



DİJİTAL MEDYADA HABER ÜRETİM SÜRECİNDE OKUYUCU ODAKLILIK GENERATING READER-ORIENTED NEWS IN DIGITAL MEDIA

Simge Deniz DEMİREL*

Öz

Günümüzün yoğun rekabet ortamında bilgi gerek bireyler gerekse de kurumlar açısından önemli bir güç kaynağı olarak belirmektedir. Bilginin hızla yayıldığı içinde bulunduğumuz çağda, temel görevi bilgi üretmek ve yaymak olan medya araçlarının kamu yararını ön planda tutarak üretimde bulunması önemlilik arz etmektedir. Ancak günümüzde tekelleşme olgusuna bağlı olarak ticari bir anlayışa bürünen geleneksel medya araçlarının halkı bilgilendirme ve eğitime görevini arka plana ittiği ve okuyucuların istek ve beklentilerine yanıt veremediği görülmektedir. Küresel bir ağ olarak internetin ve yeni iletişim teknolojilerinin gelişimine bağlı olarak ortaya çıkan dijital medya ortamları bilginin hızlı, anında ve etkileşimli bir şekilde aktarılmasını sağlamaktadır. Kullanıcının/okuyucunun aktif olarak içerik üretimine dahil olabildiği dijital medya, içerisinde farklı düşünceleri barındırdığından demokratik sürecin işleyişine katkı sağlayabilmektedir. Günümüzde okuyucu çeşitli sosyal paylaşım platformları, bloglar ve haber siteleri aracılığıyla haber üretebilmekte ve aynı zamanda kendi ilgi ve beklentilerine yönelik haberleri seçebilmektedir. Okuyucunun ilgi ve beklentilerinin çeşitli şekillerde ölçülebileceği ortamlar olarak dijital medya, alternatif habercilik pratikleri için olanaklar sağlayabilmektedir. Dijital medya ortamlarında okuyucuların istek ve beklentilerini merkezde tutan bir habercilik anlayışı, ideal haberlere ve haberciliğe ulaşma yönünde önem teşkil etmektedir. Bu çalışmada, kendine ait özellikleri ile dijital medyanın haber üretim sürecinde okuyucuya önemli bir güç atfettiği vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeni İletişim Teknolojileri, Dijital Medya, Haber, Haber Üretim Süreci, Okuyucu Odaklılık.

Abstract

In today's intense competitive environment, information has emerged as a source of power for both individuals and institutions. Media tools, which their main task is to produce and disseminate knowledge/information, should give the top priority to the public interest as they produce that is becoming more of an issue in the era of spreading information rapidly and widely. However, nowadays, it can be seen that the traditional media tools which have become more commercialized due to the monopolization rather than meeting people's expectations and wishes, have lost their basic functions of informing and educating the public. The emergence of the digital media platforms due to the development of new communication technologies and internet as a global network has enabled information to be transferred quickly, instantly and interactively. Digital media, in which the user/reader can actively participate in the production of content, can enhance democratic process by comprising people with different opinions. Nowadays, readers can generate news through various social sharing platforms, blogs and news sites, and they also can select the news content based on their interests and expectations. Digital media platforms in which readers' interests and expectations can be measured in various ways, can provide opportunities for alternative journalism practices. An approach of journalism that puts the readers' wishes and expectations at the center in digital media platforms is important to achieving the ideal news and journalism. In this study, it is emphasized that digital media, with its own characteristics, gives an important power to the reader in the news production process.

Keywords: New Communication Technologies, Digital Media, News, News Production Process, The Reader-Oriented.

1.Giriş

Değişimin giderek hız kazandığı ve bilginin önemli bir güç haline geldiği günümüzde medya, kamuyu bilgilendirme ve eğitime gibi temel işlevlere sahiptir. Yeni/dijital iletişim ortamları sahip oldukları teknik altyapı özellikleri ile bilginin küresel bazda yayılmasını hızlandırmakta ve kolaylaştırmaktadır. Bilgi akışının olağanüstü boyutlarda olmasından dolayı doğru ve eksiksiz bilgiye ihtiyaç duyduğumuz bu dönemde, üretim konuları gereği kamusal bir ürün ortaya koyan gelenekselden dijital faaliyet gösteren medya araçlarının kamusal sorumluluk anlayışı ile hareket etmesi önem teşkil etmektedir. İçinde bulunduğumuz bilgi çağında medya araçlarının, haber üretim aşamasında ticari kaygılarla değil, toplumsal faydayı ön plana çıkararak ve toplumsal katılımı artırarak demokrasiye hizmet etmesi beklenmektedir. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak sosyal bilincin ve toplumsal farkındalığın giderek arttığı günümüzde bilginin tam ve eksiksiz şekilde okuyucunun ilgi ve ihtiyaçlarına uygun olarak üretilmesi ve ulaştırılması gerekmektedir. Dijital teknolojilerinin gelişmesiyle rekabetin daha da ön plana çıktığı bir ortamda varlığını sürdürmeye çalışan geleneksel medya araçları da, okuyucunun ilgi ve beklentilerine yönelik bir yönetim anlayışı benimseme gereği ile karşı karşıyadır.

* Arş. Gör., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.



İletişim alanında yaşanan teknolojik temelli değişimler geleneksel medya aracılığıyla üretilen habercilik pratiklerini de değiştirip dönüştürmeye başlamıştır. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesine ve yayılmasına paralel olarak dijital medya ortamları günümüz sorunlu haber üretim anlayışına bağımsız ve alternatif bakış açıları sunabilmektedir. Toplumda sorunlu habercilik pratiklerine yönelik dijital medyada uygulama olanağı bulabilecek alternatif habercilik türleri; içerikte türdeşlikten kurtularak çoğulculuğun sağlanmasına, medyada temsil olanağı bulamayanların sesini duyurabilmesine, sorunlarını ve düşüncelerini aktif bir şekilde dile getirebilmesine olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda yeni medya/dijital medya gazeteciliği, okuyucunun ilgi ve isteklerini merkeze alan ve okuyucuyu aktif olarak konumlandıran ideal habercilik pratiklerinin işlev kazanmasında temel oluşturabilir. Bu çalışmada öncelikli olarak, dijital medya ortamlarının gelişimine paralel olarak değişen ve dönüşen habercilik pratiklerine yer verilecek, daha sonra ideal haberlere ve haberciliğe ulaşmak adına okuyucunun ilgi ve beklentilerinin ön planda olduğu ve toplumsal faydanın göz önünde bulundurulduğu bir haber üretim süreci üzerinde durulacaktır.

