları iyi çizildiğinde mesleği güçlendirebilecek imkânlar olarak ele alıyor. Kuramsal tartışmalarla sahadan gelen deneyimler arasındaki denge, metne canlılık katıyor. En önemlisi de, gazeteciliğin kamusal sorumluluğunu ve insan sezgisini merkezde tutmaktan hiç vazgeçmiyor. Bu nedenle kitap, geleceğe dair bir korku anlatısı olmaktan ziyade, belirsizlikle dolu bir zamanda yolunu arayanlar için güven veren bir pusula gibi okunuyor. Gazetecilikle yolu bir şekilde kesişen herkes için bu sayfalar, hız çağında durup düşünmenin hâlâ mümkün ve hatta gerekli olduğunu hatırlatıyor. Bu eserin oluşum sürecinde görüşleriyle katkı sunan, mesleki birikimlerini paylaşarak çalışmayı zenginleştiren değerli gazetecilere teşekkür ederim. Hem iletişim fakültesi öğrencileri, hem akademisyenler hem de gazeteciler için önemli bir kaynak oluşturan bu çalışma dolayısıyla, kitabın yazarı ve editörü olan meslektaşlarımı ayrıca kutlarım.

Prof. Dr. Gül Esra ATALAY
Üsküdar Üniversitesi, İletişim Fakültesi

GİRİŞ

Gazetecilik, çok yönlü yapısı ile salt haber üretme ve olay ya da olguları kamuoyuyla buluşturma pratiği bağlamında ele alınabilecek bir meslek olarak tanımlanamaz. Gazetecilik, çağının teknolojik, siyasal, toplumsal ve kültürel dinamikleriyle sürekli etkileşim halinde olan bir kamusal faaliyet biçimidir. Bu nedenle gazetecilik mesleği çağın koşulları bağlamında yeniden tanımlanan, müzakere edilen, dönüşen ve değişen mesleklerden biri olma özelliği taşımaktadır. Gazetecilik; matbaa, radyo, televizyon, dijital platformlar ve günümüzde üretken yapay zekâ destekli sistemler ekseninde şekillenen uzun soluklu bir süreç içerisinde; etkileşim biçimleri, haberin üretim hızı, içerik formatları, dağıtım ve dolaşım pratikleri, editoryal süreçler, dijitalleşme ve algoritmik kürasyon gibi unsurlar bağlamında yeniden biçimlenen dinamik bir meslek hüviyetinde olması nedeniyle dönüşümüne devam etmektedir. Öte yandan gazetecilik, siyasal iktidar ilişkilerinden bağımsız düşünülecek bir meslek de değildir. Siyasal iktidarlar, basın özgürlüğü, sansür ve otosansür mekanizmaları, gazeteciliğin özerkliğini, eleştirel bakış açısını ve kamusal denetimi doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle gazetecilik, tarihsel süreç boyunca iktidarla kurduğu ilişki ve mesafe üzerinden tanımlanan kamusal bir meslek olmuştur.

Toplumsal değerler ve toplumun medyadan beklentileri, toplumsal hareketler, kimlik tartışmaları, ayrımcılık, kutuplaşma gibi konular gazetecilik mesleğini toplumsal gerçekliği yansıtan ve kuran aktörlerden birisi olmasını zorunlu kılmıştır. Bu durum gazetecilik açısından mesleğin çeşitli bağlamlarda şekillenmesine neden olmaktadır. Zira kültürel normlar, dil kullanımı, anlatım biçimleri ve sembolik kodlar, gazeteciliğin ifade biçimlerini doğrudan etkilemektedir. Popüler kültürle iç içe geçen habercilik pratikleri, haber metinlerinde güçlü duygusal unsurların ve hikâyeleştirme uygulamalarının öne

çıkmasına yol açmakta; bu durum, haberin sunum tarzını ve okur ile izleyiciyle kurulan ilişkiyi belirlemektedir.

Dolayısıyla gazetecilik, kültürel endüstrinin bir aktörü olarak yeniden konumlanmaktadır. Medya sahipliği yapıları, reklam modelleri, platform ekonomisi ve tıklanma odaklı habercilik gibi konular da gazetecilik mesleği üzerinde etkili olan önemli konular arasında yer almaktadır. Nitekim medyanın ekonomi politığı, haber seçimlerini ve çalışma koşullarını belirlemekte dolayısıyla gazeteciliğin kamusal niteliği ile piyasa mantığı arasında gerilim yaratmaktadır. Haber odasının değişen yapısı, editöryal hiyerarşiler ve tercihler, mesleki rutinler, çoklu görev beklentisinin yarattığı baskılar ve yapısal sorunlar gazetecilik mesleğinin kurumsal kültürü üzerinde önemli bir rol oynamaktadır.

Gazetecilerin mesleki duyarlılığını, hareket alanını ve aksiyon alma biçimini etkileyen bir diğer faktör ise hukuki etkenlerdir. Basın yasaları, ifade özgürlüğü sınırları, kişisel verilerin korunması tartışmaları, telif hakları problemleri ve sorumluluk rejimleri gazetecilerin hareket alanının sınırlarını çizirken öte yandan dijitalleşmeyle birlikte bu konular daha belirsiz ve karmaşık bir hal almaktadır. Bu bağlamda gazeteciliğin normatif bir meslek olduğu düşünüldüğünde, mesleki etik ilkeler kapsamında doğruluk, tarafsızlık, kamusal sorumluluk ve hesap verebilir bir medya anlayışı dijital hız, algoritmik görünürlük ve yapay zeka ile şekillenen haber üretim pratikleri arasında sıkışmaktadır. Etik konusu, bu nedenle gazeteciliğin değişmeyen özü ile değişen mesleki uygulamalar arasındaki temel bir gerilim olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle dijital dönüşümün ve yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilik mesleğine hızla entegre edilmesi, mesleğin geçmişte yaşadığı dönüşümlerden farklı olarak niteliksel bir kırılma yaratmaktadır. Bu kırılma, dijitalleşmenin yalnızca haberin üretim, dağıtım ve tüketim biçimlerini dönüştürmekle sınırlı kalmaması; aynı zamanda gazeteciliğin epistemolojik temellerini, mesleki kimliğini ve toplumsal işlevini de yeniden sorgulanır hâle getirmesinden kaynaklanmaktadır.

Bu hususta genel bir değerlendirme yapılacak olursa geleneksel medya uygulamaları belirli bir zamanda, kurumsal yapı ve mesleki hiyerarşi içinde şekillenmektedir. Yeni iletişim ortamlarında ise medya sürekli güncellik baskısı altında, algoritmik görünürlük kaygılarıyla iç içe geçerek ve çoğu zaman kurumsal sınırların dışında bireysel olarak da gerçekleştirilebilen bir pratiğe dönüşmektedir. Elbette bu gelişmeler medyanın demokratikleştiği ve çoğulculuğun arttığı, temsilin güçlendiği yönünde olumlu değerlendirmeleri de beraberinde getirmektedir. Ancak diğer yandan hız ve doğruluk ikilemi arasında kalan medya, mesleki değerlerin yozlaşmasına neden olacak kaygılarla da karşı karşıya kalmaktadır.

Özellikle 2023 yılı itibariyle yapay zeka destekli teknolojilerin haberciliğe entegrasyonu, tartışmalı konuların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Üretken yapay zekânın, metin üretimi, veri analizi, içerikleri kitlesizleştirme, haber görseli oluşturma, redakte işlemleri gibi gazetecilik pratikleri bağlamında kullanılması ya da insan gazeteciliğinin ne olduğu, hangi bağlamlarda vazgeçilmez olduğu ve yapay zekâ ile insan arasındaki iş bölümünün nasıl kurulması gerektiği gibi konular giderek daha da önem kazanmaktadır. Ayrıca üretken yapay zekâ tarafından üretilen içeriklerin özgünlük, bağlam kurma ve etik sorumluluk açısından insan yazımı haberlerden nasıl farklılaştığı bu teknolojilerin gazetecilerin mesleki kimliğini, özerkliğini ve toplumsal rolünü nasıl etkilediği de önemli konular arasında yer almaktadır. Bu konular hem gazeteciler tarafından hem de akademik çevreler açısından yanıtlanması gereken kritik sorunlar ve sorular olarak ortaya çıkmaktadır. Alan yazın incelendiğinde, gazeteciliğin dijitalleşme, haber odalarının dönüşümü ve yapay zekâ destekli habercilik eksenlerinde ele alındığı; bu başlıkların kuramsal ve ampirik çalışmalarda farklı yaklaşımlarla tartışıldığı görülmektedir. Gazeteciliğin normatif ve kamusal boyutlarını merkeze alan çalışmalar, mesleğin tanımı, toplumsal sorumluluğu ve etik ilkeleri etrafında şekillenmektedir. Bu alandaki bazı çalışmaların

gazeteciliği doğrudan normatif bir meslek alanı olarak ele aldığı, bazılarının ise dijitalleşme ve kriz haberciliği konuları üzerinden gazeteciliğin kamusal rolünü dolaylı biçimde güncel örneklerle tartıştığı görülmektedir. Lewis (2020), COVID-19 pandemisi bağlamında yürüttüğü çalışmada gazetecilik araştırmalarında hangi konuların incelendiği ve hangi bilimsel amaçlarla hareket edildiğini sorgulamaktadır. Çalışmada, kriz dönemlerinde gazetecilik araştırmalarının güncel olgulara odaklanmakla sınırlı kalmaması gerektiği ifade edilmektedir. Bu açıdan alanın epistemolojik yönelimleri, kör noktaları ve toplumsal sorumluluğu yeniden değerlendirilmelidir. Araştırmada, gazetecilik çalışmalarının çoğunlukla gazeteciler ve haber üretim süreçleri etrafında şekillendiği; buna karşılık iş modelleri, haber tüketimi, duygusal emek, eşitsizlikler ve kamusal değer üretimi gibi konuların görece ihmal edildiği ifade edilmektedir. Çalışmada, pandemi sürecinin bu yapısal eksiklikleri görünür kıldığı ve gazetecilik araştırmalarının normatif boyutunu yeniden düşünmeyi zorunlu hale getirdiği de belirtilmektedir.

Bir başka çalışmada ise (Aşkın, 2022), dijital teknolojilerin medya alanında yarattığı dönüşümün, gazeteci ve gazetecilik kavramlarının yeniden tanımlanmasına yol açtığı ifade edilmektedir. Bu bağlamda çalışmada farklı kurumsal, hukuki ve akademik aktörlerin gazetecilik tanımları karşılaştırılarak gazeteci kimdir ve hangi faaliyetlerin gazetecilik kapsamında değerlendirileceği sorularına odaklanılmaktadır. Ayrıca çalışmada gazetecilik, normatif bir meslek alanı olarak ele alınmakla birlikte demokratik toplum açısından taşıdığı kamusal sorumluluğa dikkate çekilmektedir. Öte yandan dijitalleşmenin gazetecilik üzerindeki etkilerini derleyen Bayram (2022), bu etkileri haber üretim pratikleri, gazetecilerin çalışma koşulları, mesleki etik, güvenilirlik ve kamusal tartışma yürütme kapasitesi çerçevesinde değerlendirmektedir. Çalışmada dijital medyanın hız ve etkileşim gibi olanaklar sunduğu kabul edilmekle birlikte, enformasyon kirliliği, etik ihlaller

ve güvenilirlik sorunları nedeniyle profesyonel gazeteciliğe duyulan ihtiyacın ortadan kalkmadığı savunulmaktadır.

Gazetecilikte inovasyon yaklaşımını ele alan Değirmencioğlu (2016), gazeteciliğin tarihsel ve teknolojik dönüşümünü kronolojik bir çerçevede incelemektedir. Çalışmada dijitalleşme, haberin üretim, doğrulama, sunum ve dolaşım biçimlerini köklü biçimde yeniden yapılandıran yapısal bir kırılma olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte araştırmada gazeteciliğin geleceğinin, teknolojiyi dışlamaktan ziyade kamusal sorumluluk, doğruluk ve etik ilkelerle uyumlu biçimde teknolojiyi yeniden anlamlandırmakta yattığı vurgulanmaktadır. Mobil haber tüketimini teknik bir erişim meselesi olarak ele alan yaklaşımları aşmayı amaçlayan bir diğer çalışmada ise Fortunati ve O’Sullivan (2020), mobil cihazların haberi zaman, mekân ve gündelik yaşam ritüelleri içine yerleştirdiğini belirtmektedir. Araştırmacılara göre mobil haber, belirli anlara sıkışmış bir tüketim pratiği olmaktan çıkmış; parçalı, sürekli ve gündelik hayatla iç içe geçmiş bir deneyime dönüşmüştür. Budak (2020) ise, Newslabturkey.org örneği üzerinden dijital gazetecilik akademilerinin gazetecilik alanındaki eğitsel ve mesleki rolünü inceleyerek dijital gazeteciliğin teknik becerilerle sınırlanmaması gerektiğine değinmektedir. Araştırmada Newslabturkey’in içeriklerinin, gazetecilik etik ilkelerine duyarlı, teknolojiyi etkin kullanan ve mesleki sorumluluk bilinci taşıyan bir kimlik geliştirmeyi hedeflediği belirtilmektedir. Özellikle güncel çalışmalar bu tartışmayı dijitalleşme, algoritmik görünürlük ve tıklanma ekonomisi ekseninde yoğunlaştırmaktadır. Söğüt ve Öngel’in (2022) Hürriyet ve Habertürk örneği üzerinden yürüttükleri çalışma, dijital habercilikte tık odaklı üretim pratiklerinin haber dili, başlık kurgusu ve içerik sunumu üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır. Demir’in (2019) çalışması ise reklam, abonelik ve ödeme duvarı gibi geleneksel gelir modellerinin yetersizliğine dikkat çekilmektedir.

Gazetecilik eğitimi, mesleki yekinkiler ve dijital teknik alt yapı gibi konularda yürütülen çalışmalar da söz konusudur.

Örneğin Kaya, Ata ve Bursa'nın (2022) iletişim fakültelerinde dijital derslerin dağılımını inceledikleri çalışmalarında, dijitalleşmenin müfredatta niceliksel olarak arttığını, ancak çoğunlukla teorik, seçmeli ve üst sınıflara yığılmış bir yapı gösterdiğini belirlemektedir. Çakır ise (2025) çalışmasında, dijitalleşme ve platformlaşma ekseninde gelişen gazetecilik teorilerini sistematik biçimde sınıflandırmaktadır. Çalışma, veri gazeteciliği ve yapay zekâ temelli yaklaşımları ayrı bir kuramsal eksen olarak ele almakta ve dijitalleşmenin gazetecilik teorilerinde paradigmatik bir dönüşüm yarattığını vurgulamaktadır.

Yapay zekâ ve gazetecilik bağlamında yürütülen çalışmalar ise literatürde farklı bağlamlarda yerini almıştır. Coşkun'un (2024) belirttiğine göre, gazetecilik alanında teknolojik gelişmelerle birlikte belirgin bir dönüşüm yaşanmaktadır. Bu süreçte yapay zekâ ve algoritmalar haber üretiminde giderek daha belirleyici hale gelmektedir. Üretken yapay zekânın gazeteciliği, dönüştüren ve yeniden müzakere edilen bir unsur olarak nasıl konumlandığını ele alan bir araştırmada, gazetecilerin yapay zekâyâ yönelik algıları sistematik bir derleme yoluyla incelenmiş ve geleneksel gazetecilik değerleri ile YZ teknolojilerinin nasıl uzlaştırılabileceği tartışılmıştır (Oh ve Jung, 2025). Bu tartışmada yapay zekânın gazetecilik mesleği açısından bir tehdit olmadığı, geleneksel mesleki normların yeniden müzakere edilerek etik bağlamda bir dengenin oluşturulması gerektiği konusu vurgulanmaktadır. Dodds, Yeung, Mellado ve de Lima-Santos (2025), üretken yapay zekânın gazetecilerin mesleki otoritesi üzerindeki etkisini "kontrollü değişim" kavramı bağlamında değerlendirmektedir. Araştırmacılar Hollanda'daki farklı haber kuruluşlarında çalışan editörler ve gazetecilerle gerçekleştirilen 13 nitel görüşmeye dayanan çalışmalarında, üretken yapay zekânın gazetecilerin mesleki otoritesi üzerindeki etkisini "kontrollü değişim" kavramı çerçevesinde ele alarak gazetecilerin yapay zekâyı mutlak bir tehditten ziyade, etik ve profesyonel çerçeveler içinde uyarlanan bir teknoloji olarak konumlandırmaktadırlar.

Diğer yandan Nishal ve Diakopoulos (2024), üretken yapay zekânın haber üretiminde muhabirleri ikame etmek yerine, insan denetimi altında özellikle özetleme, sorgulama, taslak üretimi ve içerik destekleme gibi görevlerde kullanılabileceğini ifade etmiştir. Ancak araştırmacılar bu kullanımın gazetecilik değerleri, etik ilkeler ve şeffaflık gereklilikleri doğrultusunda tasarlanmış insan ve YZ iş birliği modelleriyle mümkün olabileceğini savunmaktadırlar. Maltezos, Kyrychenko ve Knuutila (2025) ise YZ ajanlarının haber toplama, filtreleme ve özetleme gibi rutin görevleri otomatikleştirerek gazetecilik iş akışlarını destekleyici ve hızlandırıcı bir rol üstlenebileceğini ortaya koymaktadır. Öte yandan Molla ve Ahsan (2025), YZ ve gazetecilik literatürünü bibliyometrik ve tematik analizle haritalayarak alanın ağırlıklı olarak etik, güven ve mesleki otorite temalarında yoğunlaştığını göstermektedir. Henestrosa, Greving ve Kimmerle (2022) ise okuyucu odaklı gerçekleştirdikleri araştırmada, YZ yazarlı haberlerin okuyucu güveni üzerindeki etkisini deneysel olarak incelemiştir. Çalışma, “Kim yazdı?” bilgisinin algı üzerinde belirleyici olduğunu ortaya koymuştur.

Yapay zekâ haberciliğini kuramsal ve etik boyutlarıyla değerlendiren Ay (2022) ise, insan emeğinin gazetecilikteki vazgeçilmezliğini vurgulamaktadır. Bu çerçevede Özsoy (2025), Türkiye’de gazetecilerin yapay zekâ deneyimlerini nitel bir yaklaşımla ele alarak YZ’nin daha çok destekleyici bir araç olarak kullanılabileceğini ifade etmektedir. Gazeteciler, akademisyenler ve uzmanların yapay zekâyâ yönelik tutum ve düşüncelerinin karşılaştırmalı biçimde incelenmesinin etik, eğitim ve denetim ihtiyacından doğduğunu vurgulayan Noain-Sánchez (2022), bu grupların yapay zekâyı gazetecilik süreçlerinde verimliliği artıran bir araç olarak gördüklerini belirtmektedir. Ancak araştırmada, bilgi eksikliği, mesleki eğitim gereksinimi ve ortaya çıkan etik sorunlar nedeniyle teknolojinin sürekli insan denetimi altında kullanılmasının zorunlu olduğuna da işaret edilmektedir. Ayrıca Santos, Jordão, Ibipina, Silva, Santana, Garrido ve Farias (2025), geliştirdikleri

IDEA sisteminin editoryal fikir üretiminde YZ'nın yarı ve otonom bir destek aracı olarak konumlandırıldığına verimlilik sağladığını ifade etmektedirler. Literatürde yer alan bu çalışmalar, yapay zekâ ve gazetecilik ilişkisini farklı bağlamlar ve temalar üzerinden ele almaktadır. Fakat yine de alanın yalnızca sınırlı bir kısmını yansıtmaktadırlar. Özellikle konuya farklı ülkeler, kültürel bağlamlar, medya sistemleri ve mesleki deneyim düzeyleri içinde konumlanan gazetecilerin bu dönüşümü nasıl algıladıkları, hangi tutum ve beklentilerle anlamlandırdıkları ile gündelik pratiklerinde nasıl deneyimledikleri sorusu büyük ölçüde ikincil planda kalmaktadır. Oysaki bu dönüşümün etraflıca kavranabilmesi, gazetecilerin kendi deneyimlerine, algılarına, tutumlarına ve düşüncelerine doğrudan başvuran araştırmalarla mümkündür. Bu bağlamda literatürde, gazetecilerin öznel değerlendirmelerini merkeze alan, karşılaştırmalı ve derinlikli çalışmalara halen ihtiyaç bulunduğu görülmektedir. Zira dijitalleşme ve yapay zekâ, gazeteciliği yalnızca üretim araçları bakımından değil, mesleğin anlamı, etik sınırları ve kamusal sorumluluğu açısından da dönüştürmektedir. Bu dönüşüm bağlamında ortaya çıkan tablo, gazetecilerin söz konusu süreçleri nasıl deneyimlediklerini, bu değişimle hangi stratejiler aracılığıyla başa çıktıklarını ve geleceğe ilişkin nasıl bir vizyon geliştirdiklerini görünür kılarak, gazeteciliğin dönüşümünü anlamak açısından elzem bir çerçeve sunmaktadır.

Yaşanan dijital dönüşüm gazeteciliği, hız ve teknoloji bağlamından öte, mesleğin anlamı ve sorumluluğu üzerinden yeniden düşünmeyi zorunlu kılmaktadır. Bu yönü ile gazeteciliğin güncel pratikleri, dijital medya ortamının yapısal koşulları ve algoritmik düzenlemeler çerçevesinde anlam kazanmaktadır. Son yıllarda bu dönüşümü belirginleştiren en önemli gelişme, yapay zekâ temelli teknolojilerin haber üretim süreçlerine dahil olmasıdır. Otomatik haber yazımı, veri gazeteciliği uygulamaları ve içerik öneri sistemleri, gazeteciliğin insan emeğine dayalı yapısını doğrudan etkilemektedir. Bu araçlar hız ve verimlilik sağlarken, editoryal

denetim, etik sorumluluk ve mesleki özerklik gibi temel ilkeler açısından da yeni tartışmaları beraberinde getirmektedir. Bu nedenle yapay zekâ, gazetecilikte mesleğin sınırlarını yeniden düşünmeyi gerektiren bir alan olarak görülmelidir.

Bu kitapta ise, gazeteciliğin dijitalleşme ve yapay zekâ ekseninde geçirdiği dönüşümü, gazetecilerin kendi deneyimleri, algıları ve mesleki değerlendirmeleri üzerinden incelemektedir. Çalışma, dijital medya ortamında haber üretimi, dolaşımı ve görünürlüğünün yeniden nasıl yapıldığını ortaya koymaktadır. Üretken yapay zekâ destekli araçların gazetecilik pratiğinde nasıl konumlandırıldığını ve bu sürecin mesleki kimlik, etik ilkeler ve kamusal sorumluluk açısından ne anlama geldiğini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada, gazetecilik, sürekli müzakere edilen bir mesleki pratik olarak ele alınmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın temel amacı, gazetecilerin dijital dönüşüm ve yapay zekâ süreçlerini nasıl deneyimlediklerini, nasıl anlamlandırdıklarını ve bu süreçlere nasıl uyum sağladıklarını ortaya koymaktır. Çalışma, gazetecilerin dijitalleşmenin mesleki alışkanlıklar, çalışma biçimleri ve gazetecilik refleksleri üzerindeki etkilerine ilişkin değerlendirmelerini incelemektedir. Araştırma, hız ve doğruluk ikilemi, algoritmik görünürlük baskısı, haberin ömrünün kısılması ve bireysel gazeteciliğin yükselişi gibi olguların gazetecilik pratiğinde nasıl karşılık bulduğunu anlamayı hedeflemektedir. Ayrıca araştırma, yapay zekâ destekli içerik üretiminin insan gazeteciliğinin sınırları ve vazgeçilmezliği bağlamında nasıl konumlandırıldığını da ele almaktadır.

Bu araştırma, dijitalleşme ve yapay zekâ tartışmalarının çoğunlukla teknoloji merkezli ya da normatif çerçevelerle ele alındığı bir literatürde, gazetecilerin öznel deneyimlerinin merkeze alması bakımından önem taşımaktadır. Dijital dönüşümün gazetecilik üzerindeki etkileri çoğu zaman hız, verimlilik ya da ekonomik sürdürülebilirlik ekseninde tartışılmaktadır. Ancak bu çalışma, dönüşümün mesleki kimlik, etik duyarlılık, kamusal sorumluluk ve insan emeği üzerindeki etkilerine

odaklanmaktadır. Araştırma, sahada aktif olarak çalışan 24 gazeteciyle gerçekleştirilen görüşmelere dayanmaktadır. Bu yönüyle çalışma, insan yazımı ile yapay zekâ tarafından üretilen metinler arasındaki farkın gazeteciler tarafından anlam kurma, bağlam oluşturma ve mesleki muhakeme süreçleri üzerinden nasıl ele alındığını ortaya koyması bakımından alana özgün bir katkı sunmaktadır. Araştırma, gazetecilerin deneyimlerini derinlemesine anlamayı amaçlayan nitel bir yaklaşımla yürütülmüştür. Yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla elde edilen veriler, tematik başlıklar altında betimsel analiz yoluyla çözümlenmiştir. Analiz sürecinde, nitel bulguların dağılımını ve vurgu yoğunluklarını görünür kılmak amacıyla sınırlı ölçüde nicel görselleştirmelerden yararlanılmıştır. Bu yöntemsel tercih, genelleme yapmak yerine gazetecilik pratiğinin çok boyutlu ve deneyimsel doğasını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmanın bulguları, belirli bir gazeteci grubunun deneyimlerine dayanmaktadır ve evrensel genelleme iddiası taşımamaktadır. Ayrıca dijital medya ve yapay zekâ uygulamalarının hızla değişen yapısı, bulguların belirli bir dönemin koşullarıyla sınırlı kalmasına neden olmaktadır. Bununla birlikte bu sınırlılıklar, çalışmayı dijital dönüşümün belirli bir evresini belgeleyen bir araştırma haline getirmektedir. Bu yönüyle araştırmanın dijital gazetecilik literatürüne, gazetecilerin öznel deneyimlerini merkeze alan, insan merkezli ve pratiğe dayalı bir yaklaşımla katkı sunduğu düşünülmektedir.

1. YAPAY ZEKÂ VE ALGORİTMİK SİSTEMLER EKSENİNDE GAZETECİLİĞİN DEĞİŞEN YÜZÜ

1.1. Dijitalleşme Sürecinde Gazetecilik Mesleğinin Dönüşümü

Gazetecilik, kamu yararını gözeterek doğrulanabilir ve güvenilir bilgi üretmeyi hedefleyen bir kamusal faaliyettir. Bu bağlamda gazetecilik, kamunun doğru bilgiye erişim hakkını esas alırken; doğruluk, etik sorumluluk ve bağımsızlık gibi temel mesleki ilkeler üzerinden tanımlanmaktadır. Aynı zamanda gazetecilik, iktidar ilişkilerini görünür kılarak kamu gücünün kullanımını denetime açan ve güç sahiplerinin kamuoyu karşısında hesap verebilirliğine katkı sunan demokratik bir işleve sahiptir (Council of Europe, 2016; IFJ, 1986; UNESCO, 2022).

Bu bağlamda gazetecilik, demokrasinin işleyişi açısından vazgeçilmez bir kamusal denetim mekanizmasıdır. Toplumsal yaşamda meydana gelen değişiklikler, siyasal rejimlerdeki değişimler, ekonomik krizler, aktivist hareketler, kültürel değişiklikler, teknolojik gelişmeler gibi birçok konu gazeteciliğin hem üretim biçimlerini hem de mesleki normlarını sürekli olarak yeniden tanımlamaktadır. Özellikle dijitalleşme süreci gazetecilikte mesleğin anlamı, işlevi ve toplumsal rolü açısından köklü bir dönüşümü beraberinde getirmektedir. Nitekim geleneksel medya, dijitalleşme ile çok platformlu ve sürekli güncellenen bir bilgi ekosisteminde varlık göstermeye başlamıştır. Bu bağlamda bilginin seçilmesi, doğrulanması ve bir bağlama yerleştirilmesi süreçleri, dezenformasyon riskinin en aza indirilmesini ve kamu yararı doğrultusunda hareket edilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu durum gazeteciliği mesleki etik ilkeler ve yasal düzenlemelerle uyum içinde yürütülmesi gereken, doğruluk, tarafsızlık ve eşitlik ilkelerine dayalı bir meslek haline getirmektedir. Bu nedenle gazetecilik artık yalnızca haber yazma ve bunu kamu ile buluşturma faaliyeti

olarak değerlendirilememektedir. Dijitalleşme öncesi ve sonrası gazetecilik anlayışı değerlendirildiğinde; gazetelerin, radyoların ve televizyonların, haberin üretimi ve dağıtımı üzerinde neredeyse tekeli bir konuma sahip olduğu literatürde sıklıkla ele alınmaktadır. Geleneksel bağlamda haber, sınırlı sayıda kaynaktan toplanmaktadır, editöryal süreçlerden geçirilmektedir ve belirli yayın saatlerinde kamuoyuna sunulmaktadır. Bu yapı, gazetecinin kamusal alandaki otoritesini güçlendiren bir rol üstlenmesini sağlamaktadır. Ancak teknolojik gelişmelerle birlikte bu yapı köklü bir biçimde değişmiştir. Steensen ve Westlund'a (2020, s. 7) göre internet, gazetecilik kurumlarının haber üretimi üzerinde etkili olmuş, neredeyse tekeli konumlarını zayıflatmış ve haber üretim sürecini çok aktörlü bir yapıya dönüştürmüştür. Bu açıdan profesyonel gazetecilerle birlikte yurttaşlar da tanıklık ettikleri olayları dijital platformlar aracılığıyla kamuoyuna aktarabilmektedir.

Bu noktada dijitalleşmenin gazeteciliğe etkisini mobilite, inovasyon ve teknolojik yöndeşme bağlamında ele alan Değirmencioglu (2016), akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla birlikte her bireyin potansiyel bir içerik üreticisine dönüştüğünü ve bu durumun profesyonel gazeteciliğin haber üzerindeki tekeli konumunu önemli ölçüde zayıflatmış olduğunu belirtmektedir. Bu husus, gazeteciliğin demokratik potansiyelini artırmakla birlikte, bilgi kirliliği ve doğrulama sorunlarını da gündeme taşımaktadır.

Dijital gazeteciliği anlamaya yönelik akademik çalışmalar, bu alanı geniş bir kuramsal çerçeve içerisinde değerlendirmektedir. Gazetecilik belirli normlar, değerler ve idealler etrafında şekillenen kültürel bir pratik olarak tanımlamakta ve dijitalleşmenin bu kültürel yapıyı dönüştürmektedir (Deuze, 2005). Bu dönüşüm, gazetecinin otorite, uzmanlık, güven ve etik bağlamı yeniden kurmasını zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda dijitalleşme, gazetecilik mesleğini hem yapısal hem de kimliksel bir krizle karşı karşıya

bırakmaktadır. Aşkın (2022, s. 471), dijitalleşmenin yazılı basında yarattığı tiraj ve gelir kayıplarının gazetecilerin işsiz kalmasına yol açtığını ve bu durumun gazetecilik mesleğinin sınırları ile gazeteci kimliği üzerine süregelen tartışmaları derinleştirdiğini ifade etmektedir. Akyazı'ya (2018, s. 20) göre bu süreç, gazetelerin içeriklerini dijital ortama aktarmasıyla başlamış, etkileşimli yapılarla devam etmiş ve son aşamada multimedya özelliklerinin bir arada kullanıldığı çok katmanlı haber sunumuna ulaşmıştır. Bu dönüşüm haber anlatım biçimlerini de çeşitlendirmiştir. Metin, görsel, video, grafik ve veri görselleştirmeleri gazeteciliğin ayrılmaz unsurları haline gelmiştir.

Öte yandan özellikle sosyal medya platformlarının haber üretiminde “anlık akış” mantığı güçlenmektedir (Hermida, 2010). Bu durum, gazeteciler üzerinde ciddi bir hız baskısı yaratmış; haberin doğruluğu ve niteliği konusunda önemli tartışmaları beraberinde getirmiştir. Hızın bu denli ön plana çıkması, gazeteciliğin temel ilkeleri olan doğruluk, tarafsızlık ve kamu yararı kavramlarını önemli hale getirmiştir. Ayrıca büyük veri ve algoritmaların mesleki pratiklerde önem kazanması dijitalleşmenin gazetecilik üzerindeki etkilerini daha da derinleşmiştir. Lewis ve Westlund (2015, s.447-458), büyük verinin gazeteciliğin bilgi üretme biçimlerini, mesleki uzmanlık anlayışını ve etik normlarını dönüştürdüğünü savunmaktadır. Veri gazeteciliği, gazetecilere kendilerini ifade etme ve kamunun sesi olma konusunda yeni anlatım olanakları sunarken, aynı zamanda mahremiyet, veri güvenliği ve algoritmik şeffaflık gibi sorunları da gündeme getirmektedir.

Dijitalleşme süreci, gazetecilik mesleğinin ekonomik yapısını da köklü biçimde etkilemiştir. Anderson, Bell ve Shirky (2015), dijital çağda gazeteciliğin “post-endüstriyel” bir yapıya evrildiğini ve geleneksel iş modellerinin büyük ölçüde çöktüğüne işaret etmektedir. Bu nedenle reklam gelirlerinin dijital platformlara kayması, medya kuruluşlarını küçülmeye ve maliyetleri düşürmeye zorlamıştır. Uzunoğlu'na (2018)

göre, dijitalleşme, gazetecilik emeğini daha esnek, ancak aynı zamanda daha güvencesiz bir hale getirmiştir. Uzaktan çalışma, freelance üretim ve proje bazlı istihdam modelleri yaygınlaşmış bu durum gazetecilerin mesleki güvencelerini zayıflatmıştır. Bu yapısal ve teknolojik dönüşümler, gazeteciliğin üretim biçimlerini, mesleki kimliğini ve emek süreçlerini doğrudan etkilemiştir. Deuze'a (2007) göre, medya alanında emek süreçlerinin giderek esnekleşmesi, gazetecilerin çalışma biçimlerini dönüştürmektedir. Bu dönüşüm çoğu zaman iş güvencesinin azalması, artan belirsizlik ve gazetecilik emeğinin prekaryalaşması gibi sonuçları beraberinde getirmektedir.

Gazetecilik emeğinin dijitalleşme süreciyle birlikte giderek güvencesiz bir mesleğe dönüşmesi ve habercilikte hız baskısı haber üretiminde niceliğin niteliğin önüne geçmesine neden olmuştur. Bu bağlamda dijital ortamda haberciliğin tıklanma ve görünürlük odaklı bir yapıya bürünmesi, etik sorunları daha da görünür hale getirmiştir. Singer (2013), kullanıcıların içerik üretmekten ziyade içeriklerin görünürlüğüne belirleyen ikincil kapı bekçileri haline geldiğini; bu durumun editoryal kontrolü tamamen ortadan kaldırmasa da gazetecilikte doğruluk, sorumluluk ve etik denetimle ilgili gerilimleri artırdığını savunmaktadır. Nitekim Scott (2005), dijital gazeteciliğin demokratik kamusal alanı güçlendirme potansiyeline rağmen, ticarileşme ve içeriğin nitelik kaybına uğraması nedeniyle gazeteciliğin yapısal sorunlarının derinleştiğini savunmaktadır. Dolayısıyla piyasa mantığı editoryal bağımsızlığı zayıflatmakta ve kamu yararı ilkesi ikinci plana itilmektedir (Fenton, 2011; McChesney ve Nichols, 2010).

Dijitalleşmenin gazetecilik alanında yarattığı dönüşüm, gazetecilik öğrencilerinin mesleğe ilişkin algılarını da önemli ölçüde etkilemektedir. Güllüpınar ve Tunca'nın (2022) çalışması, öğrencilerin dijitalleşmeyi bir yandan yeni fırsat alanı olarak gördüğünü, diğer yandan ise mesleki değersizleşme ve işsizlik riski nedeniyle kaygı alanı olarak algıladığını ortaya koymaktadır. Bu durum, gazeteciliğin geleceğinin,

mesleki değerlerin korunmasına da bağlı olduğunu açık şekilde göstermektedir. Bu bağlamda Couldry ve Hepp (2017), dijitalleşmenin toplumsal gerçekliğin inşasını dönüştürdüğünü ve gazeteciliğin bu yeni gerçeklik içinde kamusal sorumluluğunu yeniden tanımlamak zorunda olduğunu belirtmektedir. Dijitalleşme sürecinin, gazetecilik mesleği üzerindeki etikleri; üretim pratiklerinden gazeteci kimliğine, ekonomik yapıdan etik değerlere kadar yaşanan dönüşümü kapsamaktadır. Dijital çağda gazetecilik, salt biçimde teknolojiyi yetkin bir şekilde kullanabilmek değildir. Gazetecilik, halen eleştirel düşünebilen, etik sorumluluğunun farkında olan ve kamu yararını önceleyen bireyler tarafından sürdürülebilecek bir meslek olarak konumlanmaktadır. Bu nedenle dijitalleşme ve özellikle bireysel gazetecilik faaliyetlerinin artış gösterdiği süreçte gazeteciliğin geleceği, teknolojik gelişmeler kadar insana ve etik değerlere de bağlıdır. Aşağıdaki bölümde dijitalleşme sürecinde öne çıkan gelişmelerden biri olan bireysel gazetecilik konusu irdelenecektir.

1.2. Dijitalleşme Sürecinde Bireysel Gazetecilik

Dijitalleşme, gazetecilik mesleğinde kullanılan araçların teknolojik olarak gelişimini sağlamasının yanı sıra mesleğin yapısal, örgütsel ve etik temellerinin de yeniden şekillenmesine neden olmuştur. Web tabanlı iletişim araçları ve kamu ile etkileşimli dijital platformların yaygınlaşması, haberin kaydedilmesi, paylaşılması ve dağıtılmasına ilişkin kapasitenin kurumsal yapılardan daha dağınık ağlara doğru genişlemesine neden olmuş; bu durum haber üretim ve dağıtım süreçlerinin bazı bağlamlarda kurumdan görece bağımsız şekilde bireysel gazeteciler tarafından da yürütülebilmesini mümkün kılmıştır (Beckett & Mansell, 2008; van der Haak, Parks, & Castells, 2012; Bruns, 2003). Bu açıdan gazeteciliğin kurumsal istihdam, editöryal hiyerarşi ve kolektif üretim modelleri bağlamında tanımlanan konumuna bir de bireysel gazetecilik kavramı eklenmiştir.

Bireysel gazetecilik çağında gazeteciler genel olarak haber üretimi, dağıtımı ve kamusal görünürlük süreçlerini kurumsal işleyiş içinde olsa dahi tekil bir aktör olarak yürütebilmektedir. Bu gazeteciler dijitalleşmeden ve yeni iletişim platformlarından yararlanarak kendi adıyla var olan gazeteciler olarak kamuyu bilgilendirmektedir. Bu bağlamda sosyal medya platformları, kişisel web siteleri, podcastler ve bağımsız dijital bültenler aracılığıyla gazeteciler, geleneksel medya kurumlarının editoryal ve ekonomik sınırlarının dışında doğrudan yurttaşlar ile etkileşime geçerek ürettikleri içerikleri sunmaktadırlar. Bu bilgilendirme işlevi kimi zaman herhangi bir maddi beklenti olmadan kamu yayıncılığına benzer bir anlayış ile yürütülmektedir.

Bireysel gazeteciler, siyaset, eğitim, kültür ve sanat, ekonomi, teknoloji ile sosyal ve toplumsal konularda içerik üretmekte aynı zamanda bu içeriklerin editörlüğünü ve dağıtımını da üstlenmektedir. Bu dönüşüm elbette, gazeteciliğin mesleki rolünü de yeniden tanımlamaktadır. Vos ve Singer (2016), bireysel gazeteciliğin yükselişinde editoryal ve ticari rollerin çakışmasının (conflation) normatif sonuçlarına dikkat çekmektedir. Geleneksel gazetecilik “doxa”sında¹ gazeteciler editoryal kararlar verirken yayıncılar girişimci rolü üstlenir ve bu iki işlev arasında “church and state” (editoryal ve ticari işlevler arasındaki ayrım) olarak adlandırılan katı bir ayrım bulunur. Ancak bireysel gazeteciler artık hem içerik üreticisi hem de iş insanı rolünü üstlenerek bu ayrımı ortadan kaldırmaktadır. Araştırmacılar, bu çakışmanın daha geniş normatif sonuçlarının söylemde yeterince tartışılmadığını, bunun yerine girişimciliğin mesleğe devam edebilmek için doğallaştırılmış bir zorunluluk olarak sunulduğunu vurgulamaktadır. Nitekim bu tespit dijital platformların gazetecilik üzerindeki yapısal etkileriyle doğrudan ilişkilidir.

Bireysel gazetecilik çağı, gazetecilerin editoryal ve ticari rolleri aynı anda üstlenmek zorunda kaldığı bir çağdır. Bu durum

1 Doxa, Bourdieu'nün sosyoloji terminolojisinde bir sosyal alanın üyelerinin sorgulanmadan kabul ettiği örtük, ortak varsayımlar ve inançlar bütünüdür.

