

Dijital Gazetecilik

Digital Journalism

DOI: 10.5281/zenodo.17866533

Mustafa İŞLİYEN¹

İnsanın haber alma ihtiyacının bir ürünü olan gazetecilik, temel olarak haber malzemesi olarak görülen enformasyonun toplanmasını, yazılmasını, düzenlenmesini ve okurlara dağıtılmasını içeren bir işlemler bütünüdür (Tokgöz, 2015, s. 132). Gazetelerin periyodik anlamda ortaya çıktığı kabul edilen 17. yüzyılın başlarından günümüze gazeteler, haberlerini kesintisiz bir şekilde okura ulaştırmış ve bir okur topluluğunun oluşmasına önayak olmuştur (Briggs & Burke, 2011).

Radyo ve televizyonun gazetecilik aracı olarak kullanılması basılı gazeteciliği yeni arayışlara yönlendirmiştir. Bu bağlamda içerik üretiminde detaylı ve yorumlayıcı habercilik gelişme göstermiş, tasarım ve sayfa düzeninde ise görsellik artırılarak okurun ilgisini canlı tutacak formatlar geliştirilmeye başlanmıştır. Baskı teknolojileri ve dağıtım yöntemlerinde yaşanan gelişmelerle beraber daha çok sayıda okura ulaşma imkânı elde eden gazeteler, dijital teknolojilerin ve internetin gazetecilikte kullanılmasıyla birlikte günlük yapılan yayıncılık faaliyetlerini anlık bir şekilde yapmaya başlamıştır. Yaşanan bu değişim sadece dağıtımla ilgili olmayıp aynı zamanda haberin yaşam döngüsü (lifecycle of news) üzerinde önemli bir dönüşümü başlatmıştır.

İnternetin hem gazeteler hem de okurlar arasında yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte basılı gazetecilikten dijital gazeteciliğe geçilmiştir. Dijital gazetecilik haberin yaşam döngüsü içinde yer alan üretim, dağıtım ve tüketiminin dijital araçlarla gerçekleştirildiği gazetecilik türüdür. Dolayısıyla dijital gazetecilik sadece yayım biçim ve ortamının değişimini değil aynı zamanda üretim biçimleri, habercilik değerleri ve ekonomik modellerinde de büyük çaplı bir dönüşümü ifade etmektedir. Bu noktada dijital teknoloji temelli yürütülen tüm gazeteciliği ifade eden dijital gazetecilik, yalnızca internet ve mobil ağlar üzerinden yapılan gazeteciliği değil, aynı zamanda dijital televizyon ve dijital radyoyu da kapsayan geniş bir alana sahiptir (Salaverria, 2019). Dijital gazeteciliğin temelinde, haberlerin çoklu ortam (multimedya) unsurlarıyla desteklenmesi, kullanıcı etkileşimine açık hale getirilmesi ve zaman-mekân sınırlılıklarından bağımsız bir akış içinde sunulması yer almaktadır (İşliyen & Arslantaş, 2023).

İlk ticari internet sağlayıcılarının haneleri çevrimiçi ortama bağlamaya başlaması, vatandaşların gelişmekte olan dijital medyaya erişimini mümkün kılan temel altyapının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Her ne kadar öncelikli odakları gazetecilik olmasa da AOL, Compuserve ve Prodigy gibi platformlar,

¹ Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi, mustafaisliyen@aksaray.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0086-6165.

1980'lerin sonlarına doğru ilk çevrimiçi haber içeriklerini sunarak dijital haberciliğin öncülleri hâline gelmiştir. World Wide Web'in (www) henüz icat edilmediği bu dönemde söz konusu gelişmeler geniş kitleler tarafından fark edilmemiştir; ancak bu süreç, ilerleyen yıllarda tüm haber medyası ekosistemini köklü biçimde dönüştürecek bir değişimin başlangıç adımı niteliğini taşımaktadır (Salaverría, 2019).