2. Geleneksel Medya'nın Karşısında Yeni/Dijital Medya: Kavramsal Bir Çerçeve

Günümüzde küreselleşme olgusuna bağlı olarak iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla beraber içinde bulunduğumuz yeni iletişim düzenine ayak uydurmak adına geleneksel iletişim araçları da şekillenmeye ve dönüşüm göstermeye başlamıştır. Değişimin itici gücü olarak konumlandırılan teknolojik yenilikler, geçmişten günümüze haber verme ve haber alma pratiklerini doğrudan etkilemiştir. 19. yüzyıl başta matbaa olmak üzere telefonun, telgrafın, daktilonun, fotoğrafın ve klişenin gazetecilikte kullanıldığı ve gazetenin önemli bir kitle iletişim aracı olarak görülmeye başladığı bir dönem olurken, 20. yüzyıl çeşitli baskı tekniklerinin bilgisayar teknolojisi ile yoğun olarak kullanıldığı ve gazeteciliğin yeni bir boyut kazandığı dönem olmuştur (Toruk, 2008:72). Küreselleşmenin ivme kazandığı 21.yüzyıl ise; televizyon, radyo, gazete gibi geleneksel kitle iletişim araçlarının bilgisayar ve internet teknolojileriyle bütünleştiği ve aynı zamanda bilginin üretiminin, dağıtımının ve paylaşımının bu yeni teknolojik araçlarla yapıldığı bir çağdır (Örs, 2016:173). Teknolojik ve bilimsel gelişmelere bağlı olarak sözlü kültürden yazılı kültüre geçmekle başlayan iletişim süreci, geleneksel kitle iletişim araçlarının yanına yeni iletişim teknolojilerinin de eklenmesiyle günümüzde küresel bir niteliğe bürünmüştür.

İnternet ve iletişim teknolojilerinin yarattığı bu yeni düzen "yeni medya, dijital medya, sosyal ağlar, yeni ekonomi, bilgi toplumu, dijital gazetecilik, alternatif habercilik" gibi pek çok yeni kavramı da gündemimize sokmuş ve bu yeni kavramlar medya çalışmaları içerisinde fazlaca yer almaya başlamıştır. Geleneksel medya araçlarının karşısında alternatif bir mecra olarak konumlanmaya başlayan yeni medya ortamları, kullanıcılar arasında çift yönlü ve eş zamanlı iletişime olanak verdiği için katılımcılığı arttırması bakımından önemlidir. Dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan yeni medya, diğer tüm geleneksel iletişim araçları ve pratikleri üzerine temellenmekte ve tümünü kapsayıcı bir şekilde yapılanmaktadır. Kitle iletişim araçları tarihinde her yeni çıkan iletişim aracı daha önce kullanılmakta olan kitle iletişim araçlarına göre "teknolojik" olarak yeni sayılmaktadır. Bu yeni araç, iletişim sürecine bazı yenilikleri getirmekle birlikte kullanım pratiklerinde bazı farklılıkları da ortaya çıkarmaktadır (Giselman, 2006 akt. Binark, 2015:16).

Yeni medya kavramı, 1970'li yıllarda çeşitli alanlarda bilgi ve iletişim tabanlı çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya atılmış ve 1990'lı yıllarda bilgisayar ve internet teknolojilerinin hızla gelişmesine paralel anlamsal olarak farklı boyutlara ulaşmıştır (Thompson, 1995:23-25 akt. Dilmen, 2007:114). Ortaya çıkmasında internetin yayılmasının ve teknolojik gelişimin önemli bir rol oynadığı yeni medya, ağlar aracılığıyla dünya üzerindeki pek çok kişinin interaktif bir biçimde iletişim kurabilmesine, bilgiye hızlı bir şekilde ulaşabilmesine ve yayabilmesine olanak sağlamaktadır. Yeni medya kavramsallaştırmasıyla geleneksel medyadan (gazete, radyo, televizyon, sinema) farklı olarak, dijital kodlama sistemine temellenen, iletişim sürecinin aktörleri arasında eş zamanlı ve yoğun bir kapasitede, yüksek hızda, karşılıklı ve çok katmanlı etkileşimin gerçekleştiği multimedya biçimselliğine sahip iletişim araçları kastedilmektedir (van Dijk, 2004:146 akt. Binark, 2007:5). Günümüzde geleneksel medya ve yeni medyanın arasındaki farklar üzerine pek çok çalışma gerçekleştirilmektedir. Lister; teknolojik zorunluluk altında dijitallik, Fidler; biçim değişikliği ya da başkalaşım, Manovich; sayısal temsil, McQuail ise etkileşimlilik özelliklerinin altını çizmektedir. Yapılan bu çalışmaların ortak özelliği ise; dijitallik (analog verilerin bilgisayar ortamına aktarılması), etkileşimlilik (kullanıcının verinin içeriğine müdahale edebilmesi), hipermetinlilik (metinler arasındaki bağlantı) ve modülerlik (bağımsız parçaların bir araya gelerek farklı bir nesne oluşturması) olmaktadır (Yengin, 2012:126-127). Yeni medyayı, bir diğer ifadeyle dijital medyayı geleneksel medyadan ayıran tüm bu özellikler bireylere karşılıklı, eş zamanlı, hızlı ve çok yönlü iletişim kurabilme olanağı verdiğinden oldukça önemlidir. Yeni medya, haberin üretimini ve dağıtımını yapan profesyonel gazeteciler yanında, bilgi ve iletişim teknolojilerine sahip olan ve kullanabilen herkesi içerisine alma gibi önemli bir işleve sahip olmaktadır (Dedeoğlu, 2016:35). Yeni medya ortamları geleneksel



medyadan farklılaşarak, demokratik süreçlere şu doğrultuda katkı sağlamaktadır (Timisi, 2003: 82-85 akt. Akyol, 2015:2):