Duffy, Poell ve Nieborg'un (2019), tanımladığı platformlaşmış kültürel üretim pratiklerinin emek, yaratıcılık ve özerklik üzerindeki yapısal etkilerinin gazetecilik alanındaki somut bir tezahürü olarak okunabilir. Burada platformlaşma kavramı, sosyal medya, video paylaşım siteleri ya da podcast ve haber uygulamaları gibi dijital altyapıların ötesine geçerek; kültürel üretimin nasıl yapıldığını, kimlerin görünürlük kazandığını ve bu üretimden nasıl gelir elde edildiğini belirleyen bir süreç olarak ele alınmaktadır. Duffy, Poell ve Nieborg'un belirttiği gibi, platformlar gazeteciler ve diğer kültürel üreticiler için emek süreçlerini, yaratıcılık biçimlerini ve kamusal katılım anlayışlarını şekillendiren güç merkezleridir. Sosyal medya ya da X gibi platformlar, çeşitlilik ve demokratikleşme söylemleriyle yeni ifade alanları açarken, aynı zamanda algoritmalar aracılığıyla görünürlüğü kontrol eden, emeği disipline eden ve yapısal eşitsizlikleri yeniden üreten bir işleyişe sahiptir. Bu yapısal dönüşüm, gazetecilik emeğinin gündelik örgütlenişinde de belirginleşmektedir.

Cohen (2019), *At Work in the Digital Newsroom* başlıklı çalışmasında dijital gazetecilikteki çalışma koşullarını eleştirel politik ekonomi perspektifinde bir emek sorunu olarak değerlendirmektedir. Cohen'e (2019) göre, ilk dijital haber odalarında gazetecilerin emek süreçleri ölçülebilirlik, yoğunlaşma ve metalaşma odağında yapılanmaktadır. Bu açıdan analitik araçlar gazetecilik emeğini sürekli denetime tabi kılarak mesleki özerkliği aşındırmakta, kesintisiz üretim beklentisi iş ve yaşam sınırlarını bulanıklaştırmak suretiyle iş yükünü artırmaktadır. Nitekim haber merkezlerinde analitik araçlar gazeteciliğin merkezine yerleşerek yeni bir emek disiplini oluşturmaktadır. Performansın sürekli ölçülmesi, gazetecilerin web trafiği üzerinden değerlendirildiği algısını güçlendirmekte bu durum ise stres, rekabet ve duygusal baskı yaratarak mesleki değerlerin okunma sayılarıyla özdeşleştirilmesine yol açmaktadır (Cohen, 2019, s. 579). Bu koşullar, bireysel gazeteciliğin girişimcilik ekseninde tartışılmasını da beraberinde getirmektedir.

Öte yandan literatürde bireysel gazeteciliğin yükselişi sıklıkla “girişimci gazetecilik” kavramı üzerinden ele alınmaktadır. Girişimci gazetecilik, gazetecinin kendi yayın modelini, gelir stratejilerini ve kamusal görünürlüğünü aktif biçimde inşa ettiği bir pratik olarak tanımlanmaktadır. Briggs (2012), bu yaklaşımı gazeteciliğin iş ve teknolojiyle kesiştiği bir bağlamda konumlandırarak, girişimci gazeteciliğin geleneksel haber odalarının dışında potansiyel olarak sürdürülebilir kariyer olanakları sunabileceğini ileri sürmektedir. Bu çerçevede yazar, reklam, abonelik, bağış, sponsorluk ve etkinlik gibi farklı gelir akışlarının çeşitlendirilmesini önerirken; izleyici geliştirme, topluluk oluşturma ve dijital araçların stratejik kullanımını girişimci gazeteciliğin temel bileşenleri olarak vurgulamaktadır. Bu süreçte sosyal medya, gazeteciler için kişisel görünürlüğün ana mecralarından biri haline gelmektedir.

Schultz ve Sheffer (2012), sosyal medyanın gazetecilere kurumlarından bağımsız bir kişisel marka oluşturma kolaylığı sunup sunmadığını ele aldıkları çalışmalarında, gazetecilerin sosyal medyayı yoğun biçimde kullandığını, ancak bunu bilinçli bir markalaşma amacıyla yapmadıklarını ifade etmektedir. Araştırmacılar buna rağmen sosyal medyanın hızı, etkileşimi ve erişilebilirliğinin kişisel gazeteci markalarının oluşması için uygun bir zemin olduğunu dile getirmektedir. Araştırmada özellikle Twitter’ın (X), gazetecilerin daha özgün ve görünür hale gelmesinde öne çıkan bir platform olduğu ve televizyon muhabirlerinin bu süreçte basın muhabirlerine göre görece daha şanslı olduğu ifade edilmektedir. Ancak bireysel görünürlük, güvenceli çalışma anlamına gelmemektedir.

Bireysel gazetecilikteki kurumsal yapılardan kopuş, editoryal süreçleri de etkilemektedir. Ancak bu durum editoryal bağımsızlığın ilanı değildir. Dijitalleşme sürecinde editoryal kontrol, insan editörlerden algoritmalara ve bu algoritmaları geliştiren platformlara, yazılım sağlayıcılarına ve mühendislik birimlerine kısmen ya da tamamen devredilmektedir (van Drunen, 2021). Bu dönüşüm, gazetecilerin editoryal özerklikleri

ile aynı zamanda mesleki konumlarını ve kimliklerini de belirsizleştirmektedir. Josephi ve O'Donnell (2023), freelance gazeteciler ile serbest çalışan medya emekçileri arasındaki ayrımın giderek belirsizleştiğini ifade etmektedir. İlgili çalışmada gazetecilerle görüşen araştırmacılar, katılımcıların büyük çoğunluğunun gazetecilik dışı işlerde çalışmak zorunda kaldığını, buna rağmen gazeteci kimliğini tamamen terk etmediklerini belirtmektedir. Araştırma, gazetecilik ile profesyonel içerik üretimi arasındaki sınırların hem ekonomik koşullar hem de yaratıcı yönelimler nedeniyle bulanıklaştığını ve bu durumun gazetecilik kimliğinin yeniden düşünülmesini gerektirdiğini savunmaktadır. ABD'de gazeteciler, sosyal medya editörleri ve bağımsız haber içerik üreticileriyle gerçekleştirilen çalışmada, gazeteciliğin yaşadığı ekonomik krizin sosyal medyadaki içerik üretici ekonomileriyle giderek daha fazla iç içe geçtiğine işaret etmektedir. YouTube, TikTok, Instagram ve X gibi platformlar aynı zamanda haberin üretildiği, dolaşıma sokulduğu ve tüketildiği alanlar haline gelmiştir (Salamon, Bélair-Gagnon & Crawford, 2026). Bu dönüşüm, gazetecilerin çalışma pratiklerini köklü biçimde değiştirerek mesleğin daha güvencesiz, bireyselleşmiş ve girişimci bir emek biçimine dönüşmesine neden olmaktadır.

Freelance gazetecilerin güvencesiz çalışma koşullarına ilişkin İsveç'te yapılan bir çalışmada, gazetecilerin ağ kurma, işleri farklı formatlarda sunma, yazarlık ile editörlük rollerini birleştirme ve çok yönlü çalışma gibi stratejilerle mesleklerini ayakta tutmaya çalıştıkları; ancak bu pratiklerin çoğunlukla kariyer ilerlemesi sağlamaktan ziyade, mesleki gerilemeyi engellemeye yönelik bir kariyeri sürdürme işlevi gördüğü tespit edilmiştir (Norbäck, 2022). Öyle ki bu zorlu çalışma biçimleri etik tartışmaları da gündeme getirmektedir. Ana akım medyadan ayrılan gazetecilerin alternatif mecralara yönelmesiyle birlikte, bu alanlarda gelir elde etmenin etik sınırları belirsizleşmektedir. Gazetecilerin yayınlarında reklam almasının etik açıdan sorunlu olmadığı belirtilse de gazetecinin reklamın öznesi haline gelmesinin güvenilirlik, tarafsızlık

ve kamu yararı ilkelerinin zedelenmesine neden olmaktadır (Kaya, 2022).

Bireysel gazetecilik konusu girişimci gazetecilik ile serbest gazetecilik kavramlarının da irdelenmesini gerektirmektedir. Girişimci gazetecilik ile serbest gazetecilik arasındaki ilişki ele alındığında, iki gazetecilik türünün birbirine oldukça yakın çalışma pratikleri olarak değerlendirildiği görülmektedir. Bu açıdan her iki gazetecilik türü de kurumsal yapılardan bağımsız çalışmayı, dijital teknolojilere uyumu ve editoryal özgürlük arayışını paylaşmaktadır. Ancak serbest gazetecilerin ürettikleri içerikleri mevcut medya kuruluşlarına sunarak gelir elde etmesi, girişimci gazetecilerin ise kendi yayın mecralarını, iş modellerini ve gelir kaynaklarını oluşturarak kendi işlerinin patronu hâline gelmesi temel ayrım noktası olarak ortaya çıkmaktadır (Ergün ve Özay, 2022). Bu ayrımın daha iyi anlaşılabilmesi için, serbest gazeteciliğin gazetecilik alanındaki konumuna bakmak açıklayıcı olacaktır. Nies ve Pedersini'nin ifade ettiğine göre: "Serbest çalışma, farklı ülkelerde değişen düzeylerde olmak üzere, gazetecilik alanında her zaman var olmuştur; ancak genellikle toplam istihdam içinde azınlıkta kalan bir çalışma biçimi olarak görülmüştür. Genel olarak bu istihdam ilişkisi, kendi hesabına çalışmayı bilinçli olarak tercih eden ve serbest gazeteci olarak çalışmanın, ücretli istihdama kıyasla kendilerine daha iyi koşullar sağlayabileceğine güvenecek deneyime sahip sınırlı sayıda gazeteciyi kapsamıştır" (2003, s. 4). Buna karşılık Türkiye bağlamında bu tartışmalar farklı dinamiklerle şekillenmektedir. Yıldız (2018), Türkiye'de medya sektöründeki tekelleşme ve patron baskısının gazetecilerin editöryal bağımsızlığını ortadan kaldırdığını ve birçok gazeteciyi güvencesizliğe ittiğini belirtmektedir. Bu koşullara karşı, yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu imkânlarla ortaya çıkan patransuz gazeteciliğin, profesyonel gazetecilerin herhangi bir patrona bağlı olmadan, bugünkü gibi kitle fonlaması ve benzeri desteklerle mesleklerini sürdürmelerine olanak tanıyan alternatif bir model olduğunu

savunmaktadır. Yazar, bu modelin gazetecilere bağımsızlık sağladığını, ancak ekonomik sürdürülebilirlik açısından önemli zorluklar da barındırdığını literatürle paralel olarak belirtmektedir. Bakar ve Karaduman (2023) ise, kitlesel fonlamalı gazeteciliği, kamusal faydayı esas alan yapısıyla medya sektöründe yaşanan ekonomik ve yapısal sorunlara alternatif bir çözüm olarak değerlendirmektedir. Bu modelde gazetecilerin reklamsız ve şeffaf bir şekilde faaliyet göstermesi, okurla kurulan maddi ilişkinin açık biçimde paylaşılması ile gelir ve gider tablolarının düzenli olarak açıklanması etik açıdan temel bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır. Bu nedenle araştırmacılar, okur destekli patronsuz gazetecilikte güvenin tesis edilmesinin, hesap verebilirlik ve şeffaflık ilkelerine bağlılığa dayandığını belirtmektedir. Dijitalleşme ve platform kapitalizmi, gazeteciliği kamu yararı ve etik sorumluluk temelinden uzaklaştırarak platform mantığına bağımlı hale getirmektedir. Dijital platformlar gazetecilerin kurumsal ve mesleki güvencelerini zayıflatmaktadır. Kişisel markalaşma, görünürlük ve kitleyi etkileme baskısını öne çıkararak influencer gazetecilik olgusunu güçlendirmekte, öte yandan gazetecileri prekaryalaşma, etik belirsizlik ve mesleki dayanışmanın aşınması gibi sorunlarla karşı karşıya bırakmaktadır (Gür Omay, 2023).

Sonuç olarak dijitalleşme süreciyle birlikte bireysel gazeteciliğin görünürlüğünün ve etkinliğinin artması, gazetecilik mesleği açısından yeni ifade ve üretim olanakları yaratmaktadır. Bununla birlikte dijitalleşme bazı yapısal sorunları da ardı sıra getirmektedir. Özellikle haber üretim ve dağıtım süreçlerinin kurumsal yapılardan görece bağımsızlaşması, editoryal denetim, doğrulama pratikleri ve hesap verebilirlik mekanizmalarının etkisini zayıflatmakta; bu durum, gazeteciliğin mesleki ve kamusal sorumluluk temelli niteliğini kırılgan hâle getirmektedir. Kurumsal destek ve denetim yapılarının zayıflamasıyla birlikte bireysel gazeteciler, haberin doğruluğu ve etik sonuçları açısından daha yüksek bir sorumluluk yüküyle karşı karşıya kalırken, bu sorumluluğu

dengeleyecek kolektif mekanizmalardan büyük ölçüde yoksun kalmaktadır.

Ekonomik boyutta ise bireysel gazetecilik, düzenli gelir, sosyal güvence, sigorta ve sendikal haklar açısından belirgin bir güvencesizlik üretmektedir. Platform temelli üretim modelleri, gazetecileri tıklanma, izlenme ve etkileşim metriklerine bağımlı hâle getirerek, haberin kamusal değeri yerine görünürlük ve hız odaklı bir üretim mantığını teşvik etmektedir. Bu durum, sansasyonel başlıkların, duygusal tepkilere hitap eden içeriklerin ve kişisel görüş temelli anlatıların haber pratiğinde belirleyici hâle gelmesine yol açmakta; gazetecilik ile yorumculuk, aktivizm ve influencerlık arasındaki sınırların giderek bulanıklaşmasına neden olmaktadır. Böylece editoryal ve etik standartlar, bireysel tercihlere ve platform dinamiklerine daha açık hâle gelmektedir.

Hukuki açıdan bakıldığında, bireysel gazetecilerin kurumsal hukuki korumadan yoksun olması, onları dava, baskı ve sansür girişimleri karşısında daha savunmasız bir konuma sürüklemektedir. Hukuki sorumluluğun tamamen bireyin üzerine yüklenmesi; basın kartı, akreditasyon ve mesleki tanım konularındaki belirsizliklerle birleştiğinde, gazeteciliğin mesleki statüsü ve kamusal meşruiyeti açısından ciddi sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Bu belirsizlikler, ‘gazeteci kimdir?’ sorusunun yanıtını muğlaklaştırarak mesleki sınırların aşınmasına sebep olmaktadır.

Dijital platformların algoritmik görünürlük mantığı da bireysel gazetecilik pratiğini belirleyen önemli bir yapısal sorun alanı olarak öne çıkmaktadır. Haber değerinden ziyade algoritmik uyumun görünürlüğü belirlemesi, uzun soluklu, araştırmacı ve kamusal açıdan kritik gazetecilik türlerinin geri plana itilmesine neden olmakta; popüler olmayan ancak toplumsal açıdan önemli konuların görünmez olma riskini artırmaktadır. Buna ek olarak, bireysel hesaplara bağlı içerik üretimi, kolektif hafıza ve arşiv sürekliliği açısından da kırılgan bir yapı oluşturmaktadır. İçeriklerin silinebilmesi, kaybolabilmesi ya da sistematik biçimde arşivlenememesi,

kurumsal medyanın sağladığı tarihsel sürekliliğin ve bellek oluşturma işlevinin zayıflamasına yol açmaktadır.

Özetle bireysel gazetecilik, dijitalleşme sürecinde özgürlük ve esneklik vaat eden bir alternatif olarak sunulsa da, uzun vadede mesleğin yapısal sorunlarını gazetecilerin omuzlarına yükleyen bir çalışma düzenine dönüşme riskini önemli ölçüde taşımaktadır. Bu dönüşümün gazeteciliğin kamusal sorumluluk anlayışı, etik ilkeleri ve kolektif meslek kimliği üzerindeki etkileri henüz netleşmemiş olup, konu araştırma ve tartışmaya açık bir alan olarak varlığını sürdürmektedir. Son yıllarda bu belirsizlik ve tartışma alanına yapay zekâ teknolojilerindeki gelişmeler de eklenmiştir. Bu nedenle aşağıdaki bölümde yapay zekâ ve algoritmik gazetecilik konusu irdelenecektir.

1.3. Yapay Zekâ Destekli ve Algoritmik Gazetecilikte Haber Üretimi

Geleneksel gazetecilikte kullanılan teknik araçlar ile haber ve içerik üretim biçimleri dijitalleşme ve teknolojiye entegre olarak değişime uğramaktadır. Elbette son yıllarda bu dönüşüm ve değişimin en dikkat çekici konularından birisi yapay zekâdır. Yapay zekâ, insan zekâsı gerektiren görevlerin ifasını makineler vasıtasıyla gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. YZ araçları birçok farklı alanda inovatif imkanlar sunmaktadır (Türten, 2024, s. 399). Bu alanlardan biri de gazetecilik alanıdır. Yapay zekâ destekli ve algoritmik gazetecilik uygulamaları geleneksel haber üretim süreçlerinde insan emeğinin merkezi konumunun veri temelli, otomatik ve yarı otomatik sistemler tarafından haber üretimi bağlamında tartışılmaya başlanmasına neden olmuştur.

Algoritmik gazetecilik, büyük veri setlerinin analiz edilmesi yoluyla anlamlı bilgilerin üretilmesini ve bu bilgilerin algoritmalar aracılığıyla otomatik ya da yarı otomatik biçimde haber metinlerine dönüştürülmesini kapsayan bir gazetecilik pratiği olarak tanımlanmaktadır (Carlson, 2015, s. 416-418; Dörr, 2016, s. 702). Bu pratiğin temelini oluşturan hesaplama kavramı, Diakopoulos'a (2019, s. 16-

17) göre belirli problemleri çözmek ya da tanımlı bir sonuca ulaşmak amacıyla işleyen; girdiler, çıktılar ve bu girdilerin dönüştürülmesini sağlayan talimatlardan oluşan algoritmaların bilgi üzerinde çalışmasını ifade etmektedir. Diakopoulos, hesaplamayı aynı zamanda bilgiyi tanımlayan ve dönüştüren algoritmik süreçlerin sistematik olarak incelenmesi şeklinde ele almaktadır. Bu çerçevede Diakopoulos, otomasyonu daha önce insanlar tarafından yerine getirilen işlevlerin kısmen ya da tamamen teknik sistemler tarafından gerçekleştirilmesi olarak tanımlarken, yapay zekâyı normalde insan zekâsı gerektiren görevleri yerine getirebilen bilgisayar sistemleri olarak açıklamaktadır. Bununla birlikte gazetecilik alanında yapay zekâ kavramının çoğu zaman abartılı, yanlış ya da indirgemeci biçimlerde kullanıldığı görülmektedir. Algoritmik gazeteciliğin ötesine geçen bu kullanım, doğal dil işleme, makine öğrenmesi ve derin öğrenme gibi teknikleri de kapsamakta; bu durum yapay zekânın ne olduğu ne yapabildiği ve ne yapamadığı konusunda hem akademik hem de kamusal düzeyde ciddi bir kavramsal belirsizlik yaratmaktadır (Broussard vd., 2019, s. 673).

Üretken yapay zekâ sistemleri yalnızca bilgi aktarmakla sınırlı kalmamakta; toplumsal, sosyal, kültürel, ekonomik, teknolojik ve sportif alanlarda ortaya çıkan eğilimleri analiz ederek haber yazma, içerikleri özetleme, başlık önerme ve redaksiyon gibi çeşitli editoryal süreçlerde kullanılabilme potansiyeline sahip bulunmaktadır. Bu yönüyle üretken yapay zekâ, gazetecilikte insan editoryal kararlarını tamamen ikame etmekten ziyade, onları destekleyici bir araç olarak değerlendirilmektedir. Bunun yanı sıra yapay zekâ, haber içeriklerinin kişiselleştirilmesinde giderek daha fazla rol oynarken, etik ve bilimsel ilkeler doğrultusunda kullanıldığında dezenformasyonla mücadelede destekleyici bir araç olarak da değerlendirilebilmektedir (UNESCO, 2022).

Yapay zekâ ekseninde gelişen ve şekillenen habercilik pratikleri, yukarıda ele alınan bağlamlarda çeşitli avantajlar

sunmaktadır. Bu avantajlar arasında, kısa sürede çok sayıda haber üretebilme kapasitesi sayesinde özellikle hızın belirleyici olduğu alanlarda önemli bir üstünlük sağlanabilmesi öne çıkmaktadır. Bununla birlikte, insan emeğine kıyasla daha düşük maliyetlerle çalışabilme potansiyeline sahip olması da bu pratikleri cazip kılmaktadır. Örneğin finans, ekonomi, spor, hava durumu, trafik ve ulaşım verileri ile seçim sonuçları gibi veri yoğun alanlarda, büyük veri setleri hızlı ve hatasız biçimde analiz edilerek haberleştirilebilmektedir. Ayrıca kullanıcı verilerinin işlenmesi yoluyla okuyucuların ilgi alanlarına göre kişiselleştirilmiş ve daha niş içerikler sunabilme olanağı da ortaya çıkmaktadır. Tüm bu özellikler, haber üretim süreçlerinde algoritmik sistemlerin tercih edilmesini güçlendirmektedir. Bu bağlamda Amponsah ve Atianashie (2024), yapay zekânın gazetecilikte otomatik içerik üretimi, büyük veri analizi, kişiselleştirilmiş haber sunumu ve gerçek zamanlı raporlama gibi alanlarda haber üretim süreçlerini şekillendirdiğini ve bunun hız ve verimlilik sağladığını, ancak etik ikilemler, yanlış bilgi riski ve insan gazetecinin editoryal rolünün zayıflaması gibi tartışmaları da beraberinde getirdiğini belirtmektedir.

Otomatik haber üretimi haber odalarındaki işleyişi ve gazetecilerin mesleki rollerini dönüştürmektedir. Robot gazetecilik Türkiye’de ağırlıklı olarak nicel veriye dayalı rutin haberlerde kullanılmakta; ancak röportaj, analiz ve yorum gibi insani unsurlar içeren habercilik türlerini kısa vadede ikame edememektedir (Narin; 2017). Bu sonuçlar, insan ve makine arasındaki iş bölümünün nasıl kurgulanması gerektiğine ilişkin kuramsal ve uygulamalı tartışmalarla da örtüşmektedir.

Beckett’in (2019) raporu, yapay zekânın gazetecilikte etik, kurumsal ve editoryal sorumlulukları yeniden tanımlayan yapısal bir dönüşüm yarattığını ortaya koymaktadır. 32 ülkeden 71 haber kuruluşunu kapsayan araştırma bulgular, yapay zekânın veri analizi, içerik üretimi ve kişiselleştirme alanlarında önemli olanaklar sunduğunu; ancak şeffaflık, hesap verebilirlik ve kamusal güven açısından yeni riskler de barındırdığını

göstermektedir. Rapora göre haber merkezleri yapay zekâyı çoğunlukla hız ve verimlilik aracı olarak benimserken, editoryal karar alma üzerindeki etkilerini yeterince tartışmamaktadır. Bu nedenle yapay zekâ kullanımının insan denetimi, etik ilkeler ve kurumsal sorumluluk çerçevesinde ele alınması gerektiği vurgulanmaktadır. Bunların yanı sıra YZ gazetecilikte haber üretim ve dağıtım süreçlerini hızlandırmakta, ancak etik sorunlar, sahte haber üretimi ve gazetecilerin işlevsizleşmesi gibi riskleri de beraberinde getirmektedir (Gül, 2024, s. 324). Yapay zekâ sistemleri otomatik içerik üretimi, haberin arka planını, neden ve sonuç ilişkilerini ve insani yaklaşım boyutunu yeterince yansıtamama riski de taşıyabilir. Nitekim bu durum gazeteciliğin kamusal işlevini zayıflatma ve editoryal sorumluluğun ortadan kalkması riskini doğurmaktadır. Ayrıca uzun vadede insan emeğinin yerini otomatik sistemlerin alması yönünde yapısal bir risk de ortaya çıkmaktadır.

Konuya ilişkin süregelen tartışmalar nezdinde; yapay zekâ ve otomasyonun gazetecilik uygulamalarına entegrasyonu en fazla insan ve algoritma etkileşimini merkeze alan hibrit gazetecilik yaklaşımıyla ele alınmaktadır. Otomasyon, insan faaliyetlerini bütünüyle ikame eden bir teknoloji olmanın ötesinde, insan-makine etkileşiminin doğasını yeniden yapılandıran sosyo-teknik bir sistem olarak ele alınmaktadır. Bu bağlamda otomasyon; bilgi toplama, bilgi analizi, karar verme ve eylemin uygulanması olmak üzere dört temel işlev alanında incelenmekte ve düşük düzey otomasyondan tam özerk sistemlere uzanan farklı seviyelerde uygulanabilmektedir. Ancak otomasyon düzeyinin artması, insan operatörün sistemle kurduğu bilişsel ilişkiyi dönüştürmekte ve çeşitli riskleri beraberinde getirmektedir. Literatürde bu riskler arasında durum farkındalığında azalma, aşırı güven (complacency), bilişsel ve operasyonel beceri kaybı ile kullanıcının karar verme döngüsünün dışında kalmasını ifade eden “sistemin dışında kalma” (out-of-the-loop) olgusu öne çıkmaktadır (Parasuraman, Sheridan, & Wickens, 2000, s. 287-291).

Diakopoulos, Panama Papers soruşturmasını algoritmalar ile insan gazetecilerin birlikte çalıştığı hibrit gazeteciliğin temel örneklerinden biri olarak ele almaktadır (2019, s. 14-16). Bu çalışmada, milyonlarca belgenin işlenmesi sürecinde optik karakter tanıma (OCR) teknolojisi ile paralel çalışan makinelerin veri ölçeklendirme aşamalarında kullanıldığı belirtilmektedir. Buna karşılık, araştırma kapsamının belirlenmesi, belgeler arasındaki ilişkilerin yorumlanması ve elde edilen bulguların anlamlı bir bağlama yerleştirilmesi süreci insan gazetecilerin uzmanlığına dayanmaktadır. Bu örnek, algoritmaların gazetecilikte hangi alanlarda etkili olduğunu ve hangi noktalarda insan uzmanlığının vazgeçilmez kaldığını somut biçimde ortaya koymaktadır. Hibrit gazetecilik tartışması bağlamında Diakopoulos (2019, s. 19-21), algoritmaların haber üretim sürecinde üstlendiği karar türlerine dikkat çekmektedir. Buna göre algoritmalar, gazetecilikte önceliklendirme, sınıflandırma, ilişkilendirme ve filtreleme olmak üzere dört farklı karar alma sürecinde rol oynamaktadır. Bu kararlar haberin hem üretimi hem de dağıtımı açısından önemli bir işlev üstlenmektedir.

Yakın zamanda yapılan çeşitli çalışmalar algoritmaların kamusal enformasyonun dolaşımında giderek daha belirleyici bir rol üstlendiğini ve bu etkinin çoğu zaman haberlerin önceliklendirilmesi, sıralanması ve görünürlük düzeyleri üzerinden işlediğini ortaya koymaktadır. Özellikle dijital platformlardaki kullanılan öneri ve besleme algoritmaları, yukarıda nispi bahsedildiği üzere kullanıcıların geçmiş etkileşimlerini temel alarak belirli içerikleri öne çıkarırken, bu ilgi alanlarının dışında kalan haberleri geri plana itebilmekte ya da tamamen görünmez kılabilir (Diakopoulos, 2019; Napoli, 2019). Bruns'un (2019) irdedeği üzere bu süreç kullanıcı tercihleri ile algoritmik sıralama mantığının birleşmesi sonucunda ortaya çıkan bir yapı olarak işlemektedir. Bu etkileşim, yankı fanusu ve filtre baloncuğu etkilerini güçlendirirken, algoritmik olarak şekillenen medya diyetlerinin ideolojik homojenliği artırarak kamusal tartışma alanını daraltabildiği belirtilmektedir.

(Fletcher ve Nielsen, 2017; Cinelli vd., 2021). Bu çerçevede algoritmalar, haberi doğrudan üretmeseler dahi, hangi bilginin kamusal alanda dolaşıma gireceğini belirleyen dolaylı fakat güçlü bir editoryal mekanizma olarak işlev görmektedir.

Bir başka uygulamalı örnekte ise ChatGPT ile gerçekleştirilen haber yazma denemeleri temel alınarak, insan gazeteciliğinde sıklıkla rastlanan ham veri aktarımı, görsel ve metin uyumsuzluğu ile zayıf çerçeveleme gibi sorunların yerini daha tutarlı, hiyerarşik ve okuyucunun bilişsel yükünü azaltan bir anlatı yapısına bıraktığı tespit edilmiştir (Balcı Aydoğan, 2025). Öte yandan van Dalen (2012), otomatik haber üretimi bağlamında yaptığı değerlendirmede, insan gazetecilerin yaratıcı, esnek ve analitik düşünme gibi becerileri sayesinde sistematik bilginin ötesine geçebileceklerini ve bağlamsal açıdan güçlü, eleştirel ve derinlemesine habercilik yapabileceklerini ifade etmektedir. Buna karşılık insan emeğine dayalı gazeteciliğin otomatik içerik üretimine kıyasla daha yüksek maliyetli olması ve hız açısından rekabet etmesinin güçlüğüne dikkat çeken van Dalen (2012), otomatik içerik üretiminin özellikle rutin görevlerde çalışan gazetecilerin istihdamı açısından riskler doğurduğuna ve bunun yanı sıra şeffaflık, telif ve etik sorumluluklar gibi yeni sorunları da peşi sıra getirdiğini açıklamaktadır (van Dalen, 2012, s. 654-655). Benzer şekilde Thurman, Dörr ve Kunert (2017), gazetecilerin otomatik haber yazım teknolojileriyle doğrudan deneyimlerine dayanan çalışmalarında, algoritmik gazeteciliğin yapılandırılmış veri akışlarına dayalı alanlarda hız, maliyet avantajı, kapsam genişliği ve içerik çeşitliliği sağladığını ortaya koymaktadır. Bu çalışmalarında araştırmacılar, otomatik sistemlerin bağlam kurma ve insani haber sezgisi geliştirme konusundaki sınırlılıkları nedeniyle üretilen içeriklerin çoğunlukla yüzeysel kaldığını, bu nedenle otomatik gazeteciliğin insan gazetecinin yerini almaktan ziyade haber yargısı, etik sorumluluk ve kamusal bağlam kurma gibi temel becerilerin halen insan muhakemesine dayandığı ortaya koymaktadırlar. Bu açıdan Carlson (2015), gazetecilik otoritesinin insani yorum, bağlam

kurma, eleştirel düşünme ve anlatı gücüne dayandığını ve bu unsurların otomatik sistemler tarafından tam anlamıyla ikame edilemeyeceğini belirtmektedir.

Bu tartışmalar doğrultusunda, farklı yapay zekâ uygulamalarının haber üretimindeki performanslarını karşılaştıran bir çalışmada (Şen, 2025), ChatGPT ve DeepSeek'in haber üretiminde 5N 1K kuralına genel olarak uyum sağlayarak başlık, spot ve metin kurgusu açısından haberin temel yapısal gerekliliklerini karşılayabildiklerini; ancak kaynak kullanımı ve şeffaflık açısından iki uygulama arasında belirgin bir fark bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bu farka göre, ChatGPT, çok sayıda kaynağa yer vererek bu kaynakların metnin hangi bölümlerinde kullanıldığını görünür kılarken, DeepSeek'in sınırlı sayıda kaynağa başvurduğu ve kaynak kullanımında yeterli şeffaflık sağlayamadığı tespit edilmiştir (Şen, 2025, s. 512-513). Buna ek olarak (2014) tarafından gerçekleştirilen bir deneysel çalışmada, yazılım tarafından üretilen haberlerin okuyucular tarafından insan gazetecilerce yazılan içeriklerle büyük ölçüde benzer algılandığı ortaya konulmaktadır. Araştırmanın bulgularına göre insan gazeteciler tarafından yazılan metinler daha akıcı ve keyifli bulunurken, otomatik üretilen içerikler daha betimleyici, nesnel ve güvenilir olarak değerlendirilmektedir. Ancak bu farklılıkların çoğu istatistiksel olarak anlamlı değildir. Ayrıca okuyucuların otomatik haberleri insan gazetecilerin yazdığı içeriklerden ayırt etmekte zorlandıkları ve Clerwall'ın (2014, s. 525-527) bu durumu otomatik içerik üretiminin gazetecilikte teknik açıdan olgunlaştığının bir göstergesi olarak yorumladığı belirtilmektedir.

Teknik başarılarla ilişkin bulgular, otomatik gazeteciliğin gazetecilik emeği ve mesleki otorite üzerindeki etkilerine dair tartışmaları ortadan kaldırmamaktadır. Carlson (2015), otomatik gazeteciliğin emek yapısı, haber yazım biçimleri ve gazetecilik otoritesi üzerinde kapsamlı bir dönüşüm yarattığını ifade etmektedir. Carlson (2015), çalışmasının bulgularında

otomatik haber üretiminin gazeteciler açısından iki yönlü bir gerilim yarattığını ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, bir yandan söz konusu teknolojinin rutin ve mekanik görevleri üstlenerek üretkenliği artırabileceği ileri sürülürken, diğer yandan iş güvencesi, mesleki rol kaybı ve otomasyon kaynaklı işten çıkarmalara ilişkin kaygıların öne çıktığı görülmektedir.

Bu çerçevede otomatik içerik üretiminin, haber yazımında belirgin bir standartlaşmayı beraberinde getirdiği ve kalıplaşmış ifade yapılarının daha görünür hale gelmesine yol açtığı söylenebilir. Bu standartlaşma süreci, YZ teknolojilerinin haber merkezlerinde kullanımını yalnızca teknik bir verimlilik meselesi olmaktan çıkararak, etik ve editoryal sonuçları olan bir dönüşüm alanı haline getirmektedir. Otomatik haber yazımı, büyük veri analizi ve kişiselleştirilmiş içerik uygulamalarının medya kuruluşlarının üretim kapasitesini artırabileceğine dikkat çeken Karaburun (2025), bu dönüşümü somut örnekler üzerinden ele almaktadır. Bu bağlamda The Washington Post'un Heliograf teknolojisi ile BBC'nin Beyond Fake News projesini inceleyen yazar, yapay zekâ destekli haberciliğin yalnızca üretim süreçlerini değil, aynı zamanda algoritmik önyargılar, dezenformasyon riski ve gazeteciliğin insani boyutuna ilişkin tartışmaları da gündeme getirdiğini vurgulamaktadır. Karaburun'a göre bu tartışmalar, yapay zekâ destekli haberciliğin etik sınırlarının sorgulanmasını gerekli kılmaktadır (2025, s. 310).

Yapay zekâ uygulamalarının pratikte nasıl algılandığını anlamak için gazetecilerin deneyimlerine dayalı çalışmalar ise sahadan önemli bir perspektif sunmaktadır. Demir ve Kılıçgedik (2025), Türkiye'de farklı medya kuruluşlarında çalışan 26 gazeteciyle gerçekleştirdikleri derinlemesine görüşmelere dayalı çalışmalarında, üretken yapay zekâ araçlarının haber üretim sürecindeki kullanımını incelemişlerdir. Araştırmanın bulguları, üretken yapay zekâ araçlarının çeviri, özetleme ve teyit gibi görevlerde zaman tasarrufu sağladığını, ancak gazetecilerin genel iş yükünü belirgin biçimde azaltmadığını

göstermektedir. Ayrıca araştırmada özellikle duyarlı ve karmaşık konularda yapay zekâ kullanımının etik sorunlar ve önyargı riski doğurduğu, yapay zekânın gazeteciliğin duygu, empati ve bağlamsal değerlendirme gibi insana özgü niteliklerini ikame edemediği sonucuna ulaşılmıştır. Benzer bir araştırmada Bölük (2025), Türkiye’de 13 gazeteciyle gerçekleştirdiği çalışmada, gazetecilerin yapay zekâyâ yönelik temkinli ve çoğunlukla güvensiz bir yaklaşım sergilediğini belirtmektedir. Araştırmanın bulguları, özellikle haberin özgünlüğünün zayıflaması, içerik kalitesinde düşüş ve istihdam sorunlarına ilişkin kaygıların YZ gazeteciliğine yönelik eleştirilerin merkezinde yer aldığını göstermektedir.

Yapay zekâ araçları gazetecilik alanında çeşitli kolaylıklar sağlasa da, mesleğin değeri esas olarak insanlara özgü kamusal sorumluluk anlayışı ve eleştirel düşünme pratiklerinden beslenmektedir. Toplumsal taleplerin dile getirilmesi, kamu yararının gözetilmesi ve gözlem, sorgulama gibi etik temelli mesleki nitelikler, yapay zekânın veri işleme ve otonom karar verme yeteneklerine sahip olmasıyla aynı anlam düzeyinde karşılık bulmamaktadır. Bu nedenle gazetecilik faaliyetinin taşıdığı toplumsal ve kamusal anlam, insan unsurundan bağımsız olarak sürdürülebilir değildir (Özgültekin, 2024, s. 110).

Zira algoritmalar, verileri manipüle ederek mevcut önyargıları yeniden üretebilir ve haber değerini yalnızca ölçülebilir değerler üzerinden tanımlama riski taşıyabilir. Çünkü algoritma temelli sistemlerin, otomatik haber yazımı, içerik düzenleme ve kişiselleştirilmiş dağıtım aşamalarında işlevsel rol oynaması editoryal karar alma mekanizmalarında giderek daha belirleyici olmuştur. Bu durum şeffaflık, hesap verebilirlik ve algoritmik önyargı sorunlarını beraberinde getirmektedir (Amponsah ve Atianashie, 2024). Bununla birlikte gazetecilikte otomasyon, mesleğin ve alanın yapısını dönüştüren bir unsurdur. Wu, Salmon ve Tandoc Jr.’a (2019) göre otomasyonun haber üretim süreçlerine dahil edilmesi

gazetecilikte hangi bilgi ve becerilerin değerli kabul edildiğini yeniden tanımlamaktadır. Özellikle veri okuryazarlığı ve teknik yetkinliklerin öne çıkması, alan içindeki güç dengelerini etkileyerek gazeteciliğin ne olduğu ve nasıl yapılması gerektiğine ilişkin kabulleri uzun vadede dönüştürmektedir.

Lewis, Guzman ve Schmidt (2019) göre, asıl dönüşüm, makinelerin gazetecilikte birer “araç” olmaktan çıkarak doğrudan iletişim kuran aktörler haline gelmesidir. Otomatik haber yazım sistemleri ve sohbet botları, haber üreten, bilgi sunan ve anlam yaratan iletişim kaynakları olarak işlev görmektedir. Bu durum, iletişimin yalnızca insanlar arasında gerçekleştiği varsayımını sorgulamakta ve Human ve Machine Communication (insan ve makine iletişimi) yaklaşımını gündeme getirmektedir. Sonuç olarak yazarlar, otomatik gazeteciliğin mesleğin ontolojik tanımını yeniden düşünmeyi gerektiren bir kırılma olduğunu vurgulamaktadır (Lewis, Guzman ve Schmidt, 2019). Sonuç olarak yapay zekâ ve algoritmaların, gazetecilik mesleğini ortadan kaldıran bir tehditten ziyade, doğru sınırlar ve etik ilkeler çerçevesinde kullanıldığında gazetecilik pratiğini destekleyen araçlar olabileceği düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Nitekim Işık, Ölçekçi ve Koz (2022), gazeteciliğin geleceğinin insan ile makine arasındaki iş birliğine dayalı bir yapı üzerinden şekilleneceğini ve bu süreçte gazetecilerin hem teknolojik yetkinliklerini geliştirmelerinin hem de mesleğin insani ve etik değerlerini korumalarının kritik önem taşıdığını vurgulamaktadır.

Bununla birlikte makine öğrenmesi sayesinde algoritmaların yalnızca veri işleyen araçlar olmaktan çıkarak öğrenen ve karar veren sistemlere dönüşmesi, haber toplama, yazma ve dağıtma süreçlerinde kapsamlı bir otomatikleşmeyi beraberinde getirmektedir. Ancak bu otomatikleşme, gazeteciliğin eleştirel düşünme, etik muhakeme, bağlam kurma ve toplumsal sorumluluk gibi insana özgü temel niteliklerini de tehdit etmektedir (Bulut, 2020). Literatürde yer alan çalışmalar, otomatik sistemlerin özellikle yapılandırılmış veri alanlarında hız, verimlilik ve ölçeklenebilirlik sağladığını; buna karşılık

haber değeri belirleme, karmaşık ilişkileri yorumlama ve kamusal bağlamı gözetme gibi işlevlerin insan gazetecilerin sorumluluğunda kalmaya devam ettiğini ortaya koymaktadır. Bu çerçevede yapay zekâ destekli ve algoritmik gazetecilik, gazeteciliğin ortadan kalkışını değil insan ve makine arasında iş bölümüne dayalı bir model üzerinden mesleğin rol, yetkinlik ve sorumluluklarının yeniden tanımlandığı yapısal bir dönüşümü ifade etmektedir. Bu dönüşümün yönü ise teknik kapasiteden çok, insan denetiminin, etik ilkelerin ve kamusal yararın nasıl korunacağına ilişkin yaklaşımlarla belirlenmektedir. Bu gelişmeler ve bağlam ışığında aşağıdaki bölümde yapay zekâ ve algoritmik sistemlerin gazetecilik pratiğinde yarattığı bu çok katmanlı dönüşüm, gazetecilerin gündelik deneyimleri ve mesleki değerlendirmeleri üzerinden incelenecektir.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

2.1. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları

Bu araştırmanın temel amacı, Türkiye’de farklı medya kuruluşlarında görev yapan gazetecilerin dijitalleşme, algoritmik sistemler ve yapay zekâ destekli teknolojiler ekseninde gazetecilik pratiğinde yaşanan dönüşüme ilişkin görüşlerini ve mesleki değerlendirmelerini ortaya koymaktadır. Çalışma, gazeteciliğin dijital çağda geçirdiği değişimi haber üretim süreçleri, görünürlük ve dolaşım dinamikleri, etik sınırlar, mesleki kimlik ve çalışma pratikleri düzeylerinde çok boyutlu bir yeniden yapılanma süreci olarak ele almaktadır.