Dünyada çevrimiçi gazeteciliğin yaygınlaşmaya başlamasında 1993–1995 dönemi, kritik bir eşik oluşturmaktadır. 1993'ün sonlarında Florida Üniversitesi'nin gazetecilik alanına yönelik ilk web tabanlı akademik sayfayı kurması, gazetecilik uygulamalarının dijital ortama taşınabileceğine dair erken bir örnek teşkil etmektedir. 1994 yılının Ocak ayında Palo Alto Weekly'nin tüm editoryal içeriğini World Wide Web üzerinden yayımlamaya başlaması ise, haber içeriklerinin doğrudan web ortamında erişilebilir olduğu ilk örneklerden biri olarak kabul edilmektedir ve dijital gazeteciliğin başlangıç noktalarından biri olarak görülmektedir. Bu erken girişimlerin ardından, 1995 yılına gelindiğinde Web üzerinde 150 civarında gazete ve derginin çevrimiçi varlık göstermesi, ağ ortamının haber üretim ve dağıtımındaki rolünün hızla arttığını ortaya koymaktadır. Bu kısa dönem, hem kurumların dijital yayıncılık alanına giriş hızını hem de web'in gazetecilik ekosistemini yeniden biçimlendirecek bir platforma dönüşümünü görünür kılarak çevrimiçi haberciliğin kurucu aşamasını oluşturmuştur. 2000'li yılların başından itibaren dijital ortam, haber üretimi için özgün bir mecra haline gelmiştir. Hız, erişilebilirlik ve etkileşim gibi unsurlar, gazeteciliğin doğasını dönüştürmüştür. Blogların, haber portallarının ve sosyal medya platformlarının ortaya çıkışıyla birlikte haber üretimi merkezi yapısını kaybetmiş, bireysel kullanıcılar da haber akışının bir parçası haline gelmiştir (Carlson, 2005; Díaz Noci, 2013; "Timeline", t.y.).

Benzer şekilde Türkiye'de de yine dijital yayıncılık neredeyse aynı döneme denk gelmektedir. Boğaziçi Üniversitesi'nin sunumcu bilgisayarları üzerinden 1995 Temmuz'unda bu üniversitenin öğrencileri tarafından içeriği internete taşınan Aktüel Dergisi ile dijital yayıncılık başlamıştır. Ardından 1996 yılında, henüz internet üzerinden yayım yapmayan gazetelerin oluşturduğu boşluğu Xn (Eksen) adlı sanal gazete doldurmuş; çeşitli gazeteleri günlük olarak tarayarak seçilmiş haber ve köşe yazılarını çevrimiçi ortama aktarmıştır. Aynı yıl, 27 Kasım 1996'da içeriğinin tamamını internete açan ilk gazete Milliyet olmuş, onu Hürriyet ve Sabah gibi diğer büyük gazeteler izlemiştir. Bu sürecin devamında Radikal ve Cumhuriyet gazeteleri de çevrimiçi yayıncılığa geçerek dijital ortamda yerlerini almıştır (MEB, 2011).

Yapısal Özellikler ve Temel Farklar

Dijital gazeteciliğin geleneksel gazeteciliğe kıyasla dört temel ekseninde farklılık sergilediği görülmektedir. Bunlar dijital yayıncılığın yapısı bağlamında hipermetinsellik, hız, etkileşim ve çoklu ortam (multimedya) kullanımı olarak karşımıza çıkmaktadır.

1. Hipermetinsellik: Bir arayüz ya da ağ yapısı içinde çeşitli alternatif metin ya da mecralara bağlantılar ve etiketler üzerinden hızlı ve zahmetsiz erişim olanağı sunan bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Bu sayede kullanıcı, arayüzde yer alan

bir metinden başka bir metne rahatça geçebilir; metinler arasında ya da tek bir metnin içinde serbestçe dolaşabilmektedir (Narin, 2016).

2. Hız ve Güncellik: Hazırlanan bir haberin yayına verilmesi noktasında basılı gazete ya da televizyon haberciliğinde olduğu gibi herhangi bir zaman kısıtlaması bulunmamaktadır. Dijital ortam, haberin üretiminden dağıtımına kadar geçen süreci neredeyse sıfıra indirerek “anlık habercilik” pratiğini ortaya çıkarmıştır. Haberler hazırlanır hazırlanmaz yayımlanabildiği gibi yayında yer alan haberler güncellenebilmektedir (İşliyen & Arslantaş, 2023).

3. Etkileşim ve Katılım: Okurlar artık yalnızca haberin alıcısı değil, aynı zamanda haberin dolaşımına katkı sağlayan katılımcılardır. Bu durum alıcı kitlenin aynı zamanda medya sisteminin bir parçası haline geldiğini göstermektedir. Okuru haberle etkileşim kurmaya teşvik eden uygulamalarla (sosyal medyada paylaşmak, içeriğe yer işareti bırakmak ve yorum yapmak gibi) okur ve içerik arasında dijital bir bağ kurulmaktadır. Aynı zamanda kişiye özgü habercilik olarak nitelendirilebilecek bildirimlerle okur, sisteme girmeye ikna edilmeye çalışılmaktadır.