1. Geleneksel medyada aynı içerik tüm izleyiciler için sunulmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinde ise içerik kullanıcı merkezlidir ve bilgiye erişim çok yönlü olarak sağlanmaktadır.
2. Elde edilen bilginin miktarında artış sağlanmıştır. Kablo televizyon, uydu yayıncılığı ve bilgisayar iletişimi, yerel, ulusal ve uluslararası haber sayısını arttırmıştır.
3. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, kullanıcıya bilgiyi seçme özgürlüğünü vermektedir. Teknolojiyi kullanan tüketici, aynı zamanda mesajın üreticisi konumuna gelmiştir.
4. Geleneksel iletişim araçlarında, merkezîyetçi bir yapı, içeriğin belirlenmesinde rol oynarken, yeni iletişim teknolojilerinde, sahiplik hegemonyası belirli ölçüde kırılmıştır. Buna bağlı olarak, mesajdaki denetim tekeli bir ölçüye kadar ortadan kalkmıştır. İnternet, kullanıcının kendi elektronik gazetesini oluşturmasına ve hatta kendi televizyonunu kurmasına izin vermiştir.

Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran tüm bu özellikler, bilginin üretimini ve dağıtımını aynı anda ve hızlı bir şekilde yaparken, kullanıcının da aktif katılımına imkân vermektedir. Geleneksel medyanın hala gündemi belirleyen önemli bir işleve sahip olduğu içinde bulunduğumuz dönem de, yeni dijital teknolojiler geleneksel medyayı yeniden biçimlendirmekte ve dönüştürmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin ve internetin gelişmesine bağlı olarak şekillenen yeni medya ortamları, habercilik pratiklerini de değişime uğratarak şekillendirmektedir. Çeşitlik, çoğulculuk üzerine kurulu yeni medya ortamları kullanıcının aktif olarak üretime katılmasını kolaylaştırdığından daha demokratik ve katılımcı bir kamusal alan yaratmaktadır. Yeni medyanın gazeteciliğe olan etkisinin farklı boyutlarla tartışıldığı günümüzde yurttaşların aktif olarak haber üretimine katılması yurttaş gazeteciliği gibi alternatif habercilik türlerinin medya çalışmaları içerisinde değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır.

3. Dijital Medya İle Değişen Habercilik Pratikleri Üzerine Bir Değerlendirme

Yeni medya ortamlarının gelişimine kaynaklık eden internet ve teknoloji, iletişim alanına getirmiş olduğu yenilik ve fırsatlar ile haber verme ve haber alma pratiklerini de dönüşüme uğratmaktadır. İnternetin sağladığı imkânlar gerek medya alanında içerik çeşitliliğini, gerek haber- iletişim tarzlarının değişmesini, gerekse de okur-gazete ilişkisine yeni boyutlar eklenmesini beraberinde getirmiştir (Tosun, 2016:8). Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinin sunduğu olanaklarla "online gazetecilik", "dijital gazetecilik", "internet gazeteciliği", "blog gazeteciliği" gibi internet üzerinden yayın yapan yeni habercilik türleri ortaya çıkmıştır. İnternetin habercilik için vazgeçilemez bir araç olduğu günümüzde haberler ve haberlere ilişkin görüntüler, inanılmaz bir hızla Twitter, Youtube, Facebook gibi sosyal paylaşım ağları, bloglar, akıllı cep telefonları, e-postalar aracılığıyla kullanıcılar tarafından paylaşılmaktadır.

Geleneksel gazeteciliğin aksine, dijital medya haberciliğinde kullanıcı artık dünyanın her yerinde olan olayları yakından takip edebilmekte ve olaya ilişkin kendi fikirlerini ortaya koyabilmektedir. Yeni medya ile artık kitle yerine bireyler yani başka bir deyişle kullanıcılar ön plana çıkmakta, bilgiyi üreten ve alan tek bir noktada bütünleşebilmektedir. Geleneksel kitle iletişim araçlarının yeni iletişim teknolojileriyle birleşmesiyle içinde bulunduğumuz yüzyıla damgasını vuran yeni medya, okuyucunun haber üretim sürecine aktif bir biçimde katılmasına olanak vermektedir. Aktif bir üretici olarak kullanıcılar herhangi bir olay ile ilgili yorum ve görüşlerini yeni medya ortamları aracılığıyla paylaşabilmektedir. Yeni medya ortamları ile haberi üreten artık çok daha özgür ve üretken olabilmektedir. Dolayısıyla geleneksel medyada profesyonel gazeteciler tarafından tek yönlü bir şekilde üretilen haber, yeni medyada okur tarafından aktif olarak üretilmekte ve böylece dengeler değişmektedir. Kullanıcı merkezli bir özellik gösteren Web 2.0 teknolojileri, okuyuculara sosyal ağlar üzerinden diğer kullanıcıların paylaşımlarını görüp yorum yapma olanağı sağlamaktadır. Bu bağlamda yeni medya kullanıcıyı merkezde konumlandığından önemli bir kamusal alan olarak görülmekte ve demokrasiye katkı sağlamaktadır.

Gerek yazılı basın gerekse görsel medyanın pahalı yatırımlarına gerek duymayan, diğer habercilik sektörlerine göre daha az maliyetlerle, hem yazılı hem de görsel medyanın tüm işlevsel fonksiyonlarını içinde barındıran yapısıyla "internet gazeteciliği" kitle iletişimi alanında yeni bir olgu olarak yerini almaktadır (Yüksel, 2014:95). İnternetin gelişmesine bağlı olarak yeni medya ortamlarının ortaya çıkması ile geleneksel medyadaki habercilik olgusu, haber üretim ve dağıtım süreci bakımından büyük bir değişim sürecine girmeye başlamıştır. Habere ilişkin bilgilerin yazı, fotoğraf, ses, grafik ve video gibi unsurlarla aynı anda ve hızlı bir şekilde kullanıcıya ulaştırılması interneti geleneksel medya araçları içinde önemli bir mecra olarak konumlandırmaktadır. İnternet gazeteciliğinin geleneksel gazetecilikten ayrılan yönleri şu şekilde ifade edilebilir (Yüksel, 2014:99-101):

*Kullanıcı istediği zaman ve istediği yerden haberlere ulaşılabilir.



*İnternet üzerinden haberler sürekli olarak güncellenmektedir.

*Geleneksel gazeteciliğin aksine az maliyetle internet gazeteciliği yapılabilir.

*İnternette haber sadece metin ve fotoğraf ile sınırlı olmamakta aynı zamanda ses ve video gibi unsurlarla desteklenebilmektedir.

*Arşivlenebilir olma özelliği ile senelerce saklanabilmektedir.

*İnternet gazeteleri, gazeteci ve okurların birleşiminden oluşmakta, böylelikle her okuyucu yorum ve görüşlerini dile getirebilmektedir.

*Geleneksel gazetecilikte göremediğimiz toplumun özel kesimlerine yönelik haberlere internet gazeteciliği vasıtasıyla ulaşılabilir.

*İnternet gazeteciliği ile okuyucunun ilgisi ölçülerek gazetenin geleceğine dair çalışmalar yapılabilir.

Bugün gelinen nokta itibariyle haber toplama, üretme ve yayma konusundan önemli bir işleve sahip olan internette, haber içeriği üç temel aşamada yapılandırılmaktadır. Çoğu haber sitesinde ağır basan ilk aşamada, online gazeteciler medya kuruluşlarından aldıkları haber içeriklerini amaçlarına uygun olarak yeniden yayınlamaktadırlar. İkinci aşama, gazetecilerin orijinal içeriği oluşturduğu aşama olup, bu aşama ile büyüyen ve daha iyi olan haber sitelerinin çoğu karakterize edilmektedir. Diğer web sitelerine olan hiper bağlar ile kullanıcı farklı içerikleri seçebilmekte, okuyucular kendi bireysel haber kategorilerini oluşturabilmektedir. Üçüncü aşama ise; oluşmaya başlamakta olup yalnızca az sayıda site bu aşamaya girebilmiştir. Bu aşama, okuyucunun geleneksel haber muhabirliğinde olduğu gibi habere yalnızca bakmasındansa o haberin içine girmesini sağlamaktadır (Pavlik, 2013:70-71). Günümüzde internet gazeteciliği, çoğu geleneksel gazetenin internet ortamında yayını sürdürmesiyle ve aynı zamanda sadece internet üzerinden yayın yapan sitelerin var olmasıyla işlerlik kazanmaktadır. Bilginin oldukça önem kazandığı ve öne çıktığı içinde yaşadığımız dönemde kullanıcılar gazetecilik eğitimini alarak gazetecilik mesleğini yapmıyor olsa bile, amatör olarak kendi oluşturdukları web sayfaları ve bloglar aracılığıyla habercilik faaliyetlerine katkıda bulunabilmektedir. Telekomünikasyon, bilişim ve iletişim teknolojilerinin yöndeşmesine bağlı olarak, geleneksel gazetecilikten farklı bir özelliğe bürünen yeni medya gazeteciliği, habercinin ve bağlı olduğu kurumun etkinliğini azaltmakta, böylelikle haberi üreteni okuyucularla, okuyucuları da haberin kaynağıyla iletişime geçirebilme özelliği göstermektedir. Sonuç olarak, dijital iletişim ortamları, yeni ve alternatif bir habercilik anlayışı yaratmakta ve gazetecilik mesleğinin dönüşümüne de zemin hazırlamaktadır.

4. Okuyucu Odaklılık

21. yüzyıla damgasını vuran yeni iletişim teknolojileri, bilgiyi üretme ve yaymada başat araçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknolojinin önemli bir üretim faktörü olarak konumlandığı günümüzde, doğru bilgiyi doğru zamanda ve doğru yerde kullanmak rekabete ve başarıya giden yolda önemli bir faktör olarak belirmektedir. İnternetin küresel bir kenetlenme yarattığı içinde bulunduğumuz dönemde, insanların ve kurumların yaşamsallıklarını haber alma yeteneklerini geliştirmeye bağladığı görülmektedir. İnternet ve sosyal paylaşım ağlarının getirmiş olduğu farklılıklar, bu ağları kullananlara hem bilgiye ulaşmada hem de bilgiyi üretmede önemli bir fonksiyon yüklemektedir (Düren, 2000:59). İçinde bulunduğumuz bilgi çağında yeni teknolojiler ile birlikte değişmekte olan rekabet olgusu, müşteri odaklı üretimi ön plana çıkarmakta ve artık müşterinin ilgi ve ihtiyaçları üretim kalitesini belirleyen temel unsur olarak önem kazanmaktadır.

Günümüzde bilgiye ulaşmayı kolaylaştıran yeni iletişim teknolojileri, kullanıcıya özgürce istediği zaman ve istediği yerden hem bilgiye ulaşma, hem de bilgiyi üretme gücü verdiğinden artık dengelerin kullanıcıdan yana değiştiği söylenebilmektedir. Yeni iletişim teknolojileri, zamanı okuyucu lehine hızlandırdığından, anlık bilgilere ulaşımı kolaylaştırdığından ve bilginin özgürce dolaşımına olanak sağladığından, iletişimin kalitesini arttırmakta ve bu durum okuyucu odaklı bir hizmet anlayışı geliştirmeye temel oluşturmaktadır (Dündar; Dirik, 2016:202). Günümüzde medya alanında görülen ticarileşme, medyanın bilgilendirme ve eğitime işlevini olması gerektiği gibi yerine getirememesine neden olmakta, ancak yeni iletişim teknolojilerinin gelişimine paralel olarak alternatif medya platformlarının ortaya çıkması haberciliğe farklı bir boyut kazandırmaktadır. Öyle ki, söz konusu ortamlar, kullanıcının üretime doğrudan katılıp kendini ifade olanağı bulabildiği, demokrasiye hizmet eden alanlar olarak belirmektedir. Etkileşimi ve katılımı arttıran yeni medya ortamları yurttaş gazeteciliği gibi alternatif habercilik türlerini de ön plana çıkarmakta ve pek çok kullanıcı/yurttaş internet haber siteleri, sosyal paylaşım ağları, kişisel bloglar, haber blogları aracılığıyla yaptığı haberi paylaşabilmektedir (Durgeç Aydoğan, 2017: 709).