Bu bağlamda araştırmada, gazetecilerin dijitalleşmenin mesleki alışkanlıklarını nasıl dönüştürdüğü, haberin zamansal yapısını nasıl yeniden şekillendirdiği ve “son dakika” kültürüyle birlikte ortaya çıkan hız baskısının gazetecilik refleksleri üzerindeki etkilerini nasıl deneyimledikleri incelenmektedir. Bununla birlikte haberin dolaşıma girmesinde algoritmaların belirleyiciliği, tıklanma odaklı içerik üretiminin gazeteciliğin niteliğini nasıl etkilediği ve görünürlük çağında gazetecilerin mesleki karar alma süreçlerinin nasıl yönlendiği de araştırmanın temel ilgi alanları arasında yer almaktadır. Araştırma ayrıca, yapay zekâ destekli araçların haber üretiminde nasıl konumlandırıldığı, insan yazımı ile yapay zekâ üretimi metinlerin hangi boyutlar üzerinden karşılaştırıldığı ve bu dönüşümün gazeteciler açısından hangi etik risk ve sınırlar içinde tartışıldığı konularına açıklık getirmeyi amaçlamaktadır.

Bu amaçlar doğrultusunda araştırma kapsamında aşağıdaki araştırma sorularına (AS) yanıt aranmıştır:

AS1: Gazeteciler, dijitalleşme sürecinin gazetecilik pratiği üzerindeki etkilerini mesleki alışkanlıklar, çalışma biçimleri ve gazetecilik refleksleri bağlamında nasıl tanımlamakta ve değerlendirmektedir?

AS2: Gazeteciler, dijital dönüşümle birlikte gazetecilikte ortaya çıkan yeni mesleki gereksinimleri, yetkinlik alanlarını ve artan mesleki baskıları nasıl tanımlamakta; bu dönüşümü mesleki yaşamlarında hangi yönleriyle deneyimlemektedir?

AS3: Gazeteciler, dijital çağda haberin zamansal dönüşümünü (anlık haber üretimi, hız baskısı ve haberin ömrü/kalıcılık sorunu) nasıl değerlendirmekte ve bu dönüşüm gazetecilik pratiğini nasıl yeniden şekillendirmektedir?

AS4: Gazeteciler, dijital medya ortamında hız ve doğruluk arasındaki gerilimi nasıl deneyimlemekte; bu ikilemle mesleki düzeyde nasıl başa çıkmaktadır?

AS5: Gazeteciler, “son dakika kültürü”nün gazetecilik pratikleri üzerindeki olumsuz ve sınırlı olumlu etkilerini nasıl yorumlamakta; bu kültürün haberin niteliği üzerindeki sonuçlarını nasıl değerlendirmektedir?

AS6: Gazeteciler, haberin dolaşıma girmesinde algoritmaların belirleyiciliğini, görünürlük mekanizmalarını ve sosyal medya platformlarının gazetecilik pratiğini yeniden yapılandıran etkilerini nasıl değerlendirmektedir?

AS7: Gazeteciler, tıkanma odaklı haberciliğin gazetecilik pratiğini sığlaştırdığına ilişkin algıyı nasıl ifade etmekte; tıkanma kaygısının haber içeriğini şekillendirme düzeyine ilişkin hangi yaklaşımları geliştirmektedirler?

AS8: Gazeteciler, yapay zekâ destekli araçları gazetecilik üretim sürecinde nasıl konumlandırmakta ve hangi amaçlarla kullanmaktadır?

AS9: Gazeteciler, yapay zekâ tarafından üretilen metinler ile insan yazımı haber metinleri arasındaki farkları (dil, anlam, duygu tonu, özgünlük, güvenilirlik ve editoryal sorumluluk gibi boyutlarda) nasıl değerlendirmektedir?

AS10: Gazeteciler, dijitalleşme ve yapay zekâ destekli habercilik süreçlerinde etik sınırları, risk alanlarını ve geleneksel gazetecilik etik ilkelerinin korunmasına ilişkin yaklaşımlarını nasıl tartışmaktadır?

AS11: Gazeteciler, bireysel gazetecilik olgusunu bağımsızlık, yalnızlık ve mesleki dönüşüm bağlamında nasıl değerlendirmekte; meslektaş dayanışmasına ve özgürlük algısına ilişkin yaklaşımları nasıl şekillenmektedir?

AS12: Gazetecilerin dijitalleşme, yapay zekâ ve algoritmik sistemlere yönelik tutumları kuşaklara göre nasıl farklılaşmakta; gazeteci profilleri hangi tipolojik örüntüler altında kümelenmekte ve analitik haritalama bulguları bu ayrışmayı nasıl görünür kılmaktadır?

AS13: Gazetecilere göre insan gazeteciliği, dijitalleşme ve yapay zekâ süreçleri karşısında hangi bağlamlarda vazgeçilmezliğini korumaktadır?

2.2. Araştırma Deseni ve Yaklaşım

Araştırma, temel olarak gazetecilerin dijital dönüşüm ve yapay zekâ süreçlerine ilişkin deneyimlerini ve anlamlandırma biçimlerini ortaya koymayı amaçladığından nitel araştırma yaklaşımı ağırlıklı biçimde tasarlanmıştır. Bununla birlikte araştırmada elde edilen nitel bulguların dağılımını ve vurgu yoğunluklarını daha görünür kılmak amacıyla nicel betimleyici tekniklerden yararlanılmıştır.

Güncel yöntem tartışmaları, nicel ve nitel yaklaşımların birbirinin alternatifi olmadığını birlikte kullanıldıklarında karmaşık sosyal olguların daha kapsamlı anlaşılmasına katkı sağlayan yöntemler olduğunu göstermektedir (Clark, 2017). Benzer biçimde Jensen (2002), medya ve iletişim araştırmalarının disiplinler arası niteliği doğrultusunda yöntem seçiminin araştırma probleminin doğasına bağlı olarak değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu çerçevede nicel teknikler, bu araştırmada nitel bulguların yapısını daha anlaşılır hâle getiren destekleyici betimleyici araçlar olarak kullanılmıştır.

Araştırmanın analiz yaklaşımı, yorumlayıcı ve betimleyici bir çerçevede geliştirilmiş; veriler betimsel analiz ilkelerine uygun biçimde ele alınmıştır. Betimsel analiz, verilerin

sistematiik biçimde düzenlenmesi, kodlanması ve tematik başlıklar altında sınıflandırılarak genel eğilimlerin ortaya konulmasına olanak sağlayan bir yöntemdir (Ültay, Akyurt ve Ültay, 2021). Buna ek olarak, nitel verilerin tematik örüntülerinin sistematiik biçimde tanımlanması, tekrar eden temaların görünür kılınması ve bulguların güçlendirilmesi bakımından tematik analiz yaklaşımı önemli katkılar sunmaktadır (Braun ve Clarke, 2006). Araştırmada kullanılan nicel görselleştirmeler, nitel analiz sonucunda ortaya çıkan temaların görelili dağılımını ve vurgu yoğunluklarını görünür kılma amacıyla kullanılmaktadır.

2.3. Çalışma Grubu

Araştırmanın katılımcı grubunu, Türkiye’de farklı medya kuruluşlarında görev yapan toplam 24 gazeteci oluşturmaktadır. Katılımcılar; kamu yayıncılığı, özel televizyon kanalları, haber ajansları, yazılı basın ve bağımsız gazetecilik alanlarında faaliyet gösteren aktif gazetecilerden oluşmaktadır.

Araştırmada katılımcı seçiminde belirli bir kurum, yayın politikası, kuşak veya deneyim düzeyi gibi sınırlayıcı kriterler önceden belirlenmemiştir. Örneklem grubu, medya kuruluşlarına iletilen görüşme taleplerine gönüllü olarak yanıt veren katılımcılardan oluşmuştur. Bu nedenle araştırmada gönüllü katılıma dayalı kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme, özellikle nitel araştırmalarda sıklıkla başvurulmuş ve araştırma konusuna ilişkin deneyimlerin derinlemesine incelenmesini amaçlayan olasılıksız bir örneklem yaklaşımıdır (Patton, 2002). Bu tür örnekleme yöntemlerinin temel amacı nicel anlamda istatistiksel temsil ve genelleme yapmak değil katılımcıların deneyim, algı ve değerlendirmelerini keşfetmek, betimlemek ve yorumlamaktır (Etikan vd., 2016, s.1-2).

Bu araştırmada katılımcıların mesleki profilleri ve kuşaklar arası dağılımları, araştırma sürecinde doğal olarak şekillenmiştir. Bu çeşitlilik, dijitalleşme ve yapay zekâ süreçlerinin gazetecilik pratiğinde farklı bağlamlarda ve farklı

deneyim düzeylerinde nasıl ele alındığını görünür kılmayı açısından işlevsel bir katkı sağlamıştır.

2.3.1. Katılımcı Listesi ve Medya Kuruluşları

Bu araştırmada toplam 24 gazeteci ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünün değerlendirilmesi, nicel araştırmalardaki gibi temsil ve genelleme kriterlerine dayanmaktan ziyade amaçlı veri üretimi, çeşitlilik ve veri doygunluğu ilkeleri üzerinden ele alınmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, gazetecilerin dijitalleşme ve yapay zekâ destekli habercilik deneyimlerini istatistiksel olarak genelleme yapmaktan öte, farklı medya pratiklerine ait mesleki değerlendirmeleri derinlemesine anlamlandırmaktır. Araştırmada farklı medya alanlarından (kamu yayıncılığı, haber ajansları, özel televizyon kanalları, yazılı basın ve serbest gazetecilik) katılımcıların yer alması, dijitalleşme ve yapay zekâ olgusunun gazetecilik pratiğinde farklı kurumsal bağlamlarda nasıl deneyimlendiğini karşılaştırmalı biçimde görünür kılmıştır.

Analiz sürecinde görüşmelerden elde edilen ifadelerde belirli temaların tekrar ettiği, gazetecilerin deneyimlerinin ortak örüntüler üzerinden yoğunlaştığı ve yeni görüşmelerin önceki temalara büyük ölçüde benzer vurgular eklediği gözlemlenmiştir. Bu durum, araştırma kapsamında ele alınan temel temalar açısından veri doygunluğunun oluştuğuna işaret etmektedir. Nitekim nitel araştırmalarda veri doygunluğu, ek veri toplamının tematik çerçeveye yeni bir içerik veya anlamlı bir kategori eklememeye başlamasıyla ilişkilendirilmektedir.

Bu çerçevede 24 katılımcı ile yürütülen görüşmeler, araştırma sorularının yanıtlanması bakımından yeterli nitel veri üretmiş, dijitalleşme ve yapay zekâ süreçlerinin gazetecilik pratiklerine etkisini hem mesleki refleksler hem etik tartışmalar hem de görünürlük/tıklanma dinamikleri üzerinden çok boyutlu biçimde ortaya koymayı mümkün kılmıştır. Dolayısıyla çalışma, nitel araştırmanın doğasına uygun biçimde, derinlik,

çeşitlilik ve doygunluk kriterleri üzerinden yöntemsel açıdan yeterli bir örneklem çerçevesi sunmaktadır.

Araştırmaya katılan gazeteciler ve görev yaptıkları medya kuruluşları Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Gazeteciler ve Kurumları

	Katılımcı Adı Soyadı	Çalıştığı Medya Kuruluşu
1	Ahmet Can	TRT Haber
2	Ahmet Furkan Güllalp	İhlas Haber Ajansı
3	Ali Onur Tosun	NOW Haber
4	Aziz Akova	Ekol TV
5	Cemal Köyük	Marmaris Haber
6	Deniz Elmas	Tarih TV
7	Dilruba Koçak	Bengü Türk TV
8	Diñçer Gökçe	Halk TV
9	Enes Geyik	Haber Global
10	Esra Tokat	Anka Haber Ajansı
11	Hasan Arslan	Anadolu Ajansı
12	Hazal Ocak	Serbest Gazeteci
13	Hilal Köse	Le Monde diplomatique
14	Hülya Keskin Oruçoğlu	Sözcü Gazetesi
15	İrem Karataş	Cumhuriyet Gazetesi
16	Mevlüt İşli	TGRT
17	Murat Bekmezci	CNN Türk
18	Murat Yılmaz	Hürriyet Gazetesi
19	Mustafa Berber	NTV
20	Öznur Atayeter	Meltem TV
21	Serkan Şimşek	Habertürk
22	Suat Yahyaoğlu	TRT Spor
23	Şeyda Karaca	Dünya Gazetesi
24	Vedat Arık	Cumhuriyet Gazetesi

2.4. Veri Toplama Süreci

Araştırmanın verileri, gazetecilerle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla elde edilmiştir. Görüşme formu, çalışmanın temel odağını oluşturan “Bir Mesleğin Değişen Yüzü: Dijital Dönüşüm ve Yapay Zekâ Ekseninde Gazetecilik” başlığı doğrultusunda hazırlanmış; gazeteciliğin dijitalleşme sürecinde geçirdiği dönüşümü ele alacak şekilde yapılandırılmıştır.

Görüşme soruları, beş ana tematik (T) başlık etrafında oluşturulmuştur:

- T1:** Dijitalleşme ve mesleki pratiklerin dönüşümü,
- T2:** Haberin zamansal dönüşümü ve “son dakika” kültürü,
- T3:** Görünürlük ve dolaşımda algoritmaların etkisi,
- T4:** Yapay zekânın gazetecilikte konumu ve etik sınırlar,
- T5:** Bireysel gazetecilik, mesleki kimlik ve özgürlük algısı.

2.5. Veri Analizi Süreci

Veri analizi çok aşamalı bir süreç olarak yürütülmüştür. İlk aşamada görüşme metinleri incelenmiş ve gazetecilerin ifadeleri doğrultusunda açık kodlama yapılmıştır. Katılımcıların aynı anlatı içinde birden fazla temaya değinebilmesi dikkate alınarak analiz sürecinde çoklu kodlama yaklaşımı benimsenmiştir.

İkinci aşamada, elde edilen kodlar tematik başlıklar altında bir araya getirilmiş; her bir temanın kaç gazeteci tarafından dile getirildiği belirlenmeye çalışılmıştır. Bazı temalar için tekil ifadeler esas alınırken, bazı temalarda aynı katılımcının birden fazla vurgu yaptığı durumlarda her bir vurgu ayrı bir veri birimi olarak değerlendirilmiştir.

Bu aşamada ortaya çıkan sayısal değerler, doğrudan ölçüm ya da standartlaştırılmış bir ölçek uygulamasına değil nitel içerik analizine dayalı olarak araştırmacı tarafından oluşturulan göreceli sıklık ve vurgu göstergelerine karşılık gelmektedir. Bazı görselleştirmelerde kullanılan sayısal aralıklar ve karşılaştırmalı skorlar, temalar arasındaki ilişkilerin daha anlaşılır biçimde

sunulması amacıyla analitik olarak yapılandırılmış olup nicel bir ölçüm iddiası taşımamaktadır.

Araştırma, nitel bir yaklaşımla yürütülmekle birlikte, nitel bulguların yoğunluğunu ve dağılımını betimlemek amacıyla genelleme ve nicel ölçüm iddiası ortaya koymadan destekleyici betimsel göstergelerden yararlanılmıştır.

2.6. Görselleştirme ve Analitik Süreçte Kullanılan Araçlar

Araştırmada elde edilen nitel verilerden türetilen görel sıklıkların ve vurgu yoğunluklarının görselleştirilmesi amacıyla Python programlama dili kullanılmıştır. Grafiklerin oluşturulmasında aşağıdaki kütüphanelerden yararlanılmıştır:

- **Matplotlib:** Grafiklerin iskeletini kurmak için kullanılır. Eksenler, başlıklar, etiketler ve genel görünüm burada ayarlanır.

- **Seaborn:** Grafiklerin daha temiz, düzenli ve okunması kolay görünmesini sağlar; özellikle istatistiksel grafiklerde işi kolaylaştırır.

- **Numpy:** Sayılarla çalışmanın bel kemiğidir; diziler oluşturmak ve temel hesaplamaları yapmak için kullanılır.

- **OS:** Grafik dosyalarını bilgisayarda doğru yere, sorunsuz şekilde kaydetmeye yarar; işletim sistemine bağlı dosya işlerini halleder.

- **Matplotlib rcParams:** Yazı tipleri ve karakter ayarları buradan yapılır; Türkçe karakterlerin bozulmadan görünmesini ve yazıların uyumlu olmasını sağlar.

Python ile üretilen görselleştirmeler, analiz sürecinin tekrar üretilebilir, şeffaf ve kontrollü biçimde yürütülmesine katkı sağlamıştır. Sunulan görseller, nicel ölçüm, istatistiksel genelleme ya da nedensel çıkarım üretmek amacıyla kullanılmamıştır. Grafikler; açık kodlama ve tematik sınıflama sonucunda ortaya çıkan bulguların görel sıklık, vurgu yoğunluğu ve temalar arası örüntü ilişkilerini daha anlaşılır kılmak amacıyla analitik bir destek aracı olarak tasarlanmıştır.

Bu kapsamda sunulan kümelenme, ilişki ağı, akış haritası ve dashboard uygulamaları, nitel bulguların şeffaflığını ve yorumlanabilirliğini güçlendiren betimleyici temsiller niteliğindedir.

2.7. Etik Süreç ve Etik Kurul Onayı

Araştırma, bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkeleri doğrultusunda yürütülmüş olup gerekli etik kurul izni alınmıştır. Çalışma, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu-2 tarafından değerlendirilmiş ve etik açıdan uygun bulunmuştur. Etik kurul onayı, Protokol No: 250114, Karar No: 100 ile 11.07.2025 tarihinde alınmıştır.

3. ARAşTIRMANIN BULGULARI

3.1. Dijitalleşme ve Mesleki Pratiklerin Dönüşümü

Dijitalleşme, gazeteciliği teknik araçlar ve dağıtım kanalları olmak üzere zaman kullanımı, üretim ritmi, haber seçimi, doğrulama pratikleri ve mesleki refleksler açısından dönüştürmektedir. Geleneksel gazetecilik anlayışında kurumsal yapılar, sabit çalışma düzenleri ve hiyerarşik editoryal süreçler belirleyici olurken, dijital ortamla birlikte gazetecilik pratikleri daha hız odaklı, çok platformlu ve esnek bir yapıya evrilmiştir. Bu dönüşüm, gazeteciler açısından yeni olanaklar kadar belirsizlikler, baskılar ve mesleki gerilim alanları da üretmektedir. Bu bölümde, dijitalleşmenin gazetecilerin gündelik mesleki alışkanlıklarını nasıl yeniden tanımladığı; haber üretim süreçlerini, çalışma biçimlerini ve mesleğe atfedilen anlamları nasıl dönüştürdüğü, gazetecilerin doğrudan deneyim ve değerlendirmeleri üzerinden incelenmektedir.

3.1.1. Dijitalleşmenin Mesleki Alışkanlıkları Yeniden Tanımlaması

Bu bölümde, gazeteciliğin dijital ortama taşınmasıyla birlikte mesleki alışkanlıklarda meydana gelen dönüşüm, gazetecilerin deneyimleri ve değerlendirmeleri doğrultusunda ele alınmaktadır. Bu amaçla katılımcılara, dijitalleşmenin gazetecilik pratiğine etkilerini anlamaya yönelik aşağdaki sorular yöneltilmiştir:

1. Gazeteciliğin dijitalleşmeye başlamasıyla birlikte sizin mesleki alışkanlıklarınız nasıl değişti?
2. Geleneksel medyada öğrendiğiniz yöntemleri dijital ortamda nasıl adapte ettiniz?
3. Dijital medyada hız mı, doğruluk mu önceliklidir? Bu ikilemle nasıl baş ediyorsunuz?
4. Dijital platformların gazeteciliği demokratikleştirdiğini düşünüyor musunuz?

Görüşme yapılan gazetecilerin önemli bir bölümü, dijitalleşmenin mesleki alışkanlıklarını bütünüyle ortadan kaldıran bir kopuş yaratmadığını ifade etmektedir. Bununla birlikte katılımcılar, haber üretim temposu, çalışma biçimleri, mesleki refleksler ve karar alma süreçlerinde belirgin bir dönüşüm ve kırılmanın yaşandığını vurgulamaktadırlar. Dijitalleşme, gazeteciler tarafından çoğunlukla hızın artması, mekânsal ve zamansal bağımlılığın azalması ve çoklu ortam üretiminin gündelik gazetecilik pratiğinin ayrılmaz bir parçası hâline gelmesi üzerinden tanımlanmaktadır.

Bu dönüşümü yalnızca teknik araçların değişimiyle sınırlamayan bazı gazeteciler, dijitalleşmenin düşünme ve karar almabiçimlerindeyeni bir form yarattığını ifade etmektedir. Bu bağlamda Arslan, dijitalleşmenin hız kavramını köklü biçimde yeniden tanımladığını belirterek şu ifadeyi kullanmaktadır: “Dijitalleşme ile mesleğimizde hız kavramı tamamen yeniden tanımlandı. Eskiden habere çıktığımızda günü yakalamak önemliydi. Bugün ise saniyeyi kaçırmak haberin etkisini kaybetmesi anlamına geliyor.”

Benzer şekilde Yılmaz, dijitalleşmenin mekâna bağlı gazetecilik anlayışını dönüştürdüğünü vurgulayarak haber üretim sürecinin artık internet bağlantısının olduğu her yerden sürdürülebildiğini ifade etmektedir. Bu durum, gazeteciliğin sabit bir mekân ve zaman çerçevesinde yürütülen bir pratik olmaktan çıkarak, hareketli ve süreklilik arz eden bir çalışma düzenine evrildiğine işaret etmektedir.

Bazı katılımcılar ise dijitalleşmeyi bir dönüşümden ziyade mesleğin doğal başlangıç koşulu olarak deneyimlediklerini belirtmektedir. Can, gazeteciliğe dijitalleşmiş bir medya ortamında başladığını ve bu nedenle mesleki alışkanlıklarında belirgin bir değişim yaşamadığını ifade etmektedir. Bu görüş, dijitalleşmenin etkilerinin kuşaklara göre farklı biçimlerde deneyimlendiğini göstermektedir. Nitekim Gökçe’nin “2000’li yılların başında mesleğe başlayanlarda geleneksel medyanın kodları baskın” şeklindeki değerlendirmesi, dijital dönüşümün

gazetecilik pratiğinde kuşaklar arası bir ayrışma yarattığını ortaya koymaktadır.

Görüşmelerde öne çıkan bir diğer temel boyut, dijitalleşmenin gazetecilerin zaman algısını ve mesleki reflekslerini dönüştürmesidir. Hız, gazetecilik pratiğinde merkezi bir konuma yerleşmiştir. Bu gelişme yeni baskı alanlarını da beraberinde getirmektedir. Arslan'ın hız vurgusu, İşli'nin "Gerçek bilgidен önce bilginin hızı önem kazandı" ifadesiyle desteklenmektedir. Şimşek ise sahadaki deneyimini "Hız, mesleki reflekslerimin merkezine oturdu" sözleriyle aktarmaktadır. Bununla birlikte gazeteciler hız baskısının güvenilirlik sorunlarını da beraberinde getirdiğini belirtilmektedir. Mustafa Berber, bu durumu "Güvenilir olmayan kaynakların ortaya attığı iddialar inandırıcılığı zedeliyor" ifadesiyle açıklamaktadır. Bu çerçevede hız, gazeteciler tarafından yalnızca teknik bir avantaj değil, doğrulama süreçlerini zorlayan yapısal bir sorun olarak da deneyimlenmektedir.

Dijitalleşme, gazetecilerin gündelik çalışma rutinleri ve haber tüketim pratiklerini de dönüştürmektedir. Geyik, sürekli çevrimiçi olma hâlinin mesleki alışkanlıkların ayrılmaz bir parçası hâline geldiğini belirterek, "Enformasyon akışının sosyal medyadaki uygulamalar üzerinden gerçekleşmesi biz gazetecileri birer telefon bağımlısı yaptı" ifadelerini kullanmaktadır. Koçak ise, içerik tüketim boyutuna dikkat çekerek, uzun soluklu metin ve belgesel tüketiminin geride kaldığını ifade etmektedir. Köse, gündem takibinin tamamen dijital mecralara kaydığını belirterek gazeteciliğin bilgiye erişim pratiklerinde köklü bir değişim yaşandığını vurgulamaktadır.

Öte yandan bazı gazeteciler dijitalleşmeyi habere yaklaşım biçimini değiştiren bir süreç olarak değerlendirmektedir. Elmas, izleyiciyle kurulan ilişkinin doğrudan ve etkileşimli bir yapıya büründüğünü belirtirken; Atayeter, dijitalleşmenin salt aktarımın ötesine geçerek veri analizini gündelik gazetecilik pratiğinin bir parçası hâline getirdiğini ifade etmektedir. Karataş'ın "Yapay zekâların gelişmesi mesleği büyük oranda

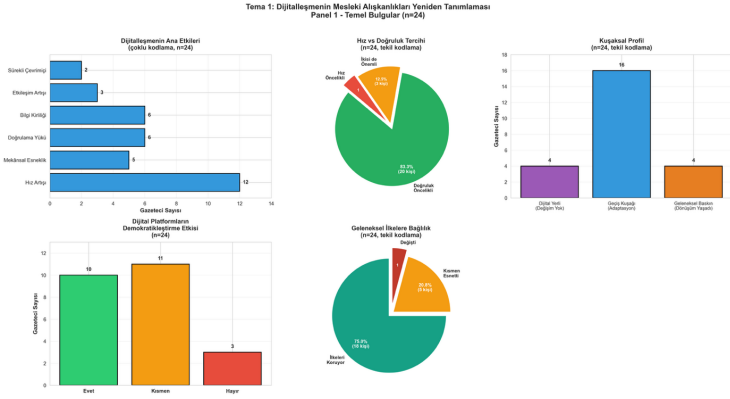
dönüştürdü” ifadesi ise dijitalleşmenin gazetecilik mesleğini yapısal düzeyde dönüştüren bir olgu olarak deneyimlendiğini göstermektedir.

Dijitalleşmenin bir diğer önemli sonucu, gazetecilikte tekil rol modelinin çözülmesi ve çoklu beceri gereksiniminin artmasıdır. Bekmezci, not alma pratiklerindeki değişime dikkat çekerken, Yahyaoğlu bir gazetecinin aynı haberi farklı platformlara uygun biçimde üretmek zorunda kaldığını vurgulamaktadır. Gazeteciler, hız artışıyla birlikte doğrulama yükünün belirgin biçimde arttığını ve bilgi kirliliğinin mesleki pratiğin temel sorun alanlarından biri hâline geldiğini ifade etmektedirler.

Sosyal medya kaynaklı içeriklerin yaygınlaşması, gazetecilerin yalnızca haber üreticisi değil, aynı zamanda yanlış bilginin ayıklanmasından sorumlu aktörler hâline gelmesine neden olmaktadır. Tosun, sosyal medyada haber olarak sunulan paylaşımların büyük bölümünün gazetecilik etik ilkelerinden ve 5N1K kuralından uzak olduğunu belirterek, “Sosyal medyada gördüğümüz, haber olarak nitelenen paylaşımların doğrulanması artık bize düşüyor” ifadelerini kullanmaktadır. Benzer şekilde Güllalp, doğrulama sürecinin vazgeçilmezliğini “Teyit edemeden hiçbir haberi vatandaşa ulaştırmıyoruz” sözleriyle vurgulamaktadır. Köyük, dijital platformlarda yoğun bir bilgi kirliliği yaşandığını ifade ederken, Berber bu durumun gazeteciliğin güvenilirliğini doğrudan etkilediğini belirtmektedir. Keskin Oruçoğlu’nun “hız getirdiği kadar bilgi kirliliği de getirdiği” yönündeki değerlendirmesi ise doğrulama yükü ile dezenformasyon arasındaki yapısal ilişkiye işaret etmektedir.

Son tahlilde gazeteci görüşleri, dijitalleşmenin gazeteciliği ortadan kaldıran bir kopuş değil; mesleki alışkanlıkları yeniden tanımlayan çok katmanlı bir dönüşüm alanı yarattığını göstermektedir. Dijitalleşme, gazetecilik pratiğinde süreklilik ve dönüşümün eş zamanlı olarak deneyimlendiği bir süreç olarak ortaya çıkmaktadır. Bu dönüşüme ilişkin nicel

görselleştirmeler Şekil 1 (Temel Bulgular) ve Şekil 2 (Detaylı Analiz) panellerinde sunulmaktadır.



Şekil 1. Dijitalleşmenin Mesleki Alışkanlıkları Yeniden Tanımlaması (Temel Bulgular)

Gazetecilerin dijitalleşme deneyimlerine ilişkin yapılan çoklu ve tekil kodlama analizleri, dijitalleşmenin mesleki pratikler üzerindeki etkilerinin birden fazla boyutta ortaya çıktığını göstermektedir. Şekil 1’de yer alan temel bulgular paneli, dijitalleşmenin gazetecilik pratiğine ilişkin genel eğilimleri görünür kılmaktadır.

Şekil 1 içerisinde yer alan grafiklere göre, gazetecilerin en sık vurguladıkları etki hız artışıdır. Katılımcıların yarısı (12/24), dijitalleşmenin haber üretim sürecini belirgin biçimde hızlandırdığını ifade etmektedirler. Bununla birlikte doğrulama yükü ve bilgi kirliliği altı gazeteci tarafından dile getirilmiş, mekânsal esneklik beş gazeteci tarafından vurgulanmıştır. Etkileşim artışı üç gazeteci tarafından ifade edilirken, sürekli çevrimiçi olma hâli iki gazeteci tarafından dile getirilmiştir. Bu kapsamda dijitalleşmenin ana etkilerine ilişkin toplam 34 atıf tespit edilmiştir.

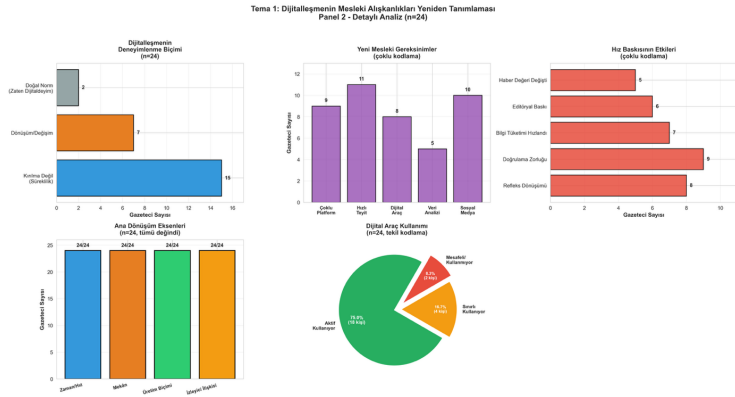
Hız ve doğruluk arasındaki ilişkiye yönelik tekil kodlama sonuçları da Şekil 1’de sunulmaktadır. Buna göre gazetecilerin büyük çoğunluğu, dijital ortamda hız baskısının yoğun biçimde

hissedilmesine rağmen doğruluğu hızdan daha öncelikli görmektedir. Katılımcıların 20'si (%83,3) doğruluğu öncelikli gördüğünü belirtirken, üç gazeteci (%12,5) hız ve doğruluğun birlikte önemli olduğunu ifade etmektedirler. Yalnızca bir gazeteci (%4,2) hızın öncelikli olduğunu dile getirmektedir. Bu bulgu, dijitalleşmenin getirdiği yapısal hız baskısına karşın etik ve mesleki önceliklerin büyük ölçüde korunduğuna işaret etmektedir.

Şekil 1'de yer alan bir diğer temel bulgu, kuşaklar arası profile ilişkindir. Bulgular, örneklemin ağırlıklı olarak geçiş kuşağından oluştuğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların 16'sı (%66,7) geçiş kuşağı olarak sınıflandırılırken, dört gazeteci (%16,7) dijital yerli, dört gazeteci (%16,7) ise geleneksel medyanın baskın olduğu bir mesleki formasyona sahip olduğunu ifade etmektedir. Bu durum, dijitalleşmenin gazetecilik pratiğinde en yoğun biçimde adaptasyon aşamasında olan kuşak tarafından deneyimlendiğini göstermektedir. Bazı gazeteciler için dijitalleşme, mesleğe zaten bu koşullar altında başlanmış olması nedeniyle bir "değişim" olarak değil, başlangıç normu olarak deneyimlenmektedir.

Dijital platformların gazeteciliği demokratikleştirip demokratikleştirmedigine ilişkin bulgular da Şekil 1 kapsamında değerlendirilmektedir. Gazeteci görüşleri bu konuda görece dengeli bir dağılım sergilemektedir. Katılımcıların %45,8'i dijitalleşmenin gazeteciliği kısmen demokratikleştirdiğini, %41,7'si demokratikleştirdiğini, %12,5'i ise bu yönde bir etki yaratmadığını ifade etmektedirler.

Son olarak geleneksel gazetecilik ilkelerine bağlılığa ilişkin bulgular, mesleki normların büyük ölçüde korunduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların %75'i geleneksel etik ve mesleki ilkeleri koruduğunu belirtirken, %20,8'i bu ilkelerin kısmen esnetildiğini, yalnızca bir gazeteci (%4,2) ise belirgin bir değişim yaşandığını ifade etmektedir. Bu sonuçlar, dijitalleşmenin gazetecilik ilkelerini büyük ölçüde aşındırmadığını ve normatif çerçevenin önemli ölçüde sürdürüldüğünü göstermektedir.



Şekil 2. Dijitalleşmenin Mesleki Alışkanlıkları Yeniden Tanımlaması (Detaylı Analiz)

Şekil 2, dijitalleşmenin gazetecilik pratiğinde nasıl deneyimlendiğini ve bu sürecin mesleki gereksinimler ile çalışma dinamikleri üzerindeki etkilerini daha ayrıntılı biçimde ortaya koymaktadır. Dijitalleşmenin deneyimlenme biçimine ilişkin bulgular, gazetecilerin büyük çoğunluğunun bu süreci bir kırılma olarak değil, süreklilik içinde bir dönüşüm olarak değerlendirdiğini göstermektedir. Katılımcıların %62,5'i dijitalleşmeyi kırılma olarak görmediğini ifade ederken, %29,2'si dönüşüm ya da değişim yaşandığını, %8,3'ü ise dijitalleşmenin mesleğin doğal normu hâline geldiğini vurgulamaktadırlar.

Yeni mesleki gereksinimlere ilişkin çoklu kodlama bulguları, dijitalleşmeyle birlikte gazetecilikte beklenen becerilerin belirgin biçimde çeşitlendiğini ortaya koymaktadır. Bulgulara göre gazetecilik pratiğinde en fazla ihtiyaç duyulan yeni mesleki gereksinim hızlı teyit becerisidir (11 atıf). Sosyal medya okuryazarlığı (10 atıf) ve çoklu platform yetkinliği (9 atıf) bu gereksinimi takip ederken, dijital araç kullanımı (8 atıf) ve veri analizi (5 atıf) görece daha az vurgulanmıştır. Bu kategoride toplam 43 atıf tespit edilmiştir. Bu sonuç, gazetecilerin dijitalleşme sürecinde yoğun biçimde yeni mesleki gereksinimlere odaklandığını göstermektedir.

Hız baskısının etkilerine ilişkin bulgular da Şekil 2 kapsamında çok boyutlu bir yapı ortaya koymaktadır. Doğrulama zorluğu (9 atıf), reflekslerin dönüşmesi (8 atıf), bilgi tüketiminin hızlanması (7 atıf), editöryal baskı (6 atıf) ve haber değerinin değişmesi (5 atıf) en sık dile getirilen etkiler arasında yer almaktadır. Bu kategoride toplam 35 atıf yapılmıştır.

Bununla birlikte bazı gazeteciler, dijitalleşmenin yalnızca hız ve erişimle sınırlı olmadığını; habere yaklaşım biçimini derinleştiren bir etki yarattığını da ifade etmektedir. Veri analizi ve bağlam kurma pratiğine yapılan vurgular, dijitalleşmenin yüzeysel bir hızlanmanın ötesinde, gazetecilikte yeni bir düşünme biçimini de beraberinde getirebildiğini doğrulamaktadır.

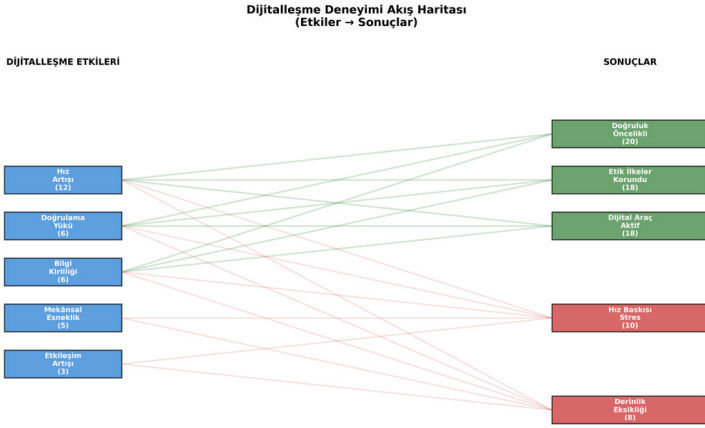
Araştırma bulguları, dijitalleşmenin gazetecilik pratiğinde dört ana dönüşüm ekseninde güçlü bir ortaklaşma yarattığını göstermektedir. Bu eksenler; zaman/hız, mekân, üretim biçimi ve izleyiciyle kurulan ilişki boyutlarıdır. Ayrıca dijital araç kullanımına ilişkin bulgular, gazetecilerin büyük çoğunluğunun bu araçları aktif biçimde kullandığını ortaya koymaktadır. Katılımcıların 18'i (%75,0) dijital araçları aktif kullandığını, dört gazeteci (%16,7) sınırlı kullandığını, iki gazeteci (%8,3) ise mesafeli olduğunu ya da kullanmadığını ifade etmektedirler. Bu sonuç, dijital araç kullanımının gazetecilik pratiğinde yaygın ve yerleşik bir unsur hâline geldiğini göstermektedir.

Son olarak çoklu platformlara uyum vurgusu, dijitalleşmenin gazetecilikte tekil rol modelini çözerek gazeteciyi aynı anda muhabir, editör, görsel üretici ve içerik dağıtıcısı konumuna taşıdığı bulgusunu ortaya koymaktadır.

3.1.2. Dijitalleşme Deneyiminin Gazetecilik Pratiğinde Çok Yönlü Sonuçları

Dijitalleşme sürecinin gazetecilik pratiğinde çok yönlü sonuçları olduğu ortaya çıkmıştır. Yapılan analizlerde dijitalleşmenin gazetecilik pratiği üzerindeki etkileri, tek yönlü bir ilerleme ya da gerileme olarak değil eşzamanlı biçimde

hem güçlendirici hem de baskılayıcı sonuçlar üreten çok katmanlı bir deneyim alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Şekil 3, gazetecilerin dijitalleşmeyi nasıl deneyimlediklerini, bu deneyimin hangi etkiler üzerinden hangi sonuçlara bağlandığını ve bu ilişkilerin nasıl bir gerilim yapısı ürettiğini görsel olarak ortaya koymaktadır.



Şekil 3. Dijitalleşmenin Gazetecilik Pratiğinde Yarattığı Çok Yönlü İlişki Ağı

Yukarıdaki şekilde yer alan akış haritası, dijitalleşmenin temel etkilerinin (hız artışı, doğrulama yükü, bilgi kirliliği, mekânsal esneklik ve etkileşim artışı) gazetecilik pratiğinde hem olumlu hem de olumsuz sonuçlarla eş zamanlı biçimde ilişkilendirildiğini göstermektedir. Özellikle hız artışı, doğrulama yükü ve bilgi kirliliği, gazeteciler tarafından en yoğun vurgulanan dijital etkiler olarak öne çıkmakta; bu etkiler bir yandan gazetecilikte doğruluk önceliğinin güçlenmesi, etik ilkelerin korunması ve dijital araçların aktif kullanımı gibi olumlu çıktılarla ilişkilendirilirken, diğer yandan hız baskısı, stres ve içerik derinliğinin azalması gibi olumsuz sonuçlara da bağlanmaktadır.

Şekil 3'te dikkat çeken temel bulgulardan biri, aynı dijital etkenlerin birden fazla ve hatta birbirine zıt sonuçlara yol açabilmesidir. Örneğin hız artışı, gazeteciler açısından haber

üretim süreçlerini hızlandırarak rekabet avantajı ve görünürlük sağlarken; aynı zamanda doğrulama süreçlerini zorlayan bir baskı alanı yaratarak stres düzeyini artırmakta ve içeriklerin derinliğini sınırlayabilmektedir. Benzer biçimde bilgi kirliliği ve doğrulama yükü, bir yandan gazetecilerin etik ilkelere daha sıkı biçimde sarılmalarını ve doğruluğu önceliklendirmelerini teşvik ederken, diğer yandan haber üretim sürecinde sürekli bir teyakkuz hâli ve zihinsel yük oluşturmaktadır.

Akış haritasında yer alan olumlu sonuçlar incelendiğinde, gazetecilerin dijitalleşme sürecinde doğruluğu önceliklendirme eğiliminin güçlendiği, etik ilkelerin korunduğu ve dijital araçların aktif kullanımının gazetecilik pratiğinin ayrılmaz bir parçası hâline geldiği görülmektedir. Bu durum, dijitalleşmenin gazeteciliğin normatif çerçevesini bütünüyle aşındırmadığını; aksine bazı durumlarda etik refleksi güçlendiren bir işlev de üstlenebildiğini göstermektedir.