4. Multimedya Entegrasyonu: Metin, fotoğraf, video, grafik, ses ve veri görselleştirmesi gibi unsurlar, dijital haberciliğin anlatım dilini zenginleştirmiştir. Metin, video ve sesin bir arada kullanılabilmesini sağlayan multimedya yapısı sayesinde gazeteler, geleneksel basılı yayıncılıktaki öğeleri dijital ortamın sunduğu olanaklarla bütünleştirmeye başlamıştır. Dijital gazeteler; metin ve fotoğraflara eklenen bağlantılar, hazırlanan etkileşimli grafikler aracılığıyla basılı gazetelerin durağan ve sınırlı yapısından uzaklaşarak farklı biçimlerde içerikler üretmektedir. Okuyucuların haberlere ilgisini artırmak amacıyla video izleme ya da podcast dinleme gibi çeşitli deneyim seçenekleri de sunulmaktadır (İşliyen, 2024).

Etik Boyut ve Güvenilirlik Sorunları

Dijital ortamın sunduğu hız, beraberinde etik sorunlar da getirmiştir. Doğrulanmamış bilgilerin hızla yayılması, sahte haber (fake news) olgusunu güçlendirmiştir. Tık tuzağı (clickbait) başlıklar ve manipülatif içerikler, dijital gazeteciliğin güvenilirliğini zedeleyen başlıca unsurlar arasında yer almaktadır.

Tık tuzağı” (clickbait), kullanıcıları bir bağlantıya tıklamaya yöneltmek için abartılı ve dikkat çekici başlıkların kullanılmasıdır. En belirgin özelliği, başlıkta verilen vaatlerin içerikte karşılık bulmamasıdır. İçerikler çoğu zaman aynı bilgilerin tekrarıdır ve başlıkta aranan cevaplar sunulmamaktadır (Sarsılmaz, 2023). Tık tuzağı, dijital gazeteciliğin güvenilirliğini zedeleyen başlıca unsurlardan biri olarak gazeteleri, son dakika haberlerine ve kolay tıklamalara bağımlı bir hale getirme potansiyeli taşımaktadır. Kaliteden çok trafiğe önem verme ihtimaliyle karşı karşıya kalan çevrimiçi gazeteciliğin, sadece görüntüleme sayısını artırmak için kullanılma riski söz konusu olabilmektedir (Salaverria, 2019).

Gazeteciliğin etik ilkeleri dijital çağda önemli sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Bu nedenle doğruluk kontrolü (fact-checking) yeni bir uzmanlık alanı olarak ortaya çıkmıştır. Doğruluk kontrolü, bilgilerin güvenilirliğini sağlamak için birkaç temel adımdan oluşmaktadır. Gazeteciler ve doğruluk kontrolcüler, kaynaklara

çapraz referans verme, veri analizi yapma ve uzmanlara danışma gibi çeşitli doğrulama teknikleri kullanmaktadır. Ayrıca, ters görsel arama, coğrafi konum belirleme ve yapay zeka destekli doğrulama gibi dijital araçlar, yanlış bilgilerin tespit edilmesine ve doğruluğunun onaylanmasına imkân sağlamaktadır (Motea Al-Aqab, 2025).

Ekonomik Yapı ve İş Modelleri

Medya ekonomisi dijitalleşmeyle birlikte köklü bir değişim sürecine girmiştir. Bu anlamda dünya çapında 85 ülkeden 240'ın üzerinde üst düzey medya yöneticisinin katılımıyla hazırlanan WAN-IFRA (Dünya Gazeteler ve Haber Yayıncıları Birliği) World Press Trends Outlook 2024-2025 rapor bu değişimi ortaya koymaktadır. Rapora göre; basılı yayın gelirlerinde yaşanan düşüş, dijitalin büyümesi ve yapay zekâ ile teknolojinin artan etkisiyle medya ortamı önemli bir dönüşüm yaşamaktadır. İlk kez basılı yayın gelirinin toplam yayıncı gelirleri içindeki payı %50 sınırının altına inerek yaklaşık %45'e düşmüştür. Bu oran 2023'te %57,5 olarak gerçekleşmiştir. Bu durum, dijital yayıncılığa doğru belirgin bir yönelmeyi göstermektedir (Radcliffe, 2025).

Okurların gazetelerini dijital araçlar üzerinden takip etmesi, basılı gazetelerin reklam gelirlerinde önemli bir düşüşe sebep olmuştur. Bu durum gazetelerin dijital ortama geçişindeki en belirgin itici güç olarak görülmektedir. Ancak dijital platformlarda reklam gelirleri büyük ölçüde teknoloji devlerinin kontrolüne geçtiği için haber kuruluşları alternatif gelir modelleri geliştirmek zorunda kalmıştır. Bu modeller arasında abonelik sistemleri, bağış temelli gazetecilik, hibe/fon destekleri, kitlesel fonlama, üyelik programları ve veri odaklı reklamcılık yer almaktadır (Uzunoğlu & Uyar, t.y.).