Dijital iletişim ortamları ile her yurttaşın bir gazeteci olarak konumlandığı günümüzde haber üretim sürecinin ve gazetecilik pratiklerinin değişime uğraması, okuyucu eğilimlerinin ve tercihlerinin



değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Öyle ki, yeni dijital mecraların haber için sunduğu ölçülebilirlik, kullanıcı eğilimleri hakkında bilgi sağlama işlevi görmektedir. Böylelikle okurun yorumları ve kamuoyunun düşünceleri kolayca ölçülebilmekte, haberi üreten ve tüketen karşılıklı etkileşim içinde bir iletişim sürecini paylaşmaktadır (Yurdigül; Zinderen, 2012:87 akt. Yurdigül; İspir, 2015:55). Teknolojik gelişmeler ışığında enformasyon akışının sürekliliğine bağlı olarak her geçen gün doğru, tam ve eksiksiz bilgiye daha çok ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda okuyucunun istek ve beklentilerine uyacak şekilde üretimde bulunmak, haberlerin kaliteli ve güvenilir bir biçimde okuyucuya ulaşmasını sağlayacaktır. Özellikle son yıllarda yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesine bağlı olarak, habere ulaşmada alternatif medya ortamlarının fazlalaşmasıyla var olan okuyucuyu elde tutma ve planlanan okuyucu kazanmak adına okuyucunun ilgi ve beklentilerini göz önünde tutmak önem teşkil etmektedir. Geleneksel medya araçlarına alternatif olarak yeni medya ortamları, okuyucuları görüş ve düşüncelerini sosyal ağlar vasıtasıyla paylaşmaya teşvik etmekte ve ayrıca okuyuculardan alınan geri bildirimlerle okuyucuların ilgi ve ihtiyaçlarına yönelik yeni bir söylemsel alan yaratabilmektedir.

Yeni medya ortamlarında okuyucuyu elde tutmak, onların ilgisine ve beklentilerine yönelik haber yapmayı ve sıradanlaşan haber içeriklerinden uzaklaşmayı gerektirmektedir. Okuyucu odaklılık, haber üretirken okuyucuya uygun kaliteli içerik üretmeyi, teknolojiyi değişim olgusuna paralel olarak etkin olarak kullanabilmeyi, zaman zaman kullanıcının düşüncelerini ve kamuoyunun fikirlerini ölçebilmek amacıyla araştırma yapmayı, araştırmaların sonucunda eksiklikleri gidermeyi ve haberciliğin geleceğine dair çalışmaları kapsamaktadır. Okuyucunun ilgi ve beklentilerinin kolayca ölçülebildiği dijital medya ortamları ile artık okuyucu kendisi için ideal olan haberlere ulaşabilmekte ve aynı zamanda ideal olanın üretimine katkıda bulunabilmektedir. Okuyucu odaklı haber siteleri ve web sayfaları ile kullanıcıların sosyal ağlardan ve haber sitelerinden ve diğer paylaşım ortamlarından nasıl ve ne şekilde yararlandığı, içeriğin kullanıcı tarafından nasıl değerlendirildiği ve kullanıcının alternatif paylaşım platformları hakkındaki düşünceleri ölçülebilmektedir.

5. Dijital Medyada Haber Üretim Sürecinde Okuyucu Odaklılık

Kendine özgü yapısal özellikleri yeni medya ortamları, kullanıcılara hızlı bir şekilde bilgiye ulaşma imkânı vermekte ve aynı zamanda aktif bir şekilde üretime doğrudan katılma olanağı sunmaktadır. Artık dijital ortamların gelişmesine bağlı olarak, sadece internet üzerinden faaliyet gösteren haber siteleri değil, aynı zamanda gazetecilik mesleğinden bağımsız kurum ve kişilerin de çeşitli web sayfaları, bloglar ve çeşitli sosyal paylaşım ağları ile haber üretim sürecine aktif olarak katıldığı görülmektedir. Söz konusu ortamlar, düşük maliyetli ve hızlı olma gibi özelliklerle geleneksel medyadan farklılık gösterdiğinden, haber üretimi ve dağıtımında önemli değişiklikleri de beraberinde getirmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi paralelinde ele alınabilecek değişen habercilik pratikleri, günümüzde yeni medya araştırmaları kapsamında içinde farklı yaklaşımları barındıran çalışmaların da odak noktasını oluşturmaktadır. Habercilik pratikleri ve gazetecilik mesleğinin dönüşümü üzerine değerlendirmek yapmak, içinde bulunulan dönemin teknolojik gelişimine ve iletişim mecralarının bu yeni teknolojileri nasıl ve ne kadar içselleştirebildiği üzerine odaklanmayı gerektirmektedir.

Bilgiye sahip olmanın ve bilgiyi aktarmanın oldukça önem kazandığı günümüzde haber olgusu gerek bireyler gerekse de kurumlar için temel bir ihtiyaç olarak önem taşımaktadır. Haber, toplumun bilgi ve ilgisini geliştirecek, dönüştürecek gerçekliğin kurgusal olarak yayımlanacak medya organizasyonunun yapısına, teknolojisine ve ideolojisine göre yeniden kurgulanması olarak tanımlanabilir (Rigel, 2000:177 akt. Yurdigül; İspir, 2015:50). Etkileşimi ve katılımı arttıran yeni medya ortamları, haber kavramına ve gazetecilik pratiklerine farklı ve yeni bir boyut kazandırmaktadır. Yeni medya ortamları, kullanıcılara aktif rol atfetmekte ve bu doğrultuda herkesin kendini ifade edip üretim sürecine katıldığı daha özgürlükçü ve demokratik oluşumlara katkı sağlamaktadır. Kullanıcının daha aktif olduğu ve daha özgür bir şekilde kendini ifade olanağı bulduğu yeni teknolojiler ile gazetecilik mesleği de kamusal sorumluluk bağlamında bir değişime uğramaktadır (Onar Çambay, 2015:913). Söz konusu yeni iletişim ortamları, okuyuculara kendilerini özgürce ifade etme olanağı sağlamakta, alternatif bakış açılarına yer vermekte, toplumda bireylerin eleştirel düşünme yeteneklerini geliştirmekte, olayların anında ve hızlı bir şekilde dünyanın her yerine yayılmasını sağlamakta ve toplumsal hareketlerin oluşumuna katkı sağlamaktadır.

Günümüz bilgi çağının en etkili araçlarından biri olarak dijital medyada kullanıcı çok sayıda bilgiyi çeşitli sosyal paylaşım platformları aracılığıyla küresel dünya ölçeğinde üretmekte ve yaymaktadır. Günümüzde Twitter, Periscope, Youtube, MySpace, Instagram, Ustream.tv gibi sosyal paylaşım imkanı sağlayan bu platformlar üzerinden pek çok kullanıcı yaptığı haberleri ve kamuoyuyla paylaşmak istediği mesajları etkileşimli olarak dünyaya yayabilmektedir (Durgeç Aydoğan, 2017:709-710). Yurttaş gazeteciliği gibi alternatif habercilik pratikleri bu platformlar üzerinden uygulama alanı bulabilmekte ve geleneksel



medyada temsil olanağı bulamayanlar rahatlıkla sesini duyurabilmekte ve böylelikle hak odaklı bir habercilik anlayışı sergilenmiş olmaktadır. Ayrıca tüm sosyal paylaşım ağlarının yanı sıra, kişilerin ve toplulukların internet günlükleri olarak anılan bloglar aracılığı ile kullanıcılar dünyanın pek çok yerinden habere ve bilgiye ulaşmakta ve ulaştığı bilgi ve haberlere yorumunu katabilmektedir. Geleneksel medyanın kendisine atfedilen görevi tam olarak yerine getirememesi, demokrasinin işleyişini de olumsuz etkilemektedir. Haber-yorum bloglarının nitelik ve niceliğinin artmasıyla, bloglar demokrasiye hizmet görevini de yerine getirmiş olmaktadır (Yüksel, 2014:41). Habercilik alanında faaliyet gösteren blogların özgürce ve bağımlılık arz etmeden haber üretimine dahil olması, haberlerin içeriğine ve kalitesine olumlu yönde yansıtıldığı düşünülmektedir. Günümüzde pek çok gazetecinin de haber kaynağı bakımından haber bloglarından yararlandığı görülmektedir. Öyle ki, tanınmış PR şirketlerinden Euro RSCG Magnet ve Columbia Üniversitesi'nin ortaklaşa gerçekleştirdiği çalışmada, gazetecilerin yarısından çoğunun düzenli olarak blog kullandığı, %28'inin ise; günlük yazılarını oluştururken bloglardan yararlandığı görülmüştür. Bloglardan faydalanan gazetecilerin üçte biri, son dakika haber yapma ve skandalları ortaya çıkarmada blogların etkili olduğunu savunmuştur (Sevimli 2007 akt. Yüksel, 2014:42). Diğer yandan bazı ulusal gazetelerde isteyen herkes kendi oluşturduğu haberi ya da blog sayfalarını yayımlatabilmekte ve blog yayıncılığı temelinde yurttaş gazeteciliğinin uzantısı olma özelliğini göstermektedir (Köse, 2007:283). Bugün geldiğimiz noktada geleneksel medyanın internet uzantılı yayınlarının haricinde sadece internet üzerinden habercilik faaliyetlerinde bulunan haber siteleri de karşımıza çıkmaktadır. Bağımsız internet haber sitelerini geleneksel medya yayıncılığından ayıran en önemli özellik, medya-siyaset- ticaret ilişkilerine fazla bağlı olmamaları, dolayısıyla görece daha bağımsız bir habercilik anlayışı göstermekte olmasıdır (Köse, 2007: 357).

Yeni medya ortamlarını aynı zamanda alternatif bir mecra olarak düşünmek, yeni medya aracılığıyla haber üretim sürecinde bazı noktalara odaklanmayı gerektirmektedir. Öyle ki, internet ortamında oluşturulan haber metinlerinin barış odaklı, hak odaklı ve kamusal sorumluluk odaklı bakış açılarıyla şekillendirilmesi ve okuyucunun lehine yapılandırılması gerekmektedir. Yeni medyada toplumda temsil olanağı bulamayan grupların temsil olanağı bulması, okuyucunun ilgisinin kamusal sorunlara çekilmesi ve çözümünde aktif rol oynaması, haberi üretenle okuyucular arasındaki mesafenin ortadan kaldırması, okuyucunun habere ve olaylara ilişkin görüşlerini özgürce sunabilmesi bakımından kullanıcı/okuyucu üzerinde önemle durulması gerekmektedir. Yeni iletişim ortamlarında sınırsız tercih imkânı bulan okur, artık tercihleri ile haber içeriklerini yeniden şekillendirmekte ve üretime aktif olarak katılarak dengeleri değiştirebilmektedir (Karaduman, 2009:162). Geleneksel medyada gazeteciden okuyucuya tek yönlü olarak sunulan haberi alan okuyucu, yeni medyada haberi oluşturan kaynağa ve olaya ilişkin farklı bilgileri çözümleyerek kendi algısını oluşturabilmektedir.

Geleneksel medyada haber üretim süreci seçim, araştırma, yeniden seçim, ayıklama, biçimlendirme ve yayımlama olmak üzere altı aşamada gerçekleşmektedir. Geleneksel medyada haber değeri taşıyan olayın gazeteci tarafından belirli ölçütlere bağlı olarak diğer olaylar arasından seçilerek karar verilmesiyle haber üretim süreci başlamaktadır. Sonraki aşama ise; gazetecinin haber değeri taşıyan olaya ilişkin bilgi ve verileri araştırmasıyla devam etmekte, araştırma sonucunda elde edilen bilgiler değerlendirmeye tabi tutulduktan sonra yeniden seçim işlemi yapılmakta, ardından gereksiz görülen ifadeler, bilgiler ve kelimeler ayıklama işlemi ile atılmaktadır. Bu aşamadan sonra veriler kullanılarak haber metni kurgulanmakta, haber gazeteci tarafından biçimlendirilmektedir. Üretim sürecinin son aşamasını oluşturan yayımlama sürecinde ise; haberin yazımı ve denetimi tamamlandıktan sonra doğru, ilginç ve önemli haberlerin hızla bir şekilde yayımlanması gerekmektedir (Girgin; Özay, 2013:56-65). Geleneksel medyada gazetecinin haber değeri taşıyan olayları seçip ayıkladığı ve bunu bağlı olduğu medya organizasyonunun yayın politikasına göre yeniden yazıp kurguladığı ve yayıma hazırladığı haber üretim süreci dijital medya ortamlarında farklılaşmakta ve bu farklılık haberin üretimini her aşamasına teknolojiyi dahil etmekte ve kullanıcı bağımsız ve etkileşimli olarak içeriği şekillendirebilmektedir. Dijital medyada her kullanıcı haber üretimine doğrudan dahil olabildiğinden çevresinde gördüğü haber değeri taşıyan olayları seçebilmekte, haber kaynaklarıyla rahatlıkla iletişim kurabilmekte ve olaya ilişkin görsel unsurları, fotoğrafları, videoları anında ve hızlı bir şekilde yayımlayarak başkalarıyla paylaşabilmektedir. Hangi haberlerin sayfada nasıl yerleştirileceği, hangi fotoğraf ve görsel malzemelerle destekleneceği konusunda dijital ortamlar haber üretim sürecinde sınırsız veri kaydetme ve güncellenebilir olma özelliği ile önemli avantaj sağlamaktadır. Artık hemen her kullanıcı sahip olduğu mobil cihazlar ve tabletler aracılığıyla haber üretimine dahil olmakta ve bu dijital mecralar olaya ilişkin kaynaklara başvurma, yeni verilere ve görsellere erişme, haberi oluşturma ve yayma konusunda haberi üretene kolaylık sağlamaktadır. Medya organizasyonlarının ve haber sitelerinin haricinde her kullanıcının da içeriğin oluşumuna sürekli katkıda bulunduğu yeni medya ortamları, çok sayıda enformasyonu aynı anda bünyesinde toplayabildiğinden bilginin doğru olup olmadığına ilişkin ayrı



bir tartışma noktası gündeme gelmektedir. Ancak, internetin başlı başına önemli bir haber kaynağı olarak görüldüğü günümüzde ulaşılan her bilginin okurun ilgisini çekecek şekilde hak ihlallerine sebebiyet vermeden, etik ilkelere uygun olarak ve doğrulanarak kullanılması gerekmektedir.

Haberciliğe alternatif bir bakış açısı getiren dijital medya ortamları ticarileşmeyi en aza indirgeyen, editoryal bakımdan bağımsız, kullanıcının daha özgür olabildiği, toplumsal faydanın ön planda olduğu alanlar olarak işlev görebilmektedir. Söz konusu ortamlar, geleneksel gazetecilikten farklı olarak insan hakları haberciliğinin, yurttaş gazeteciliğinin, bir diğer ifadeyle alternatif haberciliğin etkin olarak uygulanma olanağı bulduğu okuyucu için avantajlı mecralardır. Okuyucunun aynı zamanda aktif bir haber üreticisi olarak konumlandığı dijital ortamlar, çoğulculuğu ve tüm farklılıkları içerisinde barındırdığından demokratikleşme sürecine olumlu katkı sağlamaktadır.

Dijital medyada haber üretim sürecinde okuyucu odaklılık şu hususlar çerçevesinde önem taşımaktadır:

*Haber siteleri okuyucuların tepkilerini araştırma ve anlık mesaj yoluyla ölçebildiğinden okuyucudan gelen yorumlar ve geri bildirimler aracılığıyla okurun ilgi ve beklentileri saptanabilmektedir. Bu bağlamda her okuyucunun beklenti ve beğenileri çerçevesinde haberler ön plana çıkarılabilmekte ve web sayfalarına koyulan linklerle okuyucu beğendiği ve ihtiyaç duyduğu diğer sayfalara rahatlıkla erişebilmektedir.

*Okuyucu odaklı haber siteleri ile okuyucu manşetlerde ilgi duyduğu haberleri görebilme olanağına sahip olacağından pek çok haber sitesinin baş etmeye çalıştığı "hemen çıkma" oranını da düşürecektir. Böylelikle okuyucuların ilgi ve beklentilerine göre haber üretiminde bulunan haber siteleri alternatiflerine göre avantaj sağlamış olacaktır.

*Dijital medya haber üretim sürecinde haberi üreten ve okuyucu arasında önemli bir köprü görevi görmekte olup, gazetecinin ve okuyucunun arasındaki mesafeyi azaltmaktadır. Gazetecilerin ve okurların etkileşimi, dijital medya ortamlarının haberciliğe sunduğu önemli bir avantajdır. Dolayısıyla okurdan alınan geri bildirimler, ideal habercilik pratiklerinin işlerlik kazanmasında etkili olabilecektir.

*Dijital ortamlarda her okuyucu aynı zamanda üretici olarak konumlandığından, bizzat çevresinde yaşadığı ve gördüğü olayları anlık ve etkileşimli olarak çevresine aktarabilecek, kamuoyunun oluşmasına temel oluşturacak ve böylelikle demokratik sürecin işleyişine katkı sağlayabilecektir.

*Dijital medyada ticari kaygılardan uzak, daha çok okuyucuyu merkezinde tutan bir yayıncılık anlayışının sonucunda sosyal bir olgu olarak ortaya çıkan haber, kamusal faydayı odağına taşıyacaktır.

*Dijital medya karşılıklı etkileşime olanak sağladığından toplumsal sorunların çözümüne tarafları ve aynı zamanda sivil toplum kuruluşlarını da dahil edebilecek ve bu süreçte tarafları eleştirel düşünmeye, sorgulamaya teşvik edecektir.

6.Sonuç

Bilginin hızlı, anında ve etkileşimli olarak aktarılabilirdiği bir ortam olarak dijital medya, günümüzde haberciliğe farklı ve alternatif bir uygulama alanı sunması bakımından önem teşkil etmektedir. Yeni/dijital medya, çeşitli sosyal paylaşım platformları aracılığıyla kullanıcıların içerik üretimine aktif bir şekilde katılarak görüşlerini rahatlıkla paylaşabildiği ortamlar olmakta ve toplum içindeki bireylerin katılımını artırarak demokratik bir kamusal alanın oluşmasına hizmet etmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte geleneksel medyadan farklı olarak okur daha özgür bir şekilde üretilen içeriğe erişebilmekte ve aynı zamanda içeriği şekillendirebilmektedir. Geleneksel medyada daha arka planda yer alan okuyucu, yeni medya ortamları ile aktif olarak üretime katılabilmekte ve diğer kullanıcılar tarafından üretilen içeriğe yorumlarıyla katkı sağlayabilmektedir.

Küresel bir ağ olarak internet aracılığıyla günümüzde kullanıcının beğenileri ve beklentileri ölçülebildiğinden, her kullanıcının ilgi ve ihtiyaçlarına yönelik içeriği oluşturmak mümkün olabilmektedir. Bilginin karmaşık bir hal aldığı günümüzde, kullanıcının hızlı bir şekilde akan bilgi arasından sıradan olmayan ve nitelikli bilgiye ulaşabilmesi önem taşımaktadır. Bu bağlamda haber üretim sürecinde haber siteleri, haber blogları, çeşitli sosyal paylaşım ağları alternatif habercilik pratiklerinin uygulanabileceği alanlar olmakta ve kullanıcıya içeriği üretme, yayma ve geri bildirimde bulunma fırsatı vermektedir. Söz konusu kullanıcı türevli bu platformlar, geleneksel medyadaki tekelleşme olgusunun getirdiği tek sesliliği ortadan kaldırmakta ve çoğulculuğa dayalı haberlerin yer almasına imkân sağlamaktadır. Günümüzde yurttaş gazeteciliği gibi alternatif habercilik pratiklerinin uygulama alanı olarak dijital medya ortamları, okuyucunun haber üretimine dahil olmasını sağlamakla birlikte, aynı zamanda üretilen haberleri yorumlama gücü de sunmaktadır.



Dijital medyada okuyucu odaklı haber üretim süreci, okuyucuyu merkezine alan, ticari kaygılarla değil toplumsal faydayı göz önünde bulunduran ve yurttaş haklarını esas alan bir anlayışın temelinde yer almaktadır. Dijital medya ile habercilik pratikleri değişime uğramakta, artık okuyucu haberi hem üretmekte hem de tüketmektedir. Ayrıca okuyucu artık kendi tercihlerine ve beklentilerine göre haber metinlerini tüketebilmekte, gazeteci ile etkileşime geçebilmekte, yorumlarını ve düşüncelerini özgürce aktarabilmektedir. Haberi üreten ve tüketen arasında bir köprü olduğundan, dijital medyada okurdan alınan geri bildirimlerle ideal haberlere ve haberciliğe ulaşmak kolaylaşmaktadır. Dijital medyada “okuyucuyu” merkeze alan bir habercilik anlayışının vurgulandığı bu çalışmada, okuyucunun haber üretim sürecine doğrudan dahil olabildiği söz konusu bu ortamların demokratik sürecin işleyişine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akyol, Onur (2015). Yeni İletişim Teknolojilerinin Ortak Özellikleri. *Yeni Medya Araştırmaları 1*, Ed. Mehmet Gökhan Genel, Bursa: Ekin Yayınevi
- Binark, Mutlu (2015). *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. Der. Mutlu Binark, İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Binark, Mutlu (2007). “Yeni Medya Çalışmaları”, *Yeni Medya Çalışmaları*. Der: Mutlu Binark, Ankara: Dipnot Yayınları
- Dedeoğlu, Gözde (2016). *Teknoloji, İletişim, Yeni Medya ve Etik*. İstanbul: Sentez Yayıncılık
- Dilmen, Necmi Emel (2007). Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları. *Marmara İletişim Dergisi*, Sayı:12
- Durgeç Aydoğan, Petek (2017). Alternatif Bir Medya Alanı Olarak Yurttaş Gazeteciliği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:10, Sayı:50
- Dündar, İ. Pelin; Dirik, Çiğdem (2016). Yeni İletişim Teknolojileri ve Yazılı Basın İşletmelerinde Rekabetin Değişen Boyutları. *Değişen Dünyada Gazetecilik*, Ed. Gülgün Erdoğan Tosun, Hanifi Kurt, Ankara: Orion Kitabevi
- Düren, Zeynep (2000). *2000’li Yıllarda Yönetim*. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım
- Erdoğan Tosun, Gülgün (2016). Değişen Dünyada Gazetecilik: Yeni Eğilimler. *Değişen Dünyada Gazetecilik*, Ed: Gülgün Erdoğan Tosun, Hanifi Kurt, Ankara: Orion Kitabevi
- Girgin, Atilla; ÖZAY, Seçil, (2013). *Haber Yazmak*. İstanbul: Der Yayınları
- Karaduman, Murat (2009). *Yeni İletişim Teknolojileri Bağlamında Haber Üretim Süreci ve Haberin Yapısı: Doğan ve Doğu Grubu Örneği*. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, İzmir
- Köse, Hüseyin (2007). *Küresel “Akıntıya Karşı” Sivil Arayışlar Alternatif Medya* İstanbul: Yirmidört Yayınevi
- Onar Çambay, Sinem (2015). Bilgi Çağında Sosyal Sorumluluk Odaklı Gazetecilik: Yurttaş Gazeteciliği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:8, Sayı:38
- Örs, Ferlal (2016). Medya Etiğine Küresel Bakış: Sorunlar, Düzenlemeler ve İlkeler. *medyaEtik*, Ed: Ferlal Örs, İstanbul: Sentez Yayıncılık
- Pavlik, John V. (2013). *Yeni Medya ve Gazetecilik*. Çev. Müge Demir, Berrin Kalsın, Ankara: Phoenix Yayınevi
- Toruk, İbrahim (2008). *Gutenberg’den Dijital Çağa Gazetecilik*. İstanbul: Literatürk
- Yengin, Deniz (2012). Yeni Medyaya Eleştirel Bakış. *Yeni Medya Ve..*, Ed: Deniz Yengin, İstanbul: Anahtar Kitaplar
- Yurdigül, Yusuf; İSPİR, Naci (2015). Yeni Medyada Haber. *Yeni Medya Araştırmaları 1*, Ed. Mehmet Gökhan Genel, Bursa: Ekin Yayınevi
- Yüksel, Okan (2014). *İnternet Gazeteciliği ve Blog Yazarlığı*. Ankara: Sinemis Yayınları