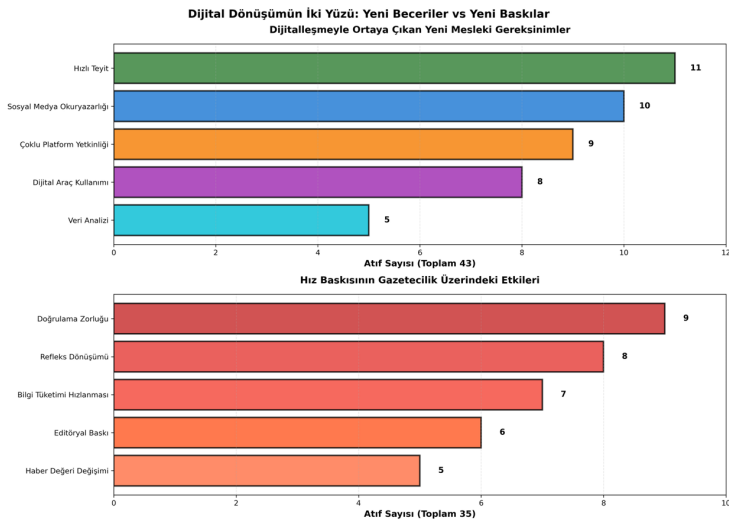
Buna karşılık olumsuz sonuçlar ekseninde hız baskısı ve stres ile içerik derinliğinde eksiklik öne çıkmaktadır. Gazeteciler, dijital ortamda sürekli güncel kalma zorunluluğunun, haber üretim süreçlerini yoğunlaştırdığını ve zaman baskısını artırdığını ifade etmektedirler. Bu baskının, özellikle analiz, arka plan ve bağlam gerektiren haber türlerinde derinliğin azalmasına yol açabildiği görülmektedir. Şekil 3'te bu olumsuz sonuçların birden fazla dijital etkenle ilişkilendirilmiş olması, dijitalleşmenin etkilerinin tek bir nedene indirgenemeyecek kadar karmaşık olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu bulgular, gazetecilerin dijitalleşmeyi ne bütünüyle olumlayan ne de tamamen reddeden bir perspektifle değerlendirdiklerini göstermektedir. Aksine dijitalleşme, gazeteciler açısından sürekli müzakere edilen, denge kurulmaya çalışılan ve çelişkili sonuçlar üreten bir pratik alanı olarak deneyimlenmektedir. Şekil 3'te sunulan çok yönlü ilişki ağı, dijitalleşmenin gazetecilik pratiğinde doğrusal bir dönüşümden ziyade, karşıt etkilerin aynı anda var olduğu gerilimli bir yapı yarattığını ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda dijitalleşme deneyimi, gazetecilik pratiğinde yalnızca teknik bir dönüşüm değil; mesleki değerlerin, etik önceliklerin ve üretim biçimlerinin sürekli yeniden tanımlandığı dinamik bir süreç olarak konumlanmaktadır. Dijitalleşmenin etkileri ile ortaya çıkan sonuçlar arasındaki bu çift yönlü ilişki, gazeteciliğin dijital çağda sabit bir formdan ziyade, sürekli yeniden şekillenen bir mesleki alan hâline geldiğini göstermektedir.

3.1.3. Dijital Dönüşümün Gazetecilikte Yeni Beceriler ve Artan Baskılar Üzerindeki Eşzamanlı Etkisi

Dijital dönüşüm, gazetecilik pratiğinde gazetecilerden beklenen mesleki yetkinlikleri ve bu yetkinliklerle birlikte ortaya çıkan yeni baskı alanlarını da eşzamanlı olarak yeniden şekillendirmektedir. Şekil 4, dijitalleşmeyle birlikte gazetecilikte ortaya çıkan yeni mesleki gereksinimler ile hız merkezli baskıların aynı anda nasıl deneyimlendiğini bütüncül bir biçimde ortaya koymaktadır.



Şekil 4. Dijital Dönüşümün Gazetecilikte Yeni Beceriler ve Artan Baskılar Üzerindeki Eşzamanlı Etkisi

Şekil 4'ün üst bölümünde yer alan çoklu kodlama bulguları, dijitalleşmeyle birlikte gazetecilik pratiğinde beklenen yeni mesleki becerilerin çeşitlendiğini göstermektedir. Bu bağlamda en fazla vurgulanan gereksinim hızlı teyit becerisidir (11 atıf). Gazeteciler, dijital ortamda hızlanan haber döngüsü ve artan bilgi kirliliği karşısında, doğrulama sürecinin daha kısa sürede ve daha yoğun biçimde yürütülmesini mesleki bir zorunluluk olarak tanımlamaktadırlar. Sosyal medya okuryazarlığı (10 atıf) ve çoklu platform yetkinliği (9 atıf) bu gereksinimi takip etmektedir. Bu durum, gazetecilerin yalnızca içerik üreticisi değil aynı zamanda içerik dolaşımını yöneten, platform dinamiklerini okuyan ve farklı mecralara uygun üretim yapabilen aktörler hâline geldiğini göstermektedir. Dijital araç kullanımı (8 atıf) ve veri analizi (5 atıf) ise görece daha az vurgulansa da gazetecilik pratiğinde giderek önem kazanan tamamlayıcı yetkinlikler olarak öne çıkmaktadır. Bu kategoride toplam 43 atıf tespit edilmiştir.

Şeklin alt bölümünde yer alan bulgular ise, dijitalleşmenin hız merkezli yapısının gazetecilik pratiğinde yarattığı baskı alanlarını görünür kılmaktadır. Doğrulama zorluğu (9 atıf), hız baskısının en belirgin sonucu olarak öne çıkmakta; gazetecilerin doğruluk ilkesini koruma çabalarının giderek daha fazla zaman ve emek gerektirdiğini ortaya koymaktadır. Reflekslerin dönüşmesi (8 atıf) ve bilgi tüketiminin hızlanması (7 atıf), gazetecilerin haber üretim süreçlerinde sürekli tetikte olma hâlini normalleştirdiğini göstermektedir. Buna ek olarak editöryal baskı (6 atıf) ve haber değerinin değişmesi (5 atıf), hız ve rekabet odaklı dijital ortamın, haberin seçimi ve sunumu üzerinde yeni baskı mekanizmaları yarattığını ortaya koymaktadır. Bu kategoride toplam 35 atıf yapılmıştır.

Şekil 4'ün bütüncül olarak ortaya koyduğu temel bulgu, dijital dönüşümün gazetecilikte yeni beceriler ile yeni baskıları birbirinden bağımsız süreçler olmaktan ziyade birbirini eş zamanlı olarak üreten ve besleyen dinamikler şeklinde yapılandırdığıdır. Gazeteciler, bir yandan hızlanan ve

parçalanmış dijital enformasyon ortamına uyum sağlayabilmek için yeni yetkinlikler geliştirmek zorunda kalırken; diğer yandan bu uyum süreci, mesleki stresin artmasına, doğrulama yükünün ağırlaşmasına ve haber üretim süreçlerinin daha yoğun bir baskı altında yürütülmesine neden olmaktadır.

Bu eşzamanlılık, dijitalleşmenin gazeteciler tarafından yalnızca teknik bir adaptasyon süreci olarak değil; mesleki değerler, etik öncelikler ve çalışma koşulları üzerinde sürekli müzakere gerektiren yapısal bir dönüşüm alanı olarak deneyimlendiğini göstermektedir. Yeni beceriler, gazeteciliğin dijital çağda sürdürülebilirliğini mümkün kılarken; artan baskılar, bu sürdürülebilirliğin hangi bedellerle sağlandığını görünür hâle getirmektedir. Bu yönüyle dijital dönüşüm, gazetecilik pratiğinde güçlenme ve zorlanmanın aynı anda yaşandığı gerilimli bir denge alanı yaratmaktadır.

3.2. Haber Zamanı: Hız Baskısı, Haber Ömrü ve “Son Dakika” Kültürü

Dijitalleşme, gazetecilik pratiğinde haberin zamanla kurduğu ilişkiyi de köklü biçimde dönüştürmüştür. Haber, dijital çağda giderek hız, anlık dolaşım ve sürekli güncellenme baskısı altında üretilen bir içerik formuna evrilirken bu dönüşüm gazetecilerin mesleki reflekslerini, etik karar alma süreçlerini ve haberin kalıcılığına ilişkin algılarını doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda haberin ömrü, “son dakika” pratiği ve tıklanma odaklı üretim anlayışı, dijital haberciliğin en yoğun gerilim alanlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Bu bölümde, gazetecilerin dijital çağda haberin zamansal değerine ilişkin algıları; hız baskısı, kalıcılık krizi ve “son dakika” kültürü ekseninde ele alınacaktır. Söz konusu dönüşümün gazetecilik pratiği üzerindeki mesleki ve duygusal etkileri çok boyutlu biçimde incelenecektir.

3.2.1. Dijital Çağda Haberın Ömrü: Anlık Haber, Hız Baskısı ve Kalıcılık Krizi

Dijitalleşmeyle birlikte haberin kamusal dolaşımdaki ömrü belirgin biçimde kısalmış, haber üretimi hız ve güncellik

ekseninde yeniden şekillenmiştir. Dijital medya ortamlarında haber, arşivlenerek kalıcılık kazanan bir kayıt olmaktan ziyade, anlık tüketilen ve hızla görünürlüğünü yitiren bir içerik formuna dönüşmüştür. Bu durum, gazetecilik pratiğinde haberin değeri, doğrulama süreçleri ve mesleki tatminle kurulan ilişkiyi de etkilemektedir.

Bu bağlamda haberin zamansal dönüşümünü anlamaya yönelik olarak gazetecilere aşağıdaki sorular yöneltilmiştir:

1. Dijital çağda bir haberin ömrü çok kısa. Bu konuyu nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu durum sizin üretim sürecinizi nasıl etkiliyor?
2. Artık “son dakika” kültürü hâkim. Bu baskı sizde nasıl bir iz bırakıyor?
3. Güncel olanın değerinin artması, arşivlik haberciliği nasıl etkiledi?
4. Kalıcılıktan çok tıklanma odaklı habercilik sizce gazeteciliği sığlaştırıyor mu?

Yanıtlara ilişkin yapılan analizlerde Şekil 5’te yer alan grafikler, dijitalleşmenin gazetecilik pratiğinde en belirgin etkilerinden birinin haberin zamana bağlı olarak anlam kazanması olduğunu ortaya koymaktadır. Görüşmelerde gazeteciler, haberin artık kalıcı bir kamusal kayıt olmak ziyade, anlık tüketilen ve hızla değersizleşen bir içerik formuna dönüştüğünü vurgulamaktadırlar. Bu dönüşümün yalnızca üretim temposunu değil; gazetecilik reflekslerini, etik karar alma süreçlerini ve mesleki tatmin duygusunu da doğrudan etkilediği görülmektedir.

Haberin ömrünün kılınmasına ilişkin olarak gazetecilerin önemli bir bölümü, dijital çağda haberin saniyeler ve saatlerle ölçülen bir zaman dilimine sıkıştığını ifade etmektedir. Bu durum, gazetecileri sürekli güncel kalmaya ve aynı olay hakkında parçalı içerikler üretmeye zorlamaktadır. Can bu süreci şu sözlerle açıklamaktadır: “*Haberi üretirken hızlı ama doğru olma dengesini zorunlu kılıyor. Planlı ve önceden araştırılmış*

içerikler hızlı güncelleme ile destekleniyor. Bana sürekli günceli takip etme alışkanlığı sağlıyor.” Benzer biçimde Gülalp, haberin hızlı tüketilmesine karşı geliştirilen üretim stratejisini şöyle ifade etmektedir: “Biz de haberlerimizin hızlı tükendiğini biliyoruz ve bir haber yazarken tüm detayları tek haber altında toplamıyoruz. Bir olay için birden çok haber yazıyor ve peyderpey sunuyoruz.” Bu yaklaşım, dijital habercilikte olayın kendisinden ziyade akışın önceliklendirildiğini göstermektedir.

“Son dakika” kültürü ve hız-doğruluk gerilimi bağlamında ortaya çıkan temel temalardan biri, hız baskısının yarattığı stres, etik gerilim ve mesleki yıpranmadır. Gazeteciler, hız baskısının bir yandan mesleki refleksleri keskinleştirdiğini, diğer yandan yanlış bilgi riskini artırdığını ifade etmektedirler. Tosun, son dakika kavramının haberin içeriğini boşalttığını şu sözlerle dile getirmektedir: *“Haberci gözüyle baktığınızda verilen son dakika bilgilerinin aslında gazetecilik faaliyeti değil basın bültenleri olduğunu görüyorsunuz. Haberin içine yedirilebilecek gelişmeler ‘tık almak’ adına son dakika olarak paylaşıyor.”* Buna karşılık bazı gazeteciler, teyit koşulu sağlandığında son dakika haberlerinin mesleki tatmin yarattığını da belirtmektedir. Bekmezci bu durumu şöyle ifade etmektedir: *“Son dakika haber vermek kadar tatmin edici bir his mesleki anlamda sayılıdır. Baskı mesleğe yeni başlayan arkadaşlarda yoğun şekilde hissedilir.”*

Ancak özellikle dijital platformlarda teyitsiz bilgiyle son dakika geçme baskısının gazetecileri zorladığı da vurgulanmaktadır. Koçak bu durumu sahadaki deneyimi üzerinden şöyle aktarmaktadır: *“Kamera sizdeyken ve hiçbir şey bilmiyorken bir bilgi tanesi üzerinden zamana oynamak hakikaten çok zor.”* Bu ifadeler, hızın gazetecilikte yapısal bir zorunluluk haline geldiğini; ancak doğruluk ilkesini sürekli tehdit eden bir baskı yarattığını ortaya koymaktadır.

Güncellik karşısında arşivlik haberciliğin durumu konusunda ise gazetecilerin görüşleri ayrışmaktadır. Gazetecilerin önemli bir bölümü, güncel olana verilen aşırı değerin arşivlik ve

derinlikli haberciliği görünmez kıldığını ifade etmektedir. Tokat bu durumu şu sözlerle dile getirmektedir: *“Detaylı bir haber hazırlamak, derinlemesine araştırmalar yapıp analizlere yer vermek ne yazık ki şu an çok zor.”* Buna karşın bazı gazeteciler, iyi haberin izleyici belleğinde kalıcılığını koruduğunu savunmaktadır. Tosun bu durumu şöyle ifade etmektedir: *“İzleyici iyi haberi hatırlıyor, unutmuyor.”* Belgeselci perspektiften konuşan Elmas ise habercilik ile belgeselcilik arasındaki zamansal farkı şu sözlerle ortaya koymaktadır: *“Biz geçmişte yaşanan olayları bugünkü bakış açısıyla ele aldığımız için çok daha kalıcı içerikler hazırlıyoruz.”*

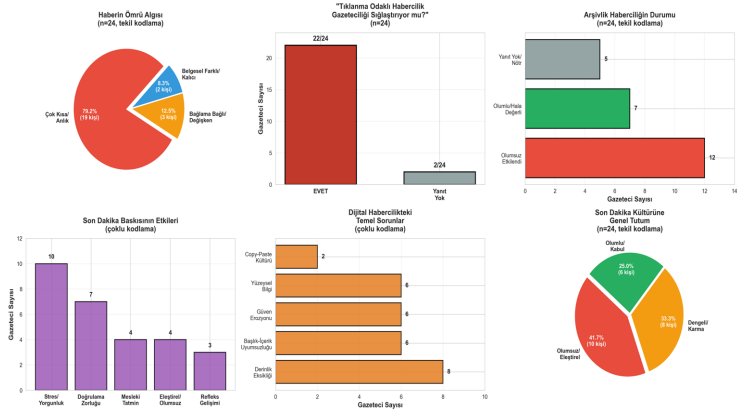
Tıklanma odaklı habercilik ve mesleki erozyon algısı konusunda ise neredeyse tüm gazeteciler fikir birliği içindedir. Özellikle başlık-içerik uyumsuzluğu, güven ilişkisini zedeleyen temel unsurlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Gökçe bu durumu şu sözlerle ifade etmektedir: *“Tıklanma kaygısı ile yapılan bir dizi haber, dijital dünyadaki haberciliğe çok ağır bir darbe vuruyor.”* Ocak, tıklanma baskısının etik ihlallere yol açtığını şu sözlerle vurgulamaktadır: *“Bazen rekabet ve tıklanma hırsı o kadar ağır basıyor ki birçok iddianın iyi araştırılmadan iddia olarak hızlıca yayıldığını görüyorum.”* Arslan ise bu sürecin yalnızca sığlaşma değil, aynı zamanda güven erozyonu yarattığını ifade etmektedir: *“Tıklanma kaygısı, bu sorumluluğun önüne geçtiğinde meslek sadece sığlaşmaz, aynı zamanda güven erozyonuna da uğrar.”*

Yanıtlara ilişkin yapılan analizler sonucunda Şekil 5’te yer alan nicel bulgular, bu nitel değerlendirmeleri güçlü biçimde desteklemektedir. Gazetecilerin büyük çoğunluğu haberin ömrünü “çok kısa” ya da “anlık” olarak tanımlamakta; tıklanma odaklı haberciliğin gazeteciliği sığlaştırdığı yönünde yüksek düzeyde bir uzlaşa bulunmaktadır. Arşivlik habercilik ve son dakika kültürüne yönelik tutumlar ise daha parçalı ve deneyime dayalı farklılaşmalar içermektedir.

Genel olarak bu bulgular, dijital çağda haber zamanının kısaldığını, hız baskısının gazeteciler üzerinde yoğun bir stres

yarattığını ve ölçülebilirlik ile editoryal değerler arasında yapısal bir çatışma bulunduğunu ortaya koymaktadır. Buna karşın arşivlik habercilik ve son dakika pratiğine yönelik değerlendirmelerde belirgin bir görüş ayrılığı bulunmaktadır. Bu durum, dijital gazeteciliğin gazeteciler tarafından çelişkili, çok yönlü ve gerilimli bir dönüşüm süreci olarak deneyimlendiğine işaret etmektedir.

Dijital Çağda Haber Zamanının Dönüşümü: Anlıklaşma, Hız Baskısı ve Kalıcılık Krizi
24 Gazeteciyle Derinlemesine Görüşme Bulguları



Şekil 5: Dijital Çağda Haberin Ömrünün Kısalmasına Yönelik Gazeteci Algıları

Şekil 5, dijital çağda haber zamanının dönüşümüne ilişkin gazeteci algılarının çok boyutlu bir görünümünü sunmaktadır. Grafikler birlikte değerlendirildiğinde, dijitalleşmenin haberin ömrü, üretim temposu, editoryal öncelikler ve mesleki deneyim üzerinde eşzamanlı ve çoğu zaman gerilimli etkiler yarattığı görülmektedir.

Şekil 5'in "Haberin Ömrü Algısı" başlıklı alt paneli, gazetecilerin haberin zamansal değerine ilişkin algısının büyük ölçüde "anlık ve çok kısa" yönünde yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Görüşmeye katılan 24 gazetecinin 19'u (%79,2), dijital çağda bir haberin ömrünü çok kısa ya da anlık olarak tanımlamaktadır. Buna karşılık 3 gazeteci (%12,5), haberin ömrünün bağlama göre değişebildiğini ifade ederken; yalnızca

2 gazeteci (%8,3), belgesel nitelikli ya da farklı formatlardaki haberlerin kalıcılığını koruyabildiğini belirtmiştir. Bu dağılım, dijital çağda haberin çoğunlukla geçici bir içerik olarak algılandığını ortaya koymaktadır.

Şekil 5'te yer alan "Tıklanma Odaklı Habercilik Gazeteciliği Sığlaştırıyor mu?" başlıklı alt panel, bu algıyı tamamlayıcı nitelikte güçlü bir uzlaşıya işaret etmektedir. Katılımcıların 22'si (%91,7), tıklanma odaklı haberciliğin gazeteciliği sığlaştırdığı yönünde görüş bildirmiştir. Yalnızca 2 gazeteci (%8,3) bu soruya yanıt vermemiştir. Gazetecilerin neredeyse tamamının bu yönde görüş belirtmesi, tıklanma baskısının mesleki niteliğe olumsuz etki ettiği algısının son derece güçlü olduğunu göstermektedir.

Haberin kalıcılığı bağlamında değerlendirilen "Arşivlik Haberciliğin Durumu" alt paneli ise gazeteciler arasında net bir fikir birliği olmadığını ortaya koymaktadır. Katılımcıların 12'si, arşivlik haberciliğin dijitalleşme sürecinden olumsuz etkilendiğini ifade ederken; 7 gazeteci arşivlik haberlerin hâlâ değerini koruduğunu belirtmektedir. 5 gazeteci ise bu konuda net bir görüş bildirmemiştir. Bu dağılım, arşivlik haberciliğin geleceğine ilişkin gazeteciler arasında ortak bir kanaat oluşmadığını ve görüşlerin ikiye ayrıldığını göstermektedir.

Şekil 5'teki "Son Dakika Baskısının Etkileri" başlıklı çoklu kodlama sonuçları, son dakika pratiğinin gazeteciler üzerinde ağırlıklı olarak olumsuz duygusal ve mesleki etkiler yarattığını ortaya koymaktadır. Toplam 28 atıf içerisinde en sık dile getirilen etki stres ve yorgunluk olup bu durum 10 gazeteci tarafından ifade edilmiştir. Doğrulama süreçlerinin zorlaşması 7 atıfla ikinci sırada yer alırken; son dakika pratiğinin mesleki tatmin sağladığını belirten 4 gazeteci olduğu görülmektedir. Buna karşılık 4 gazeteci, son dakikayı eleştirel ve olumsuz bir deneyim olarak değerlendirmiştir. Refleks geliştirme ise 3 atıfla en az dile getirilen etki olmuştur. Bu dağılım, son dakika baskısının gazetecilik pratiğinde ağırlıklı olarak olumsuz duygularla ilişkilendirildiğini göstermektedir.

Dijital habercilikte öne çıkan temel sorunlara ilişkin bulguların yer aldığı “Dijital Habercilikte Temel Sorunlar” alt panelinde ise en fazla vurgulanan sorun derinlik eksikliği olmuştur. Bu tema 8 kez ifade edilmiştir. Derinlik eksikliğini; başlık-içerik uyumsuzluğu, güven erozyonu ve yüzeysel bilgi üretimi izlemekte olup bu sorunların her birine 6 kez atıf yapılmıştır. Copy/paste (kopyala/yapıştır) kültürü ise 2 atıfla daha sınırlı bir sorun alanı olarak öne çıkmaktadır. Bu bulgular, gazetecilerin dijital habercilikte niteliksel derinliği en önemli sorun alanı olarak algıladıklarını ortaya koymaktadır.

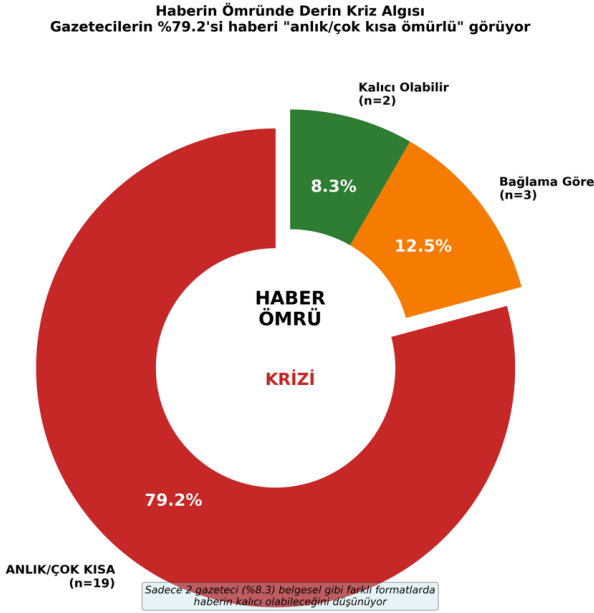
Son olarak “Son Dakika Kültürüne Genel Tutum” başlıklı alt panel, gazetecilerin bu pratiğe yönelik değerlendirmelerinin tek yönlü olmadığını göstermektedir. Katılımcıların %41,7’si son dakika kültürüne yönelik olumsuz ve eleştirel bir tutum sergilerken; %33’ü bu pratiği dengeli ya da karma bir biçimde değerlendirmektedir. %25’lik bir kesim ise son dakika kültürünü olumlu ya da kabul edilebilir bulmaktadır. Bu dağılım, son dakika kültürüne yönelik tutumların gazetecilerin bireysel deneyimlerine bağlı olarak farklılaştığını ortaya koymaktadır.

Genel olarak Şekil 5’ten elde edilen nicel bulgular, dijital çağda haberin ömrünün belirgin biçimde kısaldığını, tıklanma odaklı haberciliğin büyük ölçüde sığlaştırıcı bir etki yarattığını ve son dakika baskısının gazeteciler üzerinde yoğun bir stres oluşturduğunu göstermektedir. Buna karşılık arşivlik habercilik ve son dakika kültürüne yönelik tutumlarda belirgin bir görüş ayrılığı bulunmaktadır. Bu durum, dijital gazeteciliğin gazeteciler tarafından çelişkili, çok yönlü ve gerilimli bir dönüşüm süreci olarak deneyimlendiğine işaret etmektedir.

3.2.2. Gazetecilerin Haber Ömrüne İlişkin Algısında Derinleşen Kırılma

Dijital habercilik ortamında hızın belirleyici hale gelmesi, gazetecilerin haberin kalıcılığına ilişkin algılarında belirgin bir kırılmaya yol açmıştır. Bu bölümde, gazetecilerin haberin ömrünü nasıl tanımladıkları ve bu dönüşümü mesleki pratikleri açısından nasıl anlamlandırdıkları ele alınmaktadır. Şekil 6,

gazetecilerin haberin zamansal değerine ilişkin algılarında belirgin bir kırılmaya işaret etmektedir. Görüşmeye katılan gazetecilerin büyük çoğunluğu, dijital çağda haberin ömrünü anlık ya da çok kısa süreli bir olgu olarak değerlendirmektedir. Bulgular, haberin kalıcı bir kamusal kayıt olma niteliğinin zayıfladığını; haberin giderek hızlı tüketilen, kısa süreli bir içerik formuna dönüştüğünü ortaya koymaktadır.



Şekil 6. Hız Baskısının Haber Üretim Süreçlerine Etkisi

Şekil 6'da yer alan dağılıma göre, 24 gazetecinin 19'u (%79,2) haberin ömrünü anlık/çok kısa olarak tanımlamaktadır. Buna karşılık 3 gazeteci (%12,5), haberin ömrünün bağlama göre değişebileceğini ifade ederken; yalnızca 2 gazeteci (%8,3), belgesel nitelikli ya da farklı formatlardaki haberlerin kalıcılığını koruyabileceğini belirtmiştir. Kalıcılığa ilişkin bu görüşlerin sınırlı ve istisnai düzeyde kalması, dijital haber ortamında süreklilik algısının zayıfladığını göstermektedir.

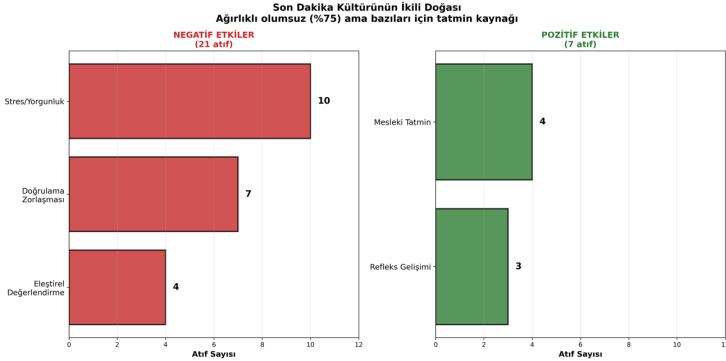
Bu dağılım, dijital habercilikte hız ve tüketim döngüsünün, haberin zamansal değerini belirleyen temel unsur hâline geldiğini ortaya koymaktadır. Haberin kısa sürede üretilmesi, hızla dolaşıma sokulması ve yine hızla gündemden düşmesi, gazeteciler açısından haberciliğin süreklilik boyutunu zayıflatan yapısal bir dönüşüm olarak deneyimlenmektedir. Dolayısıyla gazetecilerin algısında haber, giderek kalıcı bir üretim olmaktan uzaklaşmakta; geçici ve hızlı tüketilen bir içerik formu olarak konumlanmaktadır.

Şekil 6'nın ortaya koyduğu bu tablo, dijital çağda haberciliğin yalnızca teknik olarak hızlanmadığını; aynı zamanda gazetecilerin haberle kurduğu zamansal ilişkiyi köklü biçimde dönüştürdüğünü göstermektedir. Haber ömrüne ilişkin bu algısal kırılma, bir sonraki aşamada hız baskısı, tıklanma odaklı üretim ve son dakika kültürüyle birleşerek gazetecilik pratiğinde daha geniş bir gerilim alanı yaratmaktadır.

3.2.3. Son Dakika Kültürünün Gazetecilik Pratikleri Üzerindeki Olumsuz ve Sınırlı Olumlu Etkileri

Dijital çağda haber üretiminin hız ekseninde yeniden yapılandırılması, “son dakika” pratiğini gazetecilik faaliyetinin merkezi bir bileşeni hâline getirmiştir. Ancak bu pratik, gazeteciler açısından hız ve rekabet avantajı sunan bir araç olmakla birlikte mesleki stres, etik gerilim ve nitelik tartışmalarını da beraberinde getiren bir baskı alanı olarak deneyimlenmektedir.

Aşağıdaki şekil 7, son dakika kültürünün gazetecilik pratiğinde ağırlıklı olarak olumsuz bir deneyim alanı olarak algılandığını ortaya koymaktadır. Olumsuz etkiler arasında stres ve yorgunluk en sık dile getirilen sorun olarak öne çıkarken (10 atf), doğrulama süreçlerinin zorlaşması (7 atf) ve eleştirel değerlendirme imkânlarının azalması (4 atf) dikkat çekmektedir. Bu bulgular, hız baskısının gazetecilerin yalnızca çalışma temposunu değil, aynı zamanda haberin denetlenme ve değerlendirilme biçimini de doğrudan etkilediğini göstermektedir.



Şekil 7. “Son Dakika” Kültürünün Gazetecilik Pratikleri Üzerindeki Etkileri

Buna karşılık, daha sınırlı sayıda katılımcı son dakika pratiğini mesleki tatmin (4 atıf) ve refleks gelişimi (3 atıf) açısından olumlu bir deneyim olarak değerlendirmektedir. Bu görüşler, özellikle sahada aktif çalışan ve hızla karar alma gerektiren durumlarda son dakika haber üretiminin gazetecilik reflekslerini keskinleştirdiği yönündeki deneyimlere dayanmaktadır. Ancak nicel dağılım, bu olumlu etkilerin genel tablo içinde ikincil düzeyde kaldığını ortaya koymaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, son dakika kültürü gazetecilik pratiğinde yapısal bir baskı alanı üretmekte; olumlu etkiler, yoğun hız baskısı, doğrulama zorlukları ve artan mesleki stresin gölgesinde kalmaktadır. Bu durum, dijital habercilikte hızın gazetecilik değerleriyle müzakere edilen bir gerilim alanı olduğunu göstermektedir.

3.3. Görünürlük ve Dolaşım: Algoritmaların Etkisi

Dijitalleşme süreciyle birlikte gazetecilik pratiğinde üretilen haberlerin dolaşıma girme koşulları ve kamusal görünürlük düzeyleri de köklü biçimde dönüşmüştür. Özellikle dijital platformlarda içeriklerin algoritmalar aracılığıyla sıralanması, önerilmesi ve dağıtılması, haberin hangi ölçüde görünür olacağını belirleyen yeni bir editoryal katman ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda görünürlük, haberin niteliğinden bağımsız düşünilemeyen, ancak giderek teknik ve algoritmik

süreçlerle iç içe geçen bir unsur haline gelmiştir. Bu bölümde, algoritmaların haberin dolaşımı üzerindeki etkisi gazetecilerin deneyimleri ve algıları üzerinden ele alınmaktadır.

3.3.1. Görünürlük Çağı: Algoritmaların Kalemi

Haberin yayılımının artık ne ölçüde algoritmalara bağlı hale geldiğini anlamak amacıyla bu bölümde gazetecilere aşağıdaki sorular yöneltilmiştir:

1. Haberin değeri mi, algoritmanın favorisi olmak mı daha önemli hale geldi?
2. Kendi görünürlüğünüzü artırmak için neler yapıyorsunuz?
3. Tıklanma kaygısı ile haberin içeriğini şekillendirmek zorunda kaldığınız oldu mu?
4. Sosyal medya, haberciliği nasıl yeniden şekillendirdi?

Gazetecilerin yanıtları, haberin dolaşıma girmesinde algoritmaların belirleyici bir aktör haline geldiğini açık biçimde ortaya koymaktadır. Katılımcıların önemli bir bölümü, günümüzde haber değerinin tek başına yeterli olmadığını ifade etmektedirler. Algoritmik kürasyonun etkisini Koçak şu sözlerle değerlendirmektedir: *“Artık izleyicinin önüne düşmeyen haber, haberdan bile sayılmıyor.”* Benzer biçimde Yahyaoğlu, algoritmalarla temas etmeyen bir içeriğin kamusal etki yaratma ve geniş kitlelere ulaşma konusundaki gücünün zayıfladığını vurgulayarak: *“Dünyanın en iyi haberini yapsanız bile bunu kimse görmüyorsa bir değeri yoktur”* ifadesini kullanmaktadır.

Öte yandan bazı gazeteciler, algoritmik baskıya rağmen haber değerinin belirleyiciliğine atıf yapmaktadırlar. Tosun, *“Değerli bir haberin yayılmasını hiçbir algoritma engelleyemez”* diyerek konuya yaklaşmaktadır. Köyük ise, *“Yaptığınız haber ses getirirse algoritmanın çok da önemi yok”* sözleriyle benzer bir düşüncede bulunmaktadır. Bu yaklaşım, gazeteciler arasında algoritmik gerçekliğin kabulü ile mesleki etik idealin korunması arasındaki gerilimi görünür kılmaktadır.

Gazetecilerin büyük bir kısmı, görünürlüklerini artırmak için sosyal medya platformlarını aktif biçimde kullandıklarını belirtmektedir. Can, içeriklerini dijital platformlarda paylaştığını ifade ederken; Güllalp, *“Sosyal medyamda yazdığım özel haberleri paylaşıyorum”* sözleriyle bu pratiği doğrulamaktadır. Koçak ise görünürlük ile paylaşım sıklığı arasındaki ilişkiyi açık biçimde tanımlayarak, *“Siz ne kadar paylaşım yaparsanız izleyen sayısı da artıyor”* demektedir. Arslan ise algoritmayı tamamen reddetmek yerine, *“Haberi insan için yazıyorum ama algoritmayı da doğru yönetmeye çalışıyorum”* diyerek daha dengeli bir strateji tanımına yönelmektedir.

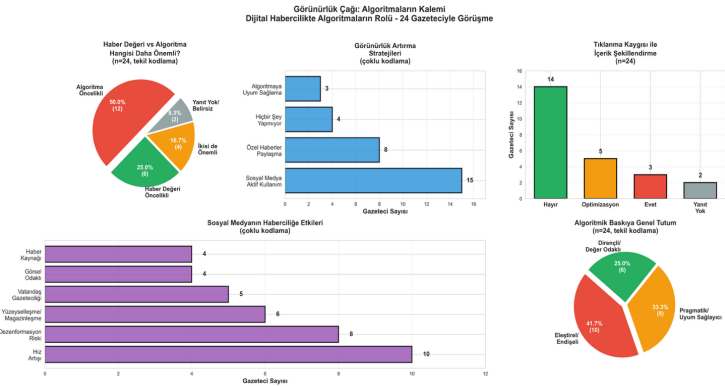
Tıklanma kaygısına ilişkin yanıtlar ise iki ana eksende şekillenmektedir. Bir grup gazeteci, özellikle televizyon ve basılı medya kökenli olanlar, bu baskıyı doğrudan yaşamadıklarını ifade etmektedir. Bekmezci, *“Televizyon haberciliği yaptığım için böyle bir durumla karşılaşmadım”* derken; Mustafa Berber, *“Haberin önüne muhabir geçmemeli”* diyerek tıklanma odaklı haberciliğe mesafesini ortaya koymaktadır. Buna karşın dijital alanda da aktif olan gazeteciler, tıklanma baskısının haber üretim sürecinde kaçınılmaz bir unsur haline geldiğini kabul etmektedirler. Karataş, *“Trafik almak haberin değerini belirler hale geldi”* ifadesiyle bu dönüşümü eleştirirken; Arslan, *“İçeriği saptırmadan yalnızca sunum biçimini optimize ediyorum”* diyerek etik sınırların korunması gerektiğini vurgulamaktadır. Yahyaoğlu ise bu durumu daha pragmatik bir çerçevede değerlendirerek, *“Haberi tıklansın diye şekillendiririm ama içeriği çarpıtmam”* ifadesini kullanmaktadır.

Sosyal medyanın haberciliği nasıl yeniden şekillendirdiği yönündeki soruya verilen yanıtlar ise hem fırsat hem de risk boyutlarını içermektedir. Can, sosyal medyanın haberin hızını artırdığını ancak *“dezenformasyon ve doğrulama ihtiyacını da aynı oranda artırdığını”* belirtmektedir. Şimşek ise, *“Sahadan bilgi aktarma süresini saniyelere indirdi ama doğrulama süreçlerini zorlaştırdı”* sözleriyle bu ikili yapıyı vurgulamaktadır. Elmas ve Arık, sosyal medyanın

haberciliği yüzeyselleştirdiğini ve magazinleştirdiğini ifade ederek içeriklerin giderek sığ bir bilgi alanına dönüştüğünü dile getirmektedir. Buna karşılık Ocak ve Köse'nin ifadeleri, algoritmik hız ve tıklanma baskısına rağmen yavaş, derinlikli ve arşivlik gazetecilik arayışının sürdüğünü göstermektedir. Ocak, *"Bu tıklanma ve hız çılgınlığı arttıkça daha da yavaşlamayı tercih ettim"* diyerek bilinçli bir karşı duruş sergilerken; Köse, *"Çok iyi bir haber az da olsa algoritmayı ezip geçebiliyor"* ifadesiyle mesleki umudun tamamen kaybolmadığını ortaya koymaktadır.

Gazeteci görüşlerine dayalı bu nitel analiz, algoritmaların habercilik alanında yeni bir editoryal güç olarak konumlandığını göstermektedir. Ancak gazetecilerin bu gücü mutlak bir belirleyici olarak değil, etik, mesleki ve kamusal sorumluluklarla sürekli müzakere edilmesi gereken bir unsur olarak kavradıkları görülmektedir. Görünürlük çağında gazetecilik, ne tamamen algoritmaların tahakkümü altına girmiş ne de onları bütünüyle reddetmiştir. Aksine gazeteciler, bu yeni düzen içinde haberin özünü korumaya çalışarak görünürlük ile haber değeri arasındaki dengeyi yeniden tanımlamaya yönelmektedirler.

Bu değerlendirmelere ilişkin nicel ve nitel bulgular, aşağıdaki Şekil 8'de yer alan grafikler aracılığıyla görselleştirilmiştir.



Şekil 8. Algoritmik Görünürlüğün Haber Dolışımı Üzerindeki Etkisi

Şekil 8, dijital habercilikte görünürlük ve dolaşımın giderek algoritmik süreçler tarafından belirlendiğine yönelik güçlü bir algıyı ortaya koymaktadır. Gazetecilerin yarısının (%50) haberin dolaşıma girmesinde algoritmayı birincil belirleyici olarak görmesi, dijital ortamda haber değerinin tek başına yeterli olmadığına dair yaygın bir kabulün oluştuğunu göstermektedir. Buna karşılık yalnızca dörtte birlik bir kesimin (%25) haber değerini hâlâ öncelikli görmesi, geleneksel editoryal ölçütlerin etkisini tamamen yitirmediğini, ancak ikincil konuma gerilediğini düşündürmektedir. Haber değeri ile algoritmanın birlikte önem taşıdığını ifade eden %16,7'lik grup ise bu iki unsur arasında zorunlu bir denge arayışının varlığına işaret etmektedir.

Görünürlüğü artırmaya yönelik stratejilere bakıldığında, gazetecilerin büyük çoğunluğunun pasif kalmadığı, aksine aktif ve çok kanallı pratikler geliştirdiği görülmektedir. Sosyal medyanın aktif kullanımı en yaygın strateji olarak öne çıkmakta; bunu özel haberlerin paylaşımı izlemektedir. Buna karşılık algoritmaya doğrudan uyum sağlamaya çalışanların sayısının görece sınırlı kalması, gazetecilerin algoritmik işleyişi tamamen içselleştirmekten ziyade, onu yönetilmesi gereken bir dış koşul olarak gördüklerini düşündürmektedir.

Tıklanma kaygısının haber içeriğini şekillendirme düzeyine ilişkin bulgular ise dikkat çekici bir ikili yapı ortaya koymaktadır. Gazetecilerin çoğunluğu (%58,3), tıklanma kaygısıyla içerikte doğrudan bir değişiklik yapmadığını belirtmektedir. Ancak hatırı sayılır bir kesimin başlık, spot ya da sunum biçiminde sınırlı optimizasyonlara gittiği görülmektedir. İçeriği doğrudan tıklanma için şekillendirdiğini ifade edenlerin oranının düşük kalması (%12,5), algoritmik baskının farkında olunmasına rağmen etik sınırların büyük ölçüde korunduğunu göstermektedir. Bu durum, gazetecilerin algoritmalarla çalışmayı kabul ettiklerini ancak içerik bütünlüğünden tamamen vazgeçmediklerini ortaya koymaktadır.

Sosyal medyanın habercilik üzerindeki etkilerine ilişkin değerlendirmelerde ise hız artışı en baskın tema olarak öne çıkmaktadır. Bunu dezenformasyon riski ve yüzeyselleşme izlemektedir. Vatandaş gazeteciliği ve görsellik odaklı içerik üretimi de dikkat çeken etkiler arasındadır. Bu dağılım, sosyal medyanın haberciliği yalnızca teknik olarak hızlandırmadığını, aynı zamanda bilgi üretiminin niteliğini dönüştüren yapısal sonuçlar yarattığını göstermektedir.

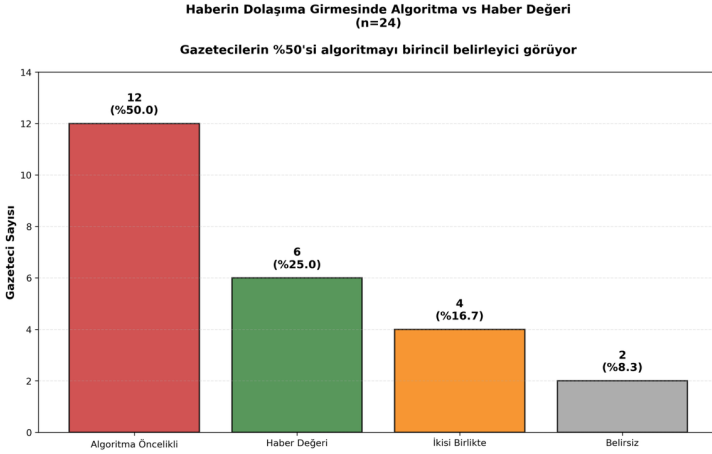
Algoritmik baskıya yönelik genel tutumlara bakıldığında, gazetecilerin önemli bir bölümünün eleştirel ya da endişeli bir yaklaşım sergilediği görülmektedir. Pragmatik biçimde uyum sağlamaya çalışanlar ikinci büyük grubu oluştururken, algoritmalara dirençli ve değer odaklı bir duruş sergileyenlerin oranı daha sınırlıdır. Toplamda gazetecilerin yaklaşık dörtte üçünün algoritmaları ya eleştirel ya da temkinli bir uyum çerçevesinde değerlendirmesi, algoritmik sistemlerin kaçınılmaz kabul edildiğini ancak sorgusuz biçimde meşrulaştırılmadığını göstermektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde dijital habercilikte görünürlüğün editoryal kararlarla birlikte algoritmik sistemlerle de şekillendiğini ortaya koymaktadır. Ancak bu durum, gazetecilerin mesleki değerlerden bütünüyle vazgeçtiği anlamına gelmemektedir. Aksine bulgular, gazetecilerin algoritmik gerçekliği kabul ederken, haber değeri, etik sorumluluk ve kamusal yarar ilkeleriyle bu yeni düzen arasında sürekli bir denge kurmaya çalıştıklarını göstermektedir. Bu bağlamda görünürlük çağında gazetecilik, algoritmaların mutlak tahakkümünden ziyade, müzakere edilen ve sınırları sürekli yeniden çizilen bir pratik alanı olarak şekillenmektedir.

3.3.2. Haberin Dolaşıma Girmesinde Algoritmanın Belirleyiciliğine Yönelik Baskın Algı

Bu alt başlıkta, haberin dolaşıma girmesinde hangi unsurun belirleyici olduğuna ilişkin gazeteci algıları incelenmektedir. Amaç, editoryal değerler ile algoritmik görünürlük arasındaki

öncelik sıralamasının gazeteciler tarafından nasıl kurulduğunu ortaya koymaktır.



Şekil 9. Algoritmaların Haber Seçimi ve Dağıtım Sürecindeki Belirleyiciliği

Yukarıdaki Şekil 9, gazetecilerin haberin dolaşıma girmesinde algoritmik mekanizmaları temel belirleyici olarak gördüğünü açık biçimde ortaya koymaktadır. Görüşmeye katılan gazetecilerin yarısı (%50), bir haberin görünürlük kazanmasında algoritmanın birincil rol oynadığını ifade etmektedir. Buna karşılık haber değerini öncelikli unsur olarak değerlendirenlerin oranı %25'te kalmaktadır. Haber değeri ile algoritmanın birlikte etkili olduğunu düşünenlerin oranı %16,7 iken, belirsiz görüş bildirenlerin oranı ise %8,3'tür.

Bu dağılım, dijital habercilikte haberin dolaşıma girmesinin büyük ölçüde platform temelli algoritmik dinamiklere bağlı olarak algılandığını göstermektedir. Editoryal ölçütlerin hâlâ önemini koruduğunu düşünen bir kesim bulunmakla birlikte, bu yaklaşım baskın görüş olmaktan uzaklaşmıştır. Bulgular, gazetecilerin haber üretim sürecinde içeriğin niteliğiyle birlikte aynı zamanda platformların görünürlük mantığını da hesaba katmak zorunda kaldıklarını ortaya koymaktadır. Bu durum, algoritmaların gazetecilikte yeni bir eşik ve filtre mekanizması olarak konumlandığını düşündürmektedir.

3.4. Tıklanma Ekonomisi ve İçeriğin Şekillenmesi

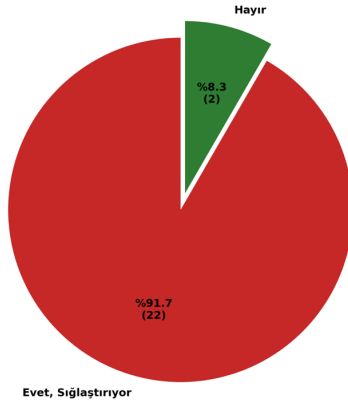
Bu bölümde, dijital medya ortamında tıklanma, izlenme ve etkileşim gibi ölçülebilir performans göstergelerinin gazetecilik pratiğini nasıl dönüştürdüğüne odaklanılmaktadır. Amaç, tıklanma ekonomisinin haberin üretim sürecine, içerik derinliğine ve editoryal karar alma mekanizmalarına nasıl yansıdığını gazetecilerin deneyimleri üzerinden ortaya koymaktır. Bu kapsamda, bir yandan tıklanma odaklı haberciliğin gazetecilik niteliği üzerindeki etkilerine ilişkin güçlü algılar incelenirken, diğer yandan gazetecilerin tıklanma baskısı karşısında geliştirdikleri farklı uyum, direnç ve sınır çizme stratejileri ele alınmaktadır.

3.4.1. Tıklanma Odaklı Haberciliğin Gazetecilik Pratiğini Sığıştırdığına Yönelik Güçlü Algı

Bu alt başlıkta, dijital medya ortamında tıklanma odaklı üretim anlayışının gazetecilik pratiği üzerindeki etkilerine ilişkin gazeteci algıları incelenmektedir. Amaç, ölçülebilir performans göstergeleri ile editoryal nitelik arasındaki ilişkinin gazeteciler tarafından nasıl değerlendirildiğini ortaya koymaktır.

Tıklanma Odaklı Haberciliğin Gazeteciliği Sığıştırmaya Etkisi
(n=24)

Katılımcıların %91,7'si sığıştırdığı görüşünde



Şekil 10. Tıklanma Odaklı Haberciliğin İçerik Yapısını Şekillendirme Biçimleri

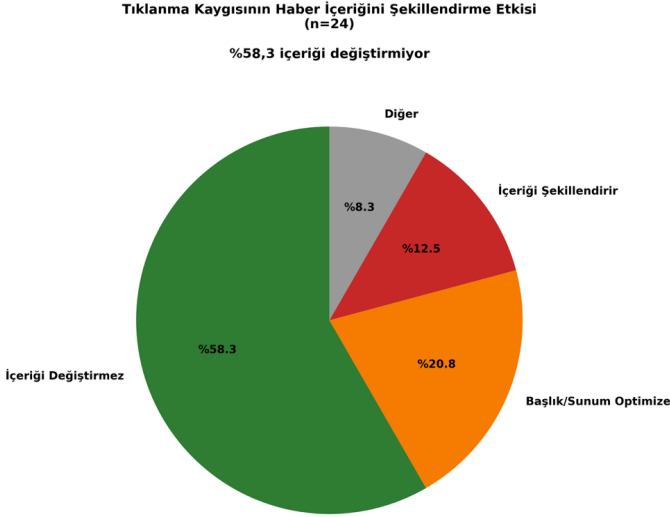
Şekil 10, gazeteciler arasında tıklanma odaklı haberciliğin gazeteciliği sığlaştırdığı yönünde son derece güçlü bir uzlaşa bulunduğunu göstermektedir. Görüşmeye katılan 24 gazetecinin 22'si (%91,7), tıklanma kaygısının haber üretiminde içerik derinliğini, bağlam kurma kapasitesini ve editoryal niteliği olumsuz etkilediğini ifade etmektedir. Bu görüşe katılmayan gazetecilerin oranı yalnızca %8,3 ile sınırlı kalmaktadır.

Ortaya çıkan bu dağılım, tıklanma ekonomisinin gazetecilik pratiğinde yapısal bir gerilim kaynağı olarak algılandığını göstermektedir. Bulgular, dijital medyada ölçülebilirlik (tıklanma, izlenme, etkileşim) baskısının, gazetecilikte kamusal sorumluluk, derinlik ve etik editoryal karar alma süreçleriyle doğrudan çatıştığına işaret etmektedir. Bu bağlamda tıklanma odaklı habercilik, gazeteciler tarafından mesleğin niteliğini aşındıran temel bir dönüşüm dinamiği olarak değerlendirilmektedir.

3.4.2. Tıklanma Kaygısının Haber İçeriğini Şekillendirme Düzeyine İlişkin Ayrışan Yaklaşımlar

Bu alt bölümde, tıklanma ekonomisinin gazetecilik pratiğinde editoryal içerik ile sunum stratejileri arasındaki sınırı nasıl yeniden tanımladığı, gazeteci algıları üzerinden ele alınmaktadır.

Aşağıdaki Şekil 11, gazetecilerin tıklanma kaygısının haber üretim sürecine etkisine ilişkin algılarında belirgin bir ayrışma olduğunu göstermektedir. Katılımcıların çoğunluğu (%58,3), tıklanma baskısının haberin içeriğini doğrudan değiştirmediğini ifade etmektedir. Bu bulgu, gazetecilerin önemli bir kısmının ölçülebilir performans baskısına rağmen editoryal içeriği koruma yönünde bilinçli bir sınır çizdiğini ortaya koymaktadır.



Şekil 11. Tıklanma Kaygısının Editoryal Kararlar Üzerindeki Etkisi

Buna karşılık, kayda değer bir grup gazeteci (%20,8), tıklanma kaygısının haberin özü yerine başlık, spot ya da sunum biçimi üzerinde etkili olduğunu belirtmektedir. Bu yaklaşım, tıklanma ekonomisiyle etik sınırlar arasında bir tür “optimizasyon stratejisi” geliştirildiğini düşündürmektedir. İçeriğin doğrudan tıklanma amacıyla şekillendirildiğini ifade eden görüşler ise daha sınırlı düzeydedir (%12,5).

Ortaya çıkan tablo, tıklanma kaygısının gazetecilik pratiğinde homojen bir etki yaratmadığını; aksine, doğrudan içerik müdahalesi, biçimsel uyarılma ve bilinçli direnç gibi farklı mesleki stratejiler üzerinden deneyimlendiğini göstermektedir. Bu ayrışma, dijital habercilikte etik değerlerin tamamen çözülmediğini, ancak sürekli olarak yeniden müzakere edildiğini ortaya koymaktadır.

3.5. Yapay Zekâ ile Ortaklık: Kullanım, Üretim ve Metin Karşılaştırmaları

Bu bölümde, gazetecilerin yapay zekâ destekli araçları gazetecilik üretim sürecinde nasıl konumlandıkları, insan yazımı ile yapay zekâ tarafından üretilen metinler arasındaki

farkları hangi ölçütler üzerinden değerlendirdikleri ve yapay zekâ kullanımına ilişkin etik sınırları nasıl tanımladıkları incelenmektedir. Bulgular, yapay zekânın ağırlıklı olarak destekleyici bir araç olarak kabul edildiğini; karar alma, bağlam kurma ve etik sorumluluk alanlarında ise insan gazeteciliğinin merkezi konumunu koruduğunu ortaya koymaktadır.

3.5.1. Yapay Zekâ ile Ortaklık

Bu bölümde, gazetecilerin yapay zekâ destekli sistemlerle kurdukları ilişki, bu sistemleri haber üretim sürecinde nasıl konumlandıkları ve insan gazeteciliğinin rolüne ilişkin algıları incelenmektedir. Analiz, yapay zekânın gazetecilik pratiğinde bir yardımcı araç olarak mı yoksa editoryal karar süreçlerine dâhil olabilecek bir aktör olarak mı değerlendirildiğini, ayrıca bu kullanımın hangi etik sınırları gündeme getirdiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Bu çerçevede gazetecilere aşağıda yer alan sorular yöneltilmiştir:

1. Yapay zekâyla içerik üretimi yapan platformları kullanıyor musunuz?
2. Bir yapay zekâ metni ile insan yazımı bir metin arasındaki farkı nasıl değerlendiriyorsunuz?
3. Yapay zekâ destekli haber yazımı etik açıdan hangi sınırları zorlayabilir?
4. İnsan gazeteciliği sizce ne kadar süre daha vazgeçilmez olacak?

Sorulara verilen yanıtlar, gazetecilerin yapay zekâyı ağırlıklı olarak araçsal bir konumda değerlendirdiklerini, haber üretiminin merkezine yerleştirilmesine ise temkinli ve sınırlayıcı bir tutumla yaklaştıklarını göstermektedir. Gazetecilerin dikkate değer bir bölümü yapay zekâyı bilgiye hızlı erişim, araştırma kolaylığı ve teknik destek amacıyla kullandıklarını ifade etmektedir. Tokat, bu sınırı açık biçimde çizerek, “*Yapay zekayı bir şeyi yeniden üretme aracı olarak değil, hızlıca yanıt alacağım sorular için kullanmayı tercih*

ediyorum” demektedir. Benzer şekilde Şimşek, “Araştırma sürecinde zaman kazanmak için kullanıyorum... ama asla ham haliyle yayına taşımıyorum” ifadesiyle yapay zekânın editoryal sürecin dışında tutulması gerektiğini vurgulamaktadır.

Arslan, yapay zekânın *“veriye analiz eden ancak hangi bilginin haber değeri taşıdığına gazetecinin deneyiminin karar verdiği”* bir araç olduğunu belirtirken; Yılmaz, yapay zekâyı *“günlük pratiği kolaylaştıran ancak sıfırdan içerik üretmemesi gereken”* bir destek unsuru olarak değerlendirmektedir. Atayeter ise yapay zekânın haber sürecini hızlandırabildiğini, ancak *“metnin etik duruşu ve bağlamsal derinliğinin hâlâ insana ait olduğunu”* ifade etmektedir. Benzer biçimde Tosun, yapay zekâdan yararlı olsa dahi *“son kontrolün ve denetimin mutlaka gazetecide olması gerektiğini”* vurgulamaktadır.

Yahyaoglu, yapay zekânın *“genel ve kalıplaşmış bilgi sunduğunu, insan yazımının ise duygu ve ikna gücü taşıdığını”* dile getirirken; Elmas, yapay zekâyı *“yardımcı bir fikir verici”* olarak konumlandırmakta ve içerik kararlarının insana ait olduğunu belirtmektedir. Karataş ise editoryal sürecin ideolojik ve etik duyarlılıklardan beslendiğini, bu nedenle yapay zekânın haberin karar aşamasında belirleyici olamayacağını ifade etmektedir.

Buna karşılık bazı gazeteciler, yapay zekâyı bilinçli olarak kullanmadıklarını ya da mesleki üretimin dışında tuttuklarını belirtmektedir. Geyik bu tutumu tek kelimeyle ifade etmektedir: *“Hayır.”* Keskin Oruçoglu, İşli, Gökçe ve Can da yapay zekâya mesafeli durduklarını ve üretilen çıktılarını haber olarak değerlendirmekte tereddüt yaşadıklarını ifade etmektedir. Keskin Oruçoglu, yapay zekâ çıktılarının güvenilirliğine dair kaygısını şu sözlerle dile getirmektedir: *“Yapay zekâ tarafından yazılan metinler muhakkak ayrıntılı olarak kontrol edilmeli. Verilerin yanlış aktarıldığı oluyor, akışta kopukluklar oluyor. Bu anlamda çoğu metnin yapay zekâ ile yazıldığı hemen anlaşılıyor.”* Benzer biçimde Gökçe, bu platformlardan elde edilen çıktılarının haber niteliği taşıyıp taşımadığı konusunda

açık bir mesafe koyarak, “*Bu platformlardan çıkan ‘sonucun’ haber olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceğine emin değilim*” demektedir.

Bazı katılımcılar ise sosyal hayat ile mesleki pratik arasında bir ayrım yapmaktadır. Berber, “*Bu platformları sadece sosyal hayatım için... haber için faydalanmıyorum*” diyerek yapay zekâyı gazetecilik üretiminin dışında konumlandırmaktadır. Arık ise çeviri ve teknik uygulamalarda sınırlı bir kullanımın mümkün olduğunu, ancak içerik üretimi noktasında mesafeli durduğunu ifade etmektedir.

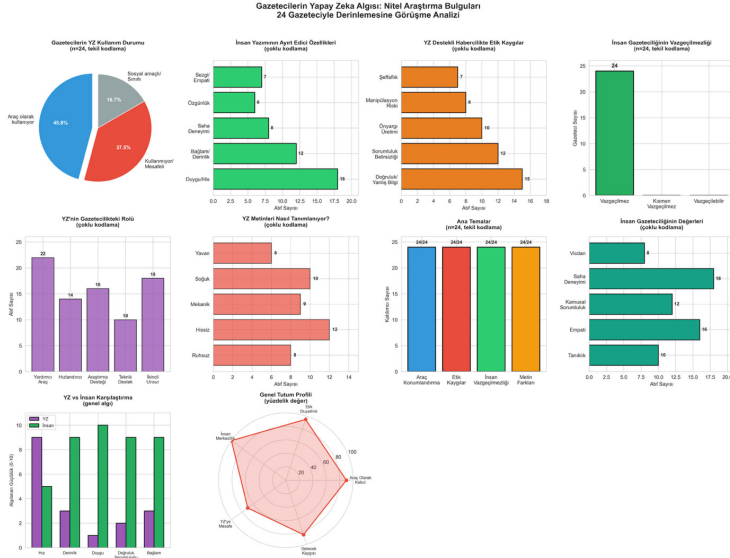
Gazetecilere yapay zekâ metni ile insan yazımı metin arasındaki farklar sorulduğunda, gazetecilerin büyük çoğunluğunun yapay zekâ metinlerini “*ruhsuz*”, “*hissiz*”, “*yavan*”, “*mekanik*” ve “*soğuk*” ifadeleriyle tanımladığı görülmektedir. İnsan yazımı haber metni ile yapay zekâ yazımı metin arasındaki farkın ağırlıklı olarak duygu, bağlam, sezgi ve özgünlük üzerinden değerlendirildiği tespit edilmektedir. Bu bağlamda Bekmezci, gazeteciliği doğrudan bir duygu pratiği olarak tanımlayarak, “*Gazetecilik bir his mesleğidir. Yapay zeka ile yazılan metinler hissizce geliyor*” ifadesini kullanmaktadır. Karataş ise yapay zekâ metinlerinin diline dikkat çekerek, “*Genellikle soğuk üslup yapay zeka metnini ele veriyor*” değerlendirmesinde bulunmaktadır. Karaca, bu metinleri “*derinlik ve özgünlük anlamında yetersiz*” bulurken; İşli durumu tek kelimeyle özetlemektedir: “*Duygulardan yoksun.*”

İnsanyazımının ayırt edici yönü özelliklesahadeneyimi, detay bilgisi ve hikâye kurma becerisi üzerinden tanımlanmaktadır. Yılmaz bu farkı şu sözlerle somutlaştırmaktadır: “*Bir ölümlü kaza olduğunda... Kaç çocuğu vardı, son sözü ne olmuştu bunları size yapay zekâ veremez.*” Yahyaoğlu insan yazımı haber metnini “*duygu vardır, doğallık vardır*” sözleriyle tanımlarken; Atayeter bu farkı “*derin bağlam, sezgi ve empati*” üzerinden açıklamaktadır. Ocak, Elmas, Can ve Tosun da yapay

zekânın bağlamsal ve kültürel nüansları yakalamakta yetersiz kaldığını vurgulamaktadır.

Yapay zekâ destekli haber yazımında etik sınırlar analiz edildiğinde, etik konusunun en yoğun kaygı duyulan alan olduğu görülmektedir. Gazeteciler özellikle doğruluk, hesap verebilirlik, şeffaflık, önyargı üretimi ve manipülasyon risklerine dikkat çekmektedir. Koçak, bu durumu *“Doğru ile yanlış ayırt edemeyecek kadar çok kaynaktan bilgi çıkarıyor”* sözleriyle ifade etmektedir. Arslan, etik sorunu sorumluluk bağlamında değerlendirerek, *“Yapay zeka hatalı bir içerik ürettiğinde bu sorumluluğun kimin üstleneceği belirsizleşir”* demektedir. Ocak ise yapay zekânın mevcut önyargıları yeniden ürettiğini vurgulayarak, *“İrkçilik, cinsiyet eşitsizliği ve toplumsal önyargıları turnusol kâğıdı gibi yeniden türetiyor”* ifadesini kullanmaktadır. Tosun, denetimsiz kullanımın sınır tanımayacağını belirterek, yapay zekânın editoryal sürecin merkezine yerleşmesine karşı uyarıda bulunmaktadır.

İnsan gazeteciliğinin vazgeçilmezliği konusunda ise güçlü bir fikir birliği söz konusudur. Tokat, *“İnsan gazeteciliği bence her zaman vazgeçilmez olacaktır”* derken; Bekmezci bu sürekliliği *“Hayat var oldukça vazgeçilmez olacaktır”* sözleriyle ifade etmektedir. Akova, yapay zekânın sınırlarını işaret ederek, *“Yapay zekâ sadece dijital ortamdan alınan verileri iletecek... insanın duygularını hissedemez”* değerlendirmesinde bulunmaktadır. Köse’nin *“Vazgeçilmezlik sona ererse ona artık gazetecilik değil halkla ilişkiler diyebiliriz”* ifadesi ise, insan gazeteciliğinin ortadan kalkmasının mesleğin niteliğini dönüştüreceğine yönelik kaygıyı yansıtmaktadır. Aşağıdaki Şekil 12’de, insan ve yapay zekâ ilişkisinin gazeteci perspektifinden haritalanmasına ilişkin bulgular yer almaktadır.



Şekil 12. İnsan ile Yapay Zekâ İlişkisinin Gazeteci Perspektifinden Haritalanması

Yukarıdaki Şekil 12’de gazetecilerin yapay zekâyâ ilişkin algıları; kullanım düzeyi, insan yazımıyla karşılaştırma, etik kaygılar ve insan gazeteciliğinin geleceği bağlamında nicel ve nitel göstergeler birlikte değerlendirilmiştir. Çoklu grafik yapısı, yapay zekânın gazetecilik alanındaki konumunun sınırlarını ve gazetecilerin bu teknolojiyle kurduğu mesafeli ilişkiyi açık biçimde ortaya koymaktadır.

Şekil 12’nin ilk paneli, gazetecilerin yapay zekâ kullanım düzeyinin sınırlı ve temkinli olduğunu göstermektedir. 24 gazetecinin 11’i (%45,8) yapay zekâyı araç olarak kullandığını belirtirken, 9’u (%37,5) yapay zekâyı kullanmadığını ya da bilinçli biçimde mesafeli durduğunu ifade etmektedir. 4 gazeteci (%16,7) ise yapay zekâyı yalnızca sosyal veya sınırlı amaçlarla kullandığını belirtmiştir. Bu dağılım, yapay zekânın gazetecilik pratiğinde yaygınlaştığını ancak hâlen baskın bir üretim aracı olarak kabul edilmediğini göstermektedir.

İnsan yazımını ayırt edici kılan özelliklere ilişkin çoklu kodlamada toplam 51 atıf yapılmıştır. En yüksek vurgu 18

atıf ile duygu/his boyutunda yoğunlaşmaktadır. Bunu 12 atıfla bağlam ve derinlik, 8 atıfla saha deneyimi, 7 atıfla sezgi ve empati, 6 atıfla özgünlük izlemektedir. Bu dağılım, gazetecilerin insan yazımını teknik yeterlilikten ziyade duygusal, bağlamsal ve deneyimsel bir üretim süreci olarak tanımladıklarını ortaya koymaktadır.

Yapay zekâ destekli haberciliğe ilişkin etik kaygılar incelendiğinde toplam 52 atıf tespit edilmiştir. En fazla kaygı 15 atıfla doğruluk ve yanlış bilgi üretimi başlığında toplanmaktadır. Bunu 12 atıfla sorumluluk belirsizliği, 10 atıfla önyargı üretimi, 8 atıfla manipülasyon riski ve 7 atıfla şeffaflık izlemektedir. Sayısal dağılım, gazetecilerin yapay zekâyı teknik bir kolaylık alanı kadar, ciddi bir etik risk alanı olarak da değerlendirdiklerini göstermektedir.

İnsan gazeteciliğinin vazgeçilmezliğine ilişkin bulgular, bu konuda tam bir uzlaşıya işaret etmektedir. 24 gazetecinin tamamı (%100), insan gazeteciliğinin vazgeçilmez olduğunu ifade etmiştir. “Kısmen vazgeçilebilir” ya da “vazgeçilebilir” seçeneklerine hiçbir katılımcının yönelmemesi, yapay zekânın gazeteciliğin özünü ikame edemeyeceği yönündeki güçlü algıyı açık biçimde ortaya koymaktadır.

Yapay zekânın gazetecilikteki rolüne ilişkin çoklu kodlamada toplam 80 atıf yapılmıştır. Yapay zekâ en sık yardımcı araç olarak tanımlanmış (22 atıf), bunu araştırma desteği (18 atıf), hızlandırıcı unsur (16 atıf) ve teknik destek (10 atıf) izlemiştir. Yapay zekâyı “ikincil unsur” olarak tanımlayan atıf sayısının 18 olması, gazetecilerin bu teknolojiyi merkezî bir aktör olarak görmek istemediklerini göstermektedir.

Yapay zekâ tarafından üretilen metinlere ilişkin değerlendirmelerde toplam 45 atıf yapılmıştır. En sık kullanılan nitelendirme 12 atıfla hissiz, ardından 10 atıfla soğuk, 9 atıfla mekanik, 8 atıfla ruhsuz ve 6 atıfla yavan ifadeleri olmuştur. Bu dağılım, yapay zekâ metinlerinin gazeteciler tarafından büyük ölçüde duygusal ve anlatsal yoksunluk üzerinden tanımlandığını göstermektedir.

Ana temalar ekseninde yapılan analizde; araç olarak konumlandırma, etik kaygılar, insan gazeteciliğinin vazgeçilmezliği ve metinler arasındaki farklar olmak üzere dört ana temaya tüm katılımcıların değindiği görülmektedir. Her bir ana temaya 24'er atıf yapılması, gazeteciler arasında yapay zekâyâ ilişkin algıların ortak bir çerçevede şekillendiğini göstermektedir.

İnsan gazeteciliğine atfedilen değerlere ilişkin toplam 64 atıf yapılmıştır. En yüksek vurgu 18 atıfla saha deneyimi üzerinde yoğunlaşırken, bunu 16 atıfla empati, 12 atıfla kamusal sorumluluk, 10 atıfla tanıklık ve 8 atıfla vicdan izlemektedir. Bu dağılım, gazeteciliğin teknik bir üretimden ziyade toplumsal sorumluluk ve etik bilinç temelli bir meslek olarak algılandığını göstermektedir.

Yapay zekâ ile insan gazeteciliğinin 0-10 ölçeğinde karşılaştırıldığı genel tutum profilinde, yapay zekâ hız boyutunda yüksek puan alırken; duygu, bağlam, derinlik ve doğruluk sorumluluğu alanlarında insan gazeteciliği açık biçimde üstün konumda yer almaktadır. Bu karşıtlık, yapay zekânın işlevsel avantajlarına rağmen gazeteciliğin normatif ve etik boyutlarında ikincil bir konumda kaldığını ortaya koymaktadır.

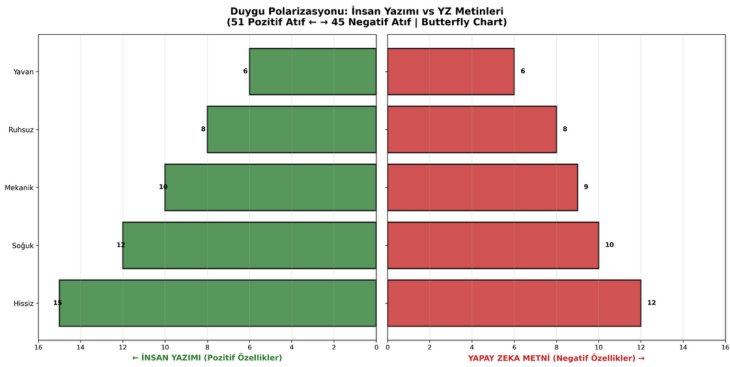
Genel olarak Şekil 12, gazetecilerin yapay zekâyı kaçınılmaz bir teknolojik gelişme olarak kabul ettiklerini; ancak bu kabulün insan merkezli, etik duyarlılığı yüksek ve sınırları net biçimde çizilmiş bir çerçeve içinde gerçekleştiğini göstermektedir. Yapay zekâ, gazetecilikte destekleyici bir ortak olarak görülmekte; karar verici, etik özne ya da mesleğin özünü belirleyen bir aktör olarak konumlandırılmamaktadır.

3.5.2. İnsan Yazımı ve Yapay Zekâ Metinlerinin Duygusal Ton Açısından Karşıt Algılanışı

Bu bölümde, insan yazımı metinler ile yapay zekâ tarafından üretilen metinlerin duygusal ton açısından nasıl algılandığı, gazetecilerin nitel değerlendirmeleri ve çoklu kodlamadan elde

edilen sayısal dağılımlar üzerinden karşılaştırmalı olarak ele alınmaktadır.

Aşağıdaki Şekil 13, insan yazımı metinler ile yapay zekâ metinlerinin duygusal nitelikler bakımından belirgin bir kutuplaşma içinde algılandığını ortaya koymaktadır. Toplam 51 pozitif atfın insan yazımı metinlere, 45 negatif atfın ise yapay zekâ metinlerine yönelmiş olması, iki üretim biçimi arasındaki duygusal ayrışmanın nicel düzeyde de güçlü olduğunu göstermektedir.



Şekil 13. Yapay Zekâ Destekli Haber Üretim Sürecine Yönelik Algılar

İnsan yazımı metinlere ilişkin değerlendirmelerde en yüksek vurgu “hissiyat” boyutunda yoğunlaşmaktadır (15 atf). Bunu sırasıyla “sıcaklık” (12 atf), “doğal akış” (10 atf), “ruhsallık” (8 atf) ve “akışkanlık/yavan olmama” (6 atf) izlemektedir. Bu dağılım, gazetecilerin insan yazımını yalnızca içerik üretimi olarak değil, duygusal bağ kurabilen ve okuyucu ile empatik ilişki kuran bir anlatı biçimi olarak tanımladıklarını göstermektedir.

Buna karşılık yapay zekâ metinlerine yönelik değerlendirmelerde “hissizlik” (12 atf) en baskın olumsuz nitelik olarak öne çıkmaktadır. “Soğukluk” (10 atf) ve “mekaniklik” (9 atf) bu algıyı güçlendiren diğer temel özelliklerdir. “Ruhsuzluk” (8 atf) ve “yavanlık” (6 atf) ise yapay zekâ metinlerinin anlatısal derinlikten yoksun olduğu

yönündeki eleştirileri tamamlamaktadır. Olumsuz niteliklerin görece dengeli bir dağılım göstermesi, yapay zekâ metinlerine ilişkin eleştirilerin tek bir boyutta değil, bütüncül bir duygusal eksiklik algısı etrafında toplandığını düşündürmektedir.

Her iki metin türünde de “ruhsuzluk” ve “yavanlık” gibi kavramların yer alması, gazetecilerin mutlak bir ikilikten ziyade görece bir karşılaştırma yaptıklarını göstermektedir. Ancak bu niteliklerin yapay zekâ metinlerinde daha yüksek atıf sayılarıyla ifade edilmesi, duygusal yoksunluk algısının ağırlıklı olarak yapay üretimle ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır.

Genel olarak Şekil 13, gazetecilerin metin üretiminde duygusal tonun, bağlamın ve insani hissin hâlen ayırt edici bir değer olarak görüldüğünü göstermektedir. Yapay zekâ metinleri hız ve işlevsellik açısından kabul edilebilir bulunmakla birlikte, anlatsal sıcaklık, empati ve duygusal derinlik bakımından insan yazımının gerisinde konumlandırılmaktadır. Bu bulgu, gazeteciliğin salt bilgi aktarımının ötesinde, aynı zamanda insani bir anlatı pratiği olarak kavrandığını bir kez daha ortaya koymaktadır.

3.6. Etik Kaygılar ve Risk Alanları

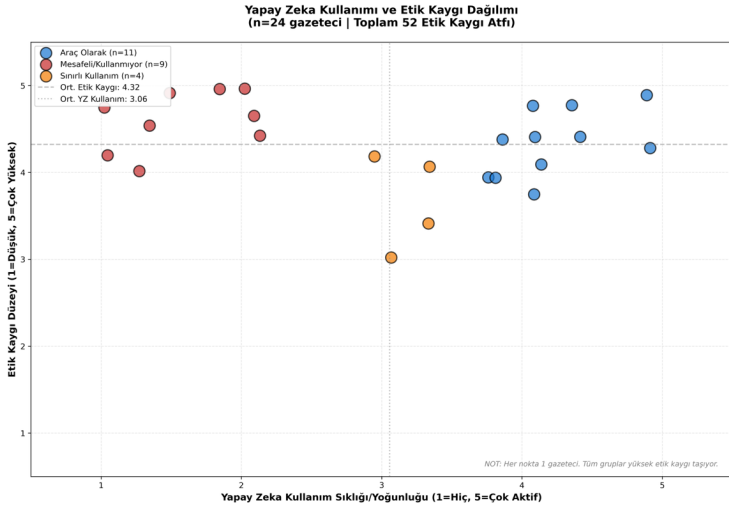
Dijital habercilikte yapay zekâ kullanımının yaygınlaşması, gazetecilik pratiğini etik sorumluluklar ve mesleki sınırlar bakımından da yeniden tartışmaya açmaktadır. Bu bölümde, gazetecilerin yapay zekâ kullanım düzeyleri ile etik kaygıları arasındaki ilişki incelenmekte; ortaya çıkan risk alanları ve tutum farklılıkları analitik bir çerçevede değerlendirilmektedir.

3.6.1. Yapay Zekâ Kullanımı ile Etik Kaygı Düzeyi

Yapay zekâ kullanım sıklığı ile etik kaygı düzeyi arasındaki ilişkiyi gösteren dağılım grafiği, gazetecilerin yapay zekâyâ yönelik tutumlarının basit bir “kullanan-kullanmayan” ayrımıyla açıklanamayacağını ortaya koymaktadır. Şekil 14’te yer alan dağılım incelendiğinde, yapay zekâyı araç olarak kullanan, sınırlı kullanan ve mesafeli yaklaşan gazetecilerin

tamamında etik kaygı düzeylerinin ağırlıklı olarak orta-yüksek aralıkta (4-5) yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum, yapay zekâ kullanımının artmasının etik hassasiyetin azalması anlamına gelmediğini; aksine etik kaygının gazeteciler arasında ortak ve güçlü bir mesleki referans noktası olduğunu göstermektedir.

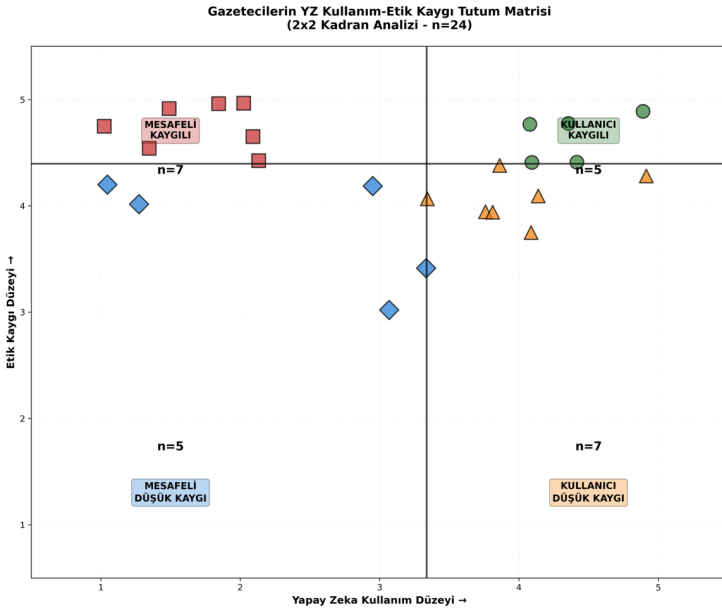
Grafik, yapay zekâyı aktif biçimde kullanan gazetecilerin dahi etik kaygıdan bütünüyle kopmadığını; doğruluk, teyit, bağlam ve editoryal sorumluluk gibi temel gazetecilik ilkelerine güçlü biçimde vurgu yapmaya devam ettiklerini ortaya koymaktadır. Benzer biçimde, yapay zekâyı mesafeli duran gazetecilerde gözlenen yüksek etik kaygı düzeyi, bu mesafenin teknoloji karşıtlığından ziyade normatif ve mesleki bir hassasiyete dayandığını düşündürmektedir. Bu bulgu, yapay zekâ tartışmasının teknik yeterlilikten çok, gazeteciliğin epistemik ve etik sınırları etrafında şekillendiğine işaret etmektedir.



Şekil 14. Yapay Zekâ Kullanımı ve Etik Kaygı Dağılımı

Şekil 14'te sunulan dağılım, Şekil 15'te yer alan 2x2 etik tutum matrisi ile birlikte değerlendirildiğinde daha açıklayıcı bir tipolojik çerçeve ortaya koymaktadır. Tutum matrisi, gazetecilerin yalnızca yapay zekâ kullanım düzeylerine

göre değil, aynı zamanda etik kaygı düzeyleriyle birlikte konumlandıklarını göstermektedir. Özellikle “kullanıcı-kaygılı” (n=5) ve “mesafeli-kaygılı” (n=7) alanlarda gözlenen yoğunlaşma, yapay zekâ kullanımının etik hassasiyetle çelişen bir pratik olarak görülmediğini; aksine etik kaygının kullanım biçimini sınırlandıran ve yönlendiren bir düzenleyici unsur olarak işlev gördüğünü ortaya koymaktadır.



Şekil 15. 2x2 YZ Kullanımı ve Etik Kaygı Tutum Matrisi.

Matriste yer alan “kullanıcı-kaygılı” grup, yapay zekâyı haber üretim süreçlerinde destekleyici bir araç olarak benimseyen; ancak editöryal karar alma, doğrulama süreçleri ve mesleki sorumluluğun insanda kalması gerektiğini savunan gazetecilerden oluşmaktadır. Buna karşılık “mesafeli-kaygılı” grup, yapay zekânın gazeteciliğin bağlamsal derinliğini, etik hassasiyetlerini ve kamusal sorumluluk boyutunu zayıflatma potansiyeline dikkat çekerek daha temkinli bir tutum geliştirmektedir. Her iki grubun da etik kaygı düzeylerinin yüksek olması, gazeteciler arasındaki temel ayrımın “etik

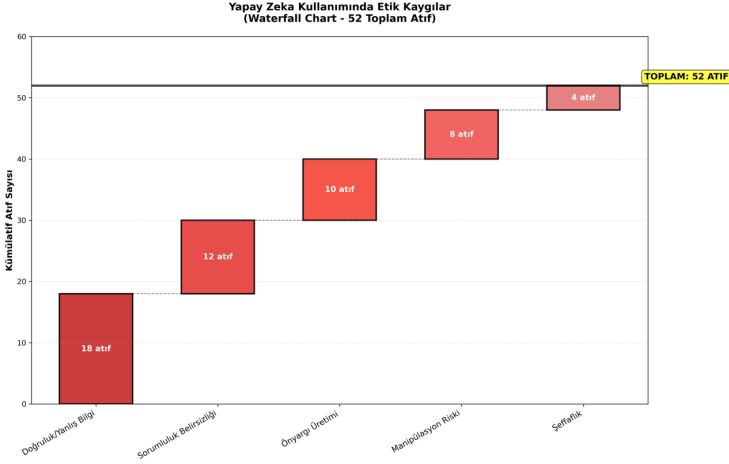
mi değil mi?” ekseninde değil, “etik sınırlar içinde nasıl ve ne ölçüde kullanılmalı?” sorusu etrafında şekillendiğini göstermektedir.

Grafiklerde dikkat çeken bir diğer bulgu, “düşük kaygılı” alanların sayısal olarak sınırlı kalmasıdır. Bu durum, yapay zekâya yönelik daha pragmatik, hız ve verimlilik odaklı yaklaşımların gazeteciler arasında baskın bir norm hâline gelmediğini ortaya koymaktadır. Aksine, etik hassasiyetin hem yapay zekâ kullanan hem de mesafeli duran gazeteciler arasında ortak bir referans noktası olarak varlığını sürdürdüğü görülmektedir. Bu bağlamda elde edilen bulgular, yapay zekânın gazetecilikte yarattığı dönüşümün teknik bir adaptasyon sürecinden çok, etik müzakere ve sınır çizme pratiği olarak deneyimlendiğini ortaya koymaktadır.

3.6.2. Gazetecilerin Yapay Zekâ Kullanımında Etik Kaygılarının Kümülatif Dağılımı

Bu bölümde, gazetecilerin yapay zekâ kullanımına ilişkin etik kaygılarının hangi başlıklarda yoğunlaştığı ve bu kaygıların birbirleriyle nasıl birikimli bir yapı oluşturduğu incelenmektedir.

Şekil 16, gazetecilerin yapay zekâ destekli haberciliğe yönelik etik kaygılarının belirli temalar etrafında yoğunlaştığını ve bu kaygıların kümülatif biçimde arttığını göstermektedir. Toplam 52 etik kaygı atfı içerisinde en fazla vurgulanan başlık, doğruluk ve yanlış bilgi riski olmuştur (18 atıf). Bu durum, yapay zekânın haber üretim sürecinde hata yapma, eksik ya da yanıltıcı bilgi üretme potansiyelinin gazeteciler açısından temel endişe kaynağı olarak görüldüğünü ortaya koymaktadır.



Şekil 16. Gazetecilerin Yapay Zekâ Kullanımında Etik Kaygıların Kümülatif Dağılımı

İkinci sırada, sorumluluk belirsizliği yer almaktadır (12 atıf). Gazeteciler, yapay zekâ destekli içeriklerde hatalı bilginin ortaya çıkması durumunda etik ve hukuki sorumluluğun kime ait olacağının net olmamasını önemli bir risk alanı olarak değerlendirmektedir. Bu kaygı, yapay zekânın gazetecilikte karar verici değil, araç olarak konumlandırılması gerektiği yönündeki vurgularla da doğrudan ilişkilidir.

Bunu sırasıyla önyargı üretimi (10 atıf) ve manipülasyon riski (8 atıf) izlemektedir. Gazeteciler, yapay zekâ sistemlerinin mevcut toplumsal, kültürel ve ideolojik önyargıları yeniden üretebileceğini; ayrıca yönlendirici ya da manipülatif içeriklerin fark edilmeden dolaşıma girebileceğini ifade etmektedir. Bu başlıklar, yapay zekânın yalnızca teknik değil, aynı zamanda epistemik ve normatif riskler taşıdığına işaret etmektedir. Şeffaflık konusu ise 4 atıf ile diğer başlıklara kıyasla daha sınırlı biçimde dile getirilmiştir. Ancak bu görece düşük frekans, şeffaflığın önemsiz görüldüğü anlamına gelmemekte; aksine doğruluk, sorumluluk ve önyargı gibi temel kaygıların tamamlayıcı bir boyutu olarak değerlendirildiğini göstermektedir.

Genel olarak Şekil 16, gazetecilerin etik kaygılarının tekil başlıklar hâlinde değil, birbirini besleyen ve üst üste biriken bir yapı sergilediğini ortaya koymaktadır. Bu kümülatif dağılım, yapay zekâ kullanımına ilişkin tartışmaların gazeteciler nezdinde teknik verimlilikten çok, mesleki etik, kamusal sorumluluk ve güven ilişkisi ekseninde şekillendiğini açık biçimde göstermektedir.

3.7. Bireysel Gazetecilik, Mesleki Kimlik ve Özgürlük Algısı

Bu bölüm, dijitalleşme ve platformlaşma dinamiklerinin gazeteciliği mesleki kimlik, etik sorumluluk, dayanışma pratikleri ve özgürlük algısı açısından da nasıl dönüştürdüğünü tartışmaktadır. Kurumsal yapıların zayıflaması, haber üretiminin bireyselleşmesi ve gazetecinin “kendi adıyla” görünürlük kazanması, bir yandan ifade alanını genişleten yeni imkânlar yaratırken; diğer yandan güvencesizlik, kırılabilirlik ve yalnızlık gibi riskleri de görünür kılmaktadır.

3.7.1. Bireysel Gazeteci Çağı: Bağımsızlık, Yalnızlık ve Mesleki Dönüşüm

Bu bölümde, dijital medya düzeninin güçlenmesiyle birlikte kurumlardan bağımsız üretimin yaygınlaşmasının gazetecilerin mesleki kimliği, dayanışma pratikleri ve özgürlük algısı üzerindeki yansımaları ele alınmaktadır. Bu kapsamda kurumlardan bağımsız, kendi markasını yaratan gazeteciler dönemi bağlamında gazetecilere aşağıda yer alan sorular yöneltilmiştir:

1. Kendi ismiyle var olan gazetecilik, sizce bağımsızlık mı getiriyor yalnızlık mı?
2. Bu dönemde meslektaş dayanışması mümkün mü?
3. Kendi yayını yapan gazetecilerin artışı sizce sektörün geleceğini nasıl etkiler?
4. Siz ya da gazeteciler sizce bireysel üretimle mi, kurumsal yapı içinde mi daha özgür?

Dijitalleşmeye bağlı olarak medya ekosistemi yapısal olarak bir dönüşüm geçirmektedir. Bu açıdan gazeteciler, kurumsal ve ideolojik yapılardan uzaklaşarak bireysel haber üretim pratiklerine yönelmektedir. Ancak bu dönüşüm gazeteciler açısından yalnızca teknik ya da ekonomik bir değişim değildir. Aynı zamanda mesleki kimlik, etik sorumluluk, dayanışma ve özgürlük algısının yeniden tanımlandığı bir kırılma alanı yaratmaktadır. Görüşme yapılan 24 gazetecinin değerlendirmeleri, bu sürecin tek yönlü bir “özgürleşme” anlatısıyla açıklanamayacağını göstermektedir. Gazeteciler, bağımsızlık ile yalnızlık, görünürlük ile kırılganlık, çeşitlilik ile kontrolsüzlük arasında gidip gelen çok katmanlı bir deneyim alanında yer almaktadır.

Gazetecilerin büyük bölümü, kendi adıyla var olan gazetecilerin bağımsızlık sağladığı konusunda uzlaşmaktadır. Kurumsal editoryal sınırlar, yayın politikaları ve dolaylı sansür mekanizmalarından uzaklaşmanın; haber seçiminde, dilde ve yorum yapmada daha geniş bir hareket alanı sunduğu ifade edilmektedir. Tokat bu süreci şöyle tanımlamaktadır: *“Gazeteciler kendi yayınlarını keyiflerinden yapmıyorlar aslında. Bugün kendi yayınlarını yapan gazetecilerin büyük bir çoğunluğu çalıştıkları kurumlarda haber yazamaz hale geldiği için yayın yapmak zorunda kalıyorlar. Ya da çalıştıkları kurumlar kapanıyor ve iş bulamadıkları ama meslekten de kopmak istemedikleri için bu yola itiliyorlar. Altını tekrar çiziyorum, zorunda kalıyorlar.”* Ocak ise bireysel gazeteciliği “nefes alma” alanı olarak görmektedir: *“Tam olarak bu gazeteciliği denemeye çalıştığım bir dönemdeyim. Şu anki düşüncem bu tarz gazetecilik bence bağımsızlık da yalnızlık da getiriyor.”* Benzer şekilde Arık, bireysel gazeteciliğin zorunluluktan doğduğunu vurgulamaktadır: *“Bireysel gazetecilik, gazetecilerin kendilerini bir kurumda yeterince özgür hissedemediği, özgürce hareket edemediği, fikrini açıkça söyleyemediği ya da sansüre ve baskıya boyun eğmediği için sektör dışına çıkmak zorunda olduğu bir dönemde okura ulaşma arayışının bir sonucu olarak doğdu.”*

Nitekim bu bağımsızlık algısı, gazetecilerin neredeyse tamamı tarafından yalnızlık duygusuyla birlikte ele alınmaktadır. Arslan bu paradoksu “özgürlük ve sorumluluk dengesi” olarak tanımlamaktadır: *“Bu dönüşümün en büyük avantajı, gazetecilere daha fazla bağımsızlık alanı sunması. Kurumsal editoryal çizgiyle sınırlı kalmadan, kendi sesinizi, yorumunuzu, uzmanlık alanınızı öne çıkarabiliyorsunuz. Ama işin öbür yüzü de var: Bu model aynı zamanda yalnızlık ve kırılganlık da getiriyor. Kurumun sağladığı hukuki koruma, editoryal destek, ekip gücü ya da sürdürülebilir gelir modeli olmadan bireysel olarak bu mesleği yürütmek ciddi bir yük.”* Kocak bu yalnızlığı mesleki rekabet üzerinden somutlaştırmaktadır: *“Şayet kendi platformlarında var olmaya başladıysanız bağımsızlık getiriyor. Ama maalesef meyve veren ağaç taşlanır misali bir yerde parlamaya başladıysanız artık yalnızsınız demek çünkü bu zemin rekabeti de içinde barındırıyor.”* Şimşek ise kurumsal korumanın önemine dikkat çekmektedir: *“Bağımsızlık getiriyor ama ciddi bir yalnızlık da doğuruyor. Kurumun sağladığı güvenlik ve destek çok önemli, özellikle savunma muhabirliği gibi riskli alanlarda.”* Atayeter bu ikili durumu dengeli biçimde özetlemektedir: *“Kendi ismiyle var olan gazetecilik, bana göre hem bağımsızlık hem de yalnızlık getiriyor. Bağımsızlık, haberin doğruluğunu, analizini ve etik duruşunu kendi sorumluluğun altında özgürce inşa edebilmek demek. Ancak bu bağımsızlık, çoğu zaman yalnızlığı da beraberinde getiriyor; çünkü kararlar yalnızca sana ait, hatalar ve eleştiriler de direkt sana dönüyor.”*

Gazeteciler meslektaş dayanışmasını mümkün olmakla birlikte kırılgan bir yapı olarak değerlendirmektedir. Görüşmeler, dayanışmaya ilişkin algıların belirgin biçimde ayrıştığını ortaya koymaktadır. Bir grup gazeteci, özellikle sahada yürütülen haber üretim süreçlerinde dayanışmanın hâlâ var olduğunu ve mesleğin sürdürülebilirliği açısından zorunlu bir rol oynadığını savunmaktadır. Tosun, gazeteciliğin tek başına yürütülemeyecek kadar zor bir meslek olduğunu vurgulayarak, *“Bu iş sahada yapılırken tek başına yapılamayacak kadar*

zor. *Mutlaka meslektaş dayanışması var*” sözleriyle bu durumu somutlaştırmaktadır. Ona göre, kutuplaşmış medya ortamında “gerçek gazeteciler” farklı kurumlar arasında görünmez bir işbirliği ağı kurmakta; kendi kurumlarında haberleştiremeyecekleri konuları başka mecralarda çalışan meslektaşlarına aktarmaktadır. Gökçe ise dayanışmayı açık biçimde etik bir zorunluluk olarak tanımlamakta ve *“Meslektaş dayanışması ahlaki bir gerekliliktir”* ifadesiyle gazeteciler arasında bilgi ve belge paylaşımının hâlâ sürdüğüne dikkat çekmektedir. Arslan da dijitalleşmeyle birlikte bireyselleşen gazetecilik pratiğinin mesleki yalnızlığı ve rekabeti derinleştirdiğini, bu nedenle dayanışmanın “bir lüks değil, mesleğin sürdürülebilirliği için bir zorunluluk” haline geldiğini vurgulamaktadır. Arık ise köklü sendikalar, meslek örgütleri ve sosyal medyanın etkisiyle dayanışma ağlarının geçmişe kıyasla daha görünür ve yaygın olduğunu savunmaktadır.

Buna karşılık bazı gazeteciler, meslektaş dayanışmasının büyük ölçüde ideolojik kamplaşmalar tarafından aşındırıldığını düşünmektedir. Gülalp bu durumu kategorik biçimde *“Kesinlikle dayanışmadan söz edemeyiz”* sözleriyle ifade ederken; İşli de benzer şekilde *“Kesinlikle hayır”* yanıtını vermektedir. Yılmaz, mevcut destek ilişkilerinin mesleki değil, tamamen ideolojik temelli olduğunu belirterek, *“Kutuplaşma had safhada olduğu için ortası yok”* ifadesiyle gazeteciler arasındaki ayrışmanın derinliğine dikkat çekmektedir. Yahyaoğlu da meslektaş dayanışmasının artık meslek temelli ilerlemediğini; gazetecilerin düşünce tarzlarına göre ayrıştığını ve bu durumun karşıt görüşte olan gazeteciler arasında zarar verici ilişkilere yol açtığını belirtmektedir. Köyük ise sektörde “yandaş gazeteci” ve “yanlış olmayan gazeteci” ayrımının belirginleştiğini, eskiden birbirini tanıyan gazetecilerin bugün giderek düşmanlaşan bir yapıya sürüklendiğini ifade etmektedir. Koçak’a göre dayanışma tamamen ortadan kalkmış değildir; ancak *“var ama çok değil”* ve haber atlatma rekabeti karşısında giderek zayıflamaktadır.

Gazetecilerin değerlendirmelerinde öne çıkan bir diğer tartışma başlığı, kendi yayını yapan gazetecilerin artışının sektörün geleceğine etkisidir. Bir grup gazeteci bu artışın medya alanında çeşitliliği, çok sesliliği ve rekabeti güçlendirdiğini savunmaktadır. Yahyaoğlu, bireysel yayıncılığın kullanıcı açısından daha fazla alternatif yarattığını ve bunun “en kaliteli olanın öne çıkacağı bir yarış” doğurabileceğini ifade etmektedir. Atayeter, bu sürecin haberin tek merkezli bir bakış açısıyla sınırlı kalmasını engellediğini ve okura farklı perspektifler sunduğunu vurgulamaktadır. Gökçe ise bireysel üretimin sektörde “iyi haber” için rekabeti artırabileceğini belirtmektedir. Ocak, bireysel gazeteciliği dijital platformların ilk dönemlerinde taşıdığı demokratikleşme işleviyle ilişkilendirerek, bu alanın bugün bir “nefes alma” imkânı sunduğunu ifade etmektedir.

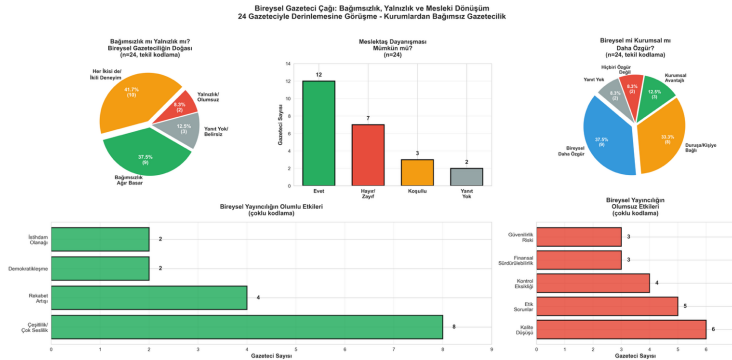
Öte yandan, önemli bir gazeteci grubu bireysel yayıncılığın ciddi riskler barındırdığına dikkat çekmektedir. Bekmezci, tıklanma uğruna teyitsiz ve yanlış bilginin yayılabileceğini vurgularken; Arık, bireysel gazetecilik alanının büyük ölçüde kontrolsüz olduğunu ve gazetecilik ilkelerini önemsemeyen aktörlerin algoritmalar sayesinde görünür hale gelebildiğini belirtmektedir. Karataş, haber ile yorum arasındaki sınırı giderek belirsizleştirdiğini; bireysel yayın yapan gazetecilerin zamanla kanaat önderlerine dönüşebildiğini ifade etmektedir. Can ise çeşitlilik artarken kalite ve standartların gerilediğini, bu nedenle etik ve mesleki kılavuzların daha da hayati hale geldiğini vurgulamaktadır. Geyik’in 6 Şubat depremleri sırasında yaşananlara ilişkin verdiği örnek ise, izlenme odaklı bireysel yayıncılık pratiklerinin gazetecilik etiğiyle nasıl çatışabildiğini çarpıcı biçimde ortaya koymaktadır.

Gazetecilerin önemli bir bölümü, özgürlüğün yalnızca bireysel ya da kurumsal üretim ayrımı üzerinden tanımlanamayacağı görüşünde birleşmektedir. Görüşmeler, özgürlüğün yapısal konumdan ziyade mesleki duruş, etik ilkeler ve gazetecinin içerik üretme biçimiyle doğrudan ilişkili

olduğunu göstermektedir. Arslan’a göre gazetecilikte özgürlük, “nerede çalışıldığı”ndan çok, “nasıl çalışıldığı” ile ilgilidir; hangi ilkelere bağlı kalındığı ve kimin için içerik üretildiği bu özgürlük algısını belirleyen temel unsurlardır. Yılmaz ise özgürlüğün yapısal değil, ideolojik bir mesele olduğunu savunmakta; bireysel üretim yapan gazetecilerin fon, maddi kaynak ve sürdürülebilirlik sorunları nedeniyle yeni bağımlılık ilişkileri içine girebildiğine dikkat çekmektedir. Atayeter, her iki üretim biçiminin de kendi içinde özgürlük ve sınırlılık alanları barındırdığını belirtirken; kurumsal yapıların gazeteciye maddi güvence ve kaynak erişimi sağladığını, ancak yayın politikaları üzerinden dolaylı sınırlamalar da getirdiğini vurgulamaktadır. Özellikle genç gazeteciler açısından kurumsal yapı, mesleki öğrenme ve deneyim aktarımı bakımından hâlâ önemli bir zemin olarak görülmektedir. Karataş, gazeteciliğin ancak uzun süreli ekip çalışması içinde öğrenilebileceğini ifade etmektedir. Köse ise özgürlük meselesinin gazetecinin meslekteki ağırlığı ve tanınırlığıyla doğrudan ilişkili olduğunu, bazı isimlerin bireysel üretimde daha serbest hareket edebilirken bazılarının çalıştıkları kurumları dahi etkileyebildiğini belirtmektedir. Tosun, bireysel üretimin daha geniş bir hareket alanı sunduğunu kabul etmekle birlikte, maddi ve fiziki imkânların sınırlılığının bu özgürlüğü kırılgan hale getirdiğine dikkat çekmektedir. Tokat ve Ocak ise bireysel üretimin özellikle otosansür baskısından uzaklaşma açısından özgürleştirici olduğunu, ancak geleneksel gazetecilikteki kolektif üretim, editoryal tartışma ve nitelikli rekabet ortamının da önemli bir kayıp olarak hissedildiğini ifade etmektedir.

Bu değerlendirmeler, gazetecilikte özgürlüğün tek bir üretim modeline indirgenemeyecek; yapısal konum, kişisel duruş ve mesleki sermayenin iç içe geçtiği çok katmanlı bir olgu olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgular, “bireysel gazeteci çağı”nın gazeteciler tarafından ne bütünüyle olumlanan ne de bütünüyle reddedilen bir dönüşüm olarak algılandığını göstermektedir. Bireysel gazetecilik, bir yandan

bağımsızlık ve ifade alanı sunarken; diğer yandan yalnızlık, güvencesizlik ve etik riskler üretmektedir. Gazetecilerin anlatıları, bu sürecin kişisel deneyimler, mesleki kıdem, çalışılan alan ve siyasal bağlamla yakından ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle genç gazeteciler kurumsal yapıyı öğrenme ve deneyim kazanma alanı olarak görmektedir. Deneyimli gazeteciler ise bireysel üretimi bağımsızlık ve özgürlük alanı olarak tanımlamaktadır. Siyasi kutuplaşmanın dayanışmayı zayıflattığı, bireysel yayıncılığın hem çeşitlilik hem de kontrol eksikliği yarattığı üzerinden durulan konular arasında yer almaktadır. Özgürlüğün ise mekândan çok duruşla ilgili olduğu ortak vurgular arasına girmektedir. Dolayısıyla bireysel gazetecilik, tek başına bir “kurtuluş” ya da “çöküş” değil; gazeteciliğin güncel yapısal gerilimlerini görünür kılan bir ara form olarak değerlendirilebilir. Gazetecilerin kendi sözleriyle aktardıkları deneyimler, bu dönüşümün basit ikiliklerle açıklanamayacak kadar karmaşık ve çok boyutlu olduğuna işaret etmektedir. Şekil 17’te bireysel gazetecilik çağına ilişkin verileri aktaran grafikler sunulmaktadır.



Şekil 17. Bireysel Gazetecilikte Mesleki Kimlik Algısı

Şekil 17’ye göre gazeteciler, “bağımsızlık mı yalnızlık mı?” sorusuna verdikleri yanıtlarda, bu deneyimin tek bir bağlamda açıklanamayacağını ortaya koymaktadır. Katılımcıların %41,7’si (n=10) bu süreci hem bağımsızlık hem de yalnızlık

hissiyle birlikte yaşadığını ifade etmektedir. %37,5'lik (n=9) bir kesim için ise bağımsızlık duygusu daha ağır basmaktadır. Buna karşılık yalnızlığı doğrudan olumsuz bir deneyim olarak tanımlayanların oranı %8,3 (n=2) düzeyinde kalmaktadır. Bu soruya net bir yanıt vermeyenlerin oranı ise %12,5 (n=3)'tir. Genel olarak bakıldığında, gazetecilerin %79,2'sinin (n=19) bir şekilde bağımsızlık hissini deneyimlediği; ancak bu hissin önemli bir bölümde yalnızlık duygusuyla iç içe geçtiği görülmektedir.

Meslektaş dayanışmasının mümkün olup olmadığına ilişkin değerlendirmelerde ise görüşlerin belirgin biçimde ayrıştığı dikkat çekmektedir. Görüşme yapılan gazetecilerin 12'si meslektaş dayanışmasının mümkün olduğunu düşünmektedir. Buna karşılık 7 gazeteci dayanışmanın zayıf ya da neredeyse işlevsiz olduğunu belirtirken, 3 gazeteci bu durumun ancak belirli koşullar altında gerçekleşebileceğini ifade etmektedir. 2 gazeteci ise bu soruya yanıt vermemiştir. Bu dağılım, dayanışma meselesinin gazeteciler arasında ortak bir uzlaşma alanı oluşturmadığını; buna rağmen tamamen ortadan kalkmış bir pratik olarak da görülmediğini göstermektedir.

“Bireysel mi yoksa kurumsal gazetecilik mi daha özgür?” sorusuna verilen yanıtlar da benzer biçimde dağınık bir görünüm sergilemektedir. Katılımcıların %37,5'i (n=9) bireysel gazeteciliğin daha özgür olduğunu düşünmektedir. %33,3'lük (n=8) bir kesim ise özgürlük meselesinin kişisel duruşa ve bağlama bağlı olarak değiştiğini ifade etmektedir. Kurumsal gazeteciliği daha avantajlı görenlerin oranı %12,5 (n=3)'te kalırken, %8,3'lük (n=2) bir grup ne bireysel ne de kurumsal gazeteciliğin gerçek anlamda özgür olmadığını savunmaktadır. Bu soruya yanıt vermeyenlerin oranı da %8,3 (n=2)'tür. Bulgular, özgürlük algısının keskin bir karşıtlıktan ziyade gri alanlar üzerinden kurulduğuna; özgürlük tartışmasının yapısal konumdan çok mesleki pratik, etik duruş ve içinde bulunulan bağlamla ilişkilendirildiğine işaret etmektedir.

Gazetecilerin mevcut dönüşüme ilişkin olumlu değerlendirmeleri sınırlı sayıda başlık etrafında toplanmaktadır. Çeşitlilik ve çok sesliliği olumlu bir gelişme olarak değerlendiren gazeteci sayısı 8'dir. Rekabetin artmasını olumlu görenlerin sayısı 4 olarak kaydedilmiştir. Demokratikleşme 2 ve yeni istihdam olanakları da 2 gazeteci tarafından dile getirilmiştir. Olumlu etkilere yapılan atıfların görece sınırlı kalması, bu başlıkların temkinli bir iyimserlikle ele alındığını göstermektedir.

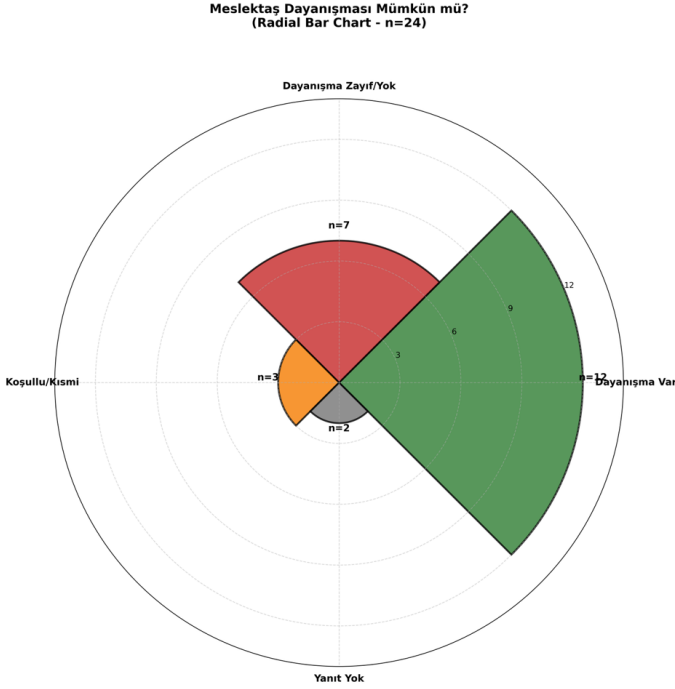
Olumsuz etkiler söz konusu olduğunda ise daha yoğun ve çeşitli kaygıların öne çıktığı görülmektedir. Kalite düşüşü riskine dikkat çeken gazeteci sayısı 6'dır. Etik sorunları vurgulayanların sayısı 5 olarak kaydedilirken, kontrol eksikliği 4 gazeteci tarafından dile getirilmiştir. Finansal sürdürülebilirlik 3 ve güvenilirlik riski 3 gazetecinin gündeme getirdiği sorunlar arasında yer almaktadır. Olumsuz etkilere yapılan atıf yoğunluğunun olumlu etkilere kıyasla daha yüksek olması, gazetecilerin mevcut dönüşümü daha çok riskler üzerinden değerlendirme eğiliminde olduklarını göstermektedir.

Son tahlilde, gazetecilik alanında güçlü çelişkilerin aynı anda deneyimlendiği bir tablo ortaya çıkmaktadır. Gazeteciler bir yandan bağımsızlık duygusunu ön plana çıkarırken, diğer yandan bu bağımsızlığın yalnızlık ve dayanışma eksikliğiyle birlikte yaşandığını ifade etmektedir. Özgürlük tartışması bireysel tercihler ve kişisel duruşlar etrafında şekillenirken, olumlu etkiler sınırlı kalmakta; olumsuzluklar ise daha baskın bir anlatı oluşturmaktadır.

3.7.2. Gazeteciler Arasında Meslektaş Dayanışmasına Yönelik Algılar

Bu alt bölümde, bireyselleşen gazetecilik pratikleri içinde meslektaş dayanışmasının hâlen mümkün olup olmadığına ilişkin gazeteci algıları incelenmektedir. Şekil 18, gazeteciler arasında meslektaş dayanışmasına yönelik algıların tek yönlü ve homojen olmadığını, aksine belirgin biçimde ayrıştığını göstermektedir. Görüşme yapılan 24 gazetecinin yarısı (n=12)

meslektaş dayanışmasının hâlen var olduğunu ifade etmektedir. Bu bulgu, tüm yapısal dönüşümlere ve rekabet baskısına rağmen gazetecilik mesleğinde dayanışmanın tamamen ortadan kalkmadığını düşündürmektedir.



Şekil 18. Gazeteciler Arasında Meslektaş Dayanışmasına Yönelik Algılar

Buna karşılık Şekil 18'e göre, 7 gazeteci dayanışmanın zayıf ya da neredeyse hiç işlemediğini belirtmektedir. Bu grup, özellikle ideolojik kutuplaşma, rekabetçi medya ortamı ve bireysel görünürlük mücadelesi nedeniyle meslektaş ilişkilerinin aşındığını vurgulamaktadır. Dayanışmanın ancak belirli koşullar altında mümkün olabileceğini düşünenlerin sayısı 3 ile sınırlı kalırken, 2 gazeteci bu soruya net bir yanıt vermemiştir.

Bu dağılım, gazeteciler arasında dayanışmanın varlığına dair ortak bir uzlaşının bulunmadığını, algının parçalı ve bağlamsal biçimde şekillendiğini ortaya koymaktadır. Dayanışmayı

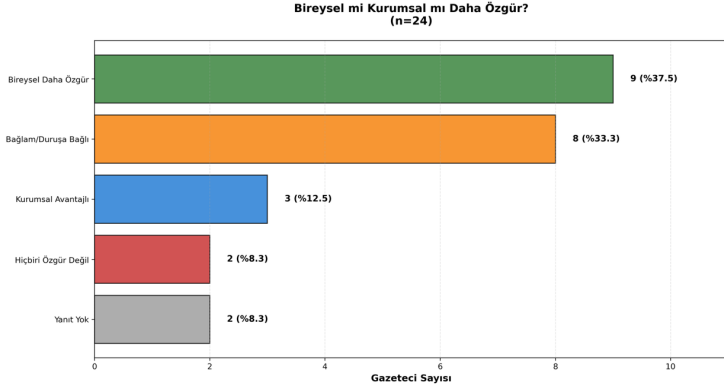
mümkün görenler çoğunlukta olmakla birlikte, bu çoğunluk güçlü ve kapsayıcı bir mutabakata işaret etmemektedir. Aksine, bulgular dayanışmanın süreklilik gösteren kurumsal bir yapıdan ziyade, kişisel ilişkiler, saha deneyimi, ortak etik duruş ve somut ihtiyaçlar etrafında geçici ve kırılğan biçimlerde kurulduğunu düşündürmektedir.

Sonuç olarak Şekil 18, bireysel gazetecilik çağında meslektaş dayanışmasının ne tamamen kaybolduğunu ne de güçlü ve bütüncül bir norm hâline geldiğini göstermektedir. Gazeteciler arasında dayanışma algısı, mesleki idealler ile pratik gerçeklikler arasındaki gerilimin önemli bir yansıması olarak ortaya çıkmaktadır.

3.7.3. Gazetecilikte Özgürlük Algısının Bireysel, Bağlamsal ve Kurumsal Düzeylerde Ayrışması

Bu alt bölümde, gazetecilerin mesleki özgürlüğü bireysel üretim, kurumsal yapı ve bağlamsal koşullar çerçevesinde nasıl tanımladıkları incelenmektedir. Aşağıdaki Şekil 19, gazetecilikte özgürlük algısının tek bir üretim modeliyle açıklanamayacağını ve çok katmanlı bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Görüşme yapılan 24 gazetecinin %37,5'i (n=9) bireysel gazeteciliğin daha özgür bir alan sunduğunu ifade etmektedir. Bu grup, bireysel üretimi; editoryal sınırlar, yayın politikaları ve kurumsal baskılardan görece bağımsız bir hareket alanı olarak değerlendirmektedir.

Buna oldukça yakın bir oranla, %33,3'lük bir kesim (n=8) özgürlüğün üretim biçiminden ziyade gazetecinin duruşuna, çalıştığı bağlama ve mesleki konumuna bağlı olarak değiştiğini belirtmektedir. Bu bulgu, özgürlüğün yapısal bir özellikten çok deneyimsel ve durumsal bir olgu olarak kavrandığını göstermektedir. Gazeteciler bu çerçevede hem bireysel hem de kurumsal yapıların belirli koşullarda özgürlük alanı sunabileceğini, ancak her iki modelin de kendi içinde sınırlılıklar barındırdığını ifade etmektedir.



Şekil 19. Gazetecilikte Özgürlük Algısının Bireysel ve Kurumsal Düzeylerde Ayrışması

Kurumsal gazeteciliği daha avantajlı ve özgürlük sağlayıcı bir yapı olarak değerlendirenlerin oranı %12,5 (n=3) ile sınırlı kalmaktadır. Bu görüşü savunan gazeteciler, kurumsal yapının sağladığı hukuki güvence, maddi istikrar ve editoryal destek unsurlarının pratikte bireysel üretime kıyasla daha koruyucu bir çerçeve sunduğunu vurgulamaktadır. Buna karşılık, %8,3'lük bir grup (n=2) ne bireysel ne de kurumsal gazeteciliğin gerçek anlamda özgür olmadığını savunmakta; özgürlüğün mevcut medya düzeninde yapısal olarak aşındığını dile getirmektedir. Aynı oranda katılımcı ise bu konuda net bir görüş bildirmemiştir.

Genel dağılım birlikte değerlendirildiğinde, gazetecilerin çoğunluğunun özgürlüğü mutlak ve sabit bir durum olarak değil; kişisel duruş, mesleki sermaye, çalışma koşulları ve siyasal bağlamla şekillenen gri alanlar üzerinden tanımladığı görülmektedir. Şekil 19'da ortaya çıkan tablo, gazetecilikte özgürlüğün bireysel üretim ile otomatik olarak sağlanan bir kazanım olmadığı gibi, kurumsal yapı içinde de bütünüyle ortadan kalkmadığını göstermektedir. Bu bağlamda özgürlük, gazeteciler açısından mekândan çok mesleki pratik ve etik duruş üzerinden anlam kazanan dinamik bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

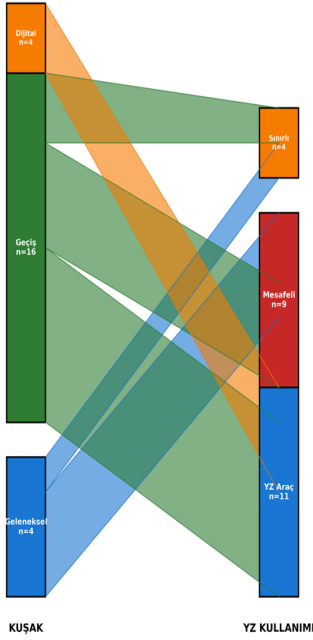
3.8. Kuşaklar ve Gazeteci Profilleri

Gazetecilik alanında yapay zekâya yönelik tutumlar, gazetecilerin mesleğe giriş dönemleri, deneyim birikimleri ve mesleki sosyalleşme süreçleriyle de yakından ilişkilidir. Bu bölümde, gazetecilerin kuşak temelli profilleri ile yapay zekâ kullanım biçimleri arasındaki ilişkiler ele alınmakta; farklı kuşakların yapay zekâyı nasıl algıladığı, hangi kullanım stratejilerine yöneldiği ve bu tercihlerde hangi mesleki dinamiklerin belirleyici olduğu incelenmektedir.

3.8.1. Kuşaklara Göre Yapay Zekâ Kullanım Biçimlerinin Algısal Dağılımı

Bu alt bölümde, gazetecilerin kuşakları ile yapay zekâ kullanım biçimleri arasındaki dağılım, ilişkisel bir perspektifle analiz edilmektedir. Amaç, belirli bir kuşağın yapay zekâyı otomatik olarak benimseyen ya da reddeden bir profile indirgenip indirgenemeyeceğini sorgulamak ve kuşak-kullanım ilişkisini görsel akışlar üzerinden görünür kılmaktır. Bu çerçevede oluşturulan akış diyagramı, gazetecilerin yapay zekâya yönelik tutumlarının sabit kategorilerden ziyade, deneyim, mesleki dönüşüm ve geçiş süreçleriyle şekillenen dinamik bir yapı sergilediğini göstermeyi amaçlamaktadır.

Kuşaktan YZ Kullanımına Akış Diyagramı
(Alluvial Diagram - n=24)



Şekil 20. Kuşaklara Göre Yapay Zekâ Kullanım Biçimleri

Şekil 20’de, gazetecilerin kuşakları ile yapay zekâ kullanım biçimleri arasındaki dağılım, akış diyagramı aracılığıyla görselleştirilmektedir. Diyagramın sol tarafında gazeteciler geleneksel kuşak (n=4), geçiş kuşağı (n=16) ve dijital kuşak (n=4) olmak üzere üç kuşak altında sınıflandırılmaktadır. Sağ tarafta ise yapay zekâyâ yönelik kullanım biçimleri yer almakta; yapay zekâyı araç olarak kullananlar (n=11), mesafeli yaklaşanlar (n=9) ve sınırlı kullananlar (n=4) şeklinde üç kategori tanımlanmaktadır.

Akışlar incelendiğinde, en yoğun yönelimin geçiş kuşağından yapay zekâyı araç olarak kullanan gruba doğru olduğu görülmektedir. Geçiş kuşağı, nicel olarak örneklemin en büyük bölümünü oluşturmasının yanı sıra, yapay zekâyâ yönelik tutumlar açısından da en heterojen dağılıma sahip gruptur.

Bu kuşaktan hem araç temelli kullanıma hem de mesafeli yaklaşıma doğru güçlü akışlar gözlemlenmektedir. Bu durum, geçiş kuşağının bir yandan dijitalleşmenin zorunluluklarını kabul ettiğini, diğer yandan gazetecilik pratikleri üzerindeki etkilerine karşı temkinli bir tutum sergilediğini göstermektedir.

Geleneksel kuşaktaki gazetecilerin ağırlıklı olarak yapay zekâyâ mesafeli ya da araç temelli kullanım yöneliminde olduğu, sınırlı kullanım kategorisinin ise bu grupta daha sınırlı temsil edildiği dikkat çekmektedir. Bu tablo, geleneksel kuşakta yapay zekânın ya işlevsel bir destek unsuru olarak konumlandırıldığını ya da mesleki normlar çerçevesinde kontrollü biçimde sınırlandırıldığını düşündürmektedir. Dijital kuşaktaki gazeteciler ise hem yapay zekâyı araç olarak kullananlar hem de mesafeli yaklaşanlar arasında dağılmakta; bu kuşağın otomatik biçimde yüksek kullanım eğilimi gösterdiği yönündeki yaygın varsayımı zayıflatmaktadır.

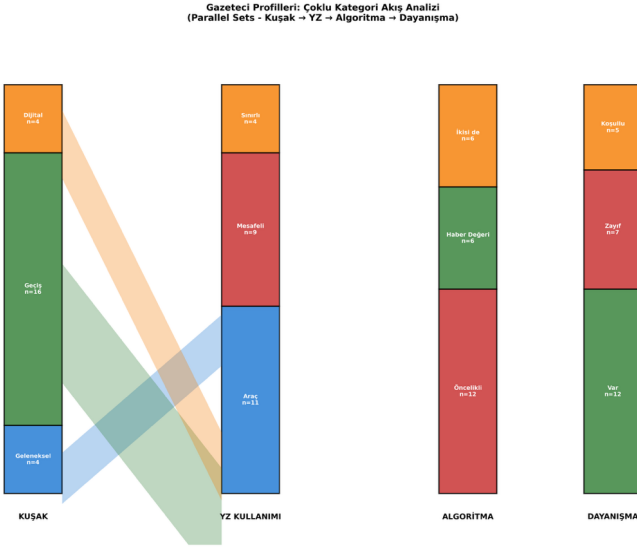
Genel olarak akış diyagramı, kuşaklar ile yapay zekâyâ yönelik tutumlar arasında tek yönlü, deterministik bir ilişki bulunmadığını ortaya koymaktadır. Özellikle geçiş kuşağında yoğunlaşan çoklu akışlar, yapay zekâ kullanımının yaş ya da kuşaktan ziyade mesleki deneyim, editoryal sorumluluk algısı ve etik hassasiyetlerle birlikte şekillendiğini göstermektedir. Bu bağlamda Şekil 20, gazetecilerin yapay zekâyı benimseme ya da mesafelenme düzeylerinin kuşaklara göre farklılaştığını; ancak bu farklılaşmanın kesin sınırlar ve homojen profiller üretmediğini açık biçimde görselleştirmektedir.

3.8.2. Gazeteci Profillerinde Kuşak, Yapay Zekâ Kullanımı ve Algoritmik Tutumların Çok Boyutlu Dağılımı

Bu bölümde, gazetecilerin kuşakları, yapay zekâ kullanım biçimleri, algoritmik yönelimleri ve meslektaş dayanışmasına ilişkin algıları eş zamanlı olarak ele alınarak, gazeteci profillerinin nasıl bütüncül örüntüler oluşturduğu analiz edilmektedir. Bu yaklaşım, yapay zekânın gazetecilik alanındaki etkilerini tekil değişkenler yerine, birbirini besleyen

mesleki ve algısal boyutlar üzerinden okumayı mümkün kılmaktadır.

Aşağıdaki Şekil 21, gazetecilerin kuşakları ile yapay zekâ kullanım biçimleri, algoritmaya yönelik tutumları ve mesleki dayanışma algıları arasındaki ilişkileri aynı anda görselleştiren çok boyutlu bir profil haritası sunmaktadır. Grafik, değişkenler arasında doğrusal ya da zamansal bir nedensellik kurmaktan ziyade, gazetecilerin algısal konumlanmalarının nasıl birlikte örüntülendiğini ortaya koymaktadır. Bu yönüyle şekil, tekil değişken analizlerinin ötesine geçerek gazetecilik pratiklerinin bütüncül bir görünümünü sunmaktadır.



Şekil 21. Gazeteci Profillerinde Kuşaklara Göre Dijital Yetkinlik Dağılımı

Görselin solunda yer alan kuşak dağılımı, örneklemin büyük bölümünün geçiş kuşağı gazetecilerden oluştuğunu ($n=16$) göstermektedir. Geleneksel ($n=4$) ve dijital ($n=4$) kuşaklar ise sayısal olarak daha sınırlı gruplar olarak temsil edilmektedir. Bu dağılım, araştırma bulgularının merkezinde dijitalleşme, algoritmikleşme ve yapay zekâ tartışmalarını doğrudan deneyimleyen bir kuşağın yer aldığını ortaya koymaktadır.

Kuşaklardan yapay zekâ kullanım biçimlerine doğru uzanan akışlar incelendiğinde, geçiş kuşağındaki gazetecilerin ağırlıklı olarak yapay zekâyı bir “araç” olarak konumlandığı (n=11) görülmektedir. Bununla birlikte, bu kuşakta mesafeli (n=9) ve sınırlı kullanım (n=4) tutumlarının da anlamlı bir yer tuttuğu dikkat çekmektedir. Dijital kuşak gazetecilerde yapay zekâ kullanımının daha doğrudan ve pratik odaklı biçimde benimsendiği izlenimi oluşurken, geleneksel kuşakta kullanımın daha temkinli, kontrollü ve sınırlayıcı bir çerçevede ele alındığı görülmektedir. Bu durum, yapay zekâ kullanımının yalnızca kuşak aidiyetiyle değil, mesleki deneyim ve normatif hassasiyetlerle birlikte şekillendiğini düşündürmektedir.

Yapay zekâ kullanımından algoritmaya yönelik tutumlara geçildiğinde, gazetecilerin önemli bir bölümünün algoritmayı “öncelikli” bir belirleyici olarak gördüğü (n=12) ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte, haber değerini öne çıkaran yaklaşımlar (n=6) ile “haber değeri ve algoritmanın birlikte etkili olduğu” görüşleri (n=6) de kayda değer bir ağırlığa sahiptir. Bu dağılım, algoritmaların gazetecilikte mutlak bir editoryal otorite olarak değil haber değeri, bağlam ve mesleki yargılarla birlikte değerlendirilen bir unsur olarak konumlandırıldığını göstermektedir.

Grafiğin son boyutunu oluşturan mesleki dayanışma algısı ise belirgin bir ikili yapı ortaya koymaktadır. Gazetecilerin yarısı meslektaş dayanışmasının varlığını kabul etmekte (n=12), diğer yarısı ise dayanışmanın zayıfladığı (n=7) ya da ancak belirli koşullar altında mümkün olabildiği (n=5) görüşünü dile getirmektedir. Özellikle yapay zekâ ve algoritmik görünürlük pratiklerinin yoğunlaştığı profillerde, dayanışmanın daha kırılgan ve rekabet baskısı altında algılandığı izlenimi oluşmaktadır.

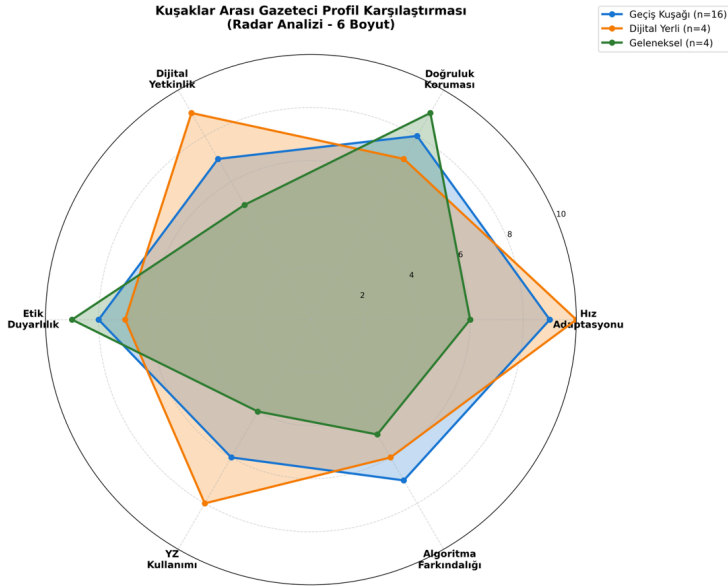
Genel olarak Şekil 21, gazetecilikte yapay zekâ kullanımının kuşaklara göre tek tip ve çizgisel bir ayrışma üretmediğini; aksine yapay zekâ kullanımı, algoritmaya atfedilen rol ve mesleki dayanışma algısının birlikte değişen çok boyutlu bir

yapı oluşturduğunu göstermektedir. Bu yapı, gazetecilerin yapay zekâyı ne mutlak bir tehdit ne de mutlak bir çözüm olarak gördüklerini; onu mesleki değerler, editoryal sorumluluklar ve kolektif pratiklerle sürekli müzakere edilen bir unsur olarak konumlandıklarını ortaya koymaktadır.

3.8.3. Kuşaklara Göre Gazeteci Profillerinin Dijital Yetkinlik ve Etik Boyutlarda Ayrışması

Bu bölümde, gazetecilerin kuşaklara göre mesleki profillerinin dijital beceriler, yapay zekâ kullanımı ve etik hassasiyetler ekseninde nasıl farklılaştığı karşılaştırmalı olarak ele alınmaktadır. Radar grafik üzerinden yapılan analiz, dijital dönüşüm sürecinin gazetecilik pratiklerinde homojen bir etki yaratmadığını; kuşaksal deneyimlere bağlı olarak farklı öncelik ve hassasiyet alanları ürettiğini ortaya koymaktadır.

Aşağıdaki Şekil 22, farklı kuşaklara mensup gazetecilerin mesleki profillerinin belirgin biçimde ayrıştığını göstermektedir. Dijital kuşak gazeteciler, özellikle hız adaptasyonu, dijital yetkinlik ve yapay zekâ kullanımı boyutlarında en yüksek değerlere ulaşarak teknolojik dönüşüme daha uyumlu bir profil sergilemektedir. Buna karşın, doğruluk korunması ve etik duyarlılık başlıklarında dijital kuşağın görece daha dengeli ve orta düzeyde bir konumda yer aldığı görülmektedir. Bu durum, dijital yetkinliğin artmasının etik hassasiyetleri tamamen ikincil hale getirmediğini, ancak önceliklerin yeniden sıralandığını düşündürmektedir.



Şekil 22. Kuşaklara Göre Gazeteci Profillerinin Dijital Yetkinlik ve Etik Boyutlarda Ayrışması

Geleneksel kuşak gazeteciler ise doğruluk korunması ve etik duyarlılık boyutlarında en yüksek farkındalığı sergileyen grup olarak öne çıkmaktadır. Buna karşılık, dijital yetkinlik, yapay zekâ kullanımı ve algoritma farkındalığı alanlarında daha sınırlı bir görünüm sunmaktadırlar. Bu profil, geleneksel kuşakta mesleki deneyim ve normatif değerlerin teknolojik hız ve araç kullanımının önünde konumlandığını göstermektedir.

Geçiş kuşağı gazeteciler ise grafik üzerinde ara bir konumda yer almakta, hem dijital pratiklere uyum hem de etik ve editoryal değerlere bağlılık açısından hibrit bir profil sergilemektedir. Hız adaptasyonu, algoritma farkındalığı ve etik duyarlılık gibi başlıklarda orta-yüksek düzeyde değerler alan bu grup, dijitalleşme sürecini aktif biçimde deneyimlerken mesleki normlardan bütünüyle kopmayan bir denge kurmaktadır. Bu durum, geçiş kuşağının gazetecilikte dönüşümün ana taşıyıcısı konumunda olduğunu düşündürmektedir.

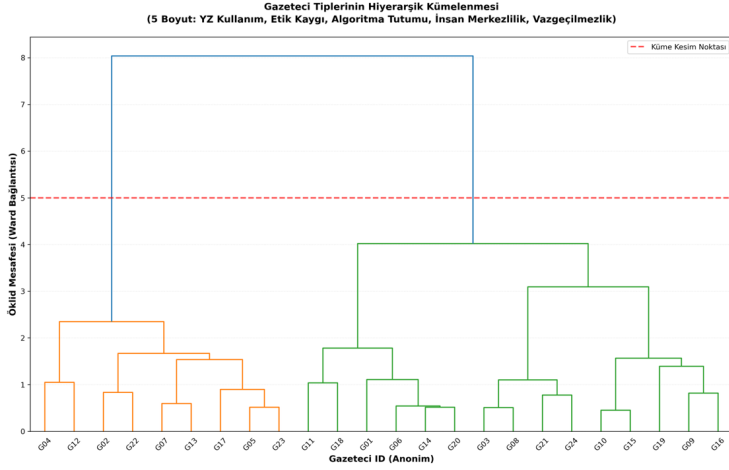
Genel olarak Şekil 22, dijital dönüşümün gazetecilik alanında kuşak temelli farklılaşmalar yarattığını ancak bu farklılaşmanın keskin bir kopuştan ziyade, etik değerler ile teknolojik pratikler arasında kurulan değişken dengeler üzerinden şekillendiğini ortaya koymaktadır. Kuşaklar arası bu ayrışma, gazetecilikte yapay zekâ ve algoritmik araçların benimsenme biçimlerinin mesleki sosyalleşme ve değer setleriyle de yakından ilişkili olduğunu göstermektedir.

3.9. Analitik Haritalama: Tipolojiler, Dashboard ve Kavramsal Ağ Yapıları

Bu bölümde, nitel bulguların analitik ve görselleştirilmiş yapılar üzerinden birlikte okunmasını mümkün kılan bir yaklaşım benimsenmektedir. Gazetecilerin yapay zekâyâ yönelik tutumları, etik hassasiyetleri ve mesleki değer algıları arasındaki ilişkiler; tipolojiler, kümelenmeler ve çok boyutlu haritalar aracılığıyla analiz edilmektedir. Bu analitik haritalama, bireysel görüşlerin ötesine geçerek, gazeteciler arasında ortaklaşan örüntüleri, ayrışma noktalarını ve ara konumları görünür kılmayı amaçlamaktadır. Böylece, gazetecilikte dijital dönüşümün tekil tutumlardan ziyade, farklı profiller ve ilişki ağları üzerinden şekillendiği ortaya konulmaktadır.

3.9.1. Gazeteci Tiplerinin Hiyerarşik Kümelenmesi

Gazeteci tiplerinin hiyerarşik kümelenmesini gösteren Şekil 23, gazetecilerin yapay zekâ kullanımı, etik kaygı düzeyi, algoritmaya yönelik tutum, insan merkezlilik ve gazeteciliğin vazgeçilmezliği algısı olmak üzere beş temel boyut üzerinden benzerliklerine göre hiyerarşik olarak kümelendiğini göstermektedir. Ward bağlantı yöntemiyle oluşturulan dendrogram, gazeteciler arasında homojen bir tutum yapısının bulunmadığını; aksine, belirli değer ve pratik setleri etrafında yoğunlaşan farklı profillerin oluştuğunu ortaya koymaktadır.



Şekilde 23'te yer alan kesim noktası dikkate alındığında, gazetecilerin temelde iki ana kümeye ayrıldığı görülmektedir. Bu kümelerden ilki, etik kaygı düzeyi yüksek, insan merkezli yaklaşımı güçlü ve gazeteciliğin vazgeçilmezliğine vurgu yapan profillerden oluşmaktadır. Bu gruptaki gazeteciler için yapay zekâ, haber üretiminde merkezi bir aktör olmaktan ziyade, dikkatle sınırlandırılması gereken bir araç olarak konumlanmaktadır. Algoritmik araçlara yönelik tutumlar bu kümede daha temkinli ve eleştirel bir çerçevede şekillenmektedir.

İkinci ana küme ise yapay zekâ kullanımına daha uyumlu, araçsal ve pragmatik bir yaklaşımı benimseyen gazetecilerden oluşmaktadır. Bu grupta, algoritmaların haber üretim süreçlerindeki işlevselliği daha fazla kabul görmekte; hız, verimlilik ve teknik destek unsurları ön plana çıkmaktadır. Bununla birlikte, bu kümenin etik kaygılardan bütünüyle kopmadığı; ancak etik hassasiyetlerin kullanım biçimini düzenleyen bir çerçeve olarak ele alındığı görülmektedir.

Dendrogramın alt düzey dallanmaları incelendiğinde, her iki ana küme içerisinde de daha küçük alt profillerin olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum, gazetecilerin yalnızca

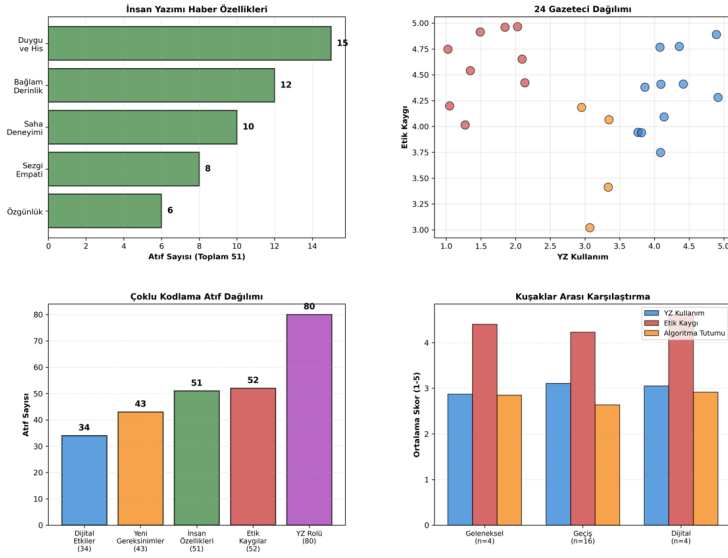
“etikçi” ya da “teknoloji uyumlu” gibi ikili kategorilerle açıklanamayacağını; etik kaygı, insan merkezilik ve algoritmik farkındalık düzeylerinin farklı kombinasyonlar halinde bir araya geldiğini göstermektedir. Özellikle bazı gazetecilerin, yüksek etik duyarlılıkla birlikte yapay zekâyı araçsal biçimde kullanabildiği ara profiller oluşturduğu görülmektedir.

Genel olarak Şekil 23, gazetecilikte dijital dönüşümün tek bir yönelim üretmediğini; aksine, mesleki değerler ile teknolojik pratikler arasında kurulan farklı denge noktaları üzerinden çoğul tipolojiler yarattığını ortaya koymaktadır. Bu kümelenme, yapay zekânın gazetecilik alanında mutlak bir kırılma ya da homojen bir dönüşümden ziyade, mesleki kimliğin farklı boyutlarıyla birlikte müzakere edilen bir unsur olarak konumlandığını göstermektedir. Böylece, gazetecilikte dijitalleşmenin etkileri, bireysel tercihlerden çok, paylaşılan değer setleri ve algısal yakınlıklar üzerinden anlaşılır hale gelmektedir.

3.9.2. Gazetecilik Dönüşümü Dashboard’u: İnsan Yazımı, Etik Kaygı ve Yapay Zekâ Kullanımı (4 Panel Analiz)

Bu alt bölümde, gazetecilikte yapay zekâ ile insan yazımı arasındaki ilişki; etik kaygılar, kullanım yoğunluğu ve kuşak farklılıklarıyla birlikte bütüncül bir analiz çerçevesinde ele alınmaktadır. Dört panelli dashboard yaklaşımı, nitel görüşmelerden elde edilen çok katmanlı bulguların aynı anda karşılaştırılmasına olanak tanıyarak, gazetecilikte dijital dönüşümün parçalı değil ilişkisel bir yapı sergilediğini ortaya koymaktadır. Bu görselleştirme, insan merkezli değerler ile teknolojik pratikler arasındaki gerilimi ve sürekliliği birlikte okumayı mümkün kılmaktadır.

Gazetecilik Dönüşümü Dashboard (4 Panel Analiz)



Şekil 24. Gazetecilik Dönüşümü Dashboard'u: İnsan Yazımı, Etik Kaygı ve Yapay Zekâ Kullanımı (4 Panel Analiz)

Şekil 24'ün ilk panelinde, insan yazımına atfedilen temel özelliklerin dağılımı yer almaktadır. Toplam 51 atf içerisinde en yüksek vurgu duygu ve hissiyat boyutunda yoğunlaşmaktadır (n=15). Bunu bağlam derinliği (n=12) ve saha deneyimi (n=10) izlemektedir. Sezgi/empati (n=8) ve özgünlük (n=6) ise görece daha düşük sayıda atf almıştır. Bu dağılım, gazetecilerin insan yazımını öncelikle duygusal yoğunluk ve bağlamsal anlam üretimi üzerinden tanımladıklarını; insan unsurunu teknik bir beceriden çok deneyimsel ve sezgisel bir değer olarak konumlandıklarını göstermektedir.

İkinci panel, 24 gazetecinin yapay zekâ kullanım düzeyi ile etik kaygı düzeyleri arasındaki ilişkiyi dağılım grafiği üzerinden sunmaktadır. Grafikte dikkat çeken temel bulgu, yapay zekâ kullanım seviyesi yükselse dahi etik kaygı puanlarının tüm gruplarda orta-üst aralıkta (yaklaşık 4-5 bandında) yoğunlaşmasıdır. Özellikle yapay zekâyı aktif kullanan gazetecilerde (YZ kullanımı 4-5 aralığında), etik

kaygının belirgin biçimde düşmediği; aksine bazı durumlarda daha yüksek seyrettiği görülmektedir. Bu durum, yapay zekâ kullanımının etik hassasiyetle ters orantılı olmadığına; etik kaygının kullanım pratiğini düzenleyen temel bir referans noktası olarak varlığını sürdürdüğüne işaret etmektedir.

Üçüncü panel, çoklu kodlama sonucunda elde edilen toplam atıf dağılımını sunmaktadır. En yüksek atıf sayısı yapay zekânın rolüne ilişkindir (n=80). Bunu etik kaygılar (n=52) ve insan yazımı özellikleri (n=51) izlemektedir. Yeni gereksinimler (n=43) ve dijital etkiler (n=34) ise daha düşük ancak yine de anlamlı düzeyde temsil edilmektedir. Bu dağılım, gazetecilerin yapay zekâyı yalnızca teknik bir araç olarak değil, mesleğin rol tanımını, etik sınırlarını ve üretim pratiklerini yeniden şekillendiren merkezi bir unsur olarak ele aldıklarını göstermektedir.

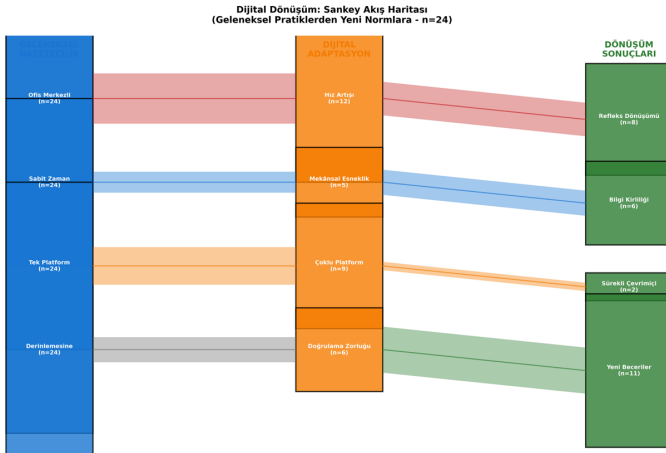
Dördüncü panelde, kuşaklar arası karşılaştırma yer almaktadır. Geleneksel, geçiş ve dijital kuşaklar arasında yapay zekâ kullanım düzeyi bakımından sınırlı farklılıklar görülse de etik kaygı puanlarının tüm kuşaklarda yüksek ve birbirine yakın olduğu dikkat çekmektedir. Algoritmaya yönelik tutumlarda ise geçiş kuşağının daha temkinli ve dengeli bir profil sergilediği; dijital kuşağın yapay zekâ kullanımında daha uyumlu, geleneksel kuşağın ise daha mesafeli bir yaklaşım benimsediği görülmektedir. Buna rağmen etik duyarlılık, kuşaklar arası ortak bir normatif zemin oluşturmaktadır.

Genel olarak Şekil 24, gazetecilikte yapay zekâ kullanımının insan yazımı ve etik kaygılardan bağımsız bir teknik dönüşüm olarak algılanmadığını ortaya koymaktadır. Aksine, gazeteciler yapay zekâyı; duygu, bağlam ve etik sorumluluk gibi insan merkezli değerlerle birlikte sürekli olarak müzakere edilen bir araç olarak konumlandırmaktadır. Dashboard analizi, dijital dönüşümün gazetecilikte bir kopuş değil; insan yazımı, etik hassasiyet ve teknolojik pratikler arasında kurulan çok katmanlı bir denge süreci olarak deneyimlendiğini göstermektedir.

3.9.3. Dijital Dönüşümün Algısal Akış Haritası: Geleneksel Pratiklerden Yeni Normlara

Bu alt bölümde dijital dönüşüm, gazetecilerin anlatılarında doğrusal bir teknolojik ilerleme ya da kronolojik bir modernleşme süreci olarak değil; geleneksel mesleki pratikler, dijital adaptasyon biçimleri ve bu adaptasyonların doğurduğu sonuçlar arasında kurulan çok yönlü bir algı akışı olarak ele alınmaktadır. Bu bağlamda oluşturulan Sankey akış haritası, gazetecilerin dönüşümü nasıl deneyimlediklerini, hangi pratiklerden hangi yeni normlara yöneldiklerini ve bu geçişleri hangi sonuçlarla ilişkilendirdiklerini görsel olarak ortaya koymaktadır.

Aşağıdaki Şekil 25, gazetecilerin dijital dönüşüm algısının zamansal bir süreç olmaktan ziyade, mesleki pratikler bağlamında oluşan algısal ve yapısal bir akış olarak nasıl kavramsallaştırdığını göstermektedir. Akış haritası, geleneksel gazetecilik pratiklerinden—ofis merkezli çalışma, sabit zamanlı üretim, tek platforma dayalı yayıncılık ve derinlemesine haber üretimi—dijital adaptasyon başlıklarına ve buradan da dönüşümün algılanan sonuçlarına yönelen ilişkileri bütüncül biçimde görselleştirmektedir.



Şekil 25. Dijital Dönüşümün Algısal Akış Haritası: Geleneksel Pratiklerden Yeni Normlara

Şekil 25’te öne çıkan bulgulardan ilki, dijital adaptasyonun en baskın boyutunun “hız artışı” olarak algılanmasıdır (n=12). Bu boyutun, dönüşüm sonuçları içerisinde özellikle “refleks dönüşümü” (n=8) ile ilişkilendirilmesi, gazetecilerin üretim süreçlerindeki hızlanmayı yalnızca teknik bir kolaylık olarak değil, mesleki refleksleri ve karar alma pratiklerini yeniden şekillendiren yapısal bir dönüşüm olarak değerlendirdiklerini göstermektedir. Hız, bu bağlamda içerik üretim temposunu artıran bir unsur olmanın ötesinde, gazetecinin habere yaklaşma biçimini dönüştüren bir etki alanı olarak konumlanmaktadır.

İkinci olarak, mekânsal esneklik (n=5) algısının doğrudan bilgi kirliliği (n=6) ile ilişkilendirilmesi dikkat çekmektedir. Bu bulgu, fiziksel mekândan bağımsız çalışmanın gazeteciler tarafından her zaman olumlu bir kazanım olarak görülmediğini; aksine doğrulama süreçlerini zorlaştıran, kaynak denetimini güçleştiren ve içerik güvenilirliğine yönelik riskler barındıran bir unsur olarak algılandığını ortaya koymaktadır. Mekânsal özgürlük, bu çerçevede editoryal denetimin zayıflaması ve bilgi akışının kontrolsüzleşmesiyle birlikte düşünülmektedir.

Çoklu platform kullanımı (n=9) ise sınırlı sayıda katılımcı tarafından sürekli çevrimiçi olma hali (n=2) ile ilişkilendirilmiştir. Bu durum, çoklu platformlarda var olmanın gazeteciler açısından daha çok teknik ve yapısal bir zorunluluk olarak algılandığını; ancak sürekli çevrimiçi olmanın henüz kolektif ve normatif bir mesleki beklentiye dönüşmediğini düşündürmektedir. Başka bir ifadeyle, platform çeşitliliği kabul edilmekte; fakat bunun doğurduğu sürekli erişilebilir olma baskısı henüz tam anlamıyla içselleştirilmiş görünmemektedir.

Son olarak, doğrulama zorluğu algısının (n=6) güçlü biçimde yeni beceriler ihtiyacıyla (n=11) ilişkilendirilmesi, dijital dönüşümün gazeteciler tarafından bir “mesleki erozyon” ya da “kayıp” söylemi üzerinden değil; aksine yeniden öğrenme, uyum sağlama ve beceri geliştirme gerektiren bir süreç olarak çerçevelendiğini göstermektedir. Bu bulgu, gazetecilerin dijital dönüşümü kaçınılmaz bir tehditten ziyade,

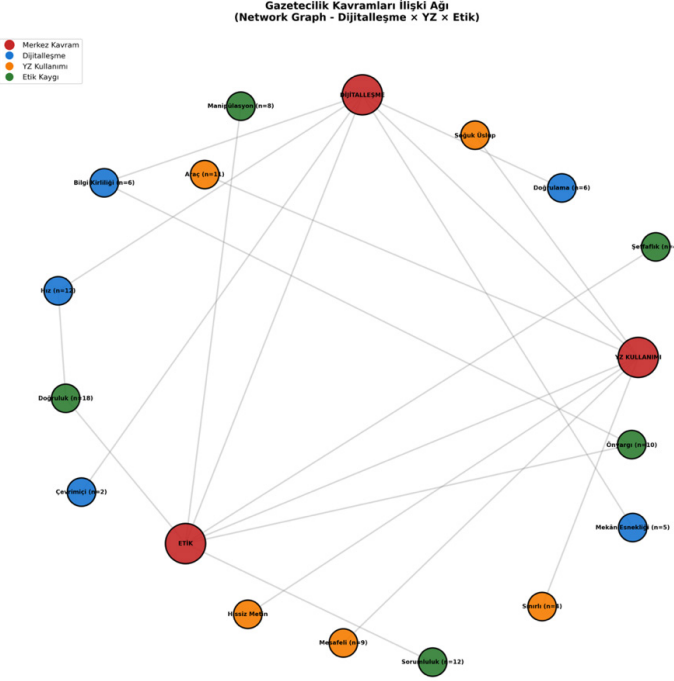
mesleki yetkinliklerin yeniden tanımlandığı bir dönüşüm alanı olarak değerlendirdiklerine işaret etmektedir.

Genel olarak Şekil 25, dijital dönüşümün gazeteciler tarafından doğrusal, aşamalı ya da kronolojik bir değişim olarak değil farklı pratikler, algılar ve sonuçlar arasında kurulan çok yönlü bir algısal akış olarak deneyimlendiğini ortaya koymaktadır. Bu yönüyle grafik, dijital dönüşümü tarihsel bir ilerleme anlatısı yerine, gazetecilerin güncel mesleki konumlanışları, deneyimleri ve risk algıları üzerinden okunabilir kılmaktadır.

3.9.4. Gazetecilik Kavramları Arasındaki İlişki Ağı

Bu alt bölümde gazetecilerin dijitalleşme, yapay zekâ ve etik kavramlarını nasıl ilişkilendirdikleri, kavramlar arası etkileşimler üzerinden analiz edilmektedir. Bu amaçla oluşturulan ilişki ağı, gazetecilikteki dönüşümün yalnızca teknolojik araçlar ya da üretim pratikleriyle sınırlı kalmadığını; etik, sorumluluk ve mesleki değerlerle birlikte çok katmanlı bir anlam alanı oluşturduğunu ortaya koymaktadır.

Aşağıdaki Şekil 26'da yer alan ilişki ağı, gazetecilerin dijitalleşme, yapay zekâ kullanımı ve etik kavramlarını nasıl birlikte düşündüklerini görselleştirmektedir. Grafikte bu üç kavramın merkezde konumlanması, gazetecilikteki dönüşüm tartışmalarının esasen bu üç eksen etrafında örüldüğünü göstermektedir. Diğer kavramların bu merkezî düğümlere bağlanarak kümelenmesi, gazetecilerin deneyimlerini ilişkisel bir bütünlük içinde anlamlandırdıklarına işaret etmektedir.



Şekil 26. Gazetecilik Kavramları Arasındaki İlişki Ağı

Ağ yapısında en dikkat çekici unsur, etik kavramının çok sayıda alt başlıkla doğrudan ilişkilendirilmiş olmasıdır. Etik düğümü; doğruluk, sorumluluk, önyargı ve manipülasyon gibi kavramlarla güçlü bağlar kurmaktadır. Bu durum, gazetecilerin yapay zekâ ve dijitalleşme tartışmalarını öncelikle normatif bir çerçevede ele aldıklarını ve teknolojik dönüşümü büyük ölçüde etik riskler ve mesleki sorumluluklar üzerinden değerlendirdiklerini göstermektedir. Etik, ağ yapısında yalnızca bir sonuç alanı değil; dijitalleşme ve yapay zekâ kullanımını sürekli denetleyen ve sınırlandıran merkezi bir referans noktası olarak konumlanmaktadır.

Yapay zekâ kullanımı düğümü, araç, sınırlı kullanım, mesafeli yaklaşım ve soğuk üslup gibi nitelendirmelerle ilişkilendirilmiştir. Bu ilişkiler, gazetecilerin yapay zekâyı

üretimin merkezinde yer alan kontrollü, destekleyici ve çoğu zaman temkinle yaklaşılması gereken bir yardımcı unsur olarak gördüklerini ortaya koymaktadır. Yapay zekâyâ atfedilen bu nitelikler, teknolojinin gazetecilikteki rolünün hâlen müzakere edilen ve sınırları netleşmemiş bir alan olarak algılandığını düşündürmektedir.

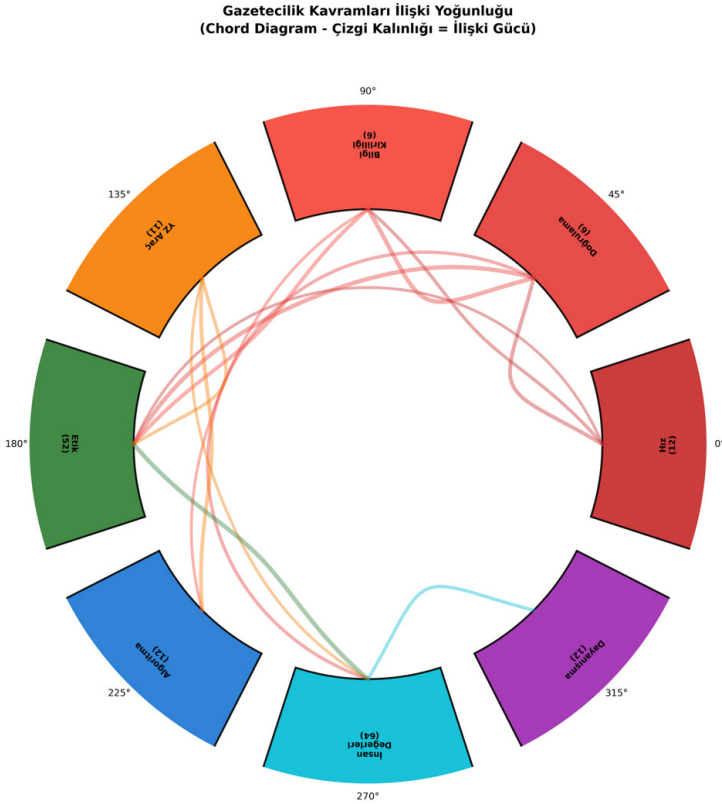
Dijitalleşme kavramı ise ağırlıklı olarak hız, mekânsal esneklik, bilgi kirliliği ve doğrulama başlıklarıyla bağlantılıdır. Bu dağılım, dijitalleşmenin gazeteciler açısından çift yönlü bir anlam taşıdığını göstermektedir. Bir yandan üretim süreçlerini hızlandıran ve mekânsal bağımsızlık sağlayan bir dönüşüm olarak değerlendirilirken; diğer yandan haberin doğrulanması, bilgi güvenliği ve içerik kalitesi açısından yeni risk alanları yaratan bir yapı olarak algılanmaktadır. Dijitalleşme, bu bağlamda ne tamamen olumlanan ne de bütünüyle sorunlu görülen bir süreçtir; aksine fırsatlar ve tehditlerin iç içe geçtiği bir geçiş alanı olarak konumlanmaktadır.

Genel olarak ilişki ağı, gazetecilerin dijitalleşme ve yapay zekâyı etik tartışmalarla sürekli temas hâlinde olan bütüncül bir alan içinde değerlendirdiklerini ortaya koymaktadır. Grafik, bu kavramların hiyerarşik bir sırayla değil, karşılıklı etkileşimler ve ortak referanslar üzerinden anlam kazandığını göstermesi açısından önemlidir. Bu yönüyle Şekil 26, gazetecilikteki dönüşümün teknik bir yenilenmeden ziyade, mesleki değerler, etik hassasiyetler ve teknolojik araçlar arasında kurulan dinamik bir ilişki ağı üzerinden şekillendiğini görünür kılmaktadır.

3.9.5. Gazetecilik Kavramları Arasındaki İlişki Yoğunluğu

Bu alt bölümde, gazetecilerin söylemlerinde birlikte anılan kavramlar arasındaki ilişkilerin yoğunluğu ve göreceli ağırlığı analiz edilmektedir. Bu amaçla oluşturulan dairesel ilişki diyagramı, gazetecilik pratiğinde öne çıkan kavramların hangi eksenler etrafında kümелendiğini ve hangi kavram çiftlerinin daha güçlü anlam bağları kurduğunu görünür kılmaktadır.

Aşağıdaki Şekil 27, gazetecilerin söylemlerinde öne çıkan temel kavramlar arasındaki ilişki yoğunluğunu dairesel bir yapı içinde göstermektedir. Diyagramda her bir kavram dış halkada konumlandırılmış; kavramlar arasındaki bağlantılar çizgilerle ifade edilmiştir. Çizgi kalınlıkları, kavramlar arasındaki ilişkinin görece gücünü temsil etmekte ve söylem içinde hangi kavramların birlikte ve yoğun biçimde düşünülüp tartışıldığını ortaya koymaktadır.



Şekil 27. Gazetecilik Kavramları Arasındaki İlişki Yoğunluğu

Görselde “Hız”, “Doğruluk” ve “Bilgi Kirliliği” kavramlarının merkezî bir konumda yer aldığı ve birbirleriyle güçlü bağlantılar kurduğu dikkat çekmektedir. Özellikle hız ile doğruluk arasındaki yoğun ilişki, gazetecilik pratiğinde hız

baskısının doğrudan doğrulama süreçleriyle ilişkilendirildiğini göstermektedir. Bu iki kavramın bilgi kirliliğiyle de güçlü biçimde bağlanması, hız artışının yanlış, eksik ya da teyitsiz bilginin dolaşıma girmesi riskini artıran temel faktörlerden biri olarak algılandığını düşündürmektedir. Bu üçlü ilişki, dijitalleşmenin gazetecilikte yarattığı en belirgin gerilim alanlarından birini oluşturmaktadır.

Etik kavramı diyagramda birden fazla kavramla güçlü bağlantılar kuran bir düğüm olarak öne çıkmaktadır. Etik ile doğruluk, sorumluluk ve insan değerleri arasındaki ilişkiler, gazetecilerin etik meselesini soyut bir norm alanı olarak değil haber üretiminin tüm aşamalarını kesen bütüncül bir çerçeve olarak değerlendirdiklerini göstermektedir. Etik, bu yönüyle diyagramda pasif bir değer değil, hız, teknoloji ve algoritmik baskılar karşısında dengeleyici bir referans noktası olarak konumlanmaktadır.

Yapay zekâ ve algoritma ile ilişkili kavramların (örneğin araç, mesafeli kullanım, sınırlı kullanım) daha sınırlı ancak seçici bağlantılarla temsil edildiği görülmektedir. Bu kavramların özellikle etik ve doğruluk eksenleriyle bağlanması, yapay zekânın gazeteciler tarafından doğrudan bir tehdit olmaktan ziyade; etik denetim, sorumluluk ve kontrol gerektiren bir araç olarak tartışıldığını ortaya koymaktadır. Yapay zekâ, diyagramda hız kadar merkezî bir konumda yer almamakta; ancak etik çerçeveye temas ettiği ölçüde anlam kazanmaktadır.

Dayanışma ve insan değerleri kavramlarının daha az sayıda, fakat anlamlı bağlantılarla diyagrama dâhil olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum, mesleki dayanışmanın gazetecilerin söylemlerinde tamamen dışlanmadığını; ancak hız, algoritmik baskı ve doğrulama sorunları gibi yapısal meselelerin gölgesinde daha kırılğan ve ikincil bir konumda algılandığını düşündürmektedir. Dayanışma, söylemsel olarak önemli olmakla birlikte, dönüşümün baskın eksenleri arasında merkezî bir rol üstlenmemektedir.

Genel olarak Şekil 27, gazetecilerin söylemlerinde kavramların tekil ve bağımsız biçimde ele alınmadığını; hız, doğruluk, etik, yapay zekâ ve mesleki değerlerin birbirine eklemlenen, iç içe geçmiş bir anlam ağı oluşturduğunu göstermektedir. Diyagram, gazetecilik pratiğinin güncel dönüşümünün doğrusal ya da tek boyutlu bir süreç olmadığını, çok sayıda kavramın eş zamanlı etkileşimiyle şekillenen ilişkisel bir yapı içinde kavramsallaştırıldığını ortaya koymaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İletişim ve medya alanında dijital dönüşüm, özellikle gazetecilik ve haber uygulamaları bağlamında, çoğu zaman indirgemeci bir biçimde ele alınmaktadır. Bu yaklaşım genellikle iki perspektifte toplanmaktadır. Bir tarafta iletişim teknolojilerindeki gelişmeleri bütünüyle olumlayan görüşler vardır. Diğer tarafta ise konuyu felaket senaryoları üzerinden tartışan yaklaşımlar öne çıkmaktadır. Buna karşılık, indirgemeci çerçevenin ötesine geçen çalışmalar da bulunmaktadır. Bu çalışmalar, gazeteciliğin dijital çağda çelişkili, çok katmanlı ve sürekli müzakere edilen bir deneyim alanı olarak şekillendiğini göstermektedir.

Bu çalışma gazeteciliği, tek yönlü bir dönüşüm anlatısı yerine, sahada deneyimlenen çok boyutlu bir pratik olarak ele almaktadır. Gazetecilik sabit ya da durağan yapıdaki bir meslek değildir. Aksine dönüşüm ve değişim halindeki bir mesleki pratiktir. Bu kitabın temel savı da aslında bu bağlamda şekillenmektedir. Gazetecilik dijital çağda ortadan kalkmamıştır. Mesleğin anlamı, sınırları ve pratikleri sürekli yeniden tanımlanmaktadır. Bir diğer deyişle gazetecilik, çok katmanlı bir dönüşüm süreci içinde varlığını sürdürmektedir. Öte yandan bu süreç, teknolojik araçların belirleyiciliği kadar, gazetecilerin etik muhakemeleri, mesleki refleksleri ve kamusal sorumluluk anlayışları tarafından da şekillenmektedir. Bu çalışmada gazetecilerle yapılan görüşmeler sonucunda, dijitalleşmenin mesleki pratikler üzerinde eş zamanlı olarak

hem güçlendirici hem de aşındırıcı etkiler yarattığı sonucu elde edilmiştir.

Ortaya çıkan sonuçlar, gazeteciliğin dijital çağda hız, algoritmik sistemler, platform mantığı ve yapay zekâ gibi yeni dinamikler içinde baştan tanımlandığını açık bir biçimde ortaya koymaktadır. Dijitalleşme ve yapay zekâ, haberin üretim hızını, dolaşım biçimini ve görünürlük rejimlerini dönüştürmekle birlikte; gazeteciliğin epistemolojik temellerini, mesleki kimliğini ve toplumsal işlevini de doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle gazetecilikte yaşanan dönüşüm, araçsal bir uyum süreci değildir. Bu noktada elde edilen bulgular, dijitalleşmenin gazeteciliği salt teknik manada değil, mesleğin anlamı ve sorumlulukları üzerinden yeniden şekillendirdiğini göstermektedir.

Mevcut bulgular nezdinde etik, kamusal ve insani boyutları olan bir yeniden tanımlama süreci olarak ele alınmalıdır. Araştırma bulguları, dijitalleşmenin gazetecilikte köklü bir kopuş yaratmaktan ziyade, mesleki refleksleri yeniden ayarlayan ve süreklilik içeren bir dönüşüm yarattığını göstermektedir. Nitekim katılımcıların %62,5'i dijitalleşmeyi bir “kırılma” evresi olarak görmemektedir. Bu oran, gazetecilik pratiğinin özüne ilişkin devamlılık algısının güçlü biçimde korunduğuna işaret etmektedir.

Gazeteciler dijitalleşmeyi sıklıkla işin doğasının değişmesinden ziyade, çalışma temposunun hızlanması, üretim ritminin yoğunlaşması ve görünürlük biçimlerinin dönüşmesi konularıyla bağlantılı olarak tanımlamaktadır. Sosyal medya platformlarının yükselişi, gazetecilik pratiklerini teknik yönün ötesinde, içerik üretim mantığı ve haber değerleri açısından da dönüştürmüştür. Platform odaklı habercilikte hız, görünürlük ve etkileşim beklentileri, gazetecilerin gündem belirleme, haber seçimi ve sunum biçimlerini doğrudan etkilemektedir. Bu süreç, gazeteciliği daha akışkan, parçalı ve platform dinamiklerine duyarlı bir pratik haline getirmektedir (Li, Pan ve Yao, 2023). Nitekim bu bulgu dijital gazeteciliğin sabit

normlar üzerinden değil, değişen koşullara uyum sağlayan akışkan bir pratik olarak deneyimlendiğini gösteren literatürle örtüşmektedir (Witschge, Anderson, Domingo, Hermida ve Kantola, 2016; Deuze, 2008).

Bulgular, dijitalleşmenin gazetecilik pratiğini özellikle zaman, mekân, üretim biçimi ve izleyiciyle kurulan ilişki boyutlarında köklü bir biçimde dönüştürdüğünü ortaya koymaktadır. Gazeteciler haber üretiminin hızlanması, mekânsal bağımlılığın azalması ve çoklu platformlara uyum zorunluluğunun mesleki reflekslerini yeniden tanımlamasına yol açtığını ifade etmektedir. Hız ve zaman algısına bağlı dönüşüm ve hızın normalleşmesi ile mesleki baskıya ilişkin sonuçlar dijital gazeteciliğin merkezinde konumlanan hız rejimine işaret etmektedir.

Gazetecilerin yarısı (12/24) hız artışını dijitalleşmenin en belirgin etkisi olarak vurgulamaktadır. Bu oran, hızın artık istisnai bir baskı olmaktan çıkarak gazeteciliğin normalleşmiş çalışma rejimi haline geldiğini göstermektedir. Gazeteciler, yavaş çalışmanın neredeyse mümkün olmadığı ve hızın mesleğin doğal beklentisine dönüştüğü bir üretim ortamında faaliyet gösterdiklerini ifade etmektedir. Ancak bu normalleşme, hızın mesleki açıdan sorun olmaktan çıktığı anlamına gelmemektedir. Aksine hız, gazeteciler tarafından doğrulama süreçlerini zorlaştıran, hata riskini artıran, stres ve yorgunluğu derinleştiren yapısal bir baskı mekanizması olarak deneyimlenmektedir. Hız, bu bağlamda yalnızca teknik bir verimlilik aracı değildir. Gazetecileri sürekli tetikte olmaya zorlayan ve mesleki tükenmişlik riskini artıran çalışma temposuna bağlı bir zorunluluk olarak konumlanmaktadır. Bu durum, dijitalleşmenin gazetecilik pratiğini yalnızca teknik açıdan değil, epistemolojik ve etik boyutlarıyla da dönüştürdüğü şeklinde yorumlanabilir.

Buna karşın katılımcıların %83,3'ünün doğruluğa hızdan daha büyük önem atfetmesi, yoğun hız baskısına rağmen etik önceliklerin büyük ölçüde korunduğunu

sonucunu doğurmaktadır. Gazeteciler doğruluğu, geç kalınsa bile vazgeçilemeyecek temel bir mesleki ilke olarak tanımlamaktadır. Bu açıdan gazeteciler hız ile doğruluk arasında bilinçli ve sürekli bir gerilim alanı kurmaktadırlar. Bu bulgu, dijitalleşmenin gazetecilikte otomatik bir etik erozyon yaratmadığını, aksine etik ilkelerin pratik içinde yeniden savunulan ve müzakere edilen bir anlayış yarattığını göstermektedir. Dolayısıyla etik tartışmalar, bu çalışmada normatif varsayımlardan ziyade, gazetecilerin gündelik deneyimlerine dayalı olarak ele alınmaktadır. Ayrıca bu bulgu, literatürde sıklıkla dile getirilen etik erozyon söylemine karşı, sahaya dayalı daha temkinli ve dengeli bir okuma yapılması gerektiğine işaret etmektedir.

Haberin ömrünün kısalması ve kamusal hafıza bağlamında, gazetecilerin haberin ömrüne ilişkin algılarında belirgin bir kırılma yaşandığı görülmektedir. Görüşmelere katılan gazetecilerin %79,2'si haberin ömrünü “çok kısa” ya da “anlık” olarak tanımlamaktadır. Bu oran, dijital gazetecilikte kamusal kayıt üretme işlevinin zayıfladığına dair güçlü bir algıya işaret etmektedir. Tıkanma odaklı haberciliğin gazeteciliği sığdırttığına ilişkin uzlaş %91,7 düzeyindedir. Gazeteciler, haberlerin çok hızlı tüketildiğini ve kısa sürede görünmez hale geldiğini vurgulamaktadır. Bu algı, dijital gündemin sürekli güncellenen yapısı, platform odaklı dolaşım mekanizmaları ve kullanıcı etkileşimi temelli görünürlük rejimleriyle doğrudan ilişkilidir. Haberın geçiciliğe bürünmesi, gazetecilik pratiğinin kamusal hafıza üretme kapasitesini sorgulamaya açmaktadır. Çünkü bu durum gazetecilerin uzun vadeli toplumsal etki yaratma beklentilerini zayıflatmaktadır. Ayrıca mesleki motivasyonun yanı sıra içerik planlama ve editöryal önceliklerin de dönüşmesine yol açmaktadır. Haberın zamana bağılı değerine ilişkin bu kırılma, gazetecilerin üretim stratejilerini olay merkezli anlatılardan ziyade akışa uyumlu, parçalı ve sürekli güncellenen içerik üretimine yöneltmektedir.

Gazeteciler, iyi haber ile çok okunan haberin her zaman örtüşmediğini vurgulamaktadır. Çünkü hız ve tıklanma baskısının içerik derinliği ile birlikte, mesleki tatmin ve kamusal etki beklentisini de aşındırdığını ifade etmektedir. Sonuç olarak araştırmada ölçülebilirlik (tık, izlenme, etkileşim) ile editoryal değerler arasında yapısal bir gerilim bulunduğu tespit edilmektedir. Algoritmaların yeni editoryal güç olarak konumlanması konusundaki araştırma bulguları, gazetecilerin haberin dolaşıma girmesinde algoritmik sistemlerin belirleyici rolünün açık biçimde farkında olduklarını göstermektedir. Bu dönüşüm ekonomik bir yeniden yapılanma sürecine de işaret etmektedir.

Dijital platformlar ve yapay zekâ temelli sistemler, haber üretimini giderek daha fazla ölçülebilirlik, performans ve verimlilik mantığına bağlamaktadır. Bu durum, haberin kamusal değerinden ziyade ekonomik dolaşım potansiyelinin ön plana çıkmasına yol açmakta; gazeteciliği piyasa baskılarıyla daha doğrudan karşı karşıya bırakmaktadır (Sjøvaag, 2024). Zira bu araştırmada katılımcıların %50'si haberin görünürlüğünde algoritmayı birincil belirleyici olarak görmektedir. Bu oran, algoritmaların gazetecilikte yeni bir editoryal güç olarak konumlandığını ortaya koymaktadır. Nitekim haber öneri sistemleri, haber üretimi ile dağıtımı arasındaki sınırları yeniden tanımlamakta, gazetecilikte arz ve talep ilişkilerini daha karmaşık ve karşılıklı bağımlı hale getirmekte; bu dönüşüm, algoritmaların kamusal iletişim süreçlerinde bilgi akışını ve görünürlüğü şekillendiren yapısal aktörler hâline geldiğine işaret eden tartışmalarla da örtüşmektedir (Mitova, Blassnig, Strikovic, Urman, Hannak, de Vreese ve Esser, 2023; Schumann ve Taddicken, 2021). Algoritmaların habercilik alanında yeni bir editoryal güç olarak konumlandığına ilişkin algı, araştırmanın en belirgin bulguları arasında yer almaktadır. Gazetecilerin önemli bir bölümü, haberin dolaşıma girmesinde algoritmik görünürlüğün belirleyici hale geldiğini kabul etmektedir.

Bununla birlikte gazeteciler, algoritmik baskıyı mutlak bir teslimiyet olarak deneyimlememektedir. Katılımcıların %58,3'ü haber içeriğini tıklanma kaygısıyla değiştirmediklerini belirtmektedir. Bu oran, algoritmalarla kurulan ilişkinin müzakereye dayalı bir sınır içinde şekillendiğini göstermektedir. Gazeteciler, başlık ve sunumda esneklik gösterebildiklerini; ancak içerikte etik direnç göstermeye devam ettiklerini ifade etmektedir. Bu durum, dijital gazeteciliğin mutlak bir algoritmik tahakküm altında değil, etik değerlerle görünürlük dinamikleri arasında kırılğan bir denge alanı oluşturduğunu ortaya koymaktadır.

Ayrıca gazetecilerin çoğunluğunun haber içeriklerini doğrudan tıklanma kaygısıyla şekillendirmediğini ifade etmesi, algoritmik baskının mutlak bir teslimiyet yaratmadığını da göstermektedir. Bu durum, gazeteciliğin görünürlük çağında etik değerler ile algoritmik düzenlemeler arasında kurulan kırılğan bir denge alanı içinde deneyimlendiğini düşündürmektedir. Bu denge, gazetecilerin algoritmalarla ilişkisini edilgen bir uyumdan çok, sürekli pazarlık ve sınır çizme pratiği olarak kurduklarını ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, gazeteciler gazeteciliği algoritmalara teslim olmuş bir pratik olarak değil, algoritmalarla çatışan, pazarlık eden ve sınır çizen bir mesleki deneyim olarak kavramsallaştırmaktadırlar. Yapay zekânın konumlandırılması bu müzakere alanını daha da derinleştirmektedir. Gazetecilerin tamamı (24/24) insan gazeteciliğinin vazgeçilmezliği konusunda fikir birliği içindedir. Bu oran, yapay zekânın mesleği ikame eden değil, yardımcı ve sınırlandırılması gereken bir araç olarak konumlandırıldığını göstermektedir. Gazeteciler yapay zekâyı destekleyen, hızlandıran ancak mutlaka insan denetimi gerektiren bir teknoloji olarak tanımlamaktadır. Yapay zekâ, gazeteciler tarafından hızlandırıcı, araştırma destekleyici ve teknik bir yardımcı olarak kabul edilmekte, ancak haber üretiminin merkezine yerleştirilmesine karşı temkinli bir yaklaşım sergilenmektedir.

Bu araştırmanın bir diğer temel varsayımı, yapay zekânın gazeteciliği ikame eden bir unsurdan ziyade, insan denetimi altında anlam kazanan bir araç olarak konumlandırıldığıdır. Gazetecilerin deneyimleri, yapay zekânın hız, teknik destek ve araştırma kolaylığı sunduğunu, ancak bağlam kurma, etik muhakeme, empati ve kamusal sorumluluk gibi gazeteciliğin özsel boyutlarının halen insan emeğine dayandığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda insan gazeteciliğinin vazgeçilmezliği normatif bir sav olarak değerlendirilemez. Bu vurgu, araştırmanın insan gazeteciliğini idealleştiren bir söylemden ziyade, sahaya dayalı bir mesleki uzlaşşı olarak ele aldığını göstermektedir.

İnsan yazımı ile yapay zekâ metinleri arasındaki ayrım, teknik yeterlilikten çok duygu, bağlam, sezgi ve tanıklık üzerinden kurulmaktadır. Yapay zekâ metinlerinin “soğuk”, “mekanik” ve “ruhsuz” olarak nitelendirilmesi, gazeteciliğin halen insani anlam üretme ve kamusal bağlam kurma pratiği olarak kavrandığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır. İnsan yazımı ile yapay zekâ tarafından üretilen metinler arasındaki fark, gazeteciler tarafından teknik bir ayrım olarak değil; duygu, bağlam, sezgi, empati ve saha deneyimi üzerinden tanımlanmaktadır. Bu değerlendirmeler, gazeteciliğin yalnızca bilgi aktaran değil, aynı zamanda insani bir tanıklık ve anlam kurma pratiği olarak algılandığını göstermektedir. Öyle ki gazetecilik veri işleme faaliyetinin ötesinde, toplumsal anlam üretme pratiği olarak konumlanmaktadır (Deuze, 2014).

Etik duyarlılık bulguları, çalışmanın en güçlü sonuçları arasında yer almaktadır. Etik kaygılar doğruluk, sorumluluk ve önyargı üretimi başlıklarında yoğunlaşmaktadır. Yapay zekâ kullanım düzeyi ile etik kaygı arasında ters yönlü bir ilişki bulunmaması, etik hassasiyetin gazeteciler arasında ortak bir mesleki çekirdek değer olarak korunduğunu ortaya koymaktadır. Gazeteciler, dijitalleşme ve yapay zekâ tartışmalarını temelde teknolojik değil, mesleki bir sınav olarak çerçevelemektedir. Öte yandan etik boyut, yapay zekâ tartışmalarında gazeteciler

açısından en yoğun kaygı alanı olarak öne çıkmaktadır. Doğruluk, hesap verebilirlik, sorumluluk belirsizliği, önyargı üretimi ve manipölasyon riski, gazeteciler tarafından sıklıkla vurgulanan etik sorunlar arasında yer almaktadır. Sonuç olarak gazeteciler, yapay zekâyı etik bir özne olarak görmemektedir. Etik sorumluluğun hâlen insana ait olduğu vurgulanmaktadır. Yapay zekânın ise yalnızca bir araç olarak konumlanması gerektiği ortaya konmaktadır.

Bireysel gazetecilik ve özgürlük algısına ilişkin sonuçlar ise dijitalleşmenin yarattığı çelişkileri görünür kılmaktadır. Gazetecilerin %79,2'si bireysel üretimde bir biçimde özgürlük hissi deneyimlemektedir. Bu oran, dijitalleşmenin kurumsal sınırları gevşeten bir etki yarattığını göstermektedir. Ancak gazeteciler bu özgürlüğü, yalnızlık, güvencesizlik ve dayanışma kaybı ile deneyimlenmektedir. Zira bireysel gazeteciliğe ilişkin bulgular, dijital dönüşümün mesleki kimlik üzerindeki etkilerini görünür kılmaktadır. Kendi ismiyle üretim yapan gazetecilik pratiği, gazeteciler tarafından hem bağımsızlık hem de yalnızlık duygusuyla birlikte değerlendirilmektedir. Bu açıdan kurumsal yapılardan bağımsızlaşma, ifade özgürlüğü ve editoryal hareket alanı sağlamaktadır. Fakat hukuki koruma, meslektaş dayanışması ve sürdürülebilirlik açısından yeni kırılganlıklar da yaratmaktadır. Meslektaş dayanışmasına ilişkin görüşlerin parçalı olması, dijital gazeteciliğin kolektif mesleki kimliği zayıflatan, ancak tamamen ortadan kaldırmayan bir etki yarattığını düşündürmektedir. Bu durum, dijital gazeteciliğin bireyselleşme ile kolektif mesleki değerler arasındaki gerilimi derinleştirdiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Sonuç olarak bu çalışma, dijital gazeteciliğin bir çöküş ya da altın çağ anlatısıyla açıklanamayacak kadar karmaşık bir dönüşüm sürecine işaret ettiğini ortaya koymaktadır. Bu yönüyle kitap, dijital dönüşümü soyut teknoloji tartışmaları yerine, gazetecilerin deneyimleri üzerinden okuyan bir sonuç çerçevesi sunmaktadır. Gazetecilik dijital çağda hızlanmış, parçalanmış ve baskı altına girmiştir. Ancak gazeteciler;

etik reflekslerini, insan merkezli anlatı gücünü ve kamusal sorumluluk bilincini kaybetmemişlerdir. Dijital dönüşüm, gazeteciliği ortadan kaldırmaktan ziyade, mesleği daha yüksek bir etik farkındalık, daha güçlü bir doğrulama refleksi ve daha bilinçli bir kamusal sorumluluk anlayışıyla yeniden düşünülmesi gerektiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Yine de insan merkezli gazetecilik anlayışı, etik duyarlılık ve kamusal sorumluluk, dijitalleşme ve yapay zekâ süreçlerine rağmen mesleğin temel dayanakları olmaya devam etmektedir.

Genel olarak bu çalışma, dijital gazeteciliğin ne bir çöküş dönemi ne de mutlak bir ilerleme anlatısıyla açıklanamayacağını açık biçimde ortaya koymaktadır. Gazetecilerin deneyimleri, dijital dönüşümün mesleği ortadan kaldıran bir kopuş olmadığını açık şekilde göstermektedir. Bu yönüyle çalışma, dijital gazeteciliği kriz anlatıları içinde sıkışmış bir konu değil, sürekli yeniden tanımlanan, sınırları zorlanan ve mesleki aktörler tarafından müzakere edilen dinamik bir pratik olarak ele almakta ve dijital gazetecilik literatürüne insan merkezli, deneyime dayalı ve indirgemeci olmayan özgün bir katkı sunmaktadır.

Bu yönüyle kitap, gazetecilik literatürüne teknoloji merkezli soyut tartışmaların ötesine geçerek, gazetecilerin öznel deneyimlerini merkeze alan, insan merkezli ve deneyime dayalı bir katkı da sağlamaktadır. Dijital dönüşüm ve yapay zekâ tartışmalarının gelecekte de gazetecilik araştırmalarının temel eksenlerinden biri olmaya devam edeceği elbette oldukça açıktır. Ancak bu dönüşümün nitelikli bir şekilde anlaşılabilmesi, teknolojik olanaklar ya da normatif ilkelerin ötesinde; gazetecilerin sahadaki deneyimleri, etik muhakemeleri ve mesleki refleksleri üzerinden yapılacak çalışmalarla mümkün olacaktır. Bu nedenle çalışma, gazetecilerin dönüşümü nasıl yaşadıklarını, nasıl anlamlandırdıklarını ve bu dönüşüm karşısında hangi etik ve mesleki stratejileri geliştirdiklerini görünür kılmayı amaçlamıştır. Bu çalışmanın bulguları, gazeteciliğe ilişkin düzenleyici ve kurumsal

yaklaşımların yalnızca teknoloji merkezli verimlilik hedefleriyle şekillendirilmesinin önemli riskler barındırdığını göstermektedir. Bu nedenle araştırma bağlamında hem politikacılar hem medya kuruluşları hem de araştırmacılar için çeşitli önerler sunmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

Öneriler

Bu çalışmanın bulguları, dijitalleşme ve yapay zekâya ilişkin düzenleyici çerçevenin gazeteciliği, kamusal sorumluluk taşıyan normatif bir meslek alanı olarak ele alması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, yapay zekâ destekli habercilik uygulamalarında şeffaflık, hesap verebilirlik ve insan denetimi ilkelerinin yasal ve kurumsal düzeyde güvence altına alınması gerekmektedir. Bu ilkeler, yalnızca etik bir tercih değil; demokratik toplumların işleyişi açısından yapısal bir zorunluluk olarak değerlendirilmelidir.

Medya politikalarının, algoritmik görünürlük rejimlerini mutlaklaştıran performans ölçütleri (tıklanma, izlenme, etkileşim) yerine; doğruluk, bağlam, kamusal değer ve toplumsal etki gibi gazeteciliğin temel işlevlerini teşvik eden düzenlemeler üzerine yeniden düşünülmesi gerekmektedir. Zira haberin değerinin ölçülebilirlik kriterleriyle özdeşleştirilmesi, gazeteciliğin kamusal hafıza üretme ve demokratik denetim işlevini zayıflatmaktadır.

Bu nedenle özellikle kamu yayıncılığı bağlamında, nitelikli, derinlikli ve uzun soluklu haberciliği koruyacak ve teşvik edecek yapısal düzenlemelerin geliştirilmesi önem taşımaktadır. Dijital dönüşüm sürecinde kamusal yayıncılığın yalnızca teknolojik uyum kapasitesi değil, editoryal bağımsızlığı ve etik standartları da koruyacak biçimde yeniden yapılandırılması gerekmektedir.

Araştırma bulguları, gazetecilerin dijital dönüşüm sürecinde artan doğrulama yükü, hız baskısı ve etik sorumluluk ile büyük ölçüde bireysel olarak baş etmek zorunda kaldıklarını göstermektedir. Bu durum, medya kuruluşlarının yapay zekâ

ve dijital araçları salt verimlilik ve hız odaklı olmaktan öte gazetecilerin mesleki özerkliğini, etik muhakeme kapasitesini ve psikolojik dayanıklılığını destekleyecek biçimde kurumsal işleyişlerine entegre etmeleri gerektiğine işaret etmektedir.

Medya kurumlarının, dijital araçların kullanımına ilişkin açık etik çerçeveler oluşturması; gazetecilere yönelik editoryal rehberlik, doğrulama desteği ve etik danışma mekanizmalarını güçlendirmesi önemlidir. Ayrıca bireyselleşen gazetecilik pratiği karşısında, hukuki koruma, editoryal destek ve meslek içi dayanışma mekanizmalarının yeniden inşa edilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, kurumsal yapıların gazetecilerin mesleki sürdürülebilirliğini önceleyen bir anlayışla yeniden düşünülmesi önerilmektedir. Özetle, gazeteciliğin sürdürülebilirliği teknolojik adaptasyon ile birlikte insan emeğini, etik duyarlılığı ve kolektif mesleki değerleri merkeze alan yapısal düzenlemelere bağlıdır.

Bu kitap, gazetecilerin dijitalleşme ve yapay zekâ deneyimlerine odaklanan nitel bir çerçeve sunmakla birlikte, alanın çok daha geniş ve derinlikli araştırmalara ihtiyaç duyduğunu ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda, gelecekteki çalışmalar için üç temel araştırma yönelimi önerilmektedir.

İlk olarak, farklı ülke, medya sistemi ve siyasal bağlamlarda gazetecilerin dijital dönüşümü nasıl deneyimlediklerini karşılaştırmalı biçimde inceleyen çalışmaların artırılması gerekmektedir. Bu tür karşılaştırmalı analizler, dijital dönüşümün evrensel dinamiklerini ve bağlamsal farklılıklarını daha net biçimde ortaya koyacaktır.

İkinci olarak, yapay zekâ destekli haberciliğin uzun vadeli etkilerine odaklanan zamansal araştırmaların yapılması önem taşımaktadır. Gazetecilerin bugün “yardımcı araç” olarak tanımladığı yapay zekâ uygulamalarının, zaman içinde mesleki roller, editoryal karar süreçleri ve haber değerleri üzerindeki etkileri henüz yeterince bilinmemektedir. Bu nedenle, gazetecilerin tutum ve pratiklerindeki dönüşümü izleyen boylamsal çalışmalar, alan yazına önemli katkılar sunabilir.

Son olarak, gazetecilikte bireyselleşme olgusunun mesleki etik, dayanışma ve kamusal sorumluluk üzerindeki etkilerinin daha derinlemesine incelenmesi gerekmektedir. Özellikle bağımsız gazetecilik, içerik üreticiliği ve kanaat önderliği arasındaki sınırların giderek bulanıklaştığı dijital ortamda, gazetecilik kimliğinin nasıl yeniden kurulduğu önemli bir araştırma alanı olarak öne çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akyazı, A. (2018). Gazetecilikte dijitalleşme ve haber üretimine yansıması: Robot gazeteciler (ss. 15-30). O. Uçak (Ed.), *Dijital medya ve gazetecilik* içinde. Eğitim Yayınevi.
- Amponsah, P., & Atianashie, A. (2024). Navigating the new frontier: A comprehensive review of AI in journalism. *Advances in Journalism and Communication*, 12, 1-17. <https://doi.org/10.4236/ajc.2024.121001>
- Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2015). Post-industrial journalism: Adapting to the present. *Geopolitics, History, and International Relations*, 7(2), 32-123. <https://www.jstor.org/stable/26805941>
- Aşkın, A. C. (2022). Dijitalleşme bağlamında değişen gazetecilik ve gazeteci tanımları: Tartışma önerileri. *Social Science Development Journal*, 7(33), 471-475. <https://doi.org/10.31567/ssd.685>
- Ay, A. (2022). Yapay zekâ haberciliği ve gazetecilik tartışmalarına dair bir değerlendirme. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 12(4), 913-926.
- Bakar, H., & Karaduman, M. (2023). Alternatif bir yayıncılık türü olarak kitlesel fonlamalı gazetecilik: Türkiye'deki örnekleri. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (35), 907-928. <https://doi.org/10.29000/rumelide.1346237>
- Balcı Aydoğan, B. (2025). Çok modlu yapay zekâ editörlüğü: TÜİK Ekim 2025 enflasyon haberlerinin veri tabanlı içerik analizi. İçinde F. Nizam (Ed.), *İletişim bilimlerinde kuramsal ve uygulamalı çalışmalar* (ss. 135-156). Vizetek Yayıncılık. <https://doi.org/10.54637/vizetek.9786253821685>
- Bayram, P. (2022). Dijital çağda gazetecilik: Geleneksel ve dijital gazetecilik pratiklerinin karşılaştırılması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (58), 155-169. <https://doi.org/10.47998/ikad.1014957>
- Beckett, C. (2019). *New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and artificial intelligence*. London School of Economics and Political Science. <https://blogs.lse.ac.uk/polis/2019/11/18/new-powers-new-responsibilities/>
- Beckett, C., & Mansell, R. (2008). Crossing boundaries: New media and networked journalism. *Communication, Culture & Critique*, 1(1), 92-104. <https://doi.org/10.1111/j.1753-9137.2007.00010.x>
- Bölük, M. (2025). *Medya profesyonellerinin gözünden yapay zekâ gazeteciliği ve Türkiye'deki uygulamalar üzerine nitel bir analiz* (Yüksek lisans tezi, Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü). <https://acikerisim.aksaray.edu.tr/server/api/core/bitstreams/75508bd1-0aa1-43cf-b337-e59265051fb3/content>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Briggs, M. (2012). *Entrepreneurial journalism: How to build what's next for news*. CQ Press.
- Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C.-H. (2019). Artificial intelligence and journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(3), 673-695. <https://doi.org/10.1177/1077699019859901>

- Bruns, A. (2019). *Are filter bubbles real?* Polity Press.
- Bruns, A. (2003). Kapıyı İzlemek, Kapıyı Korumak Değil: İşbirlikçi Çevrimiçi Haberler. *Media International Australia*, 107 (1), 31-44. <https://doi.org/10.1177/1329878X0310700106> (Orijinal çalışma 2003'te yayınlanmıştır)
- Dörr, K. N. (2016). Mapping the field of Algorithmic Journalism. *Digital Journalism*, 4(6), 700-722. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096748>
- Budak, E. (2020). Dijital gazetecilik akademisi üzerine bir araştırma: Newslabturkey.org örneği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (24), 189-214.
- Bulut, S. (2020). Dijital çağda medya: Makine öğrenmesi, algoritmik habercilik ve gazetecilikte işlevsiz insan sorunsalı. *Selçuk İletişim*, 13(1), 294-313.
- Carlson, M. (2015). The Robotic Reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. *Digital Journalism*, 3(3), 416-431. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412>
- Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociochi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Clerwall, C. (2014). Enter the robot journalist: Users' perceptions of automated content. *Journalism Practice*, 8(5), 519-531. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.883116>
- Cohen, N. S. (2019). At work in the digital newsroom. *Digital Journalism*, 7(5), 571-591. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1419821>
- Coşkun, A. (2024). Gazetecilikte yapay zekâ kullanımının bilgi akışındaki etkileri ve etik boyutları. İçinde E. Atalay Gül (Ed.), *Güncel iletişim çalışmaları* (ss. 4-26). BİDGE Yayınları.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Council of Europe. (2016). *The protection of journalism and safety of journalists*. Council of Europe Publishing. <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680645b44>
- Çakır, A. (2025). Dijitalleşme temelli gazetecilik teorileri hakkında bir sınıflandırma denemesi. *International Journal of Communication and Media Research*, 5(1), 13-27.
- Değirmencioglu, G. (2016). Dijitalleşme çağında gazeteciliğin geleceği ve inovasyon haberciliği. *TRT Akademi*, 1(2), 590-606.
- Demir, D. (2019). Kitleli Fonlamalı Dijital Gazetecilik. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (12), 44-60.
- Demir, G., & Kılıçgedik, M. (2025). Use of generative AI in news production in Türkiye: A threat or an opportunity? *Connectist*, 68, 36-53. <https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2025-1650211>
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
- Deuze, M. (2007). *Media work*. Polity Press.

- Deuze, M. (2008). The changing context of news work: Liquid journalism and monitorial citizenship. *International Journal of Communication*, 2, 848-865.
- Deuze, M. (2014). Work in the media. *Media Industries Journal*, 1(2). <https://doi.org/10.3998/mij.15031809.0001.201>
- Dodds, T., Yeung, W. N., Mellado, C., & de Lima-Santos, M. F. (2025). On controlled change: Generative AI's impact on professional authority in journalism. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2510.19792>
- Duffy, B. E., Poell, T., & Nieborg, D. B. (2019). Platform practices in the cultural industries. *Social Media + Society*, 5(4), 1-8. <https://doi.org/10.1177/2056305119879672>
- Diakopoulos, N. (2019). Automating the news: How algorithms are rewriting the media. Harvard University Press. [https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=mIWQDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Diakopoulos,+N.+\(2019\).+Automating+the+news:+How+algorithms+are+rewriting+the+media.+Harvard+University+Press.&ots=_DLbXaDfgz&sig=at6tNJ-yQxBaOHjlfQzjhF7Pv3o&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=mIWQDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Diakopoulos,+N.+(2019).+Automating+the+news:+How+algorithms+are+rewriting+the+media.+Harvard+University+Press.&ots=_DLbXaDfgz&sig=at6tNJ-yQxBaOHjlfQzjhF7Pv3o&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Ergün, S., & Ozay, S. (2022). Girişimci Gazetecilik-Serbest Gazetecilik Karşılaştırmalı Bir Tartışma. *Medya ve Kültür*, 2(2), 266-284. <https://izlik.org/JA34KY67NR>
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Fenton, N. (2011). Deregulation or democracy? New media, news, neoliberalism and the public interest. *Continuum*, 25(1), 63-72. <https://doi.org/10.1080/10304312.2011.539159>
- Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2017). Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis. *New Media & Society*, 20(7), 2450-2468. <https://doi.org/10.1177/1461444817724170> (Original work published 2018).
- Fortunati, L., & O'Sullivan, J. (2020). Understanding Mobile News: Looking beyond the Lockscreen. *Digital Journalism*, 8(1), 164-169. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1709522>
- Gül, K. (2024). Yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilik alanında kullanımı. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 306-331. <https://doi.org/10.59534/jcss.1457410>
- Güllüpunar, H., & Tunca, L. (2022). Dijitalleşmeye Dayalı Olarak Gazetecilik Öğrencilerinin Yaşadıkları Meslek Kaygıları Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 10(2), 1019-1045. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.1129933>
- Gür Omay, E. G. (2023). Dijital platformlar ve gazetecilik mesleği: İnfluencer gazetecinin yükselişi. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (84), 99-110. <https://doi.org/10.26650/jspc.2023.84.1274247>
- Henestroza, A. L., Greving, H., & Kimmerle, J. (2022). Automated journalism. *Computers in Human Behavior*, 138, Article 107445. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107445>
- Hermida, A. (2010). Twittering the news. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703>

- International Federation of Journalists. (1986). *IFJ declaration of principles on the conduct of journalists*. <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists.html>
- Işık, U., Ölçekçi, H., & Koz, K. A. (2022). Yapay Zeka ve Algoritma Ekseninde Gazeteciliğin Geleceği ve Toplum İçin Anlamı. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 10(2), 1248-1275. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.1129929>
- Jensen, K. B. (Ed.). (2002). *A handbook of media and communication research*. Routledge.
- Joseph, B., & O'Donnell, P. (2023). The blurring line between freelance journalists and self-employed media workers. *Journalism*, 24(1), 139-156. <https://doi.org/10.1177/14648849221086806>
- Karaburun, M. (2025). Yapay Zekânın Haber Üretim Sürecine Etkileri: Heliograf Teknolojisi ve Beyond Fake News Örnekleri Üzerine Bir Araştırma. *Current Perspectives in Social Sciences*, 29(2), 300-313. <https://doi.org/10.53487/atasobed.1622878>
- Kaya, A. Y., Ata, F., & Bursa, A. (2022). İletişim Fakülteleri Müfredatında Dijitalleşme: Gazetecilik ile Radyo, Sinema ve Televizyon Bölümü Eğitimindeki Dijital Derslerin Analizi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (39), 1-23. <https://doi.org/10.31123/akil.1144098>
- 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. <https://doi.org/10.56075/egemiadergisi.1149241>
- Lewis, S. C. (2020). The Objects and Objectives of Journalism Research During the Coronavirus Pandemic and Beyond. *Digital Journalism*, 8(5), 681-689. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1773292>
- Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). Big Data and Journalism: Epistemology, expertise, economics, and ethics. *Digital Journalism*, 3(3), 447-466. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976418>
- 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. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1577147>
- Li, X. ., Pan, H. ., & Yao, J. (2023). Analyzing the Transformation of Journalism Practices Driven by the Rise of Social Media Platforms. *MEDAAD*, 2023, 17-24. <https://doi.org/10.70470/MEDAAD/2023/003>
- Maltezos, V., Kyrychenko, R., & Knuuttila, A. (2025). How can AI agents support journalists' work? An experiment with designing an LLM-driven intelligent reporting system. *arXiv preprint arXiv:2510.01193*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2510.01193>
- McChesney, R. W., & Nichols, J. (2010). *The death and life of American journalism*. The New Press.
- Mitova, E., Blassnig, S., Strikovic, E., Urman, A., Hannak, A., de Vreese, C. H., & Esser, F. (2023). News recommender systems: A programmatic research review. *Annals of the International Communication Association*, 47(1), 84-113. <https://doi.org/10.1080/23808985.2022.2142149>

- Molla, M. A., & Ahsan, M. A. (2025). Artificial intelligence and journalism: A systematic bibliometric and thematic analysis of global research. *Computers in Human Behavior Reports*, 20, Article 100830. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2025.100830>
- Nandini, Indora, P., & R K Singh. (2024). Artificial Intelligence in Journalism: An Overview of its Applications and Uses. *Journal of Communication and Management*, 3(03), 237-242. <https://doi.org/10.58966/JCM2024337>
- Napoli, P. M. (2019). *Social media and the public interest*. Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/napo18454>
- Narin, B. (2017). Uzman Görüşleri Bağlamında Haber Üretiminde Otomatikleşme: Robot Gazetecilik. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (27), 79-108. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.373242>
- Nies, G., & Pedersini, R. (2003). Freelance journalists in the European media industry. *European Federation of Journalists*.
- Nishal, S., & Diakopoulos, N. (2024). Envisioning the applications and implications of generative AI for news media. *arXiv preprint arXiv:2402.18835*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2402.18835>
- Noain-Sánchez, A. (2022). Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: the perception of experts, journalists and academics. *Communication & Society*, 35(3), 105-121. <https://doi.org/10.15581/003.35.3.105-121>
- Norbäck, M. (2022). Maintaining a Freelance Career: How Journalists Generate and Evaluate Freelance Work. *Journalism Studies*, 23(10), 1141-1159. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2073257>
- Oh, S., & Jung, J. (2025). Harmonizing Traditional Journalistic Values With Emerging AI Technologies: A Systematic Review of Journalists' Perception. *Media and Communication*, 13, Article 9495. <https://doi.org/10.17645/mac.9495>
- Özgültekin, F. S. (2024). Yapay Zekâ Sistemlerinin Gazetecilik Mesleğine Etkileri ve Mesleğin Sürdürülebilirliği Üzerine Bir Değerlendirme. İçinde Y. Kılıçaslan et al. (Eds.), *Yapay zekâ ve sürdürülebilirlik* (ss. 97-113). PA Paradigma Akademi.
- Özsoy, S. (2025). Gazetecilikte Dijitalleşme ve Yapay Zekâ Kullanımı: Nitel Bir Çalışma. *SDÜ İFADE*, 7(2), 61-75. <https://doi.org/10.70627/sduifade.1621176>
- Palinkas, L.A., Horwitz, S.M., Green, C.A. et al. Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research. *Adm Policy Ment Health* 42, 533-544 (2015). <https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y>
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). Sage.
- Plano Clark, V. L. (2017). Mixed methods research. *The Journal of Positive Psychology*, 12(3), 305-306. <https://doi.org/10.1080/17439760.2016.1262619>
- Porlezza, C. (2019). Book Review: Nicholas Diakopoulos Automating the news: How algorithms are rewriting the media. *Journalism*, 20(10), pp. 1417-1419. <https://doi.org/10.1177/1464884919876179>
- R. Parasuraman, T. B. Sheridan and C. D. Wickens, "A model for types and levels of human interaction with automation," in IEEE Transactions on Systems,

- Man, and Cybernetics-Part A: Systems and Humans, vol. 30, no. 3, pp. 286-297, May 2000, doi: 10.1109/3468.844354
- Salamon, E., Bélair-Gagnon, V., & Crawford, M. (2026). Journalism and social media in creator economies: Evolving structures and labor. *New Media & Society*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14614448251407336>
- Santos, V. B., Jordão, C. O., Ibiapina, L. J., Silva, G. M., Santana, M. E., Garrido, M. A., & Farias, L. R. (2025). IDEIA: A Generative AI-Based System for Real-Time Editorial Ideation in Digital Journalism. *arXiv preprint arXiv:2506.07278*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2506.07278>
- Schultz, B., & Sheffer, M. L. (2012). Name Brand: The Rise of the Independent Reporter Through Social Media. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 2(3), 93-112. <https://doi.org/10.29333/ojcm/2391>
- Scott, B. (2005). A contemporary history of digital journalism. *Television & new media*, 6(1), 89-126. <https://doi.org/10.1177/1527476403255824>
- Singer, J. B. (2013). User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society*, 16(1), 55-73. <https://doi.org/10.1177/1461444813477833>
- Sjøvaag, H. (2024). The business of news in the AI economy. *AI Magazine*, 45(2), 246-255. <https://doi.org/10.1002/aaai.12172>
- Sonni, A. F., Hafied, H., Irwanto, I., & Latuheru, R. (2024). Digital Newsroom Transformation: A Systematic Review of the Impact of Artificial Intelligence on Journalistic Practices, News Narratives, and Ethical Challenges. *Journalism and Media*, 5(4), 1554-1570. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5040097>
- Söğüt, Y., & Öngel, A. (2022). Yeni Medya-Dijitalleşme ve Tık Odaklılık: Habertürk ve Hürriyet Gazetesi Örneği. *ESAM Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 212-230. <https://doi.org/10.53662/esamdergisi.1073093>
- Steenen, S., & Westlund, O. (2020). *What is digital journalism studies?* (p. 136). Taylor & Francis.
- Şen, R. (2025). Gazetecilik ve Yapay Zekâ: Haber Üretiminde Chatgpt ve Deepseek Uygulamalarının Karşılaştırmalı Analizi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 34(Uygarlığın Dönüşümü: Yapay Zekâ), 493-517. <https://doi.org/10.35379/cusosbil.1685596>
- Schumann, C., & Taddicken, M. (2021). Algorithms as research objects for communication science (pp. 7-22). In M. Taddicken & C. Schumann (Eds.), *Algorithms and communication*. Digital Communication Research. <https://doi.org/10.48541/dcr.v9.0>
- Thurman, N., Dörr, K., & Kunert, J. (2017). When Reporters Get Hands-on with Robo-Writing: Professionals consider automated journalism's capabilities and consequences. *Digital Journalism*, 5(10), 1240-1259. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1289819>
- Türten, B. (2024). Yapay Zekâ ve Sinema: Film Yapımında Olanaklar ve Fırsatlar. *Anadolu ve Balkan Araştırmaları Dergisi*, 7(14), 399-425. <https://doi.org/10.32953/abad.1539736>
- UNESCO.(2022).*Journalismisapublicgood:Worldtrendsinfreedomofexpression and media development; Global report 2021/2022*. UNESCO Publishing. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380618>

- Uzunoglu, S. (2018). Gazeteci Emeğinin Dönüşümü ve Güvencesizleşme: Türkiye'deki Dijital Haber Odalarının Serbest Muhabirleri Üzerine Bir Çalışma. *Moment Dergi*, 5(2), 195-218. <https://doi.org/10.17572/mj2018.2.195218>
- Ültay, E., Akyurt, H., & Ültay, N. (2021). Sosyal bilimlerde betimsel içerik analizi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (10), 188-201. <https://doi.org/10.21733/ibad.871703>
- van der Haak, B., Parks, M., & Castells, M. (2012). The future of journalism: Networked journalism. *International journal of communication*, 6, 16.
- van Dalen, A. (2012). THE ALGORITHMS BEHIND THE HEADLINES: How machine-written news redefines the core skills of human journalists. *Journalism Practice*, 6(5-6), 648-658. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667268>
- van Drunen, M. (2021). Editorial independence in an automated media system. *Internet Policy Review*, 10(3). <https://doi.org/10.14763/2021.3.1569>
- Vos, T. P., & Singer, J. B. (2016). Media Discourse About Entrepreneurial Journalism: Implications for journalistic capital. *Journalism Practice*, 10(2), 143-159. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1124730>
- Witschge, T., Anderson, C., Domingo, D., Hermida, A., & Kantola, A. (2016). Liquid journalism. In *Liquid Journalism* (pp. 424-442). SAGE Publications Ltd, <https://doi.org/10.4135/9781473957909.n29>
- Wu, S., Tandoc, E. C., & Salmon, C. T. (2019). When Journalism and Automation Intersect: Assessing the Influence of the Technological Field on Contemporary Newsrooms. *Journalism Practice*, 13(10), 1238-1254. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1585198>
- Yıldız, A. (2018). Gazeteciliğin Geleceği Açısından Türkiye'de Patronsuz Gazetecilik. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (47), 65-86.

KISALTMALAR VE SİMGELER DİZİNİ

AI :	Artificial Intelligence (Yapay Zekâ)
API:	Application Programming Interface (Uygulama Programlama Arayüzü)
DL:	Deep Learning (Derin Öğrenme)
GDPR:	General Data Protection Regulation (Genel Veri Koruma Tüzüğü)
IFJ:	International Federation of Journalists (Uluslararası Gazeteciler Federasyonu)
ML:	Machine Learning (Makine Öğrenmesi)
NLP:	Natural Language Processing (Doğal Dil İşleme)
S-O-R:	Stimulus-Organism-Response Modeli
SPSS :	Statistical Package for the Social Sciences
UNESCO:	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
YZ:	Yapay Zekâ
5N1K:	Ne, Nerede, Ne Zaman, Nasıl, Neden, Kim
% :	Yüzde
+ / - :	Artış / Azalış
→ :	Nedensel ilişki, yönelim
↔ :	Karşılıklı etkileşim
χ^2 :	Ki-kare testi
n :	Örneklem büyüklüğü
p :	Anlamlılık düzeyi
Σ :	Toplam, kümülatif değer
$\bar{x}$:	Aritmetik ortalama