Yeni Türler ve Teknolojik Dönüşümler

Dijitalleşmeyle birlikte gazetecilik, hem haberin üretilme ve dağıtılma şekillerinde hem de ortaya çıkan yeni anlatım biçimlerinde farklı tür ve modelleri olan bir yapıya bürünmüştür. Yeni anlatım biçimlerinin başında veri gazeteciliği, sosyal medya gazeteciliği, vatandaş gazeteciliği, sürükleyici (immersive) gazetecilik ve yavaş (slow) gazetecilik gibi yeni türler gelmektedir. Haberin üretimi ve dağıtılma şekillerinde gelişen türlere ise veri gazeteciliği, katılımcı gazetecilik, otomatik gazetecilik, mobil gazetecilik örnek gösterilebilir (Zamith & Westlund, 2022).

Dijital gazetecilik, iletişim tarihinin en kapsamlı dönüşümlerinden birini temsil etmektedir. Bu dönüşüm, sadece haberin üretim biçimini değil, habere yüklenen anlamı, gazetecinin rolünü ve kamusal bilgilendirme süreçlerini de değiştirmiştir.

Dijital gazeteciliğin geleceği, teknolojik olanaklarla etik ilkelerin uyum içinde yürütülmesine bağlıdır. Bu nedenle dijital gazetecilik, yalnızca yeni bir mecra değil, aynı zamanda kamusal bilginin üretim biçimini yeniden tanımlayan kültürel bir dönüşüm alanıdır.

Anahtar kelimeler: Dijital Gazetecilik, Medya, Dijitalleşme.

Kaynakça

Briggs, A., & Burke, P. (2011). Medyanın Toplumsal Tarihi Gutenberg'ten İnternet'e (E. Uzun & Ü. H. Yolsal, Çev.). Kırmızı Yayınları.

- Carlson, D. (2005, Eylül 15). Online Timeline. Nieman Reports. <https://niemanreports.org/online-timeline/>
- Díaz Noci, J. (2013). A history of journalism on the Internet: A state of the art and some methodological trends. RIHC. Revista Internacional de Historia de la Comunicación, 1, 253-272. <https://doi.org/10.12795/RiHC.2013.i01.12>
- İşliyen, M. (2024). Teknolojik Gelişmeler Bağlamında Gazetecilik. İçinde Dijital Yansımalar. Tablet Kitabevi. https://tabletkitavebi.net/tr_TR/ebooks/dijital-yans%C4%B1malar
- İşliyen, M., & Arslantaş, R. (2023). Dijital Gazeteciliğin Haber Üretim ve Sunumunda Editöryal Süreç. Erciyes İletişim Dergisi, 10(2), Article 2. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1273396>
- MEB. (2011). İnternet Haberciliği. Milli Eğitim Bakanlığı.
- Motea Al-Aqab, T. A. (2025, Şubat 28). The Importance of Fact-Checking in Digital Journalism. <https://communication.uui.ac.id/the-importance-of-fact-checking-in-digital-journalism/>
- Narin, F. B. (2016). İnternet Gazeteciliğinde Hipermetin Üretimi. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi / Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergi, 43, 118-149.
- Radcliffe, D. (2025). 5 key insights from the World Press Trends Outlook 2024-2025. International Journalists' Network. <https://ijnnet.org/en/story/5-key-insights-world-press-trends-outlook-2024-2025>
- Salaverría, R. (2019). Digital journalism: 25 years of research. Review article. El Profesional de La Información, 28(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Sarsılmaz, M. (2023). Tık tuzağı nedir? <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/teyit-sozlugu/tik-tuzagi-nedir/1815460>
- Timeline. (t.y.). Palo Alto Online. Geliş tarihi 23 Kasım 2025, gönderen <https://www.paloaltoonline.com/timeline/>
- Tokgöz, O. (2015). Temel Gazetecilik (11. bs). İmge Kitabevi.
- Uzunoglu, S., & Uyar, V. (t.y.). Dijital haber odalarının gelir modelleri – newslabtürkiye. <https://www.newslabturkey.org/dijital-haber-odalarinin-gelir-modelleri/>
- Zamith, R., & Westlund, O. (2022). Digital Journalism and Epistemologies of News Production. İçinde Oxford Research Encyclopedia of Communication. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.